

LAS NARRATIVAS DE LA VIDA. Industrias culturales y procesos de desarrollo.

Seminario organizado por la AECI, la OEI y el Programa ACERCA en el Centro Cultural de España en Buenos Aires¹.

Abril de 2006.

Germán Rey²

"Un texto se elabora con una maraña de hilos. Es fruto de lecturas anteriores y de la investigación. Puedo tejer con pocos hilos: mi tela quedará entonces algo empobrecida, monocromática. Cuando junto colores y espesores diferentes, altero su granulado, su matiz. Una tela rica posee tonalidades y sombras, su superficie es irregular y rugosa. Los hilos, o mejor, su entrelazamiento, hacen el resultado final. Cuando escribimos trabajamos con un conjunto de ovillos a nuestra disposición. Esta claro que siempre existe el riesgo de perderse en la búsqueda de esas referencias textiles. Por eso se impone una selección juiciosa, se trabaja con un número limitado de ovillos. La escritura es el resultado de una costura, de la conjunción entre la aguja y los hilos, la problemática teórica y los datos"
(Renato Ortiz, "Taquigrafiando lo social", Buenos Aires Siglo XXI Editores Argentina, 2004, página 14).

En "El final del salvaje", Arturo Escobar recuerda que el concepto de desarrollo sostenible aparece en condiciones históricas muy específicas y que forma parte de un proceso más amplio que califica como de problematización de la relación entre naturaleza y sociedad, "motivada por el carácter destructivo del desarrollo y la degradación ambiental a escala mundial". Al final del texto, Escobar afirma que necesitamos nuevas narrativas de la cultura y de la vida. "Estas narrativas -

¹ Se contó con el apoyo diligente de la Subsecretaria de gestión e industrias culturales del Ministerio de Producción del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

² Director Académico del Seminario. Correo electrónico: germrey@hotmail.com

escribe- deberán ser híbridos de algún tipo en el sentido de que deben partir de las mediaciones e hibridaciones que las culturas locales logre efectuar sobre los discursos y las prácticas del capital y la modernidad. Esta es una tarea colectiva en que los movimientos sociales sin duda van a jugar un papel primordial. La tarea supone luchas por construir identidades colectivas y por redefinir las fronteras y modos de relación entre naturaleza y cultura. ¿Cómo imaginar estas relaciones en forma dinámica? ¿Cómo imaginar propuestas alternativas para relacionar - a través de una práctica distinta- cultura, economía y ambiente?"³

El Seminario de Industrias Culturales, organizado por la AECI, la OEI y el programa ACERCA en Buenos Aires fue un intento de aproximarse a una respuesta, evidentemente parcial, de estas preguntas. Buscaba, por una parte, intercambiar experiencias e ideas sobre algunos ejes centrales de la discusión sobre las relaciones entre economía, cultura y desarrollo y por otra parte dibujar un mapa de las acciones más oportunas y necesarias que se podrían adelantar en este tema. Por eso los momentos de la reflexión i mejor de la conversación, estuvieron claramente diferenciados pero a la vez interrelacionados. El primer eje intentó revelar el estado de las industrias

³ Arturo escobar, El final del salvaje, Bogotá: CEREC, ICAN, 1999, página 97.

culturales en algunos de los países de la región. Se halló, como se observará más adelante, una serie de persistencias pero también un conjunto de oscilaciones muy interesantes y sugerentes, como por ejemplo, los retornos de las salas de cine, el aumento de la producción, la desaparición de las librerías barriales o la circulación de las músicas. Explicar estas oscilaciones es indispensable para pensar cómo las industrias culturales se involucran efectivamente en los procesos de desarrollo y ayudan a delinearlos, mas allá de los evidentes intereses de la geopolítica. El segundo eje buscó encontrar consonancias entre los estudios de consumo cultural que se han llevado a cabo recientemente en la región, ya sea desde sus aplicaciones particulares, por ejemplo al consumo cultural de los jóvenes o la detección de los espacios y consumos culturales emergentes de carácter urbano o desde las encuestas nacionales de consumo cultural promovidas por los gobiernos. Además de las discusiones metodológicas sobre los objetivos, estructura, muestras y sistemas de recolección de la información, lo más importante fue constatar las tendencias comunes que conforman un paisaje bastante similar del consumo cultural en América latina. El consumo cultural organiza una extensa red que atraviesa y diferencia edades, niveles educativos, clases sociales o adscripciones territoriales. Es un mapa

de los sentimientos y de las selecciones, de los gustos y los usos sociales de las manifestaciones culturales.

