

**TODOS TIENEN CULTURA:
¿QUIÉNES PUEDEN DESARROLLARLA?***

Néstor García Canclini**

Encuentro dos puntos de partida para hablar hoy de *cultura y desarrollo*. Uno es el más habitual en los trabajos recientes sobre el tema. Consiste en recordar que la cultura no es vista ahora como un bien suntuario, una actividad para los viernes a la noche o los domingos de lluvia, en la cual los gobiernos tienen que gastar, sino un recurso para atraer inversiones, generar crecimiento económico y empleos. Los científicos sociales tratamos de llamar la atención de los gobernantes mostrándoles que en los Estados Unidos la industria audiovisual ocupa el primer lugar en los ingresos por exportaciones con más de 60.000 millones de dólares, o que en varios países latinoamericanos abarca del 4 al 7 por ciento del PIB, más que el café pergamino en Colombia, más que la industria de la construcción, la automotriz y el sector agropecuario en México. Podemos dejar de concebir a los ministerios de cultura como secretarías de egresos y comenzar a verlos como fábricas de regalías, exportadoras de imagen, promotoras de empleos y dignidad nacional.

El otro lugar desde donde pueden enfocarse los vínculos entre cultura y desarrollo es el de la desigualdad y la penuria. Leemos que decenas de miles de los 230.000 muertos en el sureste asiático podrían haberse salvado si hubieran tenido más información oportuna sobre el tsunami, sea por la educación, mejor comunicación del alerta meteorológico o por haberse instruido con programas como el de Discovery Channel que permitió a un pescador

*Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.

**Profesor Distinguido y Director del Programa de Estudios sobre Cultura Urbana, de la Universidad Autónoma Metropolitana de México.

avisar con tiempo a 1,500 habitantes costeros. Las estadísticas sobre los usos de las tecnologías revelan que este tipo de desigualdades tienen efectos cotidianos: Internet nos acerca y vuelve simultáneas vidas lejanas, pero como 20 por ciento de la población mundial acapara más de 90 por ciento del acceso ahonda la brecha entre ricos y pobres. Los medios masivos y la informática permiten imaginar que vivimos en la sociedad del conocimiento, pero la cumbre sobre este asunto realizada en Ginebra, en diciembre de 2003, registró que 97 por ciento de los africanos no tienen acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación, mientras Europa y Estados Unidos concentran 67 por ciento de los usuarios de Internet. América Latina, que cuenta con 8 por ciento de la población mundial y contribuye con 7 por ciento del PIB global, participa en el ciberespacio sólo con 4 por ciento. El bajo porcentaje de *hosts*, de computadoras y de acceso a Internet, explica un informe de la CEPAL, es causa y síntoma de nuestro rezago y escasa visibilidad cultural en los diálogos mediáticos globales y en los espacios públicos internacionales: “estar afuera de la red es estar simbólicamente en la intemperie o en la sordera”. (Hopenhayn, 2003:13-14).

Por un lado, la cultura como potente motor de desarrollo. Por otro, las culturas como pretexto para marcar las diferencias y a menudo para discriminar. Los bienes culturales dan continuidad a lo que somos, pero a veces hacen que nos vean como un paquete de estigmas. En ciertos casos, la literatura, la música y la televisión sirven para contar y cantar lo que nos aflige, y en otros para diluir en ensoñaciones colectivas expectativas que las frustraciones del desarrollo cancelan. No sólo hay que elogiar a la cultura, menos aún en un tiempo en que erige prestigios y fortunas con el mismo vértigo con que las derrumba, como sucede en la nueva economía. Quiero hablar de la cultura con pudor, como de una riqueza fascinante y arriesgada. Voy a hacerlo a través de tres hipótesis que buscan describir dilemas estratégicos de la actualidad y proponen relaciones más productivas entre cultura y desarrollo.

1. *Desarrollar la cultura en las sociedades contemporáneas, multiculturales y densamente interconectadas, no puede consistir en privilegiar una tradición, ni simplemente preservar un conjunto de tradiciones unificadas por un Estado como “cultura nacional”. El desarrollo más productivo es el que valora la riqueza de las diferencias,*

propicia la comunicación y el intercambio – interno y con el mundo – y contribuye a corregir las desigualdades.

