

CUADERNOS DE POLÍTICAS CULTURALES

# INDICADORES CULTURALES

2013

## → EL ESPACIO CULTURAL IBEROAMERICANO

---

### → Indicadores 2013

Sánchez / Bercovich / Mastrocello / Belacín / Offenhenden /  
Arias / Mateu / Mancinelli / Pérez

### → El espacio cultural iberoamericano

Prieto de Pedro / Pulfer / García Canclini / Schargorodsky /  
Velleggia / Sequeira / Marchiaro

### → Gestion y politicas: aportes y debates

Pis Diez / García / Solano / Wortman / Vercelli / Levis /  
Tasat / Becerra / Mastrini / Marino / Mantecón / Rebón /  
López / Boretto / Ezcurra / Wainszelbaum

→ Documentos

→ Seminario de Psicología UNTREF 2013





CUADERNOS DE POLÍTICAS CULTURALES  
INDICADORES CULTURALES 2013



EDUNTREF

EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRES DE FEBRERO

PROGRAMA DE POLÍTICAS CULTURALES PATRICIO LÓIZAGA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRES DE FEBRERO



*Rector*

Lic. Aníbal Jozami

*Vicerrector*

Lic. Martín Kaufmann

*Secretario Académico*

Ing. Carlos Mundt

*Secretario General*

Dr. José María Berraondo

*Secretario de Investigación y Desarrollo*

Dr. Pablo Miguel Jacovkis

*Secretario de Extensión Universitaria*

*y Bienestar Estudiantil*

Prof. Gabriel Asprella

CUADERNOS DE POLÍTICAS CULTURALES  
INDICADORES CULTURALES 2013

---

PROGRAMA DE POLÍTICAS CULTURALES  
PATRICIO LÓIZAGA DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE TRES DE FEBRERO

---

**Editor**

Lic. Francisco José Piñón

**Coordinadores de Indicadores Culturales 2013**

Lic. Fernando Arias / Lic. Gabriel Mateu

**Coordinación editorial**

Néstor Ferioli

**Diseño editorial**

Marina Rainis

**Diagramación**

Valeria Torres

**Corrección**

Licia López de Casenave

**Coordinación Gráfica**

Marcelo Tealdi

Indicadores culturales 2013  
José Alejandro Tasat... [et.al.]; edición literaria a  
cargo de Francisco José Piñón. –1a ed.– Sáenz  
Peña: Universidad Nacional de Tres de Febrero,  
2014. 256 p.; 28x20 cm.  
ISBN 978-987-1889-49-5  
1.Estudios Culturales. I. Tasat, José Alejandro II.  
Piñón, Francisco José, ed. lit.  
CDD 306

## CUADERNOS DE POLÍTICAS CULTURALES

### PRESENTACIÓN

Aníbal Jozami .....	5
---------------------	---

### INTRODUCCIÓN

Francisco José Piñón .....	8
----------------------------	---

### Indicadores Culturales / Argentina 2013

La economía de la cultura y el rol del Estado a través de la gestión pública cultural.....	12
<b>Gerardo Sánchez / Fernando Bercovich</b>	

La contratación de profesionales de diseño y desempeño exportador.....	19
<b>Laura Mastrocello / Matías Belacín / Camila Offenhenden / Fernando Arias</b>	

Tecnologías de la información y la comunicación.....	30
<b>Gabriel Mateu</b>	

Las encuestas de consumo cultural como herramienta para reflexionar acerca de la relación entre entorno digital y piratería de bienes culturales.....	34
<b>Elena Mancinelli / Laura Pérez</b>	

### Ejes de reflexión / El espacio cultural iberoamericano

Relatoria Seminario “El Espacio cultural iberoamericano. Un desafío para el siglo XXI” .....	44
--	----

Pensar América Latina hoy.....	63
<b>Darío Pulfer</b>	

Dimensiones del espacio cultural iberoamericano.....	66
<b>Jesús Prieto de Pedro</b>	

Desarrollo cultural: políticas de integración e iniciativas emergentes.....	74
<b>Néstor García Canclini</b>	

Una experiencia de cooperación en el ámbito iberoamericano.....	85
<b>Héctor Schargorodsky</b>	