El tercer eje se propuso observar la naturaleza de las cuentas satélites de cultura y sus avances en países que como Colombia y Chile han empezado a construirlas de la mano de sus Ministerios de Cultura, sus bancos centrales y sus entidades de manejo de estadísticas nacionales. Se estableció un diálogo entre gentes de la cultura y contadores y economistas expertos en cuentas nacionales sobre las dificultades y posibilidades de medición de la cultura, de rastreo cuantitativo y cualitativo para lograr que la cultura "cuenta". Este diálogo facilitó la comprensión de los propósitos de la tarea, tanto de sus alcances como de sus evidentes limitaciones. Hacer cuentas satélites de cultura es apostarle a un manejo de información riguroso, sistemático y continuo de la cultura. Se trata, como diría M. Foucault en "Las palabras y las cosas", de explorar la episteme del cuadro que unió a la teoría del valor, la biología y la lingüística comparada. ¿Qué incluir en el cuadro? ¿Cómo mensurar lo que parecería inasible y fluido?" ¿Cómo incluir sin reducir, contar sin descontar? Son tareas que tienen las cuentas satélites de cultura.

Finalmente, el cuarto eje del seminario buscó hacer explícitas las políticas culturales que

promueven el desarrollo de las industrias culturales. Se observan propuestas nacionales y de ciudad, sectoriales e intersectoriales, formando parte de un ejercicio público que tiene que ver con la producción cultural, como también con la circulación y la apropiación social de los bienes y servicios culturales y en las que existen zonas tomadas mas por la iniciativa privada que por los estados y cuellos de botella complejos y persistentes como el de la distribución.

Durante el seminario se resaltó explícitamente la incidencia de la economía creativa en el desarrollo económico de los países pero también se insistió de manera reiterada en los significados sociales de las industrias de la cultura, es decir, en su impacto (menos conocido y menos medido) en las identidades y la diversidad cultural, la participación social y el fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

Lidia Blanco, directora del Centro cultural de España en Buenos Aires comenzó el seminario recordando la metáfora de la aguja. Figura sin duda prometedora para el ejercicio de tejer con paciencia los hilos de una conversación, que al entrecruzarse componen la textura y la trama del tejido. Renato Ortiz utiliza una metáfora semejante para referirse a la labor paciente del pensamiento en las ciencias sociales. Este relato,

memoria a la vez, está hecho de múltiples voces que se entrecruzan siguiendo el hilo de una conversación.

CULTURA Y DESARROLLO: "Los cabos sueltos..."

En el pasado, como lo mostró Carmelo Angulo, el debate se centraba en las relaciones entre democracia y desarrollo, desarrollo y crecimiento o en los nexos entre desarrollo y pobreza. Los diseños del desarrollo abandonaron la idea del progreso para unirse a la de pobreza, a las desigualdades y a la inclusión social y política. Pero el cabo suelto eran los valores, los modos de vida, las expresiones culturales. Incluso durante años, la cultura se vio más como un bloqueo que como una oportunidad del desarrollo. El desarrollo, es entendido por pensadores como Amartya Sen, como un proceso de expresión de la libertad de elección de tal manera que el informe de Desarrollo Humano del 2004 subraya la importancia de la libertad cultural y sus relaciones con el desarrollo humano sostenible. Mas allá de las reproducciones miméticas de paradigmas, lo que debe hacerse es una deconstrucción crítica del concepto y de las prácticas del desarrollo acogiendo una visión desde la gente (ascendente, diría Boaventura de Souza Santos) en cuyo horizonte están temas claves como la multiculturalidad, la protección cultural,

los emprendimientos culturales, las conexiones entre cultura, educación y desarrollo o las industrias culturales pensadas mucho más allá de su restricción como simple mercancías. Se perfilan modelos de desarrollo con apropiación, entendidos y sustentados por la gente dentro del horizonte de un mundo globalizado, lleno de posibilidades y de riesgos.

Así, el desarrollo se entiende hoy como desarrollo cultural, en cuyo centro se encuentran la creación, la producción e intercambio de sentidos y las apropiaciones individuales y sociales entendidas como procesos dinámicos. Si la cultura es "red de significados" (Geerts) o forma de la relación social (Bordieu), la creación de contenidos es esencial a las industrias culturales. Hay en la cultura, para tomar el nombre del video que acompaña al estudio de consumo cultural en Sao Paulo presentado por Isaura Botelho, una permanente "invención de lo cotidiano".

La cultura se mide no sólo en sus repercusiones económicas como en su valor social, es decir, en sus aportes a la construcción de identidades, sentidos de pertenencia y autoestima, ciudadanía cultural, patrimonio vivo y memoria. De esta manera, las industrias culturales se conectan de doble modo con los procesos de desarrollo: tanto por su significación económica como por su

influencia en la vida social de la gente (externalidades positivas de la creación y el consumo culturales sobre la sociedad).