La segunda mitad del siglo XX mostró que frecuentemente las políticas homogenizadoras son improductivas y generan ingobernabilidad. La unificación fundamentalista de los Estados ha ido perdiendo consistencia: los gobernantes descubren que su desempeño estable y fecundo depende de trabajar con la mayoría y con las minorías. Al mismo tiempo, se deja atrás la simple estandarización del consumo buscada por la masificación de los mercados en la primera etapa de industrialización de las comunicaciones. Muchas corporaciones transnacionales, desde Hollywood hasta MTV, para expandirse buscan, más que multiplicar el mismo producto, atender los variados gustos de etnias y naciones, distintas maneras de concebir la familia y elaborar sus crisis en adultos y jóvenes, diversas concepciones de la memoria y del cuerpo.

El mayor riesgo actual no es la imposición de una única cultura homogénea, sino que sólo encuentren lugar las diferencias comercializables y que la gestión cada vez más concentrada de los mercados empobrezca las opciones de los públicos y su diálogo con los creadores. Conocemos repertorios musicales, literarios y audiovisuales de más culturas que en otras épocas, pero perdemos protección sobre la propiedad intelectual, o los derechos de difusión se concentran en unas pocas corporaciones, especialmente en los campos musical y audiovisual.

Desde la década de 1990, seis empresas transnacionales se apropiaron del 96% del mercado mundial de música (las *majors* EMI, Warner, BMG, Sony, Universal Polygram y Phillips) y compraron pequeñas grabadoras y editoriales de muchos países latinoamericanos, africanos y asiáticos. El poder de difusión mundial de estas empresas facilita que músicas de una nación sean conocidas en muchas otras, pero su selección es más mercantil que cultural y suele privar de sus derechos intelectuales a los creadores. El antropólogo José Jorge de Carvalho advierte que obras célebres de la música popular y docenas de discos – resultados de investigación de campo y registro sonoro etnográfico de géneros tradicionales brasileños – realizados por la Discos Marcus Pereira, fueron vendidos con todo el acervo de

esta editora a Copacabana Discos, que después fue comprada por EMI, posteriormente vendida a Time Warner y últimamente adquirida por AOL. Hasta Hermeto Paschoal y Milton Nascimento, para tocar sus obras en conciertos tienen que pedir permiso a las *majors* que disponen de sus derechos si no quieren caer en la ilegalidad de ser denunciados pirateándose a sí mismos. (Carvalho, 2002)

Más que la homogenización, los nuevos riesgos son la abundancia dispersa y la concentración asfixiante. Ante la diseminación y dispersión de las referencias culturales, las megacorporaciones intentan controlar la circulación de bienes culturales mediante tarifas preferenciales, subsidios, *dumping* y acuerdos regionales inequitativos. La multiculturalidad, reconocida en el menú de muchos museos, de empresas editoriales, discográficas y televisivas, es administrada con un sistema de embudo que se corona en unos pocos centros del norte. Las nuevas estrategias de división del trabajo artístico e intelectual, de acumulación de capital simbólico y económico a través de la cultura y la comunicación, concentran en Estados Unidos, Europa y Japón las ganancias de casi todo el planeta y la capacidad de captar y redistribuir la diversidad.

2. *¿Qué tipo de prácticas culturales pueden contribuir a que el desarrollo sea sustentable? ¿Qué tipo de desarrollo socioeconómico y político puede dar más sustentabilidad a la cultura? La clave es que las políticas garanticen la diversidad cultural e intercambios más equitativos entre las metrópolis con fuerte control de los mercados y los países con alta producción cultural pero económica y tecnológicamente débiles.*

Es cierto que la cultura no es hoy, predominantemente, lugar de gastos y subsidios. Genera ganancias enormes. Pero la producción de espectáculos y programas para medios audiovisuales masivos requiere abultadas inversiones. Esta es una de las razones por las cuales los Estados se concentran en administrar el patrimonio histórico y estimular las artes de bajo costo (becas para escritores y artistas individuales, obras de teatro, revistas), y dejan a empresas privadas la televisión, el cine y la gestión de las redes electrónicas. También los museos y los espectáculos locales con artistas internacionales, la producción editorial y

musical de distribución masiva, demandan inversiones que sólo manejan empresarios transnacionalizados. Así, la lógica de funcionamiento de los bienes culturales tradicionales (libros, conciertos y exposiciones de artes plásticas) va asemejándose a la que rige la producción de DVD, juegos multimedia y paquetes de *software*: hay que llegar a públicos masivos, lograr una comercialización acelerada, renovar constantemente los catálogos, subordinar la innovación lingüística y formal al reempaquetamiento de las imágenes con éxito probado. Como sabemos, sólo una minoría de artistas y productores culturales accede a esas gigantescas estructuras de producción, distribución y exhibición, y puede sostener el ritmo de recuperación económica inmediata y obsolescencia incesante impuesto por el capital financiero que anima a esos mercados culturales.