Cine iberoamericano: una utopía persistente.....	92
<b>Susana Velleggia</b>	

Iberoamérica como ecúmene cultural.....	115
<b>Adolfo Sequeira</b>	

Los Layers de Iberomérica.....	121
<b>Pablo Marchiaro</b>	

O

i

r

a

m

u

s

### Gestión y políticas culturales / Aportes y debate

La desagregación de la cadena de valor del producto audiovisual.....	130
<b>Ethel Pis Diez / Fausto García</b>	
Políticas culturales: conceptos y tensiones.....	139
<b>Romina Solano</b>	
Dilemas de la democratización cultural en Argentina y Brasil.....	147
<b>Ana Wortman</b>	
El derecho de copia.....	155
<b>Ariel Vercelli</b>	
El espacio cultural iberoamericano.....	163
<b>Diego Levis</b>	
La cartografía cultural en América desde la geocultura.....	172
<b>José Alejandro Tasat</b>	
Modelos de negocios y rutinas productivas en crisis.....	181
<b>Martín Becerra / Guillermo Mastrini / Santiago Marino</b>	
Políticas de acceso cultural.....	188
<b>Ana Rosa Mantecón</b>	
La cultura como política pública: la gestión de la cultura a nivel local.....	197
<b>Marcela Rebón y equipo de investigación</b>	
Los medios y treinta años de democracia.....	205
<b>Gustavo López</b>	
Cultura: acceso a la información y derecho de autor.....	210
<b>Mónica Boretto</b>	
Poder global y transición geopolítica a inicios del siglo XXI.....	224
<b>Ana María Ezcurra</b>	
Festivales musicales y políticas culturales.....	230
<b>Nicolás Wainszelbaum</b>	

### Documentos

Declaración de Panamá (XXVIII Cumbre Iberoamericana).....	236
Declaración de XVI Conferencia Iberoamericana de cultura.....	241

### Seminario de Psicología UNTREF 2013

Hospitalidad y alteridad.....	246
<b>Carlos Skliar</b>	
Literatura y Psicoanálisis.....	251
<b>Marcelo Percia</b>	

<b>Publicaciones Eduntref</b> .....	259
-------------------------------------	-----

## ECONOMÍA E IDENTIDAD: INDICADORES CULTURALES PARA UNA POLÍTICA PÚBLICA

**E**n los párrafos que siguen no me propongo producir ninguna innovación sobre las Industrias Culturales (IC). Aquellas se pueden encontrar en las cinco secciones que componen esta edición de Indicadores Culturales 2013 que estamos presentando, y que suceden luego de estas breves presentaciones. Lo que sí intento hacer en este espacio es compartir una serie de reflexiones sobre el tipo de discusión y debate que genera y reclama el complejo entramado que conocemos como Industrias Culturales. Una discusión que no puede cerrarse nunca, ya que se trata de un escenario en continuo movimiento, que se nutre de intereses económicos públicos y privados, políticas, recursos tecnológicos, apetencias y búsquedas identitarias de pueblos y estados.

En consecuencia, el lugar desde el cual reflexiono no es el de un experto en IC, sino el de uno que se define en función de las responsabilidades de un Rector de una universidad nacional. Esto es, el de las responsabilidades de una institución dedicada a la generación de conocimiento. Consciente de que no se trata de una actividad neutra, toda vez que tiene una impronta política clara, y que en nuestro caso se define por una premisa fundamental: el conocimiento tiene su razón en ser un vehículo para el progreso democrático y equitativo de la sociedad.

Desde la Untref la investigación y reflexión sobre el complejo industrial cultural argentino ha sido una constante; convencidos de que es una de nuestras responsabilidades académicas aportar conocimiento de base a una política pública. Esta nueva edición de los IC constituye un nuevo eslabón en nuestra decisión académica respecto de un sector económico de gran importancia por un lado, y de impacto fenomenal en materia de identidad nacional. Un sector, el de la cultura, que es objeto constante de monitoreo. Sin el cual se reducen las posibilidades de un diseño eficiente de cualquier política pública democrática en materia de acceso a bienes e informaciones culturales.

Las industrias culturales son parte y motor de la economía de un país, como lo son también de su identidad nacional, y todas las corrientes que la componen. Hablamos tanto de la fase productiva, como de la del consumo y su posterior circulación social.

Las IC constituyen un complejo en constante expansión. Este comportamiento no se circunscribe al aspecto económico, ya que las áreas propias de la producción y consumo simbólicos no reconocen límites sectoriales. Dicho de otra manera, desafía la típica segmentación de las industrias clásicas y se inmiscuye en todas las ramas. Por eso, a la hora de referirnos a ellas siempre prima la necesidad de establecer de qué estamos hablando.