Un concepto de desarrollo basado en derechos, entiende a los culturales como parte del conjunto de derechos sociales. Pero también cada vez es más evidente la incorporación de la cultura al derecho internacional, como lo anotó Paulo Slachevsky. Las desigualdades definen la presencia de las industrias culturales en el desarrollo y las vincula de inmediato con la problemática de la equidad en la que se observan grandes brechas como se constatará más adelante. Una equidad que supere su simple asociación a la problemática del acceso. Cada vez se constata con más fuerza la presencia que tiene las industrias culturales (IC) en las economías de los países latinoamericanos. Se han hecho esfuerzos notables por evaluar su impacto en el PIB, su capacidad de generación de empleo y el peso tanto en las exportaciones como en las importaciones. También hay unas fuertes interrelaciones entre cultura y desarrollo: la disminución de librerías barriales en la ciudad de Buenos Aires o los descensos vertiginosos de los índices de lectura en Argentina, están muy relacionados con la crisis económica y el debilitamiento del sistema de educación pública. Mientras en algunos países como Venezuela, Colombia o Perú, los consumos están fuertemente

centralizados en las grandes ciudades (Caracas, Bogotá, Lima, pero también Ciudad de México o Montevideo), en Chile, por el contrario, el consumo cultural de una región como Iquique es mayor que el que tiene Santiago y la región metropolitana, que a su vez poseen la mayor oferta cultural.

Hay unas oscilaciones en el panorama cultural latinoamericano que es importante entrar a analizar. La librería de barrio seguramente es un polo de cohesión de la vecindad que es puesto a prueba; entretanto, en países como Argentina o Colombia, aumenta la producción de cine y en México se recupera de manera significativa el número de salas de cines que habían tenido una caída impresionante en el pasado. En el caso del cine parecen importantes las condiciones que plantean reglamentaciones como la cuota de pantalla en el caso argentino o la creación del fondo de la cinematografía en el caso colombiano.

Como señaló Ana Carla Fonseca Reis, una visión integral del desarrollo debe incorporar no solo a los actores económicos sino también a los sociales y culturales. La ciudadanía cultural sería entonces objetivo último de una política de desarrollo integrado. Las relaciones entre cultura y ciudadanía son cada vez más fuertes, no solo por la naturaleza multicultural de las sociedades sino por el poder democratizador de las músicas, el

ingreso a la modernidad de vastos sectores sociales de la mano de lo audiovisual o la influencia de la educación en el crecimiento cualificado del consumo. En períodos de crisis, como se observó en el caso de Buenos Aires, se ensancha la brecha del consumo y se genera una concentración de éste.

Pensar las relaciones entre cultura y desarrollo es preocuparse también por cómo han cambiado los sujetos/ciudadanos, así como percibir las nuevas formas de habitar/vivir la ciudad. Se constata, como lo ha hecho Ana Wortman en sus trabajos, la emergencia de micro emprendimientos culturales y la proliferación de productores simbólicos; la estetización de diversas esferas de la vida social y la aparición de significados nuevos para determinados lugares de la ciudad. Espacios, actores y procesos culturales que no siempre son captados por los instrumentos utilizados en el análisis de la circulación y consumos culturales.

LOS CAMBIOS EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES/CREATIVAS

Oscilaciones, distribución y emprendimientos culturales

Diversos momentos acompañan el proceso de expansión de las industrias culturales marcados por los crecimientos y decrecimientos de la producción, la distribución, la afluencia de

capitales extranjeros, las modificaciones en la participación de las empresas nacionales o la modernización.

Las crisis vividas en la región obviamente repercuten en las industrias creativas. En países como Argentina se viven momentos de recuperación, tal como lo mostró Fernando Arias del Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires. De 2000 salas de cine que existían hace unos años, se pasó después a 400 y hoy a unas 1000. Actualmente Argentina produce entre 60 y 70 películas al año, varias de ellas con un importante éxito de taquilla y reconocimiento internacional. Otros signos del estado de las IC en ese país son la alta concentración en los distintos sectores y fases de la cadena de valor y una tenue tendencia al reposicionamiento de las pymes culturales sobre todo en editoriales y fonografía, que han orientado la producción hacia una demanda más segmentada y un incremento de la cantidad de títulos en los catálogos con menos unidades por título. Según el centro de estudios para la producción del Ministerio de Economía, el 86% de las empresas del sector audiovisual son pymes. Sin embargo el 14% restante representa las tres cuartas partes del mercado, aportando menos de la mitad de los títulos (45%). Las pymes culturales generan el 60% del empleo del sector.