¿Qué culturas pueden producir y cuáles logran ser vistas bajo esta lógica? A fines del siglo XX Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y Japón abarcaban casi el 60 por ciento de las exportaciones de bienes culturales en el mundo. El 50 por ciento de las importaciones también se concentraba en esos países. La aparición reciente de China está modificando, todavía levemente, este desequilibrio entre las culturas que se producen en el mundo y quienes las venden, compran y disfrutan.

La situación más inequitativa es la del cine. Italia satisface las necesidades del 17.5 por ciento de su mercado nacional, España solamente el 10 por ciento, Alemania el 12.5 y Francia, el 28.2 por ciento. Estados Unidos, en cambio, cubre el 92.5 por ciento de su mercado nacional, o sea que recibe poquísimas películas de otros países, en tanto hace predominar su cinematografía en casi todos los mercados externos. (Tolila, 2004)

Si el 85 por ciento de las películas difundidas en las salas de todo el mundo proceden de Hollywood, el déficit comercial es siempre favorable a Estados Unidos. En América Latina, disminuyó en las últimas décadas el tiempo de pantalla dedicado al cine europeo (no llega al 10 por ciento), y cada año el control estadounidense de la producción, la circulación y la exhibición deja menos espacio al cine latinoamericano. Los estudios sobre consumo cultural muestran la sintonía de los gustos de las audiencias con los géneros de acción

(thrillers, aventuras, espionaje), que son los mejor cultivados por Hollywood, pero esta explicación no alcanza para entender su predominio avasallante.

No conocemos otra remodelación global, ni en la industria editorial, ni en la musical, ni en la televisiva, ni en las artes visuales, que elimine de la circulación internacional a vastas zonas de la producción cultural y las reduzca a expresiones minoritarias, como ocurre con cinematografías históricamente tan significativas como la francesa, la alemana y la rusa. En ningún lugar esta conversión de naciones numerosas, con alta producción artística, en expresiones culturales menores es tan impactante como en Estados Unidos. Mientras este país exige absoluta liberación de los mercados, sin cuotas de pantalla ni ninguna política de protección para las películas nacionales, el sistema de distribución y exhibición estadounidense combina varios factores para favorecer a los filmes de su país: exención de impuestos y otros incentivos, la organización semimonopólica de la distribución y la exhibición (Miller, 2002; Sánchez Ruiz, 2002)

¿Cómo volver sustentable la producción cultural de cada sociedad en esta época de intensa competitividad, innovación tecnológica incesante y fuerte concentración económica transnacional? Algunos piensan que, así como para proteger el medio ambiente debe limitarse el desarrollo guiado sólo por el rédito económico, habría que controlar la expansión de las megacorporaciones comunicacionales y proteger la producción cultural endógena de cada nación. Se llega a hablar de una “ecología cultural del desarrollo”: el patrimonio histórico, las artes, y también los medios y los recursos informáticos, son partes de la continuidad identitaria, recursos para la participación ciudadana, el ejercicio de las diferencias y los derechos de expresión y comunicación. En favor de una consideración no sólo económica del desarrollo cultural, se señala que la cultura y las comunicaciones contribuyen al desarrollo comunitario, la educación para la salud y el bienestar, la defensa de los derechos humanos y la comprensión de otras sociedades. Hay una *transversalidad* de la cultura que la interrelaciona con las demás áreas de la vida social. (Yúdice, 2004). Demasiados conflictos actuales se explican, en parte, por haber olvidado que el desarrollo económico no se reduce a crecimiento, baja inflación y equilibrio en la balanza comercial, y

que el desarrollo social incluye esa dimensión propia de la cultura que es encontrarle sentido a lo que hacemos.

