

Cultura, comercio y globalización	Título
Arizpe, Lourdes - Autor/a Alonso, Guiomar - Autor/a	Autor(es)
Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2	En:
Buenos Aires	Lugar
CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales	Editorial/Editor
2001	Fecha
	Colección
Comercio; Globalizacion; Cultura;	Temas
Capítulo de Libro	Tipo de documento
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100914031847/3arizpealonso.pdf	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es	Licencia

Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO
<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)
Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)
www.clacso.edu.ar



Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
 Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
 Latin American Council of Social Sciences



*Cultura, comercio y globalización**

Lourdes Arizpe** y Guiomar Alonso***

Introducción

Las expresiones culturales se han convertido en la punta de lanza invisible de la globalización porque ofrecen las imágenes y valores con los que la gente construye una nueva visión del mundo. Aun si las mercancías ya llegan hasta los rincones más apartados del planeta, antes que estos bienes han llegado ya los sonos, las palabras y las imágenes de muchas otras culturas, y en particular de la norteamericana.

Las radios y las televisiones reinan en el salón de la mayoría de los hogares de todo el mundo. Las audiencias de cine se cuentan por millones. Los discos compactos han cruzado todas las fronteras políticas –y ahora también las virtuales– para llegar a un auditorio “que agarra la onda” de la música de todas las culturas del mundo. A lo anterior hay que añadir la telefonía, que desde el 18 de mayo de 1998 es ya planetaria, al permitir que cualquier persona pueda llamar a cualquier otra región del globo. E Internet se expande como mancha de tinta virtual a todas las regiones.

* Este trabajo se basa en investigaciones realizadas en el curso de proyectos sobre políticas culturales en la UNESCO, París.

** Vicepresidente del Consejo Internacional de Ciencias Sociales e investigadora en la Universidad Nacional Autónoma de México. Egresada de la Escuela Nacional de Antropología e Historia de México (Maestría) y de la Escuela de Economía de Londres (Ph.D), fue Subdirectora General para la cultura de la UNESCO, miembro de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo y Presidente de la Unión Internacional de Ciencias Antropológicas y Etnológicas.

*** Especialista de programa en la División de Artes y Empresas Culturales de la UNESCO. Egresada de la Universidad Complutense de Madrid (Licenciada en Antropología Americana) y de la Universidad Estatal de Nueva York (M. A. en Antropología y Desarrollo), formó parte de la secretaría ejecutiva de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, así como de la Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales para el Desarrollo. En la actualidad está encargada del diseño y aplicación de políticas sectoriales para el desarrollo de las industrias y empresas culturales.

El encuentro cotidiano con este calidoscopio de expresiones culturales es excitante para los jóvenes, inquietante para las mayorías que tratan de conservar lo mejor –a veces también lo peor– de sus culturas, y con frecuencia percibido como un riesgo para los gobiernos. Estos últimos se enfrentan a la necesidad de repositionar a sus estados-nación y a sus grupos culturales en un nuevo mapa mundial, tanto económico como cultural.

En relación con la globalización, se ha analizado, diseccionado y debatido intensamente la liberación de los mercados financieros y comerciales, y con el cambio global, los efectos de las transformaciones en la biósfera y la geósfera. En cambio, no se han analizado en forma sistemática los cambios globales que están ocurriendo en los procesos culturales. Ello se debe, en parte, a la naturaleza polisémica del concepto de cultura, a lo complejo que resulta categorizar estos procesos y a la dificultad de aislar los fenómenos culturales de los arriba mencionados. De hecho, concordamos con Nestor García Canclini en que es difícil calificar, en este atropellado suceder de creaciones culturales, los efectos de esta “globalización imaginada” (García Canclini, 1999).

No obstante, hay un buen número de problemas de orden cultural que han pasado al primer plano en el debate internacional sobre la globalización, y que pueden agruparse del siguiente modo. En primer lugar, tenemos aquellos problemas referidos a las identidades, al patrimonio cultural y a la justicia cultural. En segundo lugar, aquellos derivados del impacto cultural de los contenidos de la televisión, multimedia, y ahora la teleinformática, en especial en relación con la diversidad lingüística y cultural. Y en tercer lugar se sitúa el debate sobre el tratamiento que debe darse a los bienes y servicios de contenido cultural en los acuerdos multilaterales de comercio: es decir, la discusión en torno a la “excepción cultural” tal y como surgió durante las negociaciones finales del Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (Ronda de Uruguay 1994 - GATT, sus siglas en inglés) y en el rechazado AMI, Acuerdo Multilateral de Inversiones (MAI, sus siglas en inglés), discutido entre 1995 y 1998 en la sede de la OCDE, Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo. La polémica en torno al Acuerdo Multilateral de Inversiones (AMI), como se explica más adelante, no hizo más que montar el escenario.

En efecto, los debates en torno a la “excepción cultural” a finales de los ‘90 se referían a un reposicionamiento de los actores en el nuevo escenario de la globalización económica. Se estaban, y de hecho se siguen, reubicando distintos actores del sector privado, público y la sociedad civil, construyendo alianzas e ideando y aplicando nuevas estrategias. El trato que se le otorgue a la cultura en la próxima ronda de negociaciones multilaterales sobre comercio e inversión tendrá consecuencias decisivas en la hegemonía económica de los mercados y la cultura a nivel mundial.

Para tomar una frase utilizada por la revista *The Economist*, estamos en el umbral de una “guerra cultural”. En juego está el inmenso potencial económico de las industrias culturales, pero también, y no menos importante, el poder de de-

finir e imponer significados acerca de cómo vemos el mundo y lo que realmente importa en la vida.