La definición de Ramón Zallo sobre industrias culturales se me hace imperecedera, más allá de la constante evolución tecnológica y de los diseños de formatos y soportes. El investigador vasco, autor de libros que son referencia internacional de la economía política de la comunicación, postula que se tratan aquellas de un conjunto de ramas industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza, y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.

La dureza teórica de este tramo de la definición del circuito de las industrias culturales se completa con la más incierta esfera de su consumo; en la que mensurabilidad es más difícil, más aún cuando se pasa a la etapa de pretender interpretar el impacto del consumo cultural en materia de identidades colectivas. Esto es, para decirlo en los términos de lo que los estudios culturales identifican como la apropiación popular de la producción de las IC.

Desde la UNTREF en general e Indicadores Culturales en particular aportamos a una política pública cuyo objeto es la economía y la identidad cultural de la Argentina y los argentinos.

Pongo esto último en palabras de Octavio Getino. Él solía insistir en que además de su dimensión económica, había que detenerse en la potencialidad que tienen los valores simbólicos producidos por las IC ya que aportan o pueden aportar al mejoramiento del espacio público nacional y regional. Tiene que ver, como lo escribió Getino, con la información, la educación, la cultura y el conocimiento, atendiendo a las necesidades de un desarrollo equitativo y democrático.

Sin embargo, las IC no abren las puertas de un paisaje bucólico, sino que, por el contrario, las posibilidades de desarrollo equitativo y democrático de una comunidad deben lidiar con los obstáculos propios de la concentración empresarial y económica del sector; que es un fenómeno global.

En esta edición de los IC el eje de reflexión aborda la formación de un espacio cultural iberoamericano: una construcción política que se erige a partir de la historia de nuestros países. No tiene con las IC una relación necesariamente de oposición, ni su principal instrumento, La Carta Cultural Iberoamericana, se asume como alternativa a ellas. Sus pilares se erigen de manera fuerte en la cuestión de la identidad de las comunidades, de las naciones, de las regiones. Y la identidad es un territorio jalonado tanto por diferencias como de sentidos en común.

Tanto los indicadores que dan cuenta de la producción de las IC y el consumo cultural como la construcción del espacio que se funda alrededor y a partir de la Carta Iberoamericana son parte de lo que debe-



mos enhebrar como un mismo debate. Una red compuesta de investigaciones e iniciativas, académicas, profesionales y políticas, en proceso y desarrollo constante, que aportan a una política pública. De esa red forma parte Indicadores Culturales.

El desafío es aportar a una política pública en materia de Industrias Culturales que tenga en cuenta la economía (y la capacidad motora que puede desplegar en un país) y las identidades, tanto la nacional como la de las comunidades que de una u otra manera, con una u otra intensidad, tributan a ella.

Esta edición de IC busca profundizar los dos grandes aspectos de este debate, y desde varias ópticas y planteos teóricos y epistemológicos. Hoy completaríamos el título de la revista teórica señera de la investigación del área en la década de 1970, y a *Comunicación y cultura*, agregaríamos *Economía*. Sobre estos tres pilares se asienta el debate de uno de los sectores productivos, políticos y de investigación fundamentales de nuestro tiempo.

Antes de finalizar es imprescindible reafirmar que este debate no puede sino desarrollarse en un escenario caracterizado por la tensión. Esto es así en la medida en que se trata de un área social en la cual, en principio, se tiñe por intereses en ocasiones disímiles, antagónicos en algunos momentos. La principal tensión es producto de choques entre el componente empresarial, propio de la industria, y las necesidades de los diseños en materia de políticas públicas cuyo norte es lograr un creciente acceso democrático a los bienes comunicacionales y culturales. Al mismo tiempo, no se puede dejar de considerar el componente distintivo que pueden llegar a tener las IC, ya que no solo son vehículos de conocimiento sino también motor del desarrollo económico de un país, toda vez que es uno de los sectores industriales más dinámicos de la actualidad.

Aunque parezca una verdad de Perogrullo, de esto se sigue que indefectiblemente estamos ante un debate político. Que se nutre tanto de análisis científicos e históricos, y mediciones rigurosas, así como de intereses sectoriales y dramáticas innovaciones tecnológicas; pero que solo pueden enfrentarse sin miedo a la discusión política.

Mi agradecimiento y felicitación a quienes participan de esta nueva edición, a Francisco Piñón, director del Programa de Políticas Culturales “Patricio Lóizaga”. •

Aníbal Y. Jozami  
Rector Universidad Nacional de Tres de Febrero

Indicadores Culturales 2013, que hoy presentamos, dedica su bloque temático al espacio cultural iberoamericano.

