

Estimados amigos:

El número 70 de nuestra Revista incursiona en los temas de las industrias culturales y de la ubicación de América Latina en la dinámica mundializada de las culturas. En ambos ha sido y es recurrente la denuncia de una presunta americanización de la cultura. Más allá de esta, el pensamiento crítico actual requiere de parámetros adecuados para situarse frente a los procesos de integración que inducen los tratados de libre comercio en curso en nuestro continente y más allá. La naturaleza de las fronteras está cambiando. Las demarcaciones de los mapas físicos se hacen porosas al mismo tiempo que en los mapas conceptuales aparecen nuevas interconexiones: identidad remite a valor agregado, los saberes étnicos milenarios a los derechos intelectuales, o simplemente la cultura a un recurso disponible, como diría George Yúdice. Y esto no forma parte ni de un decurso espontáneo, natural, de la evolución tecnológica, ni exclusivamente de la mano mágica del mercado. Manos firmes juegan sus voluntades y estrategias sobre el gran damero político global sin que sepamos con certeza cuál sea el porvenir de la hegemonía ni de que armas, duras o blandas se valga, sin que conozcamos si los grandes festines del consumismo digital son la máscara que tapa el rostro del gran déficit comercial de la gran potencia mediática. Este número pretende darle al lector elementos de reflexión en la materia.

Así, Néstor García Canclini se pregunta en este número si las naciones y los Estados nacionales tienen aún tareas pendientes en materia de industrias culturales. "¿Llevan a algún lugar interesante las políticas de protección de las culturas nacionales? ¿Qué medidas serían razonables, en tal caso, para lograr eficacia en una época de liberalización de las inversiones y tecnologías que hacen circular fluidamente los bienes y mensajes por todo el mundo? ¿Podemos pretender impulsar preferentemente nuestros libros, películas y programas informáticos? ¿Tiene sentido aún denominarlos nuestros?" Y se responde señalando que en una época como la actual en la que crece la aceptación de la multiculturalidad en la educación y en los derechos políticos, en las industrias culturales se estrecha la diversidad. Sin embargo, es afirmativo al señalar que son "necesarias políticas internacionales que consideren la diversidad en la sociedad del conocimiento a través de legislaciones que protejan la propiedad intelectual, su difusión y el intercambio de bienes y mensajes, y controlen las tendencias oligopólicas. Una sociedad del conocimiento incluyente requiere marcos normativos nacionales e internacionales y soluciones técnicas que respondan a las necesidades nacionales y regionales, oponiéndose a la simple comercialización lucrativa de las diferencias subordinables a los gustos internacionales masivos".

Se suma al número un conjunto de artículos que analizan el problema desde distintos lugares, Europa, Brasil, Argentina y Estados Unidos. Enrique Bustamante sostiene que, pese a la larga experiencia de las políticas audiovisuales europeas, es posible evidenciar los peores resultados de proteccionismos nacionales miopes bajo la llamada "excepción cultural". Va a sostener la necesaria cooperación horizontal entre la Unión Europea, - en particular España y Portugal - y Latinoamérica. Afirma que "El resultado, en el cine y la televisión ha sido que, so pretexto de protegerse de la invasión norteamericana y con la bandera de la "excepción", Europa se ha mantenido fragmentada en mercados locales y, al mismo tiempo, se ha blindado contra las industrias audiovisuales de terceros países". Asimismo afirma que "es necesario convertir al servicio público, estatal, regional o local, en el pivote y motor de la creatividad y el pluralismo en articulación con el mercado".

Cesar R. S. Bolaño y Valeria C. Brittos sostienen que la nueva presidencia de Luis I. Lula Da Silva ha estado cargada de expectativas frente a políticas nacionales de comunicación. Sin embargo, pese a las diferencias con el régimen anterior, las medidas adoptadas resultan insuficientes con respecto a la implantación de la TV digital terrestre. Señalan que "la inclusión digital no puede quedar reducida a la creación de redes, sin la contrapartida de contenidos atractivos a la mayoría de la población. En nada adelanta el ciudadano común al disponer de un computador con contenido en lengua inglesa o con un sistema de inteligibilidad adaptado a los gustos de la clase media". Por ello, piensan los autores que la digitalización tiene dos caras.

Para Guillermo Mastrini, la industrialización de la producción cultural ha significado la masiva irrupción del capital privado en la cultura sustituyendo la función cultural-reproductiva del Estado. Argentina ha sido un país en el que las industrias culturales tuvieron un temprano desarrollo, el Estado populista canalizó recursos para el despegue de estas industrias. Después de los '90 el Estado se repliega, salvo en el cine, para ceder el paso a la concentración en unos pocos grupos empresariales. Concluye señalando que "Una política cultural democrática debería plantear una doble desconcentración: una que apunte a evitar que unos pocos retengan la propiedad de las empresas, y otra que reconozca a la Argentina como un país federal, diverso y plural desde el punto de vista de su

conformación social y cultural, evitando la hegemonía de Buenos Aires tanto en la producción de contenidos como en la difusión de información".

Toby Miller considera el caso de las industrias culturales norteamericanas, específicamente Hollywood y señala que el cine y la televisión resultan cruciales para las cifras de la balanza comercial norteamericana que exportó por un valor de casi 10 billones de dólares en 2002. Para Estados Unidos su éxito está en la satisfacción de las necesidades de los públicos, aunque "pese a la representación mínimamente adecuada de las minorías norteamericanas, para no mencionar a otros pueblos del mundo, la política audiovisual de Estados Unidos, como su cultura empresarial en términos mas generales, usa la diversidad para sus propios fines. Como dice el refrán, Hollywood favorece un solo color: el verde". Otro factor importante en el éxito de Hollywood consiste en que "el gobierno de Estados Unidos respalda la conducta cuasi monopólica de las compañías cinematográficas en el exterior, pero la prohíbe en el plano doméstico".

Agradecemos sobremanera por las distintas comunicaciones y valiosas sugerencias remitidas a Diálogos, que tomaremos en cuenta en futuros números.

Teresa Quiroz
Presidenta de Felafacs