En las páginas que siguen discutimos el panorama amplio de estos temas en las agendas tanto nacionales como internacionales.

Internacionalización y globalización

David Throsby apunta en el primer *Informe Mundial de Cultura* que para entender lo que ocurre en los procesos culturales mundiales hay que distinguir entre internacionalización y globalización. La internacionalización de las economías y culturas se refiere a la apertura de fronteras a los bienes y a los contenidos culturales de otros países. En cambio, la globalización "...se encuentra marcada por la interacción funcional entre diferentes actividades económicas y culturales, generadas por un sistema con muchos centros, cuya velocidad para llegar a todas las partes del mundo y cuyas estrategias para crear audiencias son más decisivas que las inercias de tradiciones locales" (Throsby, 1998: 195).

No sorprende entonces, vista la amplia gama de fenómenos culturales que afecta a todos los países, que la cultura figure hoy en día en la agenda internacional para el desarrollo. Un indicador más es el gran interés, tanto entusiasta como crítico, que ha recibido el informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, titulado *Nuestra Diversidad Creativa*. Publicada en 1996 y traducido a más de 14 idiomas incluyendo el árabe y el japonés, esta guía de principios generales sobre la interacción entre cultura y desarrollo se ha convertido en manual de referencia en muchas escuelas y universidades, y ha servido de tema de discusión en presentaciones y seminarios en más de 70 países.

Se puede afirmar que a partir de *Nuestra Diversidad Creativa* el debate internacional acerca de la cultura y el desarrollo se ha acelerado. Así, por ejemplo, poco después de su publicación se difunde el informe del Consejo de Europa, *Sueños e Identidades*, que trata problemas de integración de la cultura a las agendas nacionales. Su propuesta principal, tal como lo expresa su título en inglés *-In from the Margin-*, expone la necesidad de traer a la cultura de los márgenes de las políticas al centro de la toma de decisiones (Consejo de Europa: 2000 (1997)).

Auspiciada por la UNESCO, la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo hace avanzar el debate, y lleva a la agenda internacional discutida por representantes de 149 gobiernos y 135 ONGs muchas de las conclusiones a las que habían llegado estudiosos en este campo.

Por ejemplo, Néstor García Canclini hizo notar que las políticas culturales hoy en día tienen que tomar en cuenta los procesos culturales que ocurren fuera de las fronteras nacionales, ya que una parte cada vez mayor del consumo cultu-

ral viene del mercado internacional, circula en redes transnacionales de comunicación, y está creando lo que este autor ha llamado “audiencias de mensajes des-territorializados”.

Por otro lado, las delegaciones oficiales de la Conferencia volvieron a poner sobre la mesa de discusión y decisión (véase el *Plan de Acción* aprobado) algunas de las preocupaciones que ya habían sido expresadas durante las consultas de la Comisión Mundial. Esto es, que la producción en las artes, artesanías e industrias culturales se encuentra indisolublemente vinculada a las formas de vida, identidad y solidaridad de cada sociedad. Cabe recordar, como señala Ulf Hannerz, que esta producción cultural se desarrolla hoy en día en un “espacio ecuménico global de interacción e intercambio cultural permanente” (Hannerz, 1996: 107).

En este espacio ecuménico, a nuestro juicio, importa sobre todo la forma en que es percibida políticamente la interacción cultural.

La cultura y el fin de las ideologías

Al terminar la Guerra Fría se vinieron abajo las nítidas fronteras en el discurso ideológico que ofrecían una visión de futuro y valores claramente diferenciados para grupos tanto políticos como sociales. Para llenar gran parte de los vacíos ideológicos creados en este desplazamiento discursivo, la gente se volvió hacia su “cultura tradicional”, la reconstruyó o la inventó, como bien hizo ver Eric Hobsbawn. Al mismo tiempo, argumenta este autor, las nuevas condiciones hacen que la gente ya no acepte tan automáticamente la idea de ser gobernados como antes y, extendiendo esta interpretación a la cultura, que no acepte la autoridad de los cánones culturales (Hobsbawn, 1999: 38).

Como consecuencia, algunos movimientos culturales que habían sido reprimidos, así como nuevas identidades culturales surgidas de los escombros de la historia, se encuentran ahora avasallando las fronteras y plataformas políticas tradicionales. En muchos casos, sus reivindicaciones se expresan en términos culturales a pesar de que sus demandas se refieren más a cuestiones de toma de decisiones, poder y territorio. Con ello los distintos grupos intentan adecuar su sentido de pertenencia, de situación y de propósito común al contexto sociopolítico del mundo actual.

Es por ello que en los nuevos espacios de diálogo, intercambio, invasión o confrontación creados por las telecomunicaciones y multimedia, se ha generado una intensa discusión entre los distintos grupos que buscan ocuparlos. Además, el espacio virtual de Internet, que empezó siendo prácticamente monocultural, todo en idioma inglés, ahora incluye en un 67% otros idiomas y expresiones de múltiples culturas. Sobra decir que las prácticas en este nuevo medio electrónico de expresión y creación han rebasado los útiles conceptuales y marcos de referencia anteriores.

Finalmente, cabe hacer notar que las políticas neoliberales que dan preponderancia al mercado como fuerza conductora del desarrollo han acelerado la mercantilización de bienes y servicios culturales, que hasta ahora se consideraba res-pondían únicamente a una racionalidad no económica. Por ejemplo, hoy se reclama la protección de la propiedad intelectual de diseños del arte Inuit y de los abo-rígenes australianos como se haría con cualquier producto industrial.