Cuando se observa el panorama de las IC se encuentran tendencias muy similares en los diferentes países: fragilidad de la distribución, diversos niveles de producción por sectores, caída muy fuerte de la industria fonográfica, porcentajes altos de piratería, hegemonías consolidadas de determinados países en la producción y distribución (por ejemplo Estados Unidos en cine), desarrollos interesantes de la televisión e importancia de las pequeñas y medianas empresas en el entorno cultural. Hay una concentración grande de las IC, como ya se anotó. El 60% de los libros argentinos son producidos en Buenos Aires mientras que en general las industrias culturales aportan un 7% al PIB de la ciudad.

La definición de políticas culturales consistentes de mediano y largo plazo, así como reglamentaciones proactivas han sido claves en el desarrollo de las industrias culturales no solo en la región, sino también en Asia y África como lo demuestra el estudio sobre política audiovisual promovido por la UNESCO (2006). La ley de cine en Colombia o la cuota de pantalla en Argentina son dos ejemplos. La primera, como señaló el investigador colombiano Mauricio Reina, logró involucrar a todos los actores del sector, determinó incentivos y responsabilidades, le dio carácter estratégico a la industria del cine,

reforzó la institucionalidad cinematográfica a través de la creación de Consejos para la definición de políticas y un Fondo para la promoción de la producción nacional. Este se nutre de incentivos tributarios, la titularización de proyectos cinematográficos que se sacan a bolsa y la cuota de pantalla. Setenta por ciento se destina a la producción de cine nacional y un 30% a la formación de públicos. Los resultados ya se observan en el incremento de películas nacionales. La producción anual promedio de largometrajes ha aumentado de 1.5 en el 90 a 10 en el 2005. En ese año se estrenaron 8 películas colombianas, siendo el 4.4% de los estrenos en pantalla. Las producciones nacionales fueron vistas por el 11.5% del total de espectadores del cine en el año; "Rosario Tijeras" logró 1.050.000 espectadores. En Argentina existen disposiciones sobre fomento, exhibición y permanencia en pantalla de películas nacionales, además de una estrategia de promoción del cine en que participan diversas entidades como la Cancillería y el INCAA que promueven la participación en festivales, las rondas de negocios, las misiones inversas para gente del cine o la participación en misiones multisectoriales, entre otras actividades. La distribución es el gran cuello de botella de las industrias creativas en la región. Es fundamental, como dijo Leopoldo Kúlesz, editor de

los "Libros del Zorzal", "ser dueño de la estrategia comercial", tener una política integral de distribución (Slachevsky) y superar la dificultad en los canales, la falta de estímulos y una competencia feroz con los monopolios tradicionales (Morales). La distribución de libros, por ejemplo, combina la logística con la comunicación, que a su vez, va más allá de los medios y la comercialización.

La problemática de las relaciones entre industrias culturales y derechos de autor debe ser descentrada del lugar "delictivo" en donde se la ha colocado. Dos encuestas recientes del CERLALC demuestran que los dos más grandes problemas del sector del libro son en su orden, la baja demanda y la reprografía. Políticas de compra para bibliotecas públicas, proyectos para la profesionalización de las librerías y los libreros, líneas de fomento, fortalecimiento de las nuevas tecnologías para la difusión local, son algunas salidas. Es preciso, entonces, construir otras miradas para organizar el conocimiento de manera más democrática y sin la concentración en el norte del planeta que ahora se tiene.

La promoción del emprendimiento cultural es una de las dimensiones centrales para la promoción de las industrias culturales. En ella hay todo un trabajo de gestión del conocimiento que requiere establecer un lenguaje con el mercado. En el

proceso de incubación se tiene en cuenta desde saber presentar un proyecto adecuadamente, hasta hacer un plan de negocios y desarrollar capacidades emprendedoras. Los emprendimientos incubados reciben espacio e infraestructura para su funcionamiento, así como acompañamiento y auditoria por parte de expertos. Se destaca el trabajo que realiza el Centro Metropolitano de Diseño en Buenos Aires, por el que hasta el momento han pasado 450 proyectos, de los cuales aplicaron 250. De 13 a 15 proyectos son incubados internamente por año junto a 10 incubados externamente por año. Entre las dificultades que se han detectado están la baja relación entre lo público y lo privado y el insuficiente capital de riesgo existente.