La Carta Cultural Iberoamericana, adoptada por la XVI Cumbre de Jefes de Estado en Montevideo en 2006 (publicada en Indicadores Culturales 2007), nació con el afán de convertirse en un instrumento de cooperación y de articulación entre los países de la región.

En ella se pone el acento en una amplia variedad de ámbitos de aplicación, que van desde los derechos humanos y los derechos culturales, a las culturas y lenguas tradicionales, de indígenas, de afrodescendientes y de poblaciones migrantes, incluyendo cuestiones propias de las industrias culturales, los derechos de autor y el patrimonio cultural, y las relaciones de la cultura con otros ámbitos como la educación, el medioambiente, la ciencia y la tecnología, o el turismo, entre otros.

La Carta buscaba poner en juego un ambicioso proyecto político: la estructuración del “espacio cultural iberoamericano”, a la vez *dinámico y singular*.

Esta cuestión implica, por un lado, la capacidad de posicionar a la Comunidad Iberoamericana ante el resto del mundo, haciendo uso de uno de sus recursos más valiosos: la riqueza cultural que la caracteriza.

Por otra parte, la Carta se inscribe en el registro de la unidad latinoamericana o iberoamericana. Una tradición que, enclavada en el acervo cultural de la región, ha recobrado vigor en el escenario intelectual y político en este comienzo de siglo. Y ello ha sido fundamentalmente a partir de poner el acento en el desarrollo de las capacidades endógenas y en la integración como un proceso atravesado por valores y culturas, por cuya complejidad no puede limitarse a lo estrictamente comercial y económico.

Una tradición, además, que rescata la necesidad de pensar América Latina y Iberoamérica desde adentro, desde su especificidad, buscando una mirada propia sobre lo que es inherente y que, en el marco de los bicentenarios que en estos años estamos celebrando en nuestros países, actualiza una mirada crítica sobre nuestra historia y nuestro futuro.

Este espacio cultural al que nos referimos, no es otra cosa que aquello que experimentamos como sensación de pertenencia a una tradición histórica cultural común. Un espacio que se constituye como contraparte de ese complejo fenómeno que ha dado lugar a sociedades intensamente híbridas, en las que coexisten y se amalgaman las raíces indígenas y afroamericanas, la herencia ibérica, europea, árabe, judía y asiática, cuyo resultado ha sido sociedades de temporalidades mixtas y yuxtapuestas en las que confluyen una mezcla incesante de mundos.

Se trata, entonces, de un espacio en el que la diversidad cultural y la heterogeneidad estructural dan forma a una matriz de identificación

colectiva –abierta y dialógica–, una unidad en la diversidad cuya fecundidad radica en el mestizaje. Un espacio, finalmente, que desborda los límites territoriales de la unidad geopolítica que enmarca a América Latina, España y Portugal, e incluye a los millones de latinoamericanos residentes, al menos, en el resto de Europa y en Estados Unidos.

Resulta evidente, por cierto, que el espacio cultural se encuentra atravesado por las consecuencias de la desigualdad económica, por aquellas otras que se nutren de un inequitativo acceso a los servicios básicos, al conocimiento y a las tecnologías, vinculadas (en la mayoría de los casos) a históricos procesos de discriminación racial (practicada fundamentalmente contra indígenas, mestizos, afrodescendientes y campesinos), además de otras minorías asociadas con el género o la religión. Procesos acometidos muchas veces en nombre de una racionalidad modernizadora, sostenida sobre la idea de progreso y sobre un estrecho concepto de ciudadanía, muy ligada a lo político.

Así como es necesario conciliar el respeto por las diferencias culturales y de valores con políticas económicas y sociales que hagan viable los diferentes proyectos de vida, de igual manera, pero en el plano internacional, América Latina se propone avanzar hacia una integración que no suponga subordinación, potenciando y haciendo interactuar a los procesos de integración regional existentes.


La crisis económica internacional que se expandió a partir de la quiebra de Lehman Brothers y, posteriormente la crisis europea (iniciada en Grecia) que llegó a España y Portugal, tuvo y tiene múltiples consecuencias, no solo al interior de sus sociedades, sino en las relaciones políticas y económicas internacionales y en la cooperación.

En agosto de 2013, el programa de Políticas Culturales de la UNTREF reunió a distintos especialistas para reflexionar sobre la “fortaleza” de este espacio cultural iberoamericano en cuanto identidad proyecto; en el fondo nos preguntamos si es capaz de resistir cuando los horizontes económicos se desplazan hacia otras áreas geográficas.