Esta transversalidad de las culturas con otras zonas de la vida social es un requisito para su desarrollo sustentable. Para consolidarlo se necesita estimular otras estructuras, otras lógicas de producción y difusión, que las promovidas por las megacorporaciones. Las muchas funciones de la cultura no pueden cumplirse si la industria editorial fabrica solo *best sellers* de fácil lectura, o la industria cinematográfica asigna el 95 por ciento del tiempo de pantalla al cine de un único país. Dicho de otro modo: se trata de crear espacios económicos y circuitos de comunicación para las editoriales independientes, las películas de muchas culturas y las productoras locales de discos y videos.

Como en otros campos de la producción, los antiguos controles de aduanas o fronteras son ineficaces en un tiempo de comunicaciones transnacionales y fusiones multimedia entre los campos editorial, audiovisual y telecomunicacional. Es cuestión, más bien, de generar condiciones propicias para que, por ejemplo, la enorme producción musical independiente de América Latina no quede aislada en conciertos y ferias locales. Las políticas públicas y la banca de desarrollo pueden proporcionar subsidios estratégicos y créditos blandos, formar en mercadotecnia globalizada a los productores, articularlos en circuitos alternativos de empresas medianas y pequeñas, favorecer sus viajes y participación transversal en actividades socio-económicas internacionales (festivales y ferias, mega espectáculos, turismo, programas de fundaciones y ONG). La cooperación internacional es decisiva para reconstruir y renovar los aparatos institucionales de los Estados desaparecidos o debilitados por la liberalización económica (Ocampo: 2005), comprender cuáles son las áreas estratégicas de la cultura y la comunicación en las que los países latinoamericanos pueden mejorar su competitividad internacional (algunos en la industria editorial, otros en la producción de contenidos televisivos, otros en el turismo cultural). Menciono rápido otra iniciativa que apareció recientemente: ¿podríamos intercambiar deuda por inversión internacional en programas educativos y culturales?

Una parte clave de estas acciones revitalizadoras es también la de formar públicos culturales y usuarios de las nuevas tecnologías comunicacionales: o sea, colocar el aprendizaje de la interculturalidad, la innovación y el pensamiento crítico en el centro de las acciones educativas. La democratización cultural requiere extender la acción formativa y facilitadora de los Estados, por ejemplo dotar de computadoras a las escuelas, y también propiciar lo que George Yúdice llama “una suerte de globalización desde abajo”, apoyada por la cooperación internacional. La ejemplifica con la Red de Comunicaciones sobre Desarrollo Sostenible / Sustaniable Development Communications Network (RCDS / SDCN), que reúne a 17 organizaciones en 13 países, entre ellos Argentina, Costa Rica y Ecuador. Se trata de un organismo dedicado a generar conocimiento sobre la comunicación del desarrollo sustentable, incluyendo la experiencia de los países en vías de desarrollo y en transición. Emprenden actividades comunicacionales conjuntas para hacer participar a audiencias más amplias; construir entre los miembros la habilidad de comunicar el desarrollo sustentable a través de nuevas tecnologías comunicativas, y compartir ampliamente el conocimiento sobre el uso eficiente y efectivo de Internet.

3. *Dos décadas de mercados culturales casi enteramente desregulados no han mejorado la difusión de los libros, ni proporcionan ofertas más diversas de cine o video. Necesitamos repensar las relaciones de lo que en la cultura es negocio, industria y servicio.*

Luego de las experiencias de apertura económica e intensificación de comunicaciones internacionales no se aprecia que el mercado “organice” la interculturalidad ampliando el reconocimiento de las diferencias.

Aquí debemos admitir que la insuficiencia de estudios sobre economía de la cultura no permite aún construir explicaciones integrales sobre el modo en que las industrias culturales de América Latina están integrándose a la economía mundial. Los datos disponibles, por ejemplo en la industria editorial y en la cinematográfica, muestran un desempeño frustrante a medida que se acentuó la desregulación y el libre comercio. Se vendieron recursos básicos de producción y circulación de bienes culturales: por ejemplo se cerraron o

