

Cultura y economía en el siglo XXI

FERNANDO VICARIO

*Documento de Discusión elaborado por la Corporación Andina de Fomento (CAF)**

RESUMEN

La Corporación Andina de Fomento ha elaborado un documento que trata de servir en las reflexiones de los encargados de pensar y ejecutar las políticas económicas de los países de la región. La importancia de la economía en las acciones políticas es algo de sobra conocido y que no hace falta remarcar. Pero lo novedoso son los elementos que participan hoy día en la construcción de esa economía. La cultura, a través de sus industrias, llama a la puerta de este importante eslabón del desarrollo, con una fuerza que los economistas no habían previsto, ni en los más ilusos augurios.

El trabajo da claves para desbrozar el camino de los análisis, de las proyecciones y de las implicaciones que este nuevo modo de desarrollo tiene para las sociedades latinoamericanas.

ABSTRACT

The Andean Promotion Corporation has elaborated a document that tries to be useful to the people in charge of thinking and executing the economic politics in the countries of the region. The importance of the economy in the political actions is something very well known which is not necessary to remark. But the novelties are the elements that today are part of the building of this economy. The culture, through its industries, is a very important element in the development process, with a strength that the economist did not realize before.

The article is a guideline to make easier the analysis process, the projections and the implications that this new way of development has for the Latin American societies.

INTRODUCCIÓN

La gobernabilidad y la democracia en América Latina están sujetas, en gran medida, a la necesidad de cambios en los enfoques prevalecientes, pero, asimismo, a la incorporación en la agenda de las políticas públicas de algunos temas, hasta la fecha olvidados o postergados. Variables tristemente persistentes, como pobreza, fatiga democrática y fragilidad institucional obligan a nuevos enfoques de desarrollo y a repensar decisiones y modelos que tuvieron mucha vigencia en el pasado reciente.

La acción de la CAF en los últimos años, así como los programas especiales que ha impulsado, han dado lugar a un enriquecimiento sostenido de su visión del desarrollo, que se ha traducido en la promoción de ámbitos nuevos de reflexión y acción.

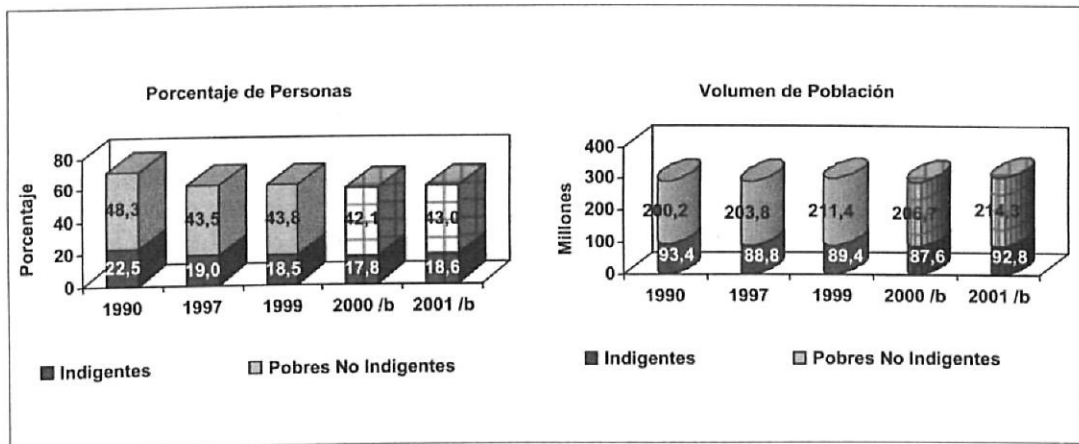
Uno de estos campos esenciales es, sin duda, el de la cultura en sus múltiples relaciones con el desarrollo sostenible, la integración regional y el fortalecimiento democrático. Presentando resultados en diversas formas –algunas fácilmente cuantificables y otras, las más, con efectos verificables a largo plazo y, por tanto, mucho más difíciles de cuantificar–, la cultura es, sin duda alguna, la apuesta por un futuro que se presenta lleno de dificultades y desafíos, algunos de los cuales tal vez puedan ser abordados bajo la perspectiva de estos nuevos enfoques.

Se propone, en consecuencia, abordar el campo de la cultura, a partir de un enfoque multidisciplinario y, en especial, a partir de su estrecha relación con la economía y la integración regional.

RECONOCIMIENTO DE LAS DIFERENCIAS

Por razones de historia común, desde los idearios políticos y las proclamas gubernamentales, hasta los ensayos o mecanismos de integración económicos, el discurso iberoamericano tiende a reconocer o reivindicar un espacio cultural común, de raíces compartidas y de futuros inseparables. Este discurso, sin embargo, se detiene en su enunciado retórico y no ha indagado lo suficiente, por las razones que impiden una mayor o real integración o una disminución de problemas crónicos como la pobreza o la exclusión social.

Gráfico n.º 1
América Latina: evolución de la pobreza y de la indigencia.
1990-2001



La unidad de la Región se ha entendido como disminución de las diferencias y no como exaltación de las diferencias. ¿Conviene imaginar a Latinoamérica como una sola gran Región de raíces históricas comunes o, más bien, como varias regiones cuyo mínimo común denominador podemos definir gracias, precisamente, a las especificidades culturales? Las diferencias culturales, cuya rica y compleja diversidad debemos ver como una verdadera ventaja competitiva, frente a un mundo cada vez más globalizado, nos permitirían crear consensos políticos y desarrollos institucionales sobre mínimos culturales compartidos. Factores cruciales hoy, como el fortalecimiento de la ciudadanía y el crecimiento del bienestar social sobre bases económicas sólidas, pasan forzosamente por la incorporación de la variable cultural, en todas las instancias de análisis y de toma de decisiones.

LO ECONÓMICO COMO ASUNTO POLÍTICO

Una preocupación básica de estos tiempos que corren para Latinoamérica es el correlato económico como problema político. Si la invisibilidad y las diferencias se constituyen en una amenaza para la estabilidad de la convivencia y de la democracia en la Región, su reconocimiento tiene que ser prioritario. La lógica tiene que ser la del reconocimiento de esa diversidad y la del descubrimiento de sus potencialidades. No hemos ganado mucho en el pasado reciente

emulando lógicas que no pertenecen a nuestras particularidades culturales. Quizá, en el universo de las industrias artesanales, por poner sólo un ejemplo, hemos querido introducir conceptos de lógicas productivas que no corresponden a esas tradiciones, a esas experiencias. El reconocimiento de la diversidad pasa también por reconocer los modos de estar en la vida económica, los modos de relacionarse con la producción. Éste es un aspecto importantísimo que nos toca abordar desde la perspectiva de la cultura. A la hora de imponer criterios de productividad, como nuevos indicadores de desarrollo, tenemos las mismas dificultades que a la hora de imaginar nuevos modelos políticos. ¿Habría crecido la competitividad en la India si los llamados «intocables» no hubiesen sido incorporados a la vida económica a través de valores culturales? El desafío esencial parece ser cómo conectar competitividad y productividad con el tema de la diversidad cultural.

LA INCIDENCIA DE LO CULTURAL

Quedarnos tan sólo en una instancia retórica no nos ha permitido establecer una respuesta unitaria a problemas comunes, tales como una legislación cultural que defienda a los autores frente a los productores o una defensa de las industrias de creación de identidades, que son las que generan sentidos de pertenencia y autoestima. Las industrias culturales, adicionalmente, tienen cada vez mayor impacto económico cuando se miden en términos de generación de empleos, ingresos y exportaciones. En consecuencia, consideramos que las industrias culturales pueden ser un activo importante en la consolidación de las identidades colectivas que caracterizan a la Región, como un compuesto cuyas diversas partes están sincronizadas con sus respectivos modos de desarrollo.

En términos de valor agregado, el Cuadro n.º 1 muestra que las industrias de derechos de autor en el MERCOSUR representaban, para 1998, más de 61.000 millones de dólares, esto es poco menos del 6 por 100 del PIB de la Región. La contribución de los diversos países es bastante heterogénea, reflejando los tamaños de sus economías y las eventuales diferencias en los métodos de medición utilizados por cada país. Brasil contribuyó con más de 4/5 del PIB de las industrias de derechos de autor al nivel regional, mientras que Paraguay representa la menor contribución. Argentina se sitúa en la segunda posición, Chile ocupa el tercer lugar y Uruguay el cuarto. En térmi-

Cuadro n.º 1
Valor agregado de las industrias del derecho de autor
en el MERCOSUR. 1998

| País | Valor agregado | |
|------------------------------|----------------|---------------------------------|
| | US\$ 1.000 | (%) en relación al PBI MERCOSUR |
| Argentina | 6.440.00 | 0.59 |
| Brasil | 53.034.026 | 4.82 |
| Chile | 1.243.000 | 0.11 |
| Paraguay | 98.654 | 0.01 |
| Uruguay | 705.000 | 0.06 |
| Derecho de autor en MERCOSUR | 61.520.680 | 5.59 |
| MERCOSUR | 1.100.644.816 | 100 |

Cuadro n.º 2
Personas ocupadas en las industrias del derecho de autor
en el MERCOSUR. 1998

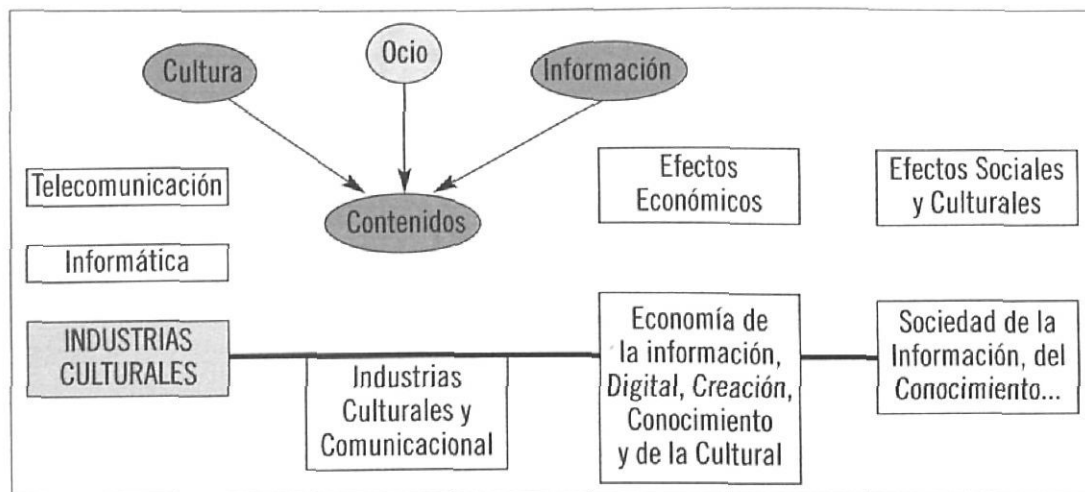
| País | Personas ocupadas | |
|------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 1.000 personas | (%) en relación al MERCOSUR |
| Argentina | 267 | 0.6 |
| Brasil | 1.326 | 2.8 |
| Chile | 149 | 0.3 |
| Paraguay | 56 | 0.1 |
| Uruguay | 46 | 0.1 |
| Derecho de autor en MERCOSUR | 1.844 | 3.8 |
| MERCOSUR | 48.112 | 100 |

nos de personal empleado, el Cuadro n.º 2 muestra que en la Región casi dos millones de personas estaban ocupadas en las actividades económicas relacionadas con derechos de autor en 1998. La ocupación representaba para esa época casi el 4 por 100 del total de las per-

sonas ocupadas en el MERCOSUR, contra una participación en el PIB regional de poco menos del 6 por 100. Brasil es el país que presentaba, para el año en cuestión, el más grande número de personas en las industrias de derechos de autor. Todavía, la participación relativa en esa industria a nivel regional era inferior a 4/5. Dicho de otra forma, la contribución brasileña en términos de personal ocupado es inferior a la contribución al PIB. El mismo fenómeno puede ser constatado en Uruguay y Chile. Cabe resaltar que Argentina mantiene una participación equivalente, en términos de personal ocupado y contribución al PIB, mientras que Paraguay ocupa, en términos relativos, más personas de lo que contribuye para el PIB de las industrias del derecho de autor en el MERCOSUR.