También se empieza a regular y retribuir como servicio terapéutico de medi-cina natural a las prácticas chamánicas que tradicionalmente estaban excluidas de la esfera de las transacciones comerciales.

La polarización de posiciones ideológicas sobre la cultura

Resulta notable la extraña coincidencia de posiciones respecto a cultura y globalización entre los extremos del espectro político, esto es, entre la extrema iz-quierda y la extrema derecha. Tres ejemplos ilustran esta afirmación.

Por un lado, Sendero Luminoso, un movimiento de guerrilla de izquierda radi-cal en los '80 y '90, clamaba por "la reinstauración de la cultura auténtica de Perú" refiriéndose con ello a la cultura prehispánica incaica. Su finalidad era, en sus pro-pios términos, la "reindigenización del Perú". Al otro lado del mundo pero en el mismo espectro político, Slobodan Milosevic, desde una posición socialista a ul-tranza, incitó a lo que ha sido una de las experiencias más brutales y sangrientas de "limpieza étnica" del último siglo. Radovan Karadžić, general de los ejércitos ser-bios que perpetraron las matanzas, afirmó alguna vez que "las fronteras étnicas es-tán dibujadas con sangre". En tercer lugar, y al otro lado del espectro político, Bru-no Megret, el principal ideólogo del partido de extrema derecha en Francia, el Fren-te Nacional, declaró en febrero de 1998 que "la política ya no debe considerarse di-vidida entre la derecha y la izquierda sino entre la identidad y la globalización". El Frente Nacional pugna por cerrar las fronteras nacionales contra los inmigrantes e instaurar la cultura "auténtica" de Francia como el único referente cultural.

Las tres posiciones políticas mencionadas están basadas en una perspectiva esencialista de la etnicidad y de la cultura, que encuentra su imagen simétrica en las posiciones fundamentalistas de las principales religiones. Sobra decir que la radicalización política, frecuentemente expresada en términos culturales, está cambiando las alineaciones políticas, con efectos decisivos en los resultados elec-torales en muchos países. Sirva como ilustración elocuente de este fenómeno la elección de Primer Ministro en Israel en mayo de 1999, en la que un comentarista indicó que los votantes de los principales partidos políticos se habían aliado so-bre todo para defender la naturaleza laica del estado de Israel más que para apo-yar plataformas políticas específicas. La misma defensa del laicismo del Estado y de la educación, según muchos críticos, se tiene que hacer en México frente al

gobierno de derecha del Presidente Vicente Fox, aunque él mismo apoya las reivindicaciones culturales de los zapatistas aún en contra de su partido.

Globalización, posicionamiento y la “política de la diferencia”

El surgimiento o revitalización de movimientos culturales y étnicos, y su paralelismo con los movimientos doctrinarios, fundamentalistas, religiosos y comunitaristas, pueden verse como una reacción a la globalización. Manuel Castells hace una revisión de varios de estos movimientos en su excelente estudio sobre *El Poder de la Identidad*. No obstante, quizás lo más importante en este terreno es analizar cuál será la futura evolución de estos movimientos. Algunos autores (entre ellos Alain Touraine) argumentan que al construirse una identidad los individuos se constituyen en “sujetos” que transformarán a sus sociedades al impulsar nuevos significados colectivos y holísticos. Estos nuevos significados llevarán a la construcción de nuevas formas de gobernabilidad compartida. Ernesto Laclau, por su parte, interpreta este proceso en términos del surgimiento de una “universalización relativa de valores”. Dice “...esta universalización y su carácter abierto ciertamente condenarán a toda identidad a una hibridación inevitable, pero la hibridación no quiere decir necesariamente una declinación por la pérdida de la identidad: también puede llevar a empoderar a las identidades existentes al abrirse nuevas posibilidades. Sólo una identidad conservadora, encerrada en sí misma, puede experimentar la hibridación como una pérdida...” (citado en Castells, 1997: 12).

Para otros autores, en cambio, la política identitaria tendrá primacía en una sociedad de redes. Manuel Castells piensa que “...los sujetos, si es que se construyen, ya no estarán integrados en base a sociedades civiles que se están desintegrando sino como una prolongación de resistencias comunitarias...” (Castells, 1997: 11).

Lo que augura esta visión del futuro son intensas disputas, y en el mejor de los casos negociaciones, entre los actores que se movilizarán, desde el pueblo o tribu más pequeña hasta los grandes grupos regionales, en torno a quién va a definir los cánones culturales, la preservación del patrimonio cultural y las políticas culturales.

Una “tercera vía” es aquella postulada por Anthony Giddens, que fue llevada al terreno político por Tony Blair en el Reino Unido y por Romano Prodi en la Unión Europea. El concepto clave de Giddens es que “entre más se diluye la tradición y entre más se reconstruye la vida cotidiana en base a la interacción dialéctica entre lo local y lo global, más se ven forzados los individuos a negociar el estilo de vida que eligen frente a una diversidad de opciones (...). El plan de vida organizado de manera reflexiva (...) se convierte entonces en el elemento central de la estructura de la auto-identidad” (Giddens, 1997). Este autor destaca el hecho de que la “reflexividad consiste en utilizar la información para aprender a vi-

vir en el mundo (...). Ya no vivimos nuestras vidas como fatalidad”, y hace notar que el género, es decir, las relaciones entre mujeres y varones, es el ejemplo principal de cómo la tradición no puede ya justificarse de manera tradicional. El futuro, acaba diciendo, se vislumbra como un mundo en el que tiene lugar un diálogo cosmopolita basado en una globalización descentralizada.