transfirieron editoriales a empresas europeas, así como desaparecieron salas de cine, o se dejaron las nuevas cadenas de multisalas bajo control de distribuidoras estadounidenses, canadienses y australianas. También sabemos que este proceso ha disminuido la capacidad productiva en los principales países editores (Argentina y México) y abatió los índices de venta en el conjunto de la región. En el cine, el descenso de la producción y de la asistencia a salas – que no se debe únicamente al cambio en la propiedad de los recursos, sino a la competencia con el video y otros entretenimientos domésticos – mostró una caída vertical en los años 80 y la primera mitad de los 90; hubo cierta recuperación del número de películas producidas y del público en los últimos diez años, sin alcanzar las cifras de períodos previos. Sin embargo, faltan estudios del conjunto del proceso – que hagan jugar las innovaciones tecnológicas, los cambios económicos y de hábitos de los consumidores – para alcanzar una visión integral de lo que ha venido ocurriendo.

Algunos datos sobre la declinación del cine mexicano a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte indican que la liberalización de los mercados no ha cumplido las promesas de dinamizar la economía en ésta como en otras áreas. Víctor Ugalde compara los distintos efectos de las políticas culturales con que Canadá y México situaron su cine en relación con el TLC a partir de 1994. Los canadienses, que exceptuaron su cinematografía y destinaron más de 400 millones de dólares, produjeron en la década posterior un promedio constante de 60 largometrajes cada año. Estados Unidos hizo crecer su producción de 459 filmes a principios de la década de los noventa a 680, gracias a los incentivos fiscales a sus empresas y al control oligopólico de mercados nacionales y muchos extranjeros. México, en cambio, que en la década anterior había filmado 747 películas, redujo su producción en los 10 años posteriores a 1994 a 212 largometrajes. “Al dejarse de producir 532 filmes se creó un brutal desempleo con el consecuente cierre de empresas, la reducción del pago de impuestos, la subutilización de nuestra capacidad industrial instalada, la caída de nuestras exportaciones y el incremento de las importaciones de películas extranjeras” (Ugalde, 2004)

Concluimos de esta comparación que la liberalización del comercio cultural impulsa o retrasa el desarrollo según se articule o no con políticas de protección nacional. Pero

debiéramos vincular estas dos variables con las modificaciones de los hábitos de consumo cultural y con otros análisis de la oferta para lo cual existen pocos estudios disponibles.

Son necesarias, asimismo, políticas internacionales apropiadas para esta etapa con leyes que protejan la propiedad intelectual, su difusión, 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 de cada sociedad, oponiéndose a la simple comercialización lucrativa de las diferencias o su subordinación a gustos internacionales masivos. Por eso, es necesario que las industrias culturales no se organicen sólo como *negocio* sino también como *servicio*.

La falta de legislación actualizada para el uso del patrimonio y para la expansión de las industrias culturales está favoreciendo hoy a los actores transnacionales mejor preparados para aprovechar la convergencia digital con bajo costo en producción (ediciones masivas, manejo de satélites, doblaje o traducción simultánea). La demora en establecer políticas regulatorias claras en estos campos coloca a todos los países ante el riesgo de que las decisiones de la Organización Mundial del Comercio o los acuerdos de libre comercio regionales, al igualar las inversiones nacionales y extranjeras, ilegalicen los intercambios horizontales y coproducciones preferenciales entre naciones débiles. De poco vale que exaltemos la creatividad de los pueblos y los artistas, o la riqueza de la diversidad cultural, si permitimos que los derechos de autor de los individuos y de las comunidades sean subsumidos bajo las reglas de *copyright*, dejando que los beneficios generados por la creatividad sean apropiados por las megaempresas que manejan el derecho de copia.

¿Qué podemos esperar del incremento de conexiones informáticas? Ni desaparición de las diferencias socioculturales, ni una radical reducción de las inequidades del desarrollo cultural. Reducir la brecha digital puede aminorar ciertas desigualdades derivadas del acceso dispar a los mensajes y bienes ofrecidos en el ciberespacio: en este sentido, una de las esperanzas de América Latina es que, si bien somos una de las regiones menos conectadas a las redes digitales, mostramos el ritmo más veloz en el crecimiento de *hosts* y de internautas. Pero además de los datos cuantitativos es preciso considerar que una

distribución menos desigual de la riqueza mediática y digital implicaría mayor multilingüismo y policentrismo, crear posibilidades de acceso para los amplios sectores sin recursos económicos o con lenguas y saberes poco cotizados. Todo esto requiere considerar a las industrias culturales no solo como negocio sino como servicio.