La relación entre Economía y Cultura trasciende la simple pero imprescindible generación de capital a corto plazo. De hecho, va mucho más allá. La relación entre Economía y Cultura abarca, estudia y trata de comprender cómo los cambios que se producen, a partir de lo esencialmente cultural, condicionan el desarrollo sostenible, la gobernabilidad, la ciudadanía, la competitividad, la equidad y la consolidación de una identidad que radica en valores positivos.

Figura n.º 1
La relación entre Economía y Cultura

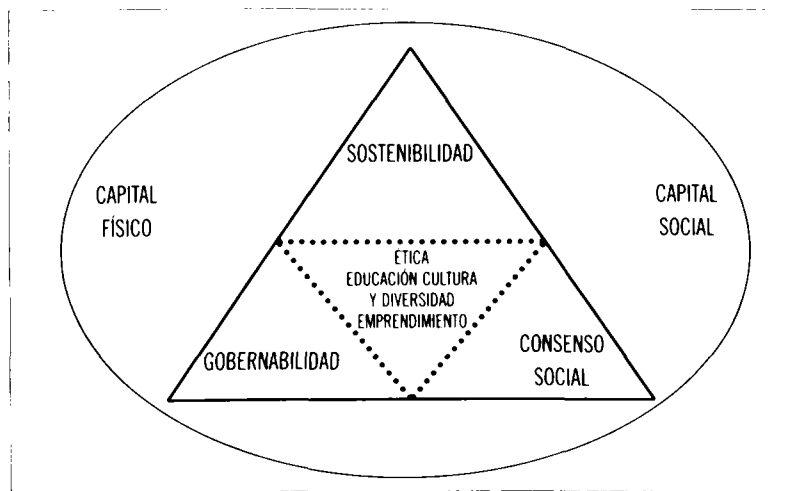


Fuentes: Elaboración propia. 2004.

LA VISIÓN QUE SE PROPONE

Los países latinoamericanos confrontan momentos difíciles. Sus estabildades políticas, sus instituciones democráticas, sus desempeños económicos, amenazan con ser rebasados por el malestar que se expresa en crecimiento de la exclusión social, pérdida de la confianza, movilizaciones de protesta o rebeliones civiles. El debilitamiento del Estado, frente a las nuevas demandas de la sociedad civil, o la fragilidad de los marcos jurídicos vigentes crean graves fracturas institucionales y dificultan los consensos necesarios para crear Capital Social.

Figura n.º 2
Capitales generados por el Triángulo de la Contemporaneidad



Las respuestas a estos problemas no son simples y tampoco pueden consistir en recetas homogéneas para todos los países. No obstante, es recomendable que cualquier consenso que se alcance para desarrollar acciones compartidas parta precisamente del respeto a la diversidad cultural.

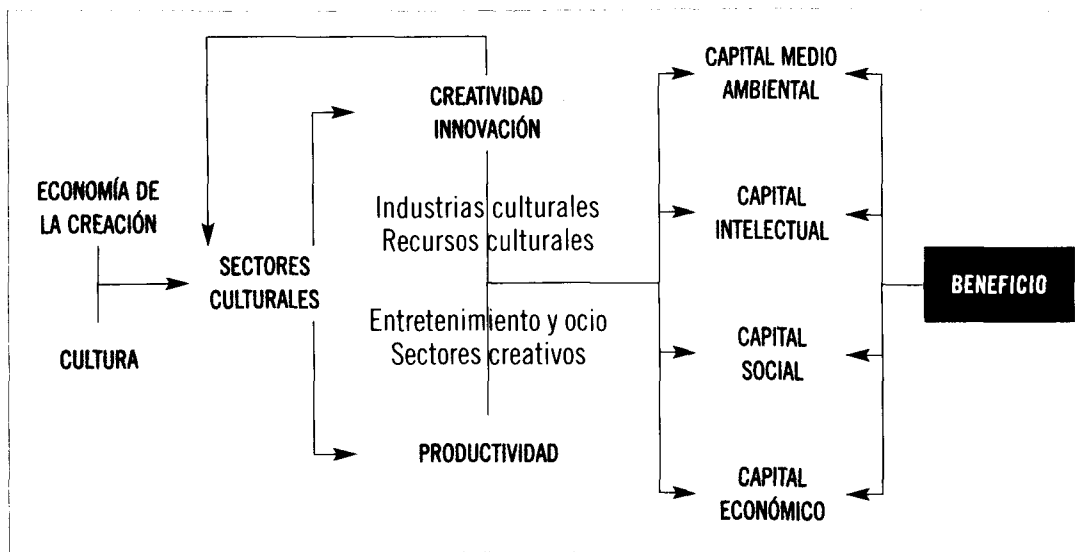
La complejidad de las soluciones, el desafío que se impone para repensar procesos e innovar con enfoques inexplorados, constituyen argumentos sólidos para considerar que una lectura de la situación imperante desde la perspectiva de la Cultura puede contribuir notablemente a la reflexión en un marco más amplio y, como consecuen-

cia, conducir a la adopción de políticas y estrategias más apropiadas que puedan retomar la senda del desarrollo en la Región.

RECONOCIMIENTO MUTUO

Cultura es la base del reconocimiento mutuo, del desarrollo sostenible, de la democratización, del desarrollo humano, de la diversidad social. De allí que los modelos economicistas que han imperado en la Región tendrían que incluir la variable cultural, que no es otra cosa que las especificidades sociales. Desde el punto de vista estrictamente económico, la imagen de un pueblo son sus productos culturales y Latinoamérica se hace visible a través de esos productos. Queda mucho por hacer para medir la potencia económica de la Cultura; para entender que a mayor creatividad, mayor productividad; para admitir que a mayor Capital Social, mayor Capital Económico; para establecer que las industrias culturales, por su creatividad y diversidad, son nuestras mejores herramientas para incursionar en la Economía global. Todo lo cual, a su vez, redonda en crecimiento social. O, más específicamente, en capital cultural.

Figura n.º 3
Capitales generados por la relación Economía y Cultura



Fuentes: Elaboración propia. 2004.

Las tendencias actuales apuntan hacia la comprensión de la cultura como una parte central del capital social (ver Figura n.º 3). De hecho, se evidencia que los países que han sabido apoyarse en ella y potenciarla, han generado, a partir de la misma, modelos organizacionales inéditos, conocimientos nuevos, redes de cooperación interna, creación de fuentes directas de empleo y numerosas industrias, entre otros beneficios. Todo ello, ha enriquecido su perfil como sociedades y, simultáneamente, ha mejorado tanto su «calidad de país» como su competitividad. Cultura y capital social son, justamente, esas «claves olvidadas», esas «palancas formidables» para el desarrollo, como el mismo Bernardo Kliksberg las califica. La cultura subyace en todas las dimensiones, en todos los planos de una sociedad. Definida como «maneras de vivir juntos» por la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO, la cultura es ese conjunto de valores, costumbres, ideas y muchos otros elementos compartidos, que conforman la identidad de las personas. La cultura, como «factor decisivo de cohesión social», según el mismo autor, cruza todas las dimensiones del capital social de una sociedad. «La cultura subyace bajo los componentes básicos considerados para creación del capital social, como la confianza, el comportamiento cívico, el grado de asociatividad. Las relaciones entre cultura y desarrollo son de todo orden y asombra la escasa atención que se les ha prestado. Aparecen potenciadas al revalorizarse todos estos elementos silenciosos e invisibles, pero claramente operantes, involucrados en la idea de capital social.»

En ese rango complejo de desafíos, no por focalizada menos importante, se propone aquí una mínima visión: el desarrollo económico de la región debe ir de la mano de la cultura, y la cultura debe ser prioritaria en la agenda política del desarrollo. Dicho de mejor manera, en palabras de Jesús Martín Barbero: «En un gabinete ejecutivo, el ministro de Cultura es el que tiene la mejor visión de país».

a) Generación de riqueza

Las culturas que pueblan el continente son generadoras de muchos tipos de riqueza. En este sentido, cabe proponer que la cultura debe convertirse en un sector de inversión y desarrollo. Reemplazar la antigua concepción, que trataba a la cultura como un ámbito de gasto social para los Estados o como una esfera librada a la buena voluntad de algunos mecenas, por una concepción moderna, que la entienda

como un área de inversión social, de democratización y de generación de riqueza, es el principal enfoque que debe renovarse.

b) Inclusión

La esencia de una política cultural formulada con coherencia es fundamentalmente inclusiva, y la raíz de muchos de los problemas que se han venido acumulando, desde la conquista hasta nuestros días, es precisamente la exclusión de grandes y diversos sectores sociales. Desde su dignidad como seres humanos hasta sus manifestaciones culturales, los hemos ignorado o borrado. Incluirlos a través del respeto a sus creencias, a sus maneras de ver el mundo, a sus modos de representar o narrar sus propias circunstancias, puede y debe ser una primerísima tarea que redundará, sin duda, en mayor riqueza y mayor capacidad de entendimiento.

La exclusión social no es sólo un problema étnico sino, mayoritariamente, un problema de falta de oportunidades. Es más bien la amenaza que se cierne sobre la invisibilidad de las diferencias. No basta tan sólo con que los derechos de las minorías estén reconocidos en las constituciones nacionales cuando los escenarios de la cotidianidad revisten poca o nula protección jurídica. El desafío es mucho mayor cuando reconocemos que se trata de revertir nociones históricas, bien enquistadas, en las que el otro o es culpable o no existe.

c) Aceptación latina

No podría negarse la creciente aceptación en el mundo de las formas de creatividad latinoamericanas. Sin miedo a exagerar, podríamos admitir que lo latino está de moda. La rentabilidad de esta moda, sin embargo, queda fuera del orbe latinoamericano, por lo que hay que ser cautos y asertivos a la hora de recuperar los beneficios económicos y de imagen que este sello distintivo produce. Como las modas surgen y desaparecen casi con la misma facilidad, no podemos acometer medidas abruptas que puedan significar efectos adversos. La cautela y cabal comprensión de las reglas de este mercado, sin duda que especial, deben formar parte igualmente de una primera agenda de trabajo.

d) Cultura pacífica

A diferencia de lo que ocurre en otras partes del mundo, Iberoamérica no ha tenido enfrentamientos tan graves o choques tan críticos

por razones culturales o religiosas como se conocen o se dan en otras regiones del globo. Los movimientos indígenas más bien se han fortalecido organizacionalmente y han adquirido un vigoroso y determinante protagonismo político, en gran medida porque han sabido sacar partido a las ventajas de la globalización, en temas como recursos financieros (fund-raising) y sistemas de información.

Los latinoamericanos tienden a sentirse *hermanos*, sobre todo a la hora de reconocerse como emigrantes, tanto en Europa como en Norteamérica. Este sentimiento ha ido generando una pertenencia abstracta, incompleta, pero ha podido sembrar un ambiente de cordialidad y posibilidades de aceptación mucho mayor que el de ninguna otra región del planeta. No aprovechar esta condición cultural, que en términos económicos se traduce por una fuerte ventaja competitiva, sería un contrasentido.

e) Diálogo intercultural

La generación y la continuidad de los diálogos multiculturales ayudan a fortalecer la gobernabilidad. Es muy probable que los países iberoamericanos encuentren lazos más fuertes en el ámbito de la cultura que en la gestión de sus economías, cada vez más desiguales en términos de tamaños y grados de desarrollo. La Unión Europea consolidó su actuación a partir de una búsqueda de la igualdad económica que luego dio pie a procesos integradores sólidos. Una mayor integración para Iberoamérica pasa por una estrategia que coloque a la cultura como parte de las prioridades. Si contemplamos las cuatro fases de la integración, que son la económica, la política, la social y la cultural, vemos que éste ha sido el orden seguido por la Unión Europea para consolidarse y avanzar. Tal vez el esquema tendría que ser diferente en Latinoamérica y comenzar por los aspectos culturales, suscribiendo lo que en Europa se llamó una convención cultural, esto es, un acuerdo sobre consensos mínimos para arrancar. La convención cultural iberoamericana puede ayudar a ese necesario punto de arranque, que no podrá acordarse sin verdadero diálogo intercultural.