Resulta muy significativo el hecho de que en los tres escenarios posibles que nos presentan estos autores el papel de la cultura refleje los conceptos de autonomía, reflexividad y descentración¹. De hecho, puede decirse que las prácticas discursivas sobre las culturas se han reactivado precisamente porque permiten la auto-reflexividad basada en la diversidad. Esta diversidad es clave porque permite a los actores situarse en un contexto global enarbolando emblemas y símbolos. Los emblemas son locales, ya sea culturales o territoriales, pero pueden convertirse en regionales, nacionales o incluso globales.

En algunos países, este debate se ha ubicado en el marco de la “política de la diferencia”. Se enfatiza con ello que existen fronteras irreconciliables entre los distintos grupos culturales en disputa: tal y como afirmaba Karadziç, están “marcadas con sangre”. Resulta contradictorio, o lógico, que sea precisamente en esta época que se hacen este tipo de afirmaciones, cuando las transmisiones televisivas y radiofónicas, los audiovisuales, las redes virtuales, las comunicaciones por cable y por satélite, las migraciones y el turismo atraviesan las fronteras culturales esencialistas, supuestamente sólidas, inamovibles y “marcadas con sangre”.

¿Lleva la globalización a una homogeneización cultural?

Esta es la pregunta que escuchamos una y otra vez en los debates sobre el *Informe Mundial de la Cultura*, en las intervenciones de los miembros del Consejo Ejecutivo de la UNESCO, y en otros muchos foros. También surge a diario en los periódicos y tribunas de la región latinoamericana y caribeña, y subyace a las posiciones que cuestionan la penetración de los productos audiovisuales provenientes de Estados Unidos y de Europa.

Muchos autores han abordado esta cuestión. Entre ellos, a inicios de los ‘90 Alain Touraine consideró que la globalización podía percibirse como un proceso ideológico para imponer una “cultura global” al resto del mundo. Dicha “cultura global” provendría del modo de vida de los Estados Unidos, incluidos los McDonald’s, los jeans y la Coca Cola, para citar los tres rasgos más mencionados como prueba palpable de que la gente en todo el mundo se está volviendo muy parecida.

Al contrario de lo que afirman estas opiniones construidas en torno a lo que se puede llamar la amenaza del “pensamiento único”, no se ha confirmado en los estudios y encuestas esta homogeneización supuestamente imparable. De hecho, existe gran divergencia en cuanto a los efectos de la globalización sobre la cultu-

ra, ya que otros autores afirman que los procesos globales están produciendo nuevas diferencias que se expresan en formas cualitativamente distintas a las de décadas anteriores. A esto se refiere Néstor García Canclini cuando habla de globalización imaginada (García Canclini, 1999), o Paul Streeten cuando afirma que en el terreno económico la percepción de que ha ocurrido una globalización e integración es considerablemente mayor a lo que ha sucedido en realidad. Lo mismo puede decirse de los procesos culturales.

Featherstone le echó lumbre al debate al afirmar que “la variedad de respuestas al proceso de globalización sugiere claramente que hay pocas posibilidades de que (surja) una cultura global unificada, en vez de varias culturas globales en plural” (Featherstone, 1990: 10).

Pocos autores que escriben sobre la homogeneización cultural han pensado proponer un enunciado simplista en el sentido de que el contacto entre la gente y las mercancías culturales produce en sí un efecto imitativo (Jamieson, 1995). Puede argumentarse, sin embargo, que no son las prácticas imitativas sino la interacción la que propicia que diversas gentes se encuentren integradas a un proceso global productivo que lleva a la homogeneización cultural. Es decir, en la medida en que los habitantes del mundo se vean integrados a un mercado del trabajo global y dependan de fuerzas que sólo los consideran una mano de obra barata, mayor será su necesidad de organizarse para oponerse a esta subordinación.

Un hecho importante es que algunos, como Miller, Barber y Waterman, encuentran una mayor diferenciación en los patrones de consumo locales. En cambio, Appadurai y Hannerz se centran en la circulación de los bienes de contenido cultural, ideas, imágenes mediáticas y tecnologías, que sigue otros criterios. Appadurai insiste en que “la nueva economía cultural global tiene que entenderse como un orden complejo que no puede ya ser comprendido en términos de los modelos existentes de centro-periferia” (Appadurai, 1996: 296). Este nuevo orden produce divergencias cada vez más significativas en la lógica de los “flujos” culturales en ciertos “paisajes” globales. Cita en particular los “paisajes étnicos” (*ethnoscapes*), los medios de comunicación (*mediascapes*), tecnología (*technoscapes*), finanzas (*financescapes*) y otros aspectos de la cultura (*ideoscapes*).

Hannerz responde a ello que las aparentes divergencias que están apareciendo en relación con los “flujos” culturales en diversos “paisajes” no son más que mistificaciones de realidades más profundas (Hannerz, 1996). Siguiendo su línea de argumentación, las diferencias que están surgiendo corresponden más a una lógica común de “opresión conjugada” que vela las importantes relaciones de conectividad subyacente, en particular con los medios de producción.

La naturaleza inconclusa de este debate, a nuestro juicio, se debe en gran parte a la escasez de datos empíricos que pudieran confirmar alguna de estas posiciones. Pocos países producen estadísticas culturales, y un número aún menor de

estudios de ciencias sociales relacionan los procesos culturales a los problemas de desarrollo. El *Informe Mundial de Cultura* de la UNESCO, de hecho, promueve que los distintos países logren desarrollar estadísticas en lo que podría llamarse una “cuenta nacional dorada”. Es decir, agregar estadísticamente todas aquellas actividades relacionadas con la cultura del PIB.