Las IC en los escenarios de libre comercio

Uno de los temas destacados que ha vivido la cultura en años recientes es su ubicación en los escenarios de negociación y libre comercio. Las decisiones en el entorno de la OMC y de la OMPI, como en los tratados bilaterales y multilaterales han sido claves e involucran asuntos como las cuotas de pantalla para la producción nacional de cine y televisión, el carácter de los derechos de autor sometidos cada vez mas a las lógicas empresariales, la neutralidad tecnológica, la nacionalidad de dueños de medios, los porcentajes

de inversión extranjera en IC, las responsabilidades de los prestadores de servicios de internet, las políticas estatales de promoción de las industrias culturales, los derechos culturales de las minorías y las poblaciones económicamente en desventaja, entre otros.

Las "reservas culturales" se han convertido en el resultado en materia cultural de las negociaciones comerciales ante la renuencia de los Estados Unidos de contemplar la excepción cultural. Los tratados son cada vez más intervenciones normativas y disciplinarias y cada vez menos cuestiones esencialmente arancelarias. Primero México en 1994 con el Nafta y después Chile, Centroamérica, Colombia, Perú y Ecuador han firmado tratados recientes con la figura de la reserva cultural. Frente a posiciones que presionan la liberalización de las IC, particularmente la del audiovisual, se han conformado organizaciones de creadores, gremios, sectores culturales, que han llevado adelante importantes procesos de participación social y político en el campo de la cultura. Las Coaliciones para la diversidad cultural han cumplido ese papel en Chile, Colombia y Perú, así como ha tenido una presencia activa el Foro para la defensa de las Industrias culturales en Argentina.

Aún es muy temprano para evaluar los efectos de estas reservas, aunque es importante atender a la construcción de agendas internas para el desarrollo de las IC en los nuevos contextos. Se destaca la Convención para la Diversidad Cultural de la UNESCO como un punto de inflexión que define los derechos culturales como patrimonio común de la humanidad, a las manifestaciones culturales como uno de los motores del desarrollo sostenible y como factor indispensable de la paz y la seguridad y la cultura, como expresión de la originalidad y pluralidad de las identidades que tiene pleno derecho a adoptar sus propias políticas; no se subordina la cultura a los negocios y existen tareas como el reforzamiento de la solidaridad cultural, la preocupación sobre los derechos de autor como derechos de la creación y la disolución de las lógicas entre países exportadores e importadores de cultura.

La superación de las asimetrías en el intercambio y la concentración están conectadas con la ubicación de la producción nacional en los contextos globales.

CONSUMO CULTURAL: la construcción de mundos habitables.

Una de las primeras preguntas que surgen frente a la problemática del consumo cultural tiene que ver

con el tipo de conocimiento que ofrecen sus estudios. Ellos están contruidos sobre las percepciones de la gente y básicamente sobre el acceso a los bienes y servicios culturales. Son tan sólo aproximaciones que requieren de complementación como las exploraciones de los imaginarios sociales, las historias de mediano plazo sobre los consumos, las relaciones del consumo con los modos de vida. Los estudios de consumo cultural que tienen en América latina una tradición inaugurada en los 80 por la investigación de CLACSO en grandes ciudades, lentamente se han ido incorporando a las políticas públicas y a tener cierta influencia a la hora de definir políticas culturales. Sin embargo subsisten problemas de continuidad y fallas en la comparabilidad de los diferentes estudios.

En general las encuestas nacionales de consumo cultural (Rey, 2006) ofrecen información sobre el acceso a las diferentes manifestaciones culturales, observan la asistencia a recintos culturales como bibliotecas, casas de la cultura o salas de cine, explorar la ubicación de las actividades culturales en el tiempo libre, intentan la evaluación de los servicios y se arriesgan a mirar otros asuntos como los imaginarios sociales, la participación en prácticas culturales populares como fiestas y carnavales y la influencia de las IC en la memoria

y la reproducción cultural (Cfr. "Trazos y tramas de la cultura. Una lectura transversal de las encuestas nacionales de consumo cultural", Germán Rey, Convenio Andrés Bello, 2006).

Como subrayó Juan Carlos Marzullo, conviene estudiar las relaciones entre cultura y tiempo libre por varias razones: en este suceden muchas actividades culturales, supone el estudio del tiempo donde el individuo es más libre para elegir qué hacer, porque el estudio cuantitativo de la asociación espontánea entre tiempo libre y actividades culturales otorga un esquema más comprensivo de los consumos culturales y porque su estudio aporta aún más elementos para la intervención del Estado en la materia.