El equilibrio de la relación entre Iberoamérica y el resto del mundo dependerá de lo que la Región sea capaz de hacer en términos de mejor organización, eficiencia del trabajo, eliminación de debilidades y revisión de las oportunidades que se presenten en la economía internacional. No deberíamos entender por diálogos interculturales la

aplicación de recetas foráneas a problemas similares, que vemos en otros países. Podemos tener, por ejemplo, la mejor disposición para generar empleo competitivo y de calidad, pero nada hacemos si no tenemos un sistema educativo que forme a la gente con esos principios. Los modelos de otros países y realidades son importantes, pero su aplicabilidad en la Región puede ser contraproducente, si antes no aseguramos un diálogo intercultural con nuestros propios problemas, con nuestra propia realidad cultural. Generar soluciones propias, bien pensadas, bien justificadas, nos diferenciaría del patrón que venimos repitiendo desde tiempos de la emancipación.

El rasgo más definitorio de Iberoamérica es la diversidad cultural. Pero una diversidad sin diálogo intercultural, que no ha buscado posibles mejoras, podrá conseguir que los mejores modelos fracasen. Si no respetamos la diversidad cultural de una Nación —que en definitiva es el reconocimiento del Otro—, no podremos asegurar su integridad en el tiempo. Iberoamérica debe alejarse del fantasma de la balcanización que tanto daño ha hecho y sigue haciendo en otras regiones del mundo.

f) Invisibilidad de las diferencias

No es fácil explicar la necesidad de los diálogos interculturales en aquellas naciones donde no hay poblaciones indígenas grandes. Como tampoco es fácil reconocer o identificar los ambientes en que los que dicho diálogo se debe propiciar. Las elites latinoamericanas ofrecen resistencia cuando se exponen tópicos, como racismo, colorismo o discriminación social. Las últimas Constituciones de Bolivia, Ecuador, Colombia y Venezuela definen a sus pueblos como sociedades multiculturales. La de Ecuador, incluso, reconoce la existencia de África Ecuatorial con derechos y relaciones positivas. Pero, más allá de las disposiciones legales, debemos reconocer que las diferencias étnicas no lo son todo. Las distancias de acceso a la cultura —las maneras de estar en la modernidad— generan diferencias culturales profundas que, a la larga, se traducen en visiones encontradas o en fracturas sociales.

La invisibilidad de las diferencias constituye una verdadera amenaza, una preocupante bomba de tiempo en los escenarios de la gobernabilidad regional. Una sociedad que invisibiliza sus diferencias está nutriendo la raíz fundamental del terrorismo, que no es otra que la ex-

clusión, que la negación del otro. Si los demás niegan permanentemente la existencia de alguien, ese alguien se hará notar al final de una u otra manera. Ya lo dijo Martin Hopenhaym: el grave problema de Latinoamérica, desde tiempos de la colonia, es lo que se denomina la alteridad negativa, esto es, el Oro o es culpable o no existe. Esa alteridad negativa no constituye una forma de construir sociedades. Cada vez que, en el panorama de la integración, se aparece un indígena, un pobre, un campesino, un homosexual o un protestante, tendemos a verlo de manera despectiva, como alguien que no califica para el modelo de país que queremos construir. Esa descalificación lleva a la invisibilidad, y esa invisibilidad puede llevar al terrorismo.

g) Identidad compartida

Si algo es importante en Latinoamérica es que representa la más grande y poblada región geopolítica del planeta, con el mayor número de señales de identidad compartidas: una lengua común, un punto de partida histórico también común y una unidad religiosa, que convive de manera peculiar con la espiritualidad popular de origen indígena y afroamericano. En este punto, nos encontramos con la gran paradoja de que esa unidad cultural no se expresa en herramientas o modos de organización políticos que fortalezcan el viejo sueño de integración.

A diferencia de la Unión Europea, que conquistó un instrumento de integración obviamente eficiente, salvando las dificultades de una realidad absolutamente multicultural integrada por más de trece idiomas, Latinoamérica representa ya un mercado ampliado que genera y tiene un enorme potencial de negocios, en el ámbito iberoamericano, en materia cultural.

A esto hay que agregarle dos potenciales identitarios más. El que se construye de una manera cada vez más integrada en el espacio de lo iberoamericano, y el que ha extendido el espacio cultural latinoamericano al seno mismo de Estados Unidos y, en la actualidad, de forma naciente, también a Europa, donde se ha concentrado un volumen de población inmigrante que es hoy día una extensión y una suerte de laboratorio monumental, pero también un mercado en permanente crecimiento, de la cultura y la identidad hispano, ibero y latinoamericana. Y, por último, Latinoamérica es también, y de modo especial a partir de las nuevas exigencias de reconocimiento, un territorio de reavivación de las culturas indígenas que, cada vez más, aprenden a con-

vivir con la modernidad, sin tener que pagar el precio de la autonegación o el aislamiento, sino planteando nuevas formas de ciudadanía multicultural que enriquecen cada vez más este colectivo en permanente transformación.

Debemos hacer un esfuerzo por identificar los mínimos comunes de esa identidad compartida. Un continente, que tiene tantas lenguas silenciadas, debería poder reunirse, por ejemplo, en torno a la celebración del cuarto centenario de *El Quijote*. Otro punto importante es determinar qué tan específica es la latinidad, en la cual están insertos los países iberoamericanos, cómo se relacionan en un espacio lingüístico de tres aristas –francés, portugués y castellano– pero también de lenguas originarias –aymará, quechua y demás hablas indígenas–. ¿Las relaciones dentro de la latinidad, por ejemplo, son iguales a las relaciones que se establecen entre los países europeos? Los mínimos comunes nos pueden llevar a identificar aquellos elementos que nos hacen sentirnos orgullosos como cultura. Más que advertir las diferencias culturales, debemos advertir las confluencias culturales que nos permiten ser una unidad dentro de las diferencias.

h) Relación con las tecnologías de la información y la comunicación

Queda claro que, en el presente, estar al margen de las TICs es una circunstancia de dramática exclusión cultural, tan similar a lo que significaba, en los siglos XIX y XX, ser analfabeto. Los reducidos niveles de acceso de la población latinoamericana a estas nuevas tecnologías y redes, y las débiles iniciativas desarrolladas para saldar la brecha, exigen un salto ambicioso que coloque el tema tecnológico en el centro mismo de las estrategias culturales, esto es, que, al mismo tiempo que apunte a democratizar y universalizar su uso, lo haga, no para generar nuevos formatos de dependencia cultural, sino para reforzar y multiplicar la diversidad cultural propia en un mundo global que demanda nuevas formas de comprensión y defensa de las identidades.

El tema tecnológico no es sólo un tema de vínculos con la modernidad y la universalidad. La ausencia de creatividad en las escuelas, la falta de información bilingüe en los países que lo son, el escaso fomento de la innovación, la necesidad de abrir nuevos canales para la producción cultural independiente y la creación de mercados más abiertos a negocios propios, seguramente encontrarán respuestas en el potencial y la capacidad de las TICs.

Las tecnologías de la información y de las comunicaciones contienen desafíos y oportunidades en cuanto a las políticas culturales y su articulación con las estrategias económicas. No hay que perder de vista la enorme importancia que tienen las industrias culturales, en términos económicos, para sus países de origen, pero también en términos de irradiación de valores, principios, imágenes y pautas de comportamiento.

Es importante desarrollar una legislación adecuada frente al desafío de las nuevas tecnologías, una legislación que sea expresión de una visión más integrada de las políticas culturales. El Estado debe comprometerse a que todos los niños tengan acceso a una tecnología informativa en sus distintos niveles de educación. Igualmente, debe pensar en una estrategia que vincule la participación con las nuevas tecnologías de información.

Cuadro n.º 3
Indicadores de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)
en los países miembros de la ALADI

| País | Población 2001 (millones de personas) | Penetración INTERNET (%) | Servidores WEB (cantidad) | Computadoras (en miles) | Teléfonos (en miles) |
|--------------|--|---|--|------------------------------------|---------------------------------|
| Argentina | 37,49 | 8,8 | 465.359 | 2.000 | 15.082,9 |
| Bolivia | 8,52 | 1,8 | 1.522 | 170 | 1.258,8 |
| Brasil | 172,56 | 4,6 | 1.644.575 | 10.800 | 66.176,5 |
| Chile | 15,50 | 20,0 | 122.727 | 1.300 | 8.974,9 |
| Colombia | 42,80 | 2,7 | 57.419 | 1.800 | 10.460,0 |
| Cuba | 11,24 | 1,1 | 878 | 220 | 580,7 |
| Ecuador | 12,88 | 2,5 | 3.383 | 300 | 2.194,9 |
| México | 100,37 | 3,6 | 918.288 | 6.900 | 33.669,0 |
| Paraguay | 5,64 | 1,1 | 2.704 | 80 | 1.438,8 |
| Perú | 26,09 | 11,5 | 13.504 | 1.250 | 3.567,3 |
| Uruguay | 3,36 | 11,9 | 70.892 | 370 | 1.470,9 |
| Venezuela | 24,63 | 5,1 | 22.614 | 1.300 | 9.248,2 |
| ALADI | 436,45 | 5,3 | 3.323.865 | 26.490 | 154.122,9 |

Fuentes: ITU, Marzo 2002.

Los indicadores básicos que permitan establecer el estado de difusión de las TICs (ver Cuadro n.º 3) son básicamente el número de líneas telefónicas fijas, el número de unidades móviles, el número de computadoras y el número de usuarios por país. Según la ITU, hacia diciembre de 2001, el número total de líneas telefónicas en la región era de 154,1 millones, de las cuales 84 millones eran fijas y 70 millones móviles. El número estimado de usuarios de Internet era de 24,2 millones, correspondiendo a la Región un 4,8 por 100 del total de usuarios a nivel mundial. La infraestructura de telecomunicaciones de los países es clave para la difusión de las TICs. En este sentido, al observar la cobertura telefónica por países se obtiene la primera señal de cómo las economías pueden llegar a difundir los beneficios de las TICs en sus respectivas poblaciones.

La primera conclusión que se desprende, a simple vista, de las tablas anteriores es que el número de servidores *web* instalados en un país no parece ser una variable determinante para la difusión de las TICs, ya que la enorme cantidad que posee Estados Unidos (77,3 por 100) sirve a toda la Red a nivel mundial. En consecuencia, este factor es más bien una externalidad que Estados Unidos pone a disposición del resto de los países para sostener la viabilidad y operabilidad de Internet, lo que, a su vez, genera costos significativos para los países de la región, en cuanto a tráfico informático. El número de dominios, como indicador complementario, ha sido descartado como apropiado porque podría estar condicionado por otras variables correlacionadas que distorsionarían la medición. Es un hecho que quienes más demandan dominios en Internet son las empresas privadas, con fines casi siempre comerciales. Finalmente, no existe, hasta la fecha, una medida estándar establecida para todos los países que permita realizar comparaciones apropiadas, puesto que el número de dominios varía dependiendo de la fuente.

Los supuestos de partida para comprender estas calificaciones serían los siguientes:

- 1) La información, distribuida y permeabilizada en todos los ámbitos de la sociedad debe ser considerada un insumo fundamental para la toma de decisiones, comprendiendo los aspectos políticos, económicos, comerciales, educativos y culturales.