¿Cómo lograr un modelo que permita integrar estas versiones divergentes de los efectos de la globalización sobre la cultura? A nuestro juicio, dos autores apuntan en esta dirección. Por una parte, Barrie Ashford concluye que “es muy improbable que estos flujos y signos, ya sea a través de las comunicaciones masivas o del turismo, lleguen a producir “una” cultura global, en vista de la diversidad de su recepción y uso por audiencias locales. Sin embargo, al permitir formas de interacción social no ligadas a lugares físicos o limitados en el tiempo, sería apropiado verlas como los contextos o marcos de referencia en los que se construirán nuevas identidades y nuevas formas de comprender el mundo” (Ashford, 1995: 24).

Ofrece una posición más activa y esperanzada Néstor García Canclini cuando afirma que “la novedad en los últimos años globalizados es que este espacio público debe ser construido a escala transnacional (...). Intensificar los intercambios de arte, literatura, cine y televisión de calidad, que presenten las trayectorias de cada sociedad, puede contribuir a liberarnos de los estereotipos, de uno y otro lado, y a pensar juntos en lo que es posible hacer en nuestras sociedades, y entre ellas, para que sean menos desiguales, menos jerárquicas y más democráticas” (García Canclini, 1999).

La intensificación de estos intercambios culturales dependerá en gran medida de la estructura de comercio que se derive de la globalización. De ahí la importancia de analizar la estructura del sector cultural en el comercio internacional, como se hace a continuación.

Los productos culturales en el comercio internacional

Efectivamente, uno de los debates internacionales más importantes hoy día se refiere a los productos culturales “de contenido”, es decir aquellos bienes de consumo cuyo *valor añadido* se basa en los *valores* intangibles que transmiten y *añaden* sus contenidos. Hay buenas razones para ello:

El comercio mundial en bienes culturales ha experimentado un desarrollo exponencial en estas dos últimas décadas. Entre 1980 y 1998 los intercambios comerciales de libros, revistas, música, artes visuales, cine y fotografía, equipos de radio y televisión, juegos y artículos de deportes se han multiplicado prácticamente por 4, pasando de 95.345 millones de dólares a 387.927 millones (UNESCO, 2000). Estas cifras no son sino un modesto reflejo de la envergadura que los

productos culturales han adquirido en los mercados internacionales, como indican las ventas internacionales de productos culturales protegidos por la propiedad intelectual (películas, música, programas de televisión, libros y software) en los Estados Unidos, que ascendieron en 1996 a 60.180 millones de dólares, es decir, el primer rubro de exportación por delante de los sectores tradicionales de agricultura, automotriz, aerospacial y defensa³. En esta misma dirección se sitúan los 12.500 millones de dólares que alcanzaron en 1997 las exportaciones de las industrias creativas en el Reino Unido.

Además de producir recursos a través de la balanza de pagos, las industrias culturales también generan empleo y son una importante fuente de ingresos para las economías nacionales. Así lo ponen de manifiesto las cifras crecientes de contribución del sector cultural al PIB y al empleo, que van desde el 4% en países OCDE hasta el 1-3% en países en desarrollo (1% en Brasil, 3% en África del Sur). En lo que se refiere a cifras de empleo, éstas rondan el 5% del sector activo en Canadá en 1994-95, el 2,8% en los EE.UU. en 1996, el 17% en África del Sur en 1997.

Sin embargo, es importante no pasar por alto que desde 1980 el grueso de los flujos de mercancías culturales ha tenido lugar entre un reducido número de países. Así, por ejemplo, en 1990, 4 países (Japón, Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido) concentran el 55,4% del total de las exportaciones, mientras que Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Francia concentran el 47% de las importaciones. Estos altos niveles de concentración no parecen modificarse radicalmente a lo largo de los '90, aunque sí surgen nuevos actores, como ha sido el caso de México, líder mundial en la exportación de receptores de televisión, que ha substituido a Alemania o China, consolidándose en 1998 como tercer gran país exportador.

No obstante, estos datos estadísticos cobran relieve cuando sirven de glosa a la serie de artículos que publicó el *International Herald Tribune* en otoño del 1998. Bajo el sugestivo título "El mundo da la bienvenida a la invasión cultural de los Estados Unidos", el primero de ellos (26 de octubre) empieza con la frase "La principal exportación de los Estados Unidos ya no es el fruto de sus campos ni la producción de sus fábricas, sino los productos de su cultura popular –películas y música, programas de televisión, libros y software". Agrega dicho artículo: "Desde 1991, cuando el derrumbe de la Unión Soviética abrió nuevos mercados en todo el mundo para los Estados Unidos, el total de propiedad intelectual exportada por Estados Unidos ha aumentado casi 94%, en términos de dólares".

En definitiva, pese a que carecemos de cifras globales fiables del comercio cultural mundial, es muy probable que el volumen comercializado de productos (es decir, bienes y servicios) culturales haya aumentado dramáticamente en los '90, sobre todo teniendo en cuenta que los datos manejados no incluyen una buena parte de los bienes de contenido cultural ni tampoco el comercio en servicios, precisamente los dos rubros que cobran mayor auge a partir de 1990 con la expan-