Las investigaciones de consumo facilitan la comprensión de otros procesos sociales, como por ejemplo, las diferencias generacionales, las distancias entre lo urbano y lo rural, las transformaciones promovidas por las tecnologías y por los cambios de la vida en la ciudad. Desde el consumo se pueden vislumbrar las relaciones de la gente con el entorno o percibir las diferencias entre centro y regiones. En Argentina, por ejemplo, no difieren las pautas del consumo de la capital con las de las regiones; en Sao Paulo la cultura doméstica no es sustitutiva de las prácticas culturales fuera de casa, mientras que en general las investigaciones muestran en todos

los países un desplazamiento del consumo cultural hacia los ámbitos privados. Esto sucede sobre todo con la música, la televisión, la radio, la lectura e internet. Pero cada vez más, por ejemplo, el cine se ve en la casa, ya sea a través de la televisión por cable o mediante el alquiler de videos en tiendas especializadas.

Se constata, como es claro en el estudio de Sao Paulo presentado por Isaura Botelho, el peso decisivo de variables biográficas como la familia, los amigos o la escuela en la composición del gusto individual y además se cumple la ley de acumulación de "cuanto más se hace, más se hace". También hay claras diferencias demarcadas por los distintos perfiles sociodemográficos del consumo.

Las tendencias del consumo.

Existen unas tendencias bastante convergentes del consumo cultural en América Latina. La mediatización de la cultura se refiere a los altos índices de audiencia de la televisión y la radio, sin lugar a dudas, actividades de consumo cultural generalizado. Los jóvenes aparecen en todas las encuestas como los grandes consumidores, no solo de medios y tecnologías sino también de lectura, música, baile, teatro y asistencia a exposiciones de arte. Crecidos en un ecosistema comunicativo mucho más amplio y diverso que el de las generaciones anteriores, existe, como lo constata

el estudio de Guillermo Sunkel para la CEPAL, una alta dispersión de su consumo. Una tercera tendencia es el papel protagónico de las músicas que tienen circuitos que recorren la geografía territorial y simbólica de todo el continente, a través de los más variados soportes tecnológicos que van desde el casete y el cd hasta la radio e internet. Las fusiones, la particularización de los gustos musicales por edad, las resignificaciones de ritmos musicales que hacen que, por ejemplo, la cumbia del norte de Colombia se convierta en cumbia "villera" en Buenos Aires o que el vallenato se oiga con emoción en las calles de Monterrey en México, son otras características del protagonismo de la música en el consumo cultural latinoamericano. Las músicas son diversas, promueven mezclas, crean flujos de circulación que sobrepasan los diseñados por los propios productores y distribuidores. La música proporciona modernidad a vastos sectores sociales y es una ventana que vincula -como señaló Juan Pablo González- con la memoria y con otras culturas. Materializada en el cuerpo, la música se articula con el baile y la fiesta. Los estudios en Argentina muestran la relación entre crisis económica y descenso del consumo, pero también revelan el surgimiento de espacios, actores y consumos emergentes. Como lo señala Ana Wortman, han aparecido en Buenos Aires micro

emprendimientos culturales, estatización de diversas esferas de la vida social, significados inéditos de lugares de la ciudad y espacios de búsqueda artístico-experimentales. La cuarta tendencia es el impacto que han sufrido las artes de la escena, incluidas dentro de ellas, el teatro y el cine, por las influencias del reordenamiento de las rutinas cotidianas introducidas por los tiempos, las distancias y los modos de vida urbanos. La quinta tendencia es la gran exclusión de los pobres de algunos de los circuitos del consumo, especialmente de la lectura, las artes y las nuevas tecnologías. Una sexta tendencia es precisamente la gran brecha que se ha generado en las nuevas tecnologías entre ricos y pobres, estudiados y no estudiados, poblaciones urbanas y rurales.

CONTAR LA CULTURA: las cuentas satélite de cultura.

Ha crecido en los países el interés por incorporar a la cultura dentro del sistema de cuentas nacionales. El esfuerzo para lograrlo es grande y en ocasiones difícil. La cultura aparece inaprensible, elusiva para ser medida desde valoraciones monetarias. Pero la sistematización permite evaluar la continuidad (intertemporalidad), así como la comparabilidad (interespecialidad). A la vez la sistematicidad

crea y refuerza el tejido institucional. Como lo señaló José Venegas del Banco Central de Chile, hay una creciente especialización de las mediciones económicas derivadas de problemas emergentes de la sociedad, como son el medio ambiente, el turismo y la cultura. Existe, así mismo, una mayor apertura a la medición de actividades y productos de no mercado y una tendencia a la integración, es decir, a la articulación de las mediciones.