Cuadro n.º 4
Indicadores de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)
en Economías Avanzadas. Año 2001

| País | Población 2001 (millones de personas) | Penetración INTERNET (%) | Servidores WEB (cantidad) | Computadoras (en miles) | Teléfonos (en miles) |
|--------------------------------|--|---|--|------------------------------------|---------------------------------|
| Alemania | 82,36 | 36,43 | 2.426.202 | 27.640 | 108.525,0 |
| Austria | 8,14 | 31,94 | 326.016 | 2.270 | 10.375,9 |
| Bélgica | 10,29 | 28,00 | 351.970 | 3.500 | 12.764,0 |
| Canadá | 31,02 | 43,52 | 2.890.273 | 12.000 | 30.243,2 |
| Dinamarca | 5,37 | 44,69 | 561.056 | 2.300 | 7.836,1 |
| España | 40,43 | 18,27 | 538.655 | 6.800 | 43.921,2 |
| EE.UU. | 285,93 | 49,95 | 106.193.339 | 178.000 | 317.000,0 |
| Finlandia | 5,20 | 42,99 | 886.916 | 2.200 | 6.889,0 |
| Francia | 59,34 | 26,38 | 788.897 | 20.000 | 69.955,2 |
| Grecia | 10,60 | 13,21 | 143.240 | 860 | 13.569,7 |
| Holanda | 16,10 | 32,92 | 2.632.137 | 6.900 | 21.900,0 |
| Hungría | 9,97 | 14,84 | 167.585 | 1.000 | 8.698,0 |
| Irlanda | 3,84 | 23,31 | 128.092 | 1.500 | 4.660,0 |
| Italia | 58,02 | 27,58 | 680.461 | 11.300 | 76.001,0 |
| Luxemburgo | 0,45 | 22,22 | 13.965 | 230 | 782,4 |
| Polonia | 38,63 | 9,84 | 489.895 | 3.300 | 21.450,0 |
| Portugal | 10,30 | 34,95 | 246.534 | 1.210 | 12.347,2 |
| Rep. Checa | 10,27 | 13,63 | 215.525 | 1.250 | 10.615,0 |
| Rep. Eslovaca | 5,40 | 12,04 | 72.557 | 800 | 3.703,6 |
| Suecia | 8,91 | 51,63 | 735.200 | 5.000 | 13.452,0 |
| Turquía | 66,28 | 3,77 | 106.556 | 2.700 | 38.900,9 |
| UK | 60,08 | 39,95 | 2.230.976 | 22.000 | 81.736,0 |
| UE | 384,80 | 31,56 | 13.251.373 | 116.010 | 492.551 |
| OECD | 826,93 | 27,38 | 122.826.047 | 312.760 | 915.325 |
| Noruega | 4,53 | 59,60 | 305.107 | 2.300 | 6.999,0 |
| Suiza | 7,22 | 40,40 | 527.592 | 5.000 | 10.409,0 |
| Islandia | 0,29 | 67,24 | 54.668 | 120 | 425,9 |
| Corea del Sur | 47,74 | 51,07 | 439.859 | 12.000 | 51.770,3 |
| Japón | 127,33 | 45,47 | 7.118.333 | 44.400 | 148.795,9 |
| Australia | 19,34 | 37,23 | 2.288.584 | 10.000 | 21.229,0 |
| Nueva Zelanda | 3,89 | 28,05 | 408.290 | 1.500 | 4.250,0 |
| Otras econo- mías avanzadas | 210,34 | 45,82 | 11.142.433 | 75.320 | 243.879,1 |
| Econ. avanzadas | 1.473,72 | 23,54 | 137.292.345 | 414.570 | 1.313.327 |

Fuentes: ITU, Marzo 2002.

2) En este escenario se inserta el concepto de la *brecha digital* (ver Cuadro n.º 5), fenómeno universalmente considerado como una de las barreras principales para la consolidación de una sociedad de la información y, como consecuencia, un obstáculo de alta importancia para alcanzar el nuevo paradigma de desarrollo.

3) La brecha digital es la manifestación de una forma de exclusión, con elevada potencialidad para ampliar las diferencias económicas, comerciales y sociales que separan a los países y regiones (brecha digital internacional) y a los individuos y organizaciones dentro de los países (brecha digital doméstica). La brecha digital se define como la diferencia que existe entre las personas (comunidades, provincias, países) que cuentan con las condiciones óptimas para utilizar adecuadamente las Tecnologías de la Información en su vida diaria y

Cuadro n.º 5
La brecha digital en algunos países de Latinoamérica

| Países | IDH | IAT | IAI | NDD | BD |
|----------------|-------|-------|-------|------|------|
| Noruega | 0,939 | 0,579 | 0,988 | 0,84 | 0,16 |
| Australia | 0,936 | 0,587 | 0,952 | 0,83 | 0,17 |
| Cánada | 0,936 | 0,589 | 0,955 | 0,83 | 0,17 |
| Suecia | 0,936 | 0,703 | 0,983 | 0,87 | 0,13 |
| Estados Unidos | 0,934 | 0,733 | 0,963 | 0,88 | 0,12 |
| Finlandia | 0,925 | 0,744 | 0,947 | 0,87 | 0,13 |
| Corea | 0,875 | 0,666 | 0,868 | 0,80 | 0,20 |
| Chile | 0,825 | 0,357 | 0,667 | 0,62 | 0,38 |
| Costa Rica | 0,821 | 0,358 | 0,689 | 0,62 | 0,38 |
| Argentina | 0,842 | 0,381 | 0,551 | 0,59 | 0,41 |
| Venezuela | 0,765 | 0,273 | 0,578 | 0,54 | 0,46 |
| Colombia | 0,765 | 0,274 | 0,536 | 0,53 | 0,47 |
| Perú | 0,743 | 0,271 | 0,570 | 0,53 | 0,47 |
| Ecuador | 0,726 | 0,253 | 0,445 | 0,47 | 0,53 |
| Bolivia | 0,648 | 0,277 | 0,420 | 0,45 | 0,55 |
| Mozambique | 0,323 | 0,066 | 0,109 | 0,17 | 0,83 |

aquellas que no tienen acceso a las mismas o que, aunque lo tengan, no saben utilizarlas.

4) La Brecha Digital no se relaciona solamente con aspectos de carácter tecnológico. Es más bien el reflejo de una combinación de factores: socioeconómicos, culturales, políticos y de infraestructura de telecomunicaciones.

5) La educación de los ciudadanos, consumidores y usuarios dentro del territorio del Estado debe tener un componente de *marca cultural*, en el sentido de la valoración del papel de la información y del conocimiento en todas las actividades.

6) La brecha digital es una expresión más de la exclusión del acceso a múltiples recursos que afecta a una proporción significativa de la población. Favorecer el desarrollo de las TICs sólo tiene sentido como esfuerzo prioritario en la medida en que contribuya a la superación de estas barreras.

Es importante desarrollar una legislación adecuada frente al desafío de las nuevas tecnologías, una legislación que sea expresión de una visión más integrada de las políticas culturales. El Estado debe comprometerse a que todos los niños tengan acceso a una tecnología informativa en sus distintos niveles de educación. Igualmente, debe pensar en una estrategia que vincule la participación con las nuevas tecnologías de información.

LOS DESAFÍOS

a) Dotar de contenidos culturales a los nuevos modos de transmitir y comunicar

Las industrias culturales son industrias de contenidos y se diferencian de las demás porque transfieren valores de conducta y de conciencia, fundamentales para moldear las identidades personales y colectivas. Su presencia en el mundo contemporáneo se ha tornado decisiva, no sólo por el peso económico que han adquirido en el seno de cada nación y en el volumen de comercio mundial, sino porque ellas —especialmente la televisión, las redes de Internet, la industria del disco y la cinematografía— son el alimento fundamental del tiempo asociado al ocio y el entretenimiento, que es hoy un componente vital de

los ciudadanos. Pero las industrias culturales también son decisivas en la creación del espacio público en donde ocurren los procesos que hacen comprensible la experiencia humana. De esta manera, los procesos de comunicación masiva se convierten en los escenarios fundamentales, ya sea para enriquecer, ya sea para empobrecer o uniformizar, espiritualmente, a las mayorías sociales.

No existirán políticas culturales realmente efectivas, capaces de dinamizar y corregir las *fallas* de los respectivos sistemas culturales, si no es posible intervenir de la manera más democrática posible en los modos masivos de transmitir y comunicar. Esta dimensión es tan importante como lo participativo, lo local, la especificidad de las comunidades, la defensa de los modos de producción artesanal. Cuando las políticas de participación cultural se traducen en beneficios económicos, el efecto material trae consigo refuerzos en la identidad y la autoimagen de las comunidades.

b) Generar políticas culturales nuevas

La formulación de las políticas culturales de los Estados no ha sido suficientemente efectiva a la hora de contemplar todo lo referente a la tercera parte de la vida de un ciudadano, que es la que éste dedica al ocio y la recreación, mientras las industrias culturales y de la comunicación sí son rápidas y adaptables. Si la orientación para formular políticas viniera definida desde una perspectiva económica, a la que todos somos tan sensibles, quizá su repercusión sería mayor en nuestros gestores y administradores. Hasta que la economía no entra en juego, la acción no comienza a desarrollarse: lo económico es el promotor de la ejecución en la política. La significativa repercusión económica que los diversos indicadores arrojan, cuando se mejoran las condiciones de disfrute y aprovechamiento del ocio de nuestros ciudadanos, debería ser razón suficiente para el desarrollo de esas políticas. ¿Cómo mejora, por ejemplo, los festivales de teatro de Bogotá o Caracas la alegría ciudadana? ¿Y cómo esa alegría ciudadana redundaría en mayor convivencia? Asegurar que la gente participe o administre su alegría es un factor que regula el ocio.

Políticas culturales: líneas de fuerza

Para los economistas clásicos, toda nueva política se justifica si se generan externalidades positivas en el mercado. Pero si pensamos en

términos de desarrollo cultural con incidencia en lo social, no con- vendría que la relación entre Economía y Cultura fuese valorada sólo por sus resultados estrictamente económicos o cuantitativos. Se entiende que hablemos de rentabilidad porque estamos partien- do del concepto de capital social, de desarrollo humano, pero no debemos olvidar que estas preocupaciones parten de una nueva comprensión de la economía, que valora altamente el tema de la diversidad humana, de las subjetividades y de la institucionalidad como componentes fundamentales de la creación de riqueza y de bienestar social. Queda claro que valorar la economía no significa asu- mir la lógica economicista. No sólo podemos valorar la cultura en función de las externalidades positivas que directa o indirectamen- te genere. Más que de economizar la cultura, se trataría de culturi- zar la economía.

Sobre políticas culturales públicas, hay varias líneas de fuerza que ha- bría que desarrollar:

- 1) Aceptar que ha habido una hiperproducción de textos jurídicos e, incluso, unas modalidades de diseño político, que han obstaculizado los formatos de organización y planificación.
- 2) Reconocer que las políticas no han sido construidas participati- vamente, no han contado con las metodologías de diversa escala que recogen lo que a la gente realmente le interesa, no han definido los dis- tintos mecanismos de interpretación.
- 3) Reconocer que las nuevas políticas, en el caso específico de Latinoamérica, encierran preocupaciones que hoy tienen que ver directamente con las desigualdades, con el acceso al capital cultu- ral, con las inequidades que existen: no tener acceso a la creati- vidad o a la información influye en la calidad y la potencialidad de la gente.
- 4) Recuperar los espacios de convivencia, los espacios de participa- ción, los espacios públicos.
- 5) Reconocer la necesaria articulación que debe haber entre los go- biernos centrales y los gobiernos regionales para que las políticas sean realmente efectivas.

Estos cinco paradigmas nos podrían ofrecer la base, el mínimo consenso, para el desarrollo de una política cultural contemporánea, siempre y cuando ésta sea el resultado de un acuerdo entre los poderes públicos y la sociedad civil.

c) Abrir diálogos interculturales en la región

La CAF ha sostenido que el futuro de la región depende, en gran medida, de las estrategias que se adopten dentro de la propia región. *«Para el futuro desarrollo de la región latinoamericana, más importante que lo que suceda en el mundo será lo que hagamos nosotros mismos para organizarnos mejor, trabajar más eficientemente, eliminar nuestras debilidades, así como aprovechar las oportunidades que se presenten en la economía internacional¹».*

La cultura es, quizá, la herramienta más poderosa para dar con los rasgos más definitorios de la región. Diversidad sin diálogo ha sido una peligrosa constante histórica que, de mantenerse en el tiempo, puede comprometer los mejores modelos y los más novedosos formatos institucionales. Fenómenos como los nacionalismos, que están emergiendo con fuerza inusitada, pueden terminar por salpicar a toda la región, si no se toman antes las medidas deseadas.