sión del audiovisual, multimedia y software. En esta dirección apuntan los 38.671 millones de dólares de ventas de productos musicales en 1998 (LPs y CDs) frente a los 27.000 millones de 1990³ o que el volumen de negocio de los principales 7 conglomerados de medios (News Corporation, Seagram, Sony, Bertelsman, Viacom, Time Warner, Disney) alcance en 1997 118.800 millones de dólares (exactamente la misma cantidad que produjeron en 1993 las primeras 50 compañías audiovisuales). En líneas generales, y dentro del sector audiovisual o de entretenimiento, las economías de escala, junto con las estrategias de integración vertical, parecen estar dando grandes réditos a los grupos con sede en los Estados Unidos. Sin ser el mayor productor de películas –India produce siete veces más–, la industria del cine norteamericana llega a todos los mercados, y frente al 30% de los años ‘80, Hollywood obtiene hoy más de la mitad de sus ingresos en los mercados internacionales. El 85% de las películas proyectadas en todo el mundo son de manufactura hollywoodense: no es así de extrañar que *Titanic* batiera todos los récords de taquilla en la República Popular de China, que cuenta con el mayor número de salas de cine de todo el mundo (140.000 frente a las 25.000 en los Estados Unidos) o que el déficit comercial entre los Estados Unidos y la Unión Europea en el sector audiovisual se haya duplicado entre 1993 y 1998, aumentando de 3.500 a 6.000 millones de dólares. Dentro de esta tendencia, se inscribe que el continente africano sea proporcionalmente el mayor importador de películas norteamericanas, o que éstas constituyan el 95% de los mercados de importación en Chile y Costa Rica.

Pero los productos audiovisuales no son sino una parte del conjunto. También surgen nuevos nichos de mercado para satisfacer necesidades locales que los productos y servicios diseñados globalmente no pueden atender. Igualmente surgen nuevas y originales industrias de bienes y servicios cuyo valor añadido no es el uso de nuevas tecnologías sino la creatividad, la destreza o el uso de materiales tradicionales. Por otro lado, este rápido crecimiento del comercio internacional de mercancías y servicios culturales responde sin duda a un radical aumento de la demanda, que se caracteriza por un cambio en los patrones de consumo tanto en países industrializados como en vías de desarrollo –el aumento de la capacidad de compra, del tiempo libre y del abaratamiento de ciertos productos–, signos todos ellos de lo que se ha dado en llamar el nacimiento de la sociedad de la información.

En resumidas cuentas, las industrias culturales –creativas, de contenido o de entretenimiento– han pasado a dominar las formas tradicionales de generación y difusión de la cultura, y adquirido con ello un enorme valor estratégico. Porque si bien es cierto que los bienes y servicios culturales constituyen un factor esencial de producción en la nueva economía, también –como recuerdan frecuentemente los delegados de los países miembros de la UNESCO– transmiten y construyen valores. En estos momentos la cultura se perfila como un prometedor mercado emergente, y no es de extrañar por ello que las negociaciones comerciales en este terreno resulten extremadamente controvertidas y difíciles. Como señalan diversos autores, ningún otro

sector ha generado tanto debate sobre la legitimidad y los límites políticos, económicos e institucionales de los procesos de integración económica, sean estos regionales o mundiales (Galperin, 1998). *Efectivamente, en cuanto se pone la cultura sobre la mesa de negociaciones, se abren complejas discusiones sobre la relación entre lo económico y lo extra-económico, entendido como el valor atribuido a lo que no tiene precio asignado (la identidad, lo bello, o el sentido de la vida).*

El debate sobre la “excepción cultural” y el libre mercado

En los últimos años, el binomio cultura/comercio ha generado una marcada polarización de las posiciones gubernamentales y de sus grupos de presión, que en nuestra opinión refleja no sólo un debate de orden ideológico sino también un posicionamiento en el mercado emergente de las industrias creativas.

Heraldo de los principios del libre mercado y con fuertes intereses económicos en la exportación de bienes y servicios culturales, la estrategia de los Estados Unidos consiste en sostener que los productos culturales son similares a cualquier otro producto (por ejemplo, máquinas de fotocopias o automóviles), y considerar por tanto que están sujetos exactamente al mismo tratamiento y las mismas disciplinas que el comercio internacional. La cultura se entiende como una industria cualquiera, sujeta a las leyes del mercado y beneficiándose de todas las ventajas del libre comercio. Tal como el vocero de la Cámara Californiana de Comercio, M. Marando, decía en 1998: “No lo vemos como un imperialismo cultural. Lo vemos como una cuestión de mercado”. Cercanos a esta posición se sitúan a finales de los ‘90 países como Japón, el Reino Unido o Alemania que, como se ha indicado anteriormente, son precisamente los mayores exportadores e importadores de bienes culturales.

En el otro extremo del abanico se ubica la doctrina francesa de la “excepción cultural”, basada en el principio de que los bienes culturales tienen un valor intrínseco que es esencial mantener y proteger, no sólo para beneficiar la producción y diversidad artística, sino también para defender la identidad nacional y la soberanía cultural. Como dijo la Ministra de Cultura francesa, Catherine Trautmann, en febrero de 1998⁴: “El pluralismo y la apertura están en el corazón del principio de la excepción cultural (...) necesaria para mantener nuestra soberanía en el campo de la cultura, tanto nacionalmente como a nivel europeo (...). La cultura incide en lo más esencial para un individuo: el acceso al conocimiento, a una visión plural del mundo (...). Está vinculada a la identidad y ciudadanía; es lo que hace que un grupo de personas decidan vivir juntas en el mismo territorio con reglas comunes. Estoy en contra de que la cultura se disuelva en un sistema económico internacional que lleve a la uniformización”.