Una cuenta satélite de cultura, como explicaron Omar López y Paula Poblete, es una plataforma de medición de información económica de la cultura vinculada con el sistema de cuentas nacionales que es el adoptado por la gran mayoría de sus países para la medición de sus economías. Esta vinculación se explica por su flexibilidad además de que ofrece la posibilidad de centrar la atención en un campo determinado, consta de un marco contable de medición económica amplio y consistente que además ofrece conceptos y clasificaciones muy útiles para la medición económica. Una parte central de la cuenta satélite de cultura es la definición de ésta. Se está trabajando con una comprensión de la cultura como "conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos".

La cuenta satélite grosso modo ofrece, por una parte, una tabla de **flujos y stocks** económicos en los que se puede medir la producción, el valor agregado, hacer análisis de la oferta y la demanda de bienes y servicios tanto monetarios como no monetarios, estudiar los ingresos, los activos materiales intangibles, los gastos y usos de los productos culturales, las exportaciones e importaciones, el empleo y los impuestos; y unos **cuadros** para identificar niveles de concentración y tamaño de las unidades productivas, relación de gastos y usos con variables sociales, información de producto por oferta, demanda y contenido.

La cuenta satélite de cultura puede dar respuesta a preguntas sobre flujos económicos de la actividad cultural, crecimiento, productividad, aporte a la economía, comercio exterior, concentración y diversidad entre la oferta y la demanda.

En los sistemas de medición económica se suele contar con infraestructura estadística (cartografías, directorios), una información básica (estadísticas básicas, encuestas económicas, registros administrativos, información contable) y los sistemas de cuentas nacionales. En la infraestructura estadística se realizan los sistemas de clasificación y se comienza a dibujar la cartografía; en la básica, se sistematiza toda la información para poder llenar los posibles

vacíos y en la analítica aparece ya la información contable, un sistema de cuentas nacionales junto a mediciones complementarias y satélites.

La implementación de mediciones satélite se explica por la aparición de mercados emergentes y perspectivas de negocio, la integración vertical/horizontal de actividades, el análisis comparativo público-privado, el gasto social y el desarrollo de capital humano.

Entre las recomendaciones para la implementación se destacaron la gradualidad necesaria del proceso de construcción y desarrollo de la cuenta, la integralidad y la flexibilidad. En la **gradualidad** se debe tener un mapa global que supere las fronteras del ciclo tradicional e información sobre flujos (de cantidad y de valores) y sobre patrimonio. La **integralidad** se refiere a que cada pieza del sistema forma parte de un todo y requiere de una actualización continua. La **flexibilidad** pide no utilizar criterios rígidos y trabajar con una base de datos relacionales, es decir, con varios sistemas de clasificación pero interconectados.

La medición de la cultura no se puede hacer solo a partir del funcionamiento de las grandes empresas que son las que suelen tener información más sistematizada, sino también a través de las dinámicas de las mypymes culturales. Es necesario, como señaló Octavio Getino, mirar las interfases

que tiene la cultura, "observar a partir de mañana" y "ser medido con volumen". Existen, así mismo, prácticas culturales que no generan réditos económicos y que tradicionalmente se ubican en lo patrimonial, que deberían ser captadas de alguna manera en las mediciones de la cuenta satélite.

LAS POLÍTICAS CULTURALES PARA LA PROMOCIÓN DE LAS IC Y EL DESARROLLO.

El paisaje de las políticas une a ciudades y países, a sectores culturales (son diferentes las políticas para la promoción del cine de las de la música o las nuevas tecnologías) y a tareas y propósitos culturales diferentes (hay políticas de fomento de la producción, políticas de distribución, políticas de acceso, etc).

En América latina, como dice Stella Puente, donde se ha vivido una fuerte transnacionalización y concentración en las IC, se necesitan políticas fuertes, particularmente en el campo de las mpyymes que han mostrado gran dinamismo productivo, generación de empleo y sentido de diversidad cultural. De 900 editoriales en buenos Aires un 86% son pymes.

La definición de políticas precisa de información rigurosa, actualizada y continua. Como también atacar algunos problemas más acendrados e influyentes como los de la distribución y la instalación de los productos locales fuera de las

fronteras. En Buenos Aires se está trabajando en la capacitación de pequeñas empresas culturales en estrategias de exportación, la organización de rondas comerciales en el exterior y rondas inversas, subsidios para que las empresas estén presentes en ferias de negocios, así como subsidios para promover la asociatividad entre las pymes. La acción se está centrando en aquellos sectores culturales que tienen menos políticas.

En Córdoba se está iniciando el proceso de creación de una incubadora de IC que cuenta con la voluntad de apoyo del municipio que concibe esta intervención como parte del desarrollo económico de la ciudad. El proyecto tiene varios elementos constitutivos: la incubación, el observatorio para medir la proyección en la ciudad y el laboratorio de industrias culturales comunitarias, especialmente del sudeste de la ciudad, una zona muy deprimida. Córdoba tiene desde hace años una experiencia de incubadora tecnológica en la que se han podido hacer interesantes articulaciones entre lo público y lo privado.