El diálogo se hace cada vez más difícil porque nuestros jóvenes crecen en culturas «aculturadas», esto es, en culturas que son las que ven en los medios, que no se amoldan a los nuevos tiempos y que no proponen salidas eficaces, como sí lo hacen los procesos que se presentan, según los medios, en otras latitudes. Este menosprecio por lo propio, en función de una sublimación de lo ajeno que llega a través de los diferentes formatos en activo, compromete un diálogo fructífero, real.

d) Interconectar cultura con desarrollo

«Hoy los bienes públicos no dependen ya sólo de los gobiernos, sino de formas sinérgicas de articulación entre los gobiernos, el sector privado y el sector social. Y gobernar hoy es saber crear dichas estructuras de interrelación y no sólo adoptar políticas públicas y capacidades administrativas desde organismos gubernamentales²». La ambigüedad que, para los gestores económicos, ha tenido hasta aho-

ra la estrecha relación entre cultura y desarrollo encuentra, en esta afirmación, un impacto profundo de acción, sobre todo si se toma en cuenta para el campo de las industrias culturales, que ha de ser regulado por el Estado, gerenciado por el capital privado y disfrutado y aprovechado por un grupo social determinado. El ensayo de un nuevo modelo de Estado regulador, y no solamente productor, se debe y puede practicar en un nuevo terreno de experimentación.

Hoy sabemos que no siempre Crecimiento va unido a Desarrollo, y asimismo que cada vez es más apropiado pensar que no existe una vía única al Desarrollo, como tampoco una expresión de éste en situaciones iguales o con indicadores homogéneos. En este sentido, resulta afortunada la fórmula de Amartya Sen cuando afirma que el Desarrollo consiste en la ampliación de las libertades, lo cual no puede significar exactamente lo mismo en cualquier tiempo y lugar. La libertad misma es una noción cargada de valoraciones culturales que merecen respetarse y fomentarse en sus manifestaciones concretas.

Protección de la creación

En Latinoamérica son admirables las producciones editoriales, musicales, discográficas o cinematográficas. Igualmente, el crecimiento y la valoración de la fuerza económica, que generan fiestas y tradiciones populares, y la venta de productos artesanales. En un continente que tiene la particularidad de exhibir manifestaciones populares tradicionales de un vigor y una vitalidad que también se traducen en ganancias económicas tangibles, el enfoque debería ser que la riqueza y la diversidad culturales sean las que otorguen potencialidad económica y ventajas competitivas a nuestros países. De allí que el acento de las políticas culturales deba ponerse en la creación artística o colectiva. No hay un sistema institucional que defienda la creación, que defienda a los creadores. La riqueza de las fiestas populares latinoamericanas es que no se pueden explotar en otro sitio distinto al que se celebran. La obra de los creadores, en cambio, sí se explota en otras latitudes, en detrimento de nuestra institucionalidad cultural. Por lo tanto, tenemos que fortalecer la necesidad de generar nuevas políticas y nuevas legislaciones que permitan defender tanto a nuestros creadores como a los ingresos que ellos generan. Los creadores latinoamericanos son de los que más venden en el mundo y, en consecuencia, hay que fortalecer las legislaciones que favorezcan los derechos de autor.

Si un país determinado desarrolla su potencia de generar industrias culturales, también desarrolla conceptos claves como ciudad creativa, como mayor defensa de derechos de autor y como mayor protección de la creatividad local. Ese potenciamiento del desarrollo local conlleva a la autoestima y, económicamente hablando, desemboca en externalidades positivas.

e) Identificar y respetar las raíces comunes europeas, africanas y las propias heredadas del continente

En 1992, a raíz de la celebración que se propició alrededor del Quinto Centenario del encuentro entre culturas hispánicas y culturas americanas, el escritor mexicano Carlos Fuentes sostuvo en su libro *El espejo enterrado* lo siguiente:

«Pocas culturas en el mundo poseen una riqueza y continuidad comparables. En ella, nosotros, los hispanoamericanos, podemos identificarnos e identificar a nuestros hermanos y hermanas en este continente. Por ello resulta tan dramática nuestra incapacidad para establecer una identidad política y económica comparable. Sospecho que esto ha sido así porque, con demasiada frecuencia, hemos buscado o impuesto modelos de desarrollo sin mucha relación con nuestra realidad cultural. Pero es por ello, también, que el redescubrimiento de los valores culturales pueda darnos, quizá, con esfuerzo y un poco de suerte, la visión necesaria de las coincidencias entre la cultura, la economía y la política. Acaso ésta es nuestra misión en el siglo que viene.»

Según Fuentes y tantos otros pensadores, la variable cultural condiciona todas las demás. Sostener modelos de desarrollo, sistemas de creencias, esquemas identitarios postizos, sobrepuestos sobre realidades complejas que, a veces, resulta más fácil ignorar, constituye la raíz de una cadena de errores que hemos repetido a lo largo de las diferentes fases históricas. Si alguna lección nos imponen nuestros novelistas y artistas, es la de ensayar permanentemente un ejercicio de comprensión, de abarcamiento, de revelación de la complejidad de nuestro mestizaje cultural. Lejos de los mecanismos de opresión, donde un *canon* se establece por encima de los otros, necesitamos reconocer los distintos imaginarios, las variadas cosmovisiones. En expresiones culturales como la gastronomía, la artesanía o las fiestas populares, las diferencias desaparecen porque se funden en una tota-

lidad expresiva. Así también lo han entendido las expresiones contemporáneas, cuando funden discursos o imágenes diversas en un solo sentido propositivo. Si esta lección de los géneros artísticos, que se funden y refunden, la pudiéramos llevar a otros terrenos del conocimiento, quizá nuestra apuesta civilizatoria fuese otra, más auténtica, más cónsona con los enormes desafíos de la vida contemporánea y de la integración planetaria. O, dicho en las palabras de Carlos Fuentes: «El discurso cultural de Hispanoamérica es la fuente genésica en la que los otros discursos de nuestra peculiar Modernidad —llámese el económico, el social o el político— deben abrevar su sed para crear modelos verdaderamente propios y originales.»

LAS CONTRIBUCIONES DE LA CULTURA A LA ECONOMÍA

Del sector económico, la cultura ha descubierto poco. Sabemos que hay unas externalidades positivas, que se generan a través de un incremento del capital cultural y que traen beneficios económicos constatables y contables. Sin embargo, la visión que de la cultura tienen los otros sectores es generalmente de incompreensión. Prevalece aún la mirada —sobre todo desde los ministerios de Finanzas o de Planificación económica— de que la cultura es gasto social y no inversión social. Por lo tanto, hay que dar a entender que la cultura es una parte más de las políticas de Estado, tan importante o prioritaria como cualquier otra. Si, durante las décadas de los años '50, '60 o '70, la educación creció y se consolidó como política de Estado; si ya nadie discute que la escolaridad de los niños sea obligatoria; si en el sector ambiente hay consenso absoluto de que debemos potenciar la supervivencia del medio en el que vivimos; si en el sector sanidad siempre se apunta al derecho de tener una salud gratuita, con médicos bien formados y buenas instalaciones hospitalarias, en cultura debemos crear los mínimos culturales como política de Estado. Es el momento de preguntarnos: ¿en qué contribuye la cultura a la economía si ya sabemos en qué contribuye la educación, el ambiente o la salud? ¿Cuáles son los mínimos con los que puede contribuir la cultura para que el desarrollo sea más expedito, más efectivo? Como recomendación a los Estados de la región, consideramos que se podría ejercer un papel tutelar si se determina que las políticas culturales deberían tener el mismo nivel jerárquico de las otras políticas sociales. Si ya hay un referente admitido de que la educación, el ambiente o la salud son importantes para mejorar la calidad de vida, la cultura debería ser otro referente más.

Cultura como imagen de los pueblos

Al enfoque de la cultura, como política social prioritaria, habría que agregar la cultura como imagen de los pueblos. La marca, imagen o leyenda de un país tiene que ver básica y directamente con sus productos culturales. La imagen prestigiosa de Francia, por ejemplo, es lo que antecede a su gastronomía o a su industria vinícola. En uno de los pocos terrenos en los que los latinoamericanos han podido derrotar el sentido de pertenecer a una región inestable, atrasada políticamente y con grandes tragedias sociales, ha sido en el terreno cultural. García Márquez o Neruda, en el plano de la alta cultura, o Shakira u Óscar de León, en el plano del *show bussiness*, son nuestros embajadores en el mundo. Tenemos que demostrar el valor agregado —o la externalidad positiva— de la cultura, no solamente como producto que tiene unos índices económicos, sino también como producto que genera sentido de marca, nivel de calidad y atributos de imagen. Latinoamérica es también una manera de mirar el mundo y esa manera hay que contarla desde Latinoamérica, porque en el resto del mundo no la sabemos ver sino a través de los medios de comunicación. Latinoamérica no se cuenta a través de Latinoamérica, sino que es Europa o Estados Unidos los que nos la cuentan.

Como resumen de las contribuciones de la cultura a la economía, habría una genérica, que consiste en reconocer cómo la cultura enriquece la economía, y habría otra cuantitativa, que consiste en medir, según indicadores económicos, los aportes reales o sustanciales.

d) Riqueza y Diversidad cultural

Es crucial hacer también referencia a la cuestión de las diversidades étnico-culturales que son tan características en Latinoamérica, donde conviven tradiciones de origen indígena, hispánico, portugués, africano y también de otros países europeos. Quizá se pueda afirmar que Latinoamérica es una de las regiones más socio-diversas del mundo, y que esto ha dado lugar a una amalgama que en cierta medida se puede considerar una cultura nueva, con características identitarias propias. No obstante, Latinoamérica es también una Región con elevados grados de desigualdad, inequidad y exclusión.

Aunque en la mayoría de los países latinoamericanos se han adoptado sendos textos constitucionales, que ponen de manifiesto el carácter

pluricultural y multiétnico de nuestras sociedades, en muchos casos no se han derivado las necesarias consecuencias. Por eso se puede afirmar que todavía es largo el camino por recorrer para lograr un respeto efectivo de la diversidad cultural desde las políticas reales. Plasmar en la vida cotidiana unas prácticas de convivencia, que vayan más allá del discurso retórico inserto en las legislaciones, ya sería un avance importante.

Impacto económico de las prácticas culturales

Vale la pena reseñar algunos casos particulares que dan cuenta de la diversidad cultural en Latinoamérica. Por ejemplo, los impactos económicos de ciertas prácticas culturales, de las fiestas tradicionales o de las artesanías. Las fiestas del Carnaval de Río o de Barranquilla, o las fiestas venezolanas de los Diablos del Yare o de la Divina Pastora, son generadoras de economías rurales. ¿Qué volúmenes de dinero genera para Latinoamérica los carnavales de Oruro, de Barranquilla, de Río, y busquemos una comparación con algunas fiestas de España como Los Sanfermines de Pamplona, las procesiones de Semana Santa o las Fallas de Valencia? Obviamente, no estamos hablando de las mismas proporciones. ¿Habrá alguna fiesta que se reproduzca anualmente y genere un impacto económico y social tan grande como los Carnavales de Latinoamérica? En el Carnaval de Río, por ejemplo, tenemos tres dimensiones: una económica-turística global, otra de organización social (las cuadrillas trabajan todo el año; lo que además genera identidades locales y orgullos), y una tercera que es la del ciudadano común que ve trastocada su vida durante esa semana. Habría que determinar la riqueza que produce esta diversidad. No somos conscientes de ello, pero Latinoamérica es de las pocas colectividades en el mundo capaz de generar riqueza a través de sus tradiciones populares.