Algunos autores interpretan la excepción francesa como una singular forma de entender la historia del país y la riqueza de su cultura literaria, filosófica, ar-

tística y científica. Otros la ven como un intento por proteger su cultura y mercado nacional en contra de lo que consideran un “dumping cultural” por parte de quienes dominan los mercados de exportación mundial de productos culturales. Sin embargo, esta posición no puede ser explicada en función de intereses puramente nacionales. De hecho, la excepción cultural fue invocada por primera vez por los Estados Unidos a principios de los años ‘50, durante las negociaciones del primer acuerdo de comercio multilateral de bienes culturales en la UNESCO, es decir, el Acuerdo de Florencia sobre la importación de material educativo, científico y cultural. La cláusula-reserva propuesta por los Estados Unidos fue publicada como un anexo de dicho Acuerdo, y estipulaba la posibilidad de cerrarse a las exportaciones en el caso que la producción nacional se viera amenazada.

La doctrina francesa sobre la “excepción cultural” se traduce en la práctica en un fuerte marco de reglamentación para proteger, subsidiar y fomentar las industrias creativas, y exige un tratamiento diferenciado de los bienes y servicios culturales.

Cerca de la posición francesa se sitúa Canadá, poniendo quizás menos énfasis en los subsidios públicos pero apoyando medidas “para ayudar a las empresas nacionales a seguir siendo una opción en sus mercados culturales”. Canadá también reclama un tratamiento especial para los productos y servicios culturales en los foros de comercio internacional, con el objetivo de garantizar el respeto a tres grandes principios: la igualdad de acceso, la diversidad de contenido, y los derechos del creador dentro de la sociedad global de información. Otros gobiernos europeos se encuentran divididos. Italia, Bélgica, Grecia, así como Nueva Zelanda y Australia, más bien se adhieren a las posiciones francesas, mientras que algunos países escandinavos, como Dinamarca, se encuentran más cercanos a un enfoque no proteccionista. A medida que las negociaciones comerciales han ido avanzando, esta atomización ha evolucionado a la consolidación de posiciones que podemos llamar “regionales”, de modo que por ejemplo la Unión Europea ha desarrollado una única posición de cara a las futuras negociaciones de servicios en el terreno cultural.

La alineación de países en torno a los polos *libre mercado/excepción cultural* podría fácilmente explicarse en términos puramente económicos, es decir, interpretando las posiciones políticas como ‘posicionamiento de mercado’ y respuesta ante los desequilibrios de la balanza comercial entre los Estados Unidos y Canadá, o los Estados Unidos y los países europeos. Sin embargo, esta explicación economicista perdería de vista toda la complejidad del debate ideológico y de visiones del mundo que acompaña a esta polémica. En efecto, al tratar de definir las líneas divisorias del debate ideológico vemos que, paradójicamente, éstas no corren paralelas a las líneas tradicionales de segmentación política. Así, por ejemplo, el gobierno conservador español ha visto con buenos ojos la posición francocanadiense en el Acuerdo Multilateral de Inversiones, AMI, como también

el partido ultraderechista francés, Frente Nacional, que invitó a lanzar una gran cruzada en contra de la globalización. Por otro lado, el gobierno laborista del Reino Unido se ha acercado más a la posición norteamericana que a la posición del gobierno socialista francés. *En definitiva, pareciera que el debate ideológico sobre la “excepción cultural” no obedece a fronteras políticas, sino a distintas maneras de entender la propiedad intelectual, el papel del estado y el modo en que los ciudadanos se relacionan con sus gobiernos.*

Como hemos visto más arriba, se ha generalizado la opinión de que la globalización –al amplificar el alcance y poder del mercado– le hace más difícil gobernar a los gobiernos. La liberalización de las economías en los años ‘80 ha dejado a los poderes públicos con márgenes más restringidas de toma de decisiones económicas que las anticipadas inicialmente. Las nuevas tecnologías acentúan todavía más esa sensación de pérdida de control: lo que antes podía prohibirse o restringirse –créditos exteriores, importación de software de computadora, pornografía o ideas políticas– resulta ahora más difícil de controlar.

Pareciera así que esta alianza entre cambio tecnológico y liberalización de los mercados ha tomado por sorpresa a una buena parte de los gobiernos. Hasta cierto punto esto es lo que ahora está sucediendo con la cuestión de la cultura y el comercio, en el sentido de que se están escribiendo las nuevas reglas del juego y no todos pueden participar en su redacción. La panoplia de intereses cruzados es amplia y diversa. Hay gobiernos interesados en proteger y promover sus industrias culturales nacionales y/o regionales, además de los derechos de propiedad intelectual de sus ciudadanos, y entran con ello en conflicto con empresas multinacionales que defienden la libre circulación de los productos culturales. Pero esta oposición de intereses va más allá de la confrontación entre países o entre gobiernos y el sector privado, e incluye también a creadores, artistas, inversionistas, consumidores y ciudadanos. Nadie quiere quedarse fuera.

Esto quizá explique porqué las diferencias internas sobre el AMI no pudieron resolverse con negociaciones a puertas cerrada en la OCDE y fueron transferidas a la opinión pública mundial⁵, que terminó operando como la caja de resonancia que finalmente permitió darle la puntilla a este controvertido acuerdo de inversiones, el cual entre otras cosas no distinguía entre la nacionalidad del inversor o no permitía tratos preferenciales a los inversores nacionales. Esta interpretación parece corroborarse ante las declaraciones del entonces Director General de la Organización Mundial de Comercio, Renato Ruggerio, quien describía el AMI como el proceso de “redactar la constitución de una sola economía global”.

En resumen, a diferencia del conflicto sobre ‘la excepción cultural’ que tuvo lugar al final de las negociaciones del GATT, el AMI ha desencadenado una nueva dinámica en torno a la cultura, como se ha podido constatar posteriormente en Seattle, Washington, Praga y Québec.