En los sectores culturales se destacaron las reflexiones de Víctor Ponieman y Pablo Rovito, destacadas figuras de la música y el cine argentinos.

En cuanto a la música hay dudas sobre su propia condición cultural que se reflejan en fronteras como la que traza los espectáculos musicales que

pagan IVA si son comerciales y no lo pagan si son culturales. Todas las músicas deben entenderse como formando parte integral de la cultura.

La piratería en la música es un problema crucial que la está afectando seriamente. Se requiere de mucho apoyo en formación y organización, así como en el control de la comercialización y producción ilegal. Es preciso aumentar la venta en el interior ya que el gran Buenos Aires, por ejemplo, capta el 80% de la venta interna de música en el país.

Para Rovito, la cultura es una expresión inmanente del pueblo. La producción de cine en argentina ha sido siempre de gran importancia incluso en las épocas de crisis. El cuello de botella nunca fue la realización sino la distribución y la exhibición. Las formas del consumo de cine están variando dramáticamente y las películas nacionales continúan estando en desventaja frente al cine extranjero, particularmente el de los Estados Unidos. Las políticas culturales en el cine deben hacer esfuerzos para que no desaparezca el cine independiente y transformar las condiciones de circulación de los productos no comerciales.

Finalmente, como lo destacó Lala Deheinzelin de Brasil estamos más en la era de la creatividad que en la de la información. Al igual que la ecología surgió para cuidar el planeta bajo el concepto de sostenibilidad, en la cultura hay que trabajar con

una visión de futuro. Esto significa valorizar el desarrollo sobre el simple crecimiento, fortalecer la circulación frente a la producción, generar mercados pero con inclusión social.

Hay que innovar, buscar nuevas aplicaciones, formatos, públicos y promover una culturización de los negocios.

A manera de recomendaciones.

A través de la conversación fueron apareciendo diferentes recomendaciones, que componen una sugerente agenda de acción en el campo de las relaciones entre cultura y desarrollo:

1. Es conveniente construir una comunidad de intercambio e interlocución entre las personas e instituciones que trabajan estos temas. Este seminario es un buen punto de partida en este sentido.

2. Fortalecer un proyecto de Cultura y Desarrollo parece ser una prioridad. Una propuesta que mire críticamente los imaginarios que existen sobre el desarrollo, sus modelos, los procesos. Pero sobre todo que ponga su atención en las experiencias que ya se están adelantando en la región ya sea nacional, regional o localmente y encuentre caminos viables para integrar a los diversos actores y las diferentes manifestaciones de la cultura en los procesos de desarrollo socioeconómico.

3. Se manifiesta el interés por profundizar en los estudios de consumo cultural, analizando sus metodologías y buscando la homologación de los instrumentos, por lo menos en algunas preguntas claves.

4. Los avances logrados en cuentas satélites de cultura son muy importantes, sobre todo por su potencial de transferencia a otras realidades. Países como Argentina, a través de la Secretaría de Cultura de la Nación están ingresando al tema, ganando de la experiencia acumulada por Colombia, Chile y el proyecto de Economía y Cultura del CAB.

5. La información continúa siendo una tarea fundamental para la cultura en la región. Como lo afirmó Octavio Getino en la introducción del seminario, la información es poder y democratizar la información es democratizar el poder. Observar lo que ocurre en la realidad obliga a un posicionamiento territorial y temático; convertir la información en una caja de resonancia es clave así como anticiparse. En esa medida los observatorios no están observando sólo lo que pasa sino previniendo lo que puede ocurrir. Están sucediendo una serie de oscilaciones en las IC de la región que merecen ser estudiadas y explicadas.

6. Todos los esfuerzos exitosos que se hagan en materia de distribución serán sin duda un aporte al desarrollo de las IC en la región.

7. Es conveniente hacer un seguimiento serio y sistemático de las repercusiones de las "reservas culturales" y en general de los tratados de libre comercio y las decisiones de los organismos internacionales de comercio en el desarrollo de la cultura en la región.

8. Varias políticas culturales de la región se están dirigiendo hacia las pymes culturales y hay experiencias de incubadoras culturales que necesitan ser fortalecidas y observadas con atención por su capacidad de réplica y transferencia en otras realidades sociales y culturales del continente.

9. Sería muy interesante hacer un concentrado de lo sucedido en este encuentro y convertirlo en un seminario de formación.