Cuadro n.º 6
Dimensionamiento de la demanda actual de Turismo Cultural. Caso de México

| Segmento | Turista nacional | | Turista internacional | |
|------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|------------|
| Motivado especialmente | 8.5 millones | 5.5% | 594.339 | 3% |
| Con interés ocasional | 53.3 millones | 35.7% | 7.3 millones | 37% |
| Total | 61.8 millones | 41.2% | 7.9 millones | 40% |

Cuadro n.º 7
Gasto promedio de turistas especialmente motivados por la cultura. Caso de México

| Gasto | Turista nacional | | Turista internacional | |
|-------------------------|------------------|------|-----------------------|------|
| | | | | |
| Gasto total por persona | \$260 US | 100% | \$615 US | 100% |
| Actividades culturales | \$62.40 US | 24% | \$129.15 US | 21% |
| Actividades turísticas | \$197.60 US | 76% | \$485.85 US | 79% |

Cuadro n.º 8
Valor del segmento motivado especialmente por la cultura. Caso de México

| Gasto | Turista nacional | Turista internacional |
|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| Gasto total por persona | \$260 US | \$615 US |
| Número de turistas | 8.5 millones | 594.339 |
| Total | \$2.210 millones US | \$365 millones US |

Cuadro n.º 9
Actividades favoritas de los turistas relacionados con la cultura. Caso de México

| Actividad / Recurso | Turista nacional | | Turista internacional | |
|--|------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| | Lugar | % Menciones | Lugar | % Menciones |
| Monumentos arquitectónicos | 1 | 18% | 2 | 23% |
| Museos o galerías | 2 | 17% | 4 | 13% |
| Arqueología | 3 | 13% | 1 | 27% |
| Gastronomía | 4 | 13% | 5 | 8% |
| Tradiciones, costumbres locales y ferias populares | 5 | 12% | 3 | 16% |
| Artesanías | 6 | 9% | 6 | 5% |
| Asistencia a conciertos y espectáculos | 7 | 9% | 6 | 5% |
| Otros | — | 9% | 9 | 3% |
| Total | — | 100% | — | 100% |

e) A mayor creatividad, mayor productividad

Estudios recientes que han abordado las relaciones entre creatividad y productividad, demuestran que, cuando la Cultura se inserta en los modos educacionales, estimula el interés, la actividad propia y la

capacidad de interconexión con el otro. Éstas son las cualidades imprescindibles para procurar que la sociedad se aproxime con más facilidad a la famosa ecuación I+I+D (Investigación, Innovación y Desarrollo), que está tan en boga en estos días y ante la cual tanto rezago presentan los países de la región.

Las reformas educativas han dejado siempre de lado una mirada cultural. Si esta matriz errónea persiste, nunca podremos alcanzar el nivel de desarrollo en investigación e innovación que nuestros países requieren. Si mantenemos los modelos de reformas que hemos desarrollado durante estas últimas décadas, sin ocuparnos de los nuevos modos sociales de transmisión del conocimiento, persistiremos en acrecentar la brecha de la pobreza, de la exclusión, de la marginalidad y, por lo tanto, estaremos estimulando la cepa de la violencia y de las revueltas que hacen imposible la gobernabilidad.

Creatividad en la Innovación empresarial

Estimular la creatividad de nuestros jóvenes no es la principal virtud de nuestro sistema educativo. No lo es en toda Iberoamérica. No es sólo un problema latinoamericano. España y Portugal ponen parches a los errores, a través de dotaciones presupuestarias mayores, pero no de ideas mejores. La conectividad a la que hace referencia Tomlinson en su libro *Globalización y Cultura*³ pone, cada vez más, de manifiesto el desfase entre los niños que crecen con capacidad creativa en su entorno, que estimulan su imaginación y pertenecen a la gama de privilegiados que interactúan con la modernidad, y la de los que no lo hacen.

Hay que evaluar cómo repercute la creatividad en la innovación empresarial y en el desarrollo de la propia creatividad. Hay estudios que demuestran la participación de los jóvenes en las entidades creativas y la repercusión que éstos tienen en la generación de pequeñas y medianas empresas. Las ciudades en las que más se había vinculado la educación en la participación de la cultura eran las ciudades en las que más se generaba después pequeña y mediana empresa, industria propia, y en las que más fácil resultaba la transferencia tecnológica. Mientras que en las ciudades en las que la vinculación no se había producido, la diferencia era absolutamente abismal: no se creaban pequeñas y medianas empresas, no había innovación, no había resultados de transferencia tecnológica.

f) A mayor capital cultural, mejoras en el capital social

Quien hoy tiene oportunidades, tiene también posibilidades casi infinitas. Pero quien no las tiene, se distancia de sus propias posibilidades en una proporción casi insalvable. Mejorar el capital cultural remite a la necesidad de mejorar la capacidades de acceso de la inmensa mayoría, que no tiene posibilidades. Propiciar el acceso es mejorar el capital social. Capital cultural y capital social son dos conceptos que deben ir de la mano, que deben ir unidos en una política que busque asegurar el acceso a oportunidades, fomentar la equidad, promover el respeto y, consecuentemente, fortalecer la cultura ciudadana y la cultura democrática.

CAPITAL CULTURAL

Si, tal como sugiere Huntington, convertimos el capital cultural del otro en un desafío clave para el crecimiento propio, estaremos aceptando, de forma indiscutible, que la mejor manera de conseguir el desarrollo sostenible es reconociendo la diversidad. Preservar el capital cultural, aumentar la capacidad de acceso a otros «capitales culturales» y fomentar el conocimiento mutuo de los diversos modos de estar sobre la Tierra, es aumentar el respeto entre pares y potenciar las democracias. Nuestra educación se ha quedado completamente desfasada, con esquemas del siglo XIX: seguimos enseñando a través de listas y los jóvenes aprenden a través de imágenes. Nadie les enseña a leer la imagen: se sientan delante de una televisión, sin capacidad de análisis. Si no hay acceso al capital cultural, comprometemos las mejoras en capital social.

Jesús Martín Barrero afirma que «hoy en día los analfabetos ya no son los que no saben leer, sino los que no saben incursionar en los nuevos procesos de formación». La forma de incursionar en los nuevos procesos de formación es a lo que debemos denominar capital cultural. ¿Qué significa extender el capital cultural en un país, facilitar las posibilidades de acceso a los bienes y hechos culturales? Significa generar unos beneficios en el desarrollo de la comprensión, en la capacidad de generación de riquezas, que raramente son medibles y cuantificables para un país. El acceso real de toda la población a los bienes culturales ha sido una preocupación de las políticas de Estado en Latinoamérica.

Cuando hablamos de bienes culturales, también hacemos referencia al capital cultural de la tecnología. No hemos logrado grandes accesos al capital cultural porque éste, en su inmensa mayoría, sigue estando en manos de la empresa privada. Si los Estados generan poco capital cultural, al menos deberían promover entes reguladores, capaces de socializar los bienes culturales o generar empresas culturales competentes de servicio público. Pongamos un ejemplo: Monte Ávila Editores en Venezuela fue uno de los grandes generadores de bienes culturales para una sociedad y, de pronto, desaparece para convertirse en algo que ya no importa. Consecuencias: para el venezolano medio, comprar un libro ha salido de sus prioridades de consumo.

Cuadro n.º 10

Consumo Cultural. Hábitos de Lectura. Caso de Venezuela

Lectura de libros en el último año que no sea un libro de texto o manual de lectura; según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003.

| | Total | Sexo | | Edad | | | | Estratos socioeconómicos | | | Familias con ... | | |
|-------------------|-------|-----------|-----------|-------|-------|-------|--------|--------------------------|-----|-----|------------------|----------|-----------|
| | | MAS | FEM | 18-24 | 25-34 | 35-49 | 50 y + | ABC | D | E | Niños | Adolesc. | Joven |
| Base: Filtrada | 755 | 388 | 367 | 218 | 188 | 185 | 164 | 255 | 281 | 219 | 424 | 240 | 401 |
| sí (%) | 49 | 47 | 51 | 54 | 48 | 44 | 48 | 56 | 48 | 39 | 46 | 40 | 50 |
| no (%) | 51 | 53 | 49 | 46 | 52 | 56 | 52 | 44 | 52 | 61 | 54 | 60 | 50 |

Un estudio reciente realizado en Venezuela (ver Cuadro n.º 10), demuestra que el 51 por 100 de la población entrevistada en la región capital de Venezuela, para el año 2003, no ha leído nada distinto a un libro de texto o manual de lectura, frente a un 49 por 100 que sí lo ha hecho. Del estudio también se desprende que las mujeres leen ligeramente más que los hombres y que los jóvenes, en mejores condiciones económicas, leen más que sus pares de las clases más bajas. Los índices de lectura en el estrato E llegan a un 61 por 100 de personas que no leyeron un solo libro durante 2003.

Apropiación Cultural

En todo lo que tiene que ver con apropiación cultural, hay dos aspectos claves. Uno es el relativo a la equidad, a la democracia, a la

justa redistribución o apropiación de la riqueza. Pero otro es el relativo a demostrar cómo el crecimiento del capital cultural genera una mejora en el capital social, lo que, a su vez, incide en la capacidad de consumo de la gente y en la generación de su fortaleza competitiva. Tenemos que desarrollar el itinerario que va del crecimiento del capital cultural, de la apropiación (porque no solamente se trata de mejorar el capital cultural sino también de mejorar los mecanismos de apropiación de los distintos sectores de la sociedad), al ciclo de incidencias en la dinámica económica.

La base de toda política cultural es 1) el respeto a la diversidad, 2) el fomento de la creatividad y 3) la creación de identidades. No está de más repetir estos tres factores: Diversidad, Creatividad e Identidades. Uno de los problemas fundamentales en Latinoamérica hoy es que el miedo se está insertando en los modos de comportamiento de la ciudadanía. El miedo se va institucionalizando porque las instituciones no generan confianza. La única manera de lograr mayor respeto a la diversidad es fortaleciendo la autoestima, es propiciando la confianza en sí mismo y en el entorno. Si el ciudadano y el colectivo sienten su diversidad preservada, esto redundará positivamente en su bienestar. Cuando el mayor respeto a la diversidad potencia la confianza, se está dando una respuesta política; pero cuando el mayor respeto a la diversidad potencia la competitividad, se está dando una respuesta económica.

g) Aporte de las industrias de la cultura

Conviene citar, de entrada, al estudioso Néstor García Canclini para dimensionar el papel que vienen jugando las industrias culturales en las diferentes economías y para dar cuenta del rol prioritario que ejercen en las diversas articulaciones entre Cultura y Economía:

«El entrelazamiento de economía y cultura se ha vuelto un lugar común del pensamiento mundial. Las altas inversiones requeridas por la producción de las industrias culturales (cine, televisión, música, informática) y las ganancias espectaculares producidas en estos campos volvieron a las empresas de la cultura parte significativa de la economía global. Si la industria musical ya manejaba, a mediados de la década de los noventa, 40 mil millones de dólares cada año, 90 por 100 de los cuales se concentraban en cuatro grandes *majors*

transnacionales, su importancia económica se acentuó en el último año con megafusiones entre empresas informáticas y de entretenimiento, como America On Line y Time Warner. Las exportaciones de la industria audiovisual constituyen el segundo rubro en los ingresos por exportaciones de Estados Unidos. En este país el sector cultural, sobre todo por la producción y exportación audiovisual, representa el 6 por 100 del Producto Interno Bruto y emplea a un millón 300 mil personas. En Francia abarca más del 2,5 por 100 del Producto Interno Bruto y sólo los medios de comunicación dan trabajo a medio millón de habitantes».

¿Son los bienes culturales una mercancía?

La relación de las actividades artístico-culturales y su nueva conexión con la economía impone crecientes desafíos a la actividad económica. Lo primero sería discernir si los bienes culturales son una mercancía, como cualquier otra, y si la circulación de estos bienes ha de estar sujeta a los mecanismos comunes de transacción. Una revisión de la teoría económica clásica, a la luz de estas nuevas industrias, sería aconsejable. Y en ese campo, tal vez los aportes más interesantes los han desarrollado Rifkin, con sus estudios sobre economía del acceso, y Bustamante, con sus estudios sobre industrias internacionales de la cultura. Área especialmente compleja, se requiere un abordaje especial por parte de los economistas y sobre todo enfoques propositivos.

El sistema de Cuentas Nacionales establecido por el gobierno de Chile entiende por mercancía «al bien o servicio destinado, normalmente, a su venta en el mercado a un precio que supera su costo de producción. Por analogía, las No Mercancías responden generalmente a propósitos del oferente y no a fines de lucro, y pueden estar a disposición en el mercado a un valor menor del de su costo, con el fin de satisfacer necesidades sociales y/o culturales»⁴. La oferta de bienes y servicios culturales puede provenir tanto de 'Mercancías' como de 'No Mercancías'. Si bien los sistemas comunes de medición utilizados, sólo se refieren a las 'Mercancías', a lo que es cuantificable como tal, no hay que perder de vista que las 'No Mercancías' reportan beneficios sociales que no son fácilmente cuantificables.

Tanto el gobierno chileno como el colombiano, han desarrollado importantes esfuerzos para cuantificar el impacto del sector cultura en

el mundo laboral. Las cifras hablan por sí solas. Empleo juvenil, empleo de mujeres, empleo con futuro, transferencias tecnológicas a los empleados, posibilidades de desarrollo laboral en otros países y dentro del mismo sector. Una serie de ventajas que muy pocas industrias presentan en estos momentos.