La paradoja cultural global

Para concluir es importante señalar que efectivamente no podemos negar que la cultura esté ahora firmemente inserta en la agenda internacional de la globalización. John Naisbitt ha definido “la paradoja global” en la cual “el sistema más grande (está) al servicio del jugador más pequeño”, es decir, el consumidor individual. Sin embargo, hemos encontrado, en esta breve revisión de la temática de la cultura y la globalización, que *uno de los fenómenos más interesantes hoy en día son las señales de que el consumidor individual no quiere quedarse al garete en un mar de millones de personas pegadas al televisor, o conectados a Internet*. Como ya se señaló, son evidentes las tendencias hacia la auto-organización en todas las esferas de la cultura, desde las identidades hasta la cibercultura, al tratar los individuos de reconstruir varios tipos de comunidades, sean identitarias, regionales, de género, éticas, por intereses temáticos y/o por aficiones. Por tanto, se podría decir que el jugador más pequeño está ocupado en construir o adherirse a estructuras intermedias que reemplazan a las que han sido minadas por el proceso de globalización al darle acceso, aparentemente, al mundo entero. Los hombres y las mujeres buscan en estas nuevas estructuras intermedias un re-encuentro de lazos étnicos, lealtades históricas o comunidades virtuales; un sentido de lugar, de propósito y de convivencia.

Esta es, a nuestro juicio, la verdadera “paradoja global” –el hecho de que la ausencia de límites a los horizontes globales generados por las nuevas tecnologías audiovisuales y de telecomunicaciones esté promoviendo nuevos linderos, sobre todo culturales, definidos por consumidores individuales que quieren tener nuevas formas de comunidades. Para formarlas generan procesos de auto-organización, de convivencia, en el sentido de construir estructuras sociales nuevas que permitan a las personas convivir y cooperar en respuesta a los nuevos desafíos de la globalidad y sostenibilidad. Y la cultura parece ser la mejor materia prima, maleable y entrañable a la vez, para construir estas nuevas formas de convivir.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun 1996 *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (Minneapolis: University of Minnesota Press).
- Ashford, Barrie 1995 *The Global System: Economics, Politics and Culture* (Cambridge: Polity Press).
- Castells, Manuel 1997 *The Power of Identity* (Oxford: Blackwell Publishers).
- Consejo de Europa 2000 (1997) *Sueños e Identidades. Una aportación al debate sobre Cultura y Desarrollo en Europa* (Barcelona: Interarts/Península).
- Del Corral, Milagros; Guiomar Alonso, et al. 2000 *Questions and Answer: Culture, Trade and Globalization* (Paris: UNESCO).
- Featherstone, Mike 1990 *Global culture: nationalism, globalization and modernity* (New York: Westview).
- Galperin, H. 1998 *Las industrias culturales y los acuerdos de integración regional. El caso del NAFTA, la UE y el MERCOSUR* (Sao Paulo: Programa UNESCO MERCOSUR).
- García Canclini, Néstor 1999 *La Globalización Imaginada* (México: Paidós).
- García Canclini, Néstor, Carlos Moneta (coords.) 1999 *Las Industrias Culturales en Latinoamérica* (Buenos Aires: Eudeba).
- Giddens, Anthony 1997 *Runaway World* (London: Routledge).
- Hannerz, Ulf 1996 *Transnational Connections* (London: Routledge).
- Hobsbawm, Eric 1999 *On the edge of a New Century* (New York: the New Press).
- Jamieson, M. 1995 "Values and Globalization", trabajo escrito para la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (Mimeo).
- Nasbit, John 1994 *Global Paradox* (New York: Avon Books).
- Pérez de Cuellar, Javier et al 1997 (1996) *Nuestra diversidad creativa* (México: Fondo de Cultura Económica /Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo).
- Sunkel, Guillermo (coord.) 1999 *El Consumo Cultural en América Latina* (Bogotá: Convenio Andrés Bello).
- The Economist* 1998 "Culture Wars", en *The Economist* (London) September.
- Throsby, David 1998 "El Papel de la Música en el comercio internacional y en el desarrollo económico", en *Informe Mundial de Cultura* (Madrid: Santa María) 210-222.
- Touraine, Alain 1998 "Iguales y diferentes", en *Informe Mundial de Cultura* (Madrid: Santa María) vol. 1, 54-64.
- UNESCO 2000 *International Flows of Cultural Goods 1980-1998* (Paris: Institute of Statistics).

Notas

1 Traducimos este término por el de “decentredness”. En contraste con el de descentralización, que implica una transferencia de recursos y facultades de las instituciones de gobierno, el de descentración se refiere a modelos de pensamiento basados en la diversidad, en los que la dinámica corre a través de varios centros.

2 Estos datos facilitados en el Informe de 1998 de la asociación norteamericana “International Intellectual Property Alliance” indican igualmente que entre 1977 y 1996 las industrias basadas en la propiedad intelectual aumentaron en los Estados Unidos tres veces más rápido que la tasa anual de crecimiento económico.

3 The International Federation of the Phonographic Industry,
<<http://www.ifpi.org>>

4 Debate sobre “La excepción general para la cultura, el audiovisual y la exclusión de la propiedad literaria y artística de los acuerdos del AMI: una cuestión de supervivencia”. Organizado por la Asociación de Autores y Compositores Dramáticos.

5 El tono de la polémica lo dan las palabras de Jacques Lang, ex-ministro francés de la cultura: “La máquina infernal para desestructurar el mundo avanza inexorablemente en los pasillos de las organizaciones internacionales. El AMI (amigo en francés) es el enemigo: enemigo de la diversidad, enemigo de la creación, el enemigo de la justicia social”. En el “AMI es el enemigo”, *Le Monde*. 10 de febrero de 1998.