La valoración simultánea de los medios como industrias, comercio y servicio tiene una larga historia. Jürgen Habermas, Nicholas Garnham y John Keane han descrito la importancia de la prensa y la radio como servicios para que en los países europeos se construyera una esfera pública de ciudadanos. Desde principios del siglo XX la escena pública fue vista como un espacio desde el cual luchar contra los Estados despóticos, contra los abusos y arbitrariedades de dictadores que sometían la vida social y económica a sus intereses privados. Luego, se erigió lo público como defensa de lo social frente a la voracidad monopólica de grandes empresas y sus amenazas a la libre comunicación entre ciudadanos. En América Latina los estudios de Jesús Martín Barbero y Rafael Roncagliolo, entre otros, también muestran que la prensa y la radio contribuyeron al desarrollo moderno al configurar una esfera ciudadana que delibera con independencia del poder estatal y del lucro de las empresas.

La defensa de lo público generó espacios emancipatorios, donde creció la información independiente, se legitimaron las demandas de la gente común y se limitó el poder de los grupos hegemónicos en la política y los negocios. ¿Cómo revitalizar ahora el sentido público de la vida social? En la medida en que esto depende de las políticas culturales y comunicacionales, es evidente que no lo lograremos sólo a partir de los Estados. La creación de sitios multidireccionales, diversificados y de comunicación abierta, promovidos y gestionados desde focos heterogéneos de la vida social, tal como se manifiestan en Internet, hace pensar en otros tipos de espacios o esferas públicas. Están participando en ellos gobiernos, empresas y movimientos socioculturales independientes.

Así, la industrialización de la cultura hace posible ampliar el mapa de las comunicaciones, sitúa en la conversación internacional más voces y relatos, músicas e imágenes, que en cualquier otra época. Los beneficios de la cultura trascienden la danza de cifras, los

millones de públicos y regalías. Las relaciones entre cultura y desarrollo no se reducen a los balances económicos de productores, distribuidores y exhibidores. Otra historia se insinúa: la de los pobres en información, los que sólo tienen acceso a espectáculos gratuitos, los que crean pero no ingresan a las estadísticas del *rating*. A veces se comunican a lo lejos gracias a Internet o a que una desgracia de grandes números pone por unos días sus pedidos de solidaridad en los medios. El mundo está organizado para que la resonancia de esas historias más secretas sea poco sustentable. Pero su continuidad sigilosa sigue formando parte de las relaciones entre cultura y desarrollo.

Finalmente, el vínculo de la cultura con el desarrollo es valorable por su modo de construir ciudadanía. Junto a los derechos económicos de las empresas hay que considerar los derechos culturales de los ciudadanos. En una época de industrialización de la cultura, estos derechos no se limitan a la protección del territorio, la lengua y la educación. El derecho a la cultura incluye lo que podemos llamar *derechos conectivos*, o sea el acceso a las industrias culturales y las comunicaciones. Un estudio realizado por la CEPAL y el Instituto Interamericano de Derechos Humanos analiza el derecho a la diferencia junto con los derechos de integración y la equidad, con “la participación relativa en las diversas redes de intercambios” (CEPAL-IIDH, 1997:38). Se alejan de la definición mínima de derechos de *sobrevivencia* o registro de indicadores de *pobreza*, que aíslan estos fenómenos de los procesos de desigualdad que los explican.

En consecuencia, reubican estos conceptos – como demostró Amartya Sen, contruidos desde la problemática de la “desposesión absoluta” – en el campo de la *ciudadanía*. El “umbral de la ciudadanía” se conquista no solo obteniendo respeto a las diferencias sino contando con los “mínimos competitivos en relación con cada uno de los recursos capacitantes” para participar en la sociedad: trabajo, salud, poder de compra, y los otros derechos socioeconómicos *junto* con la “canasta” educativa, informacional, de conocimientos, o sea las capacidades que pueden ser usadas para conseguir mejor trabajo y mayores ingresos (ibíd: 43-44). El acceso segmentado y desigual a las industrias culturales, sobre todo a los bienes interactivos que proveen información actualizada, ensanchan “las distancias en el acceso a la información oportuna y en el desarrollo de las facultades

adaptativas que permiten mayores posibilidades de integración socioeconómica efectiva” (ibíd :38)

La ciudadanía, o su contrario: la exclusión, según este estudio de CEPAL y el IIDH, es resultado de la correlación entre “los índices de concentración de las oportunidades de acceso a otros recursos capacitantes” (ibíd.: 46) El estudio concluye que la imbricación de los derechos económicos, sociales y culturales, o sea su realización complementaria englobada bajo la noción ampliada de ciudadanía, coloca en el Estado la responsabilidad principal por su cumplimiento.