¿Cuánto contribuye el sector cultura a la generación de riqueza? Para ensayar una respuesta habría que evaluar a este sector, en relación con los otros sectores que aportan bienes y servicios en las economías

Cuadro n.º 11
Participación del sector cultural en el PIB de las economías latinoamericanas. En porcentajes (%)

| Región | Participación en el PIB (%) |
|-----------------------|-----------------------------|
| Región andina y Chile | 2.5% |
| MERCOSUR | 4.5% |

Cuadro n.º 12
Participación del sector cultural en el PBI de las economías latinoamericanas. En porcentajes (%)

| Años | Argentina | Brasil | Colombia | Chile | Paraguay | Uruguay | Venezuela |
|------|-----------|--------|----------|---------------|----------|---------|-----------|
| 1990 | – | – | – | 0.9 | – | – | 4.3 |
| 1991 | – | – | – | 1.0 | – | – | 4.3 |
| 1992 | – | – | – | 1.1 | – | – | 4.4 |
| 1993 | 6.6 | – | – | 1.2 | – | – | 4.4 |
| 1994 | 8 | – | – | 1.2 | – | – | 4.4 |
| 1995 | – | – | 2.35 | 1.2 | – | – | 4.4 |
| 1996 | – | – | 2.18 | 1.6 | – | – | 4.1 |
| 1997 | – | – | 2.14 | 1.6 | – | 6.6 | 4.2 |
| 1998 | – | 6.7 | 2.10 | 1.7 | 1 | – | 4.0 |
| 1999 | – | – | 2.02 | 1.7 <u>1/</u> | – | – | – |
| 2000 | – | – | 2.05 | 1.8 <u>1/</u> | – | – | – |
| 2001 | – | – | 2.00 | – | – | – | – |

Nota: en relación al cuadro n.º 12, es bueno destacar que las bases de cálculo varían según los países y que aún no se cuenta en la región con un método compartido.

nacionales, y observar cómo ha evolucionado con respecto al resto. El PIB «es una de las medidas de producción de bienes y servicios, neta de duplicaciones, generada en el país en un determinado período»⁵. A precios de mercado y, mediante la medición de valores agregados, el PIB ofrece un indicador certero de la contribución de cada sector al desarrollo económico de un país.

Cifras de la cultura

Algunos datos significativos:

1) Las industrias culturales colombianas generaron en 1998 para el PIB 1.432 millones de dólares, mientras el presupuesto de inversión del Ministerio de Cultura de ese mismo año fue de 70 millones. Si este sector cultura hubiera sido un sector medido como cuenta satélite, habría tenido una tasa de devolución del 10 por 100, esto es, habría tenido derecho a un presupuesto de 240 millones de dólares en su Ministerio de Cultura.

2) El sector fonográfico de Venezuela tenía para el año 1998 compras legales por 82,7 millones de dólares y compras ilegales (piratas) por 35 millones de dólares. De esa cantidad, el 49 por 100 era de cantantes y autores venezolanos, pero solamente el 5 por 100 era de producción nacional. El fomento de pequeñas industrias de producción fonográfica parecería una política pública de interés, cuando descubrimos que el desarrollo de la industria musical no implica forzosamente el desarrollo de una industria local.

3) Según cifras avaladas por el Banco Central de Paraguay, en 1998 los paraguayos gastaron en el sector alimentos 25 millones de dólares, mientras que en el sector fonográfico gastaron 18 millones de dólares. La diferencia tan sólo es de 7 millones entre lo que se compraron en discos y lo que se compraron en comida. De estos 18 millones, sólo 10 por 100 fue de producción local, a pesar de que el pueblo paraguayo es de los que exhibe más sentido de especificidad y creatividad cultural e independencia.

Industrias culturales e Integración

¿Cómo vamos a generar unos acuerdos de integración? Iberoamérica es una potencia cultural porque comparte un idioma, porque comparte una cultura común, pero no tiene industrias culturales a la medida de

esa potencia. Pueden concebirse perfectamente, por ejemplo, empresas culturales iberoamericanas de distribución y exhibición cinematográfica. Sin embargo, tenemos que saber diferenciar lo que entendemos por economía local y lo que entendemos por economía global, pues no se trata de volver a medidas proteccionistas en campos tan globalizados como los de la producción cinematográfica. Es un debate de una gran complejidad.

Culturalmente hablando, por ejemplo, Sony Music es la que más vende en Brasil, pero lo que más vende es música brasileña. Brasil consume el 51 por 100 de la música brasileña, Colombia el 50 por 100 de la música colombiana y Argentina el 60 por 100 de la música argentina. Estos países están consumiendo más música propia, pero gracias a la capacidad de mercadeo y distribución de las empresas

Cuadro n.º 13
Producción cinematográfica. Años 1990-2003

| Años | España | | Argentina | Bolivia | Chile ^{1/} | | Colombia | México | Perú | Portugal | | Uruguay | Venezuela | |
|------|--------|--------|-----------|---------|---------------------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|---------|-----------|--------|
| | Largos | Cortos | Largos | Largos | Largos | Cortos | Largos | Largos | Largos | Largos | Cortos | Largos | Largos | Cortos |
| 1990 | 47 | 98 | 13 | .. | 8 | .. | 1 | .. | .. | .. | .. | .. | 6 | 25 |
| 1991 | 64 | 83 | 12 | .. | 2 | .. | - | .. | .. | .. | .. | .. | 6 | 17 |
| 1992 | 52 | 110 | 11 | .. | 3 | .. | - | .. | .. | 5 | .. | .. | 5 | 30 |
| 1993 | 56 | 65 | 15 | .. | 1 | 8 | 1 | - | .. | 14 | .. | - | 6 | 17 |
| 1994 | 44 | 76 | .. | .. | 6 | 10 | 3 | 56 | .. | 6 | .. | - | 6 | 30 |
| 1995 | 59 | 94 | 24 | .. | 2 | 12 | 3 | 20 | .. | 2 | .. | 4 | 12 | 28 |
| 1996 | 91 | 87 | 37 | .. | 1 | 16 | 2 | 20 | 2 | 2 | .. | 3 | 9 | 26 |
| 1997 | 80 | 115 | 28 | .. | 1 | 19 | 4 | 15 | .. | 4 | .. | 7 | 5 | 18 |
| 1998 | 65 | 122 | 22 | .. | 4 | 26 | 7 | 23 | 2 | 14 | 6 | 3 | 6 | 33 |
| 1999 | 82 | 124 | 27 | .. | 4 | 29 | 3 | 37 | 4 | 13 | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 2000 | 98 | 108 | 39 | .. | 9 | 35 | 3 | 39 | 3 | 10 | 15 | 4 | 2 | 25 |
| 2001 | 106 | 169 | 39 | .. | 14 | .. | 3 | .. | .. | 17 | 12 | .. | .. | .. |
| 2002 | 137 | 171 | 33 | .. | 8 | .. | 6 | .. | .. | 10 | 18 | .. | .. | .. |
| 2003 | 110 | 134 | 67 | 4 | 1 | .. | 8 | 29 | 4 | .. | .. | .. | 3 | .. |

Nota: ^{1/} Proyección basada en información de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y de FONDART (Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura (FONDART)). Actualizado hasta el 30 de abril de 2003. **Proceso:** Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

multinacionales. Antes, la reacción de Latinoamérica consistía en proteger su identidad con medidas proteccionistas, que terminaron financiando empresas que fenecieron todas. Ahora se trata de un fenómeno en el cual la música de los propios países está siendo producida por empresas que no pertenecen al capital nacional ni tampoco al capital nacional asociado con multinacionales, lo que ha provocado la desaparición de las industrias locales porque no eran competitivas. Hay algunos problemas de fondo, relacionados con los tipos de economía contemporánea, cuyo diagnóstico es complicado. No sabemos cómo abordar un problema cuya lógica económica y nacional parece contradictoria. ¿Qué es lo que ha demostrado Giorgio Yúdice con sus estudios? Paradójicamente, que el momento de mayor presencia de las *majors* coincide con el momento en que más países latinoamericanos consumen más música propia. Hace 20 años estaban consumiendo más música extranjera.

¿Es la cultura un producto o es una mercancía como cualquier otra? ¿Necesita la cultura, económicamente hablando, medidas de protección? Las estrategias son distintas conforme se evalúan los países. Algunos gobiernos liberales europeos, por ejemplo, están reconociendo menos la intencionalidad de la cultura y están defendiendo la lógica del mercado, sin límite alguno. MERCOSUR, en cambio, defiende que el intercambio cultural sea libre para propiciar mayor integración subregional. Más que defender medidas proteccionistas para la cultura, lo importante sería aplicar a la cultura los mismos criterios que se aplican al resto de los productos. ¿Alguien concibe que en un país determinado el 85 por 100 de los productos textiles o alimenticios que se vendan sean de fuera?

En el campo de las industrias culturales de la Región, tres aspectos cruciales deben tenerse en cuenta como líneas de investigación o desarrollo: 1) su aporte en el comercio industrial, 2) los desequilibrios que, en las balanzas comerciales, se generan entre los centros mundiales y los países periféricos, y 3) cuáles han sido las grandes omisiones frente a las evidencias que ya tenemos. A manera de ejemplo, si se mide el número de películas europeas que se consume en la propia Europa versus el número de películas americanas, seguramente la balanza es muy desfavorable para Europa. Por contraste, la balanza comercial de la industria editorial colombiana, a partir de 1997, ya era ligeramente favorable en unos 40 millones de dólares.

b) Aportes directos al PIB

A la luz de todas las consideraciones expuestas, se hace evidente que la cultura es fuente generadora de empleo e ingresos, de recursos fiscales y de exportaciones no tradicionales. Por lo tanto, hay que establecer políticas de fomento al sector y, también, definir y adoptar las distintas posiciones respecto de las negociaciones comerciales multilaterales. He allí un campo importante para la cooperación iberoamericana en el que se pueden incluir diversas modalidades de acciones conjuntas.

Sobre índices del PIB, estadísticas y data variada, el trabajo más emblemático es el de la OIT. Conviene también estudiar los aportes del Convenio Andrés Bello, de la Fundación SGAE, de MERCOSUR y de la ONU. Con el mismo énfasis con que deben revisarse los estudios disponibles, deben enumerarse también las carencias que tenemos: las de las estadísticas nacionales, las de no haber separado al área en las cuentas nacionales, las de no contar con un sistema de información iberoamericano.

EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS QUE SE ADOPTEN

Si a la luz de todas las consideraciones que se han ido esbozando no quedan dudas del potencial cultural de la región iberoamericana, habría que establecer las causas del porqué este potencial no se traduce en crecimiento económico. Algunas de las principales acciones que deberían emprenderse podrían ser las siguientes:

1) No se ha medido el impacto económico en las transacciones que se realizan entre los países del ámbito latinoamericano o iberoamericano. Es prioritario saber cuánto se negocia entre nosotros y cuánto es lo que cada uno de nosotros negocia con otros.

2) No se están formando negociadores especializados en cultura. Tarea urgente en tiempos en que los tratados de libre comercio y las negociaciones multilaterales (por ejemplo, ALCA) condicionarán la vida económica y, por ende, el tratamiento de las industrias culturales y su proyección hacia el futuro.

3) La continuidad en las investigaciones necesarias para el sector cultura debería estar asegurada por el Estado y sus instituciones de-

pendientes, y no por quienes temporalmente dirigen organismos o proyectos.

4) Estudiar las repercusiones políticas que sobrevienen cuando se impone la integración con otros bloques económicos.

5) Documentar todas las acciones emprendidas a través de la OMC.

6) Evaluar la red de políticas culturales de otros países o regiones a manera de modelos de estudio (Ejemplo: Canadá y su exposición de políticas públicas en Internet).

7) Reconocer al sector público y al sector privado como agentes esenciales de intervención cultural y ponerlos a dialogar en función de objetivos concretos.

8) Considerar que los más importantes actores o instituciones puedan asumir el liderazgo en los estudios correspondientes a economía y cultura de la región. Los estudios tendrían que iniciarse haciendo el recuento de los acuerdos de orden cultural de las cumbres anteriores que se han cumplido.