En el presente volumen reproducimos un documento/relatoría del Seminario, así como artículos de varios de los participantes. Algunos invitados que no pudieron llegar al encuentro nos hicieron llegar sus reflexiones que aquí incluimos (García Canclini, Prieto de Pedro). Destacamos y agradecemos especialmente la participación de don Enrique Iglesias, secretario general iberoamericano.

\*\*\*

Sabemos que el psicoanálisis y la cultura estuvieron históricamente enlazados. El descubrimiento freudiano, sin duda, fue un hecho cultural. Pero ese descubrimiento, con su práctica y su teoría, fue modifican-



do en el mismo movimiento los procesos culturales. Para reflexionar sobre esta vinculación, nuestro Programa de Políticas Culturales viene desarrollando “Encuentros sobre Psicoanálisis y Cultura”. Presentamos en esta oportunidad dos artículos que tuvieron su origen en dichos Encuentros. Skliar trabaja la noción de hospitalidad como escenario posible en la intersección de los campos del psicoanálisis y la cultura y Percia analiza la obra “Boquitas pintadas” donde Manuel Puig utiliza argumentos freudianos para elaborarla.

\*\*\*

Agradezco a los autores que colaboraron en este volumen, a todos quienes intervinieron en el proceso de recolección de información, diseño e impresión, y a Fernando Ariel y Gabriel Mateu por asumir la coordinación. ●

Francisco José Piñón  
*Editor*



## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el sector cultural ha demostrado ser un pilar de importancia en la economía nacional que produce valor simbólico y concreto, además de miles de puestos de trabajo en el sector. Ahora bien, ese crecimiento a nivel económico de la cultura, ¿ha sido acompañado por una creciente inversión pública en dicha área a nivel nacional y provincial? Esta es la pregunta que nos guiará a lo largo de este artículo.

Intentaremos analizar desde una óptica cuantitativa, por un lado, el desempeño económico del sector cultural y, por otro, las políticas públicas culturales llevadas a cabo por el Estado nacional y los organismos públicos culturales en las diferentes provincias. El primero de estos temas lo abordaremos a partir de los datos proporcionados por la Cuenta Satélite de Cultura, que nace a partir de un convenio entre la Secretaría de Cultura y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en 2008, y que nos permite calcular, entre otras variables, el porcentaje del Producto Bruto Interno (PBI) que se explica por las actividades culturales desarrolladas en el país, así como también los puestos de trabajo generados por el sector cultural.

Asimismo, intentaremos describir la gestión pública cultural, fundamentalmente a través de la participación en el presupuesto total de la cultura y del empleo público cultural a nivel nacional y provincial. Dicha información es proporcionada periódicamente por los enlaces provinciales del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) y nos

permite observar la evolución de dicha participación en los últimos años.

Por último, y retomando la pregunta inicial, intentaremos dilucidar de qué manera se vinculan los dos temas mencionados, es decir, la cultura como variable de peso dentro de una economía en constante crecimiento, y qué rol juega –y está jugando– el sector público a la hora de elaborar políticas públicas para el sector cultural.

## EL VALOR DE LA CULTURA

La performance económica del sector cultural de los últimos años fue más que destacable, solo hace falta repasar alguno de los indicadores macroeconómicos más usados, para constatar este enorme crecimiento.

Comencemos por el indicador más sintético de la actividad económica, el PBI, durante el período 2004-2012, los años para los cuales contamos el cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura<sup>1</sup>, la participación de la cultura en el PBI pasó del 2,47 al 3,8 por ciento. Esto último quiere decir que durante los últimos años la cultura ha venido creciendo en promedio por encima de la economía, tal como se puede observar en el Gráfico N° 1, en el que también se aprecia que el PBI cultural atravesó en 2012 su octavo año consecutivo de expansión.

Si bien el crecimiento de la cultura fue durante mucho tiempo ampliamente mayor al

La performance económica del sector cultural de los últimos años fue más que destacable, solo hace falta repasar alguno de los indicadores macroeconómicos más usados, para constatar este enorme crecimiento.

<sup>1</sup> La Cuenta Satélite de Cultura es llevada a cabo, como se mencionó, desde 2008, de manera conjunta por el INDEC y la Secretaría de Cultura de la Nación. Para más información metodológica véase *La cuenta satélite de cultura en la Argentina: aspectos metodológicos para su construcción*, Secretaría de Cultura de la Nación-INDEC, 2012.