Formar públicos y formar ciudadanos: en tiempos de industrialización de la cultura y de videopolítica ambas tareas se combinan. No se justifica separar el entretenimiento de la información, ni el negocio industrial de los servicios a la sociedad. Las nuevas destrezas necesarias para obtener un trabajo calificado se entrelazan con los consumos culturales de formato digital, y ambos con el uso de redes tecnológicas avanzadas para comunicar masivamente las demandas sociales. Tener cultura y tener desarrollo son hoy actividades complementarias. Implican a la vez convivir en la diferencia, no sólo crecer sino hacerlo juntos y con mayor equidad. Pero estos dos objetivos de la primera modernidad se complejizan en un mundo organizado para interconectar y excluir. Todos quedamos implicados: economistas, promotores culturales y educadores; empresarios, Estados y consumidores-ciudadanos, comunicadores, especialistas en informática y políticos. De la manera en que articulemos nuestros derechos y compromisos dependerá que en la cultura las diferencias se conviertan para unos en privilegios y para otros en estigmas, que la competencia capaz de impulsar el desarrollo no excluya la solidaridad.

BIBLIOGRAFÍA.

CEPAL-IIDH, 1997. *La igualdad de los modernos. Reflexiones acerca de la realización de los derechos económicos, sociales y culturales en América Latina*. Costa Rica, CEPAL, IIDH.

Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura de Colombia. 1999. *Un estudio sobre el aporte de las industrias culturales y del entretenimiento al desempeño económico de los países de la Comunidad Andina*. Informe preliminar. Definiciones básicas, pautas metodológicas y primeros resultados en Colombia, Bogotá, noviembre.

de Carvalho, José Jorge, 2002 “Las culturas afroamericanas en Iberoamérica: lo negociable y lo innegociable”, en Néstor García Canclini (comp.) *Iberoamérica 2002. Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*. México, Santillana.

Hopenhayn, Martín 2003. “Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana” en *Informe y estudios especiales*. CEPAL-ECLAC. Santiago de Chile, enero.

Keane, John, 1995 “Structural Transformations of the Public Sphere”, *The Communication Review*, vol. 1. Núm. 1. San Diego.

Martín Barbero, Jesús, 2002. “Nuevos mapas culturales de la integración y el desarrollo” en Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini (comps.) *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Buenos Aires, Banco Interamericano de Desarrollo / Fundación Felipe Herrera / Universidad de Maryland / FCE.

Miller, Toby, 2002. “El cine mexicano en los Estados Unidos”, en Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón y Enrique Sánchez Ruiz (coords.) *Cine mexicano y latinoamericano*.

Situación actual y perspectivas en América Latina, España y Estados Unidos. Informe presentado al Instituto Mexicano de Cinematografía.

Ocampo, José Antonio. 2005. “Más allá del Consenso de Washington: una agenda de desarrollo para América Latina”. En *Estudios y perspectivas*. CEPAL, Naciones Unidas. Santiago de Chile.

Piedras, Ernesto. 2004, *¿Cuánto vale la cultura?. Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. CONACULTA, SACM, SOGEM, CANIEM. México.

Sánchez Ruiz, Enrique 2002. “La industria audiovisual en América del Norte: entre el mercado (oligopólico) y las políticas públicas”, en Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón y Enrique Sánchez Ruiz, *op.cit.*

Tolila, Paul, 2004, “Industrias culturales: datos, interpretaciones, enfoques. Un punto de vista europeo” en *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, México, S.R.E., OEI, CONCACULTA.

UNESCO, 2000. *World Cultural Report*. Unesco publishing.

Yúdice, George. 2002. *El recurso de la cultura*. Buenos Aires-Barcelona-México, Gedisa.