9) Considerar que el foro 'Convención Cultural Iberoamericana' se constituye en un excelente observatorio para los estudios relacionados con cultura y economía.

Balance de los acuerdos de Integración

Los acuerdos o proyectos de integración pueden fracasar cuando los compromisos no son firmes. A manera de ejemplo, desde 1991 hasta 2004, se han convocado 15 Cumbres Iberoamericanas y en éstas se han firmado 12 convenios culturales. De los que están funcionando para generar beneficios e integración económica, los vigentes serían Ibermedia, IT y Red de Bibliotecas Públicas e Intercambio de Discos. En relación a este último, existe un acuerdo de que todo lo que se publique en un país determinado debería mandarse para las bibliotecas públicas de los otros países. En el caso de Ibermedia, de 21 países miembros sólo 10 cotizan en estos momentos. Se han producido seis deserciones de países miembros en los últimos 6 años, cuya cotización era apenas de 100 mil dólares al año. En el último acuerdo vi-

gente, IT tiene la televisión minuto-costo más económica que haya en el mercado de producción audiovisual del mundo. Las universidades pagan al año por pertenecer a esta red iberoamericana 3.000 dólares y, a cambio de eso, reciben, por contrato, entre 80 y 100 horas de programación audiovisual al año. No obstante estos claros beneficios, de las 346 universidades adscritas al IT sólo pagan 12.

LA CULTURA DE LA INTEGRACIÓN IBEROAMERICANA DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Las políticas nacionales o de integración cultural en Latinoamérica deben consolidarse más allá de la fragilidad institucionalidad de nuestras naciones. Si conceptos como equidad o competitividad, han sido temas de discusión de reuniones anteriores, consideramos que un tema como economía y cultura debería formar parte de una agenda para el siglo XXI.

Actores de la Cooperación

¿Cuáles serían los actores de la cooperación cultural? Debemos mencionar a los organismos estatales, por supuesto, pero también a los no estatales. A lo largo de estos últimos años en la región, han ido creciendo las llamadas ONGs, dejando de ser únicamente de cooperación e integración. De forma paralela, están las relaciones entre los intereses privados de los países, que, sin duda, abren nuevos rumbos a los modos de estimular el crecimiento y la capacidad de invención, a través de iniciativas particulares. La integración de la empresa privada, del sector privado, todavía no ha tenido una repercusión cultural. Hasta donde conocemos, son muy pocas las iniciativas empresariales de cooperación cultural. El protagonismo principal sigue recayendo en los Estados, pero también en las fundaciones privadas. Y éste es un punto importante: las fundaciones han sido la mejor representación de la iniciativa cultural privada en América Latina, pero siempre han trabajado puertas adentro. A la hora de hablar de integración cultural, debemos fomentar una mínima red de fundaciones culturales. Todos los países iberoamericanos tienen fundaciones culturales que, de alguna forma, están invirtiendo tanto dinero como los Estados.

La fuerza de lo Local

En el mundo de las nuevas políticas de empleo mutuo, de las relaciones del centro con la periferia, de las políticas culturales, concebidas para las escalas locales, regionales o autonómicas, hay que poten-

ciar a las economías locales y regionales. Si seguimos pensando que la integración cultural sólo tiene que ver con los programas de cumbres, con los grandes problemas culturales, estamos desconociendo la fuerza de las experiencias locales. Lo que se promueve desde la CAF, en materia de cooperación local y autogestión con mujeres indígenas y campesinas en la Región Andina, puede asemejarse a otras experiencias desconocidas del continente. El que experiencias similares se conozcan, se complementen, y así se puedan potenciar los mecanismos de integración local, nos lleva por una vía distinta a la de los poderes centrales. Si se potencian redes de capital social, la interacción entre actores privados y gobiernos locales, los proyectos tienen garantizada la circulación porque serían respaldados por las empresas patrocinantes. Pero mal podemos prever el crecimiento del sector fundacional privado si, por ejemplo, los Estados no propician un régimen fiscal atractivo, que permita seguir desgravando cuando los proyectos de las fundaciones se externalicen. Como tareas específicas de la integración iberoamericana debemos 1) potenciar los mecanismos para que la empresa privada, o sus fundaciones culturales, diseñen mecanismos de integración, y 2) potenciar aquellos proyectos de ámbito local que permiten fortalecer el tejido social.

Redes culturales

En las estructuras no gubernamentales, las redes han tenido una implantación mayoritaria y han alcanzado, con los emergentes operarios internacionales, una categoría que hubiera tardado más tiempo en alcanzarse si no hubiesen dispuesto de esta nueva herramienta, que es la red. El trabajo en las universidades, más allá de su propia experiencia educativa, se está haciendo fundamental para la cooperación cultural. Igualmente es importante la experiencia de los Consejos de Cultura en Colombia, donde las comunidades más apartadas del país o las poblaciones indígenas participan en el diseño de las programaciones culturales. Esto abre una nueva puerta para ofrecer una forma de trabajo de carácter mixto: lo público y lo privado persiguiendo un bien común. A diferencia de los acuerdos de integración, que muchas veces no lo reflejan, el modelo de políticas culturales de todos los países iberoamericanos, de una u otra forma, hace que coincidan los intereses de lo público y lo privado.

¿Cuál ha sido uno de los principales problemas que hemos tenido para la integración? Desde los niveles bajos de la sociedad civil, uno

de los mayores problemas es el desconocimiento mutuo. No hay una red de comunicaciones en la cual se creen focos de interés, en la cual nos conozcamos realmente. Se necesita promover un mayor conocimiento y reconocimiento mutuos en la región, y esto ya indicaría una tarea prioritaria de la cooperación. Para que haya una mayor integración, tenemos que conocernos. Si no nos conocemos en los niveles bajos, de base, es comprensible que en los niveles altos los acuerdos iberoamericanos de las Cumbres no tengan las consecuencias políticas prácticas deseadas. No hay una campaña de divulgación, no hay un registro social que realmente permee la interconexión, la intercomunicación. El mayor proyecto cultural de Iberoamérica debería ser la Integración. •

FUENTES:

Gráfico n.º 1: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Estimación correspondiente a 19 países de la región. Las cifras sobre la barra anaranjada representan el número total de personas pobres (indigentes más pobres no indigentes).

b/ Las cifras para 2000 y 2001 corresponden a una proyección.

Cuadro n.º 1: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (2002)

«Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile». Coordinación del prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). 310 págs.

Cuadro n.º 2: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (2002)

«Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile». Coordinación del prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). 310 págs.

Cuadro n.º 5: GÓMEZ MALAVER, Jairo (2002): *«Brecha digital y conectividad en la Comunidad Andina».* Asociación de Empresas de

Telecomunicaciones de la Comunidad Andina. ASETA. Lima, Junio 28. IDH: Índice de Desarrollo Humano. IAT: Índice de Adelanto Tecnológico. IAI: Índice de acceso a Internet. NDD: Nivel de desarrollo digital. BD: Brecha Digital.

Cuadro n.º 6: SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2002) *«Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de turismo cultural en México».* 75 págs. **Notas:** Casi 70 millones de turistas realizan actividades relacionadas con la cultura de México.

Cuadro n.º 7: SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2002) *«Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de turismo cultural en México».* 75 págs. **Notas:** El gasto de los turistas motivados especialmente por la cultura es mayor al promedio nacional, tanto por su consumo diario como por ser su estadía mayor a la de otros segmentos.

Cuadro n.º 8: SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2002) *«Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de turismo cultural en México».* 75 págs. **Notas:** El total de gasto de los turistas especialmente motivados por la cultura es de más de 2.500 millones de dólares.

Cuadro n.º 9: SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2002) *«Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de turismo cultural en México».* 75 págs.

Cuadro n.º 10: HERNÁNDEZ, Tulio. Estudio realizado en marzo de 2003. El tamaño de la muestra fue de 800 entrevistas, a hombres y mujeres, mayores de 18 años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos residentes en la Gran Caracas (Distrito Capital – Libertador, Chacao, Baruta, Hatillo y Sucre); Altos mirandinos (Guaicaipuro, Salfas, Carrizal); Guarenas-Guatire (Plaza y Zamora); Valles del Tuy (Independencia, Lander, Cristóbal Rojas). Se utilizó un Muestreo semiprobabilístico polietápico, según el cual, en primera instancia se selecciona la parroquia, luego la manzana, después la vivienda y finalmente la persona a entrevistar de acuerdo a unas cuotas preestablecidas. Se establecieron controles según la edad de los entrevistados, que debe fluctuar entre personas mayores de 18 años. En el caso del sexo, dado el tema de investigación, se controló la variable en cuestión por cuotas de igual proporción.

Cuadro n.º 11: REY, Germán (Coordinador) 2003 «Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio y el ALCA». Bogotá, Colombia. Convenio Andrés Bello. 143 págs.

Cuadro n.º 12: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (2002) «Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile». Coordinación del prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). 310 págs. REY, Germán (Coordinador) (2003) «Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio y el ALCA». Bogotá, Colombia. Convenio Andrés Bello. 143 págs. CHILE. Consejo Nacional de la Cultura y las ARTES (2003) «Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles». Colección Economía y Cultura. Colombia. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, Universidad ARCIS y Convenio Andrés Bello. 99 págs. MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2003) «Impacto económico de las Industrias

Culturales en Colombia». Colección Economía y Cultura. Bogotá, Colombia. Ministerio de Cultura de Colombia y Convenio Andrés Bello. 257 págs. GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique (2003) «Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano». Caracas, Venezuela. Cuadernos ININCO 2, vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO. 190 págs. SEIVACH, Paulina (2002) Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires. Evolución reciente y potencialidades. Buenos Aires, Argentina. CEDEM. Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Cuadernos de Trabajo 4. 94 págs. **Notas:** – No hay datos o valor cero. 1/ cifras preliminares.

Cuadro n.º 13: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España. *El cine y el video en datos y cifras*. GETINO, Octavio (1995): *Las Industrias Culturales en la Argentina, Dimensión Económica y políticas públicas*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Colihue. pág. 378. CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA). DIRECTORES ARGENTINOS CINEMATOGRAFICOS (2004). Boletín *INFODAD 50*. Abril. TREJO OJEDA, Roberto (2000): «*La Industria Audiovisual en Chile*». Informe Año 2000. Ministerio de Educación División de Cultura. pág. 10. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (2002) *Estadísticas de Cultura*. México. Cuaderno n.º 6. 1ra. Edición; (2002a) *Estadísticas de Cultura*. México. Cuaderno n.º 4. Media Research & Consultancy Spain (1997): *La Industria audiovisual iberoamericana. Datos de sus principales mercados*. pág. 283. Conferencia de autoridades cinematográficas de Iberoamérica (CACI) (1997): *La Realidad audiovisual iberoamericana*. CNAC, Venezuela. pág. 229. EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2002) *Focus 2002. World Film Market*. Cannes Market. 48 págs; (2001) *Focus 2001. World Film Market*. Cannes Market. 48 págs;

(1998) *Focus 1998. World Film Market*. Cannes Market. 44 págs. CONACINE, Perú. Instituto de Cine, Audiovisual y Multimedia, Portugal (ICAM). GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000d). «Industria del Cine en Venezuela 1996-1999». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de*

Comunicación. n.º 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. págs. 100-112. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/1994; 1995/ 1997; 1998 / 2000.

NOTAS

* Fernando Vicario, Director de Consultores Culturales y Asesor de varias instituciones de ámbito iberoamericano; Ana Mercedes Botero, Directora y Coordinadora Investigaciones CAF; Antonio López Ortega, Coordinador Grupo de Investigación; Horst Grebe, Ministro de Economía de Bolivia; Ramiro Osorio Fonseca, Director del Festival Cervantino de Guanajuato; Tulio Hernández, Consultor y Asesor Permanente; Carlos Guzmán, Documentalista y Editor de Datos

1. *Visiones para un futuro sostenible* (CAF, agosto 2001)
2. Idem. Visiones CAF
3. Tomlinson, John. *Globalización y Cultura* (Oxford University Press, México 1999)
4. Informe sobre el impacto de la Cultura en la economía chilena (Santiago, 2003)
5. Idem.