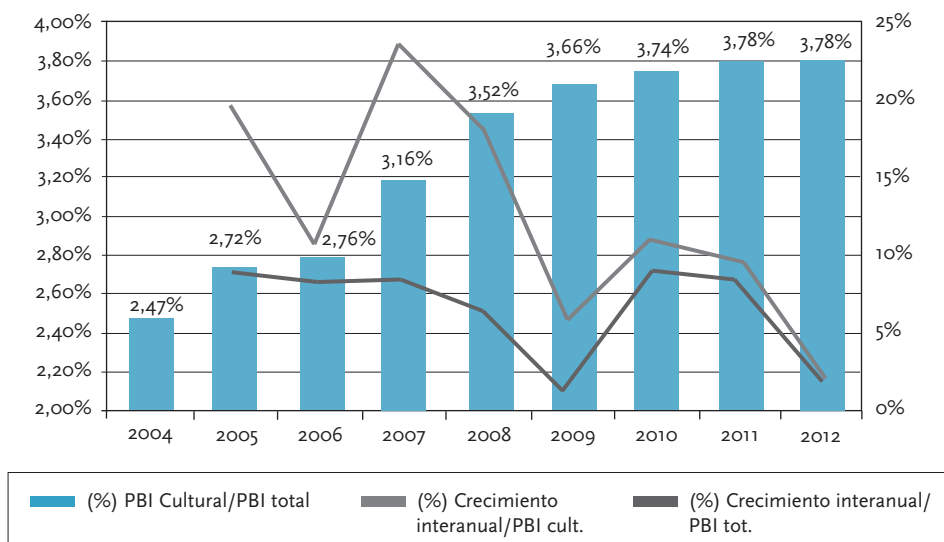
### Fernando Bercovich

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA POR LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES Y DESDE 2012 ES PARTE DEL SINCA COORDINANDO EL ÁREA DE GESTIÓN PÚBLICA CULTURAL

### Gerardo Sánchez

LICENCIADO EN ECONOMÍA POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN, TRABAJÓ EN LA DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICA DE LA PROVINCIA DE TUCUMÁN EN EL CÁLCULO DEL PRODUCTO BRUTO GEOGRÁFICO Y DESDE 2011 ES PARTE DEL EQUIPO DE CÁLCULO DE LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA, PROYECTO QUE COORDINA EN LA ACTUALIDAD DESDE EL SINCA

PBI CULTURAL. ARGENTINA. 2004-2012.  
EN PORCENTAJE SOBRE EL PBI TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO INTERANUAL



Fuente: Cuenta satélite de Cultura. INDEC-Secretaría de Cultura de la Nación.

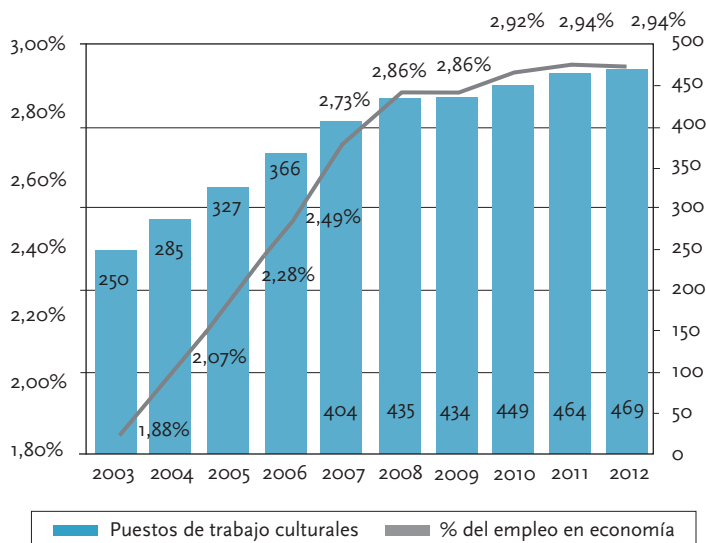
de la economía, en un contexto de crecimiento del PBI, esta diferencia fue acortándose con los años, al punto tal que durante 2012 la tasa de crecimiento de una y otro fueron prácticamente iguales. Este fenómeno también puede observarse si vemos la evolución del empleo cultural.

A partir de 2003, los puestos de trabajo generados por el sector cultural se han incrementado año tras año de manera sostenida.

En 2003, el sector generaba 250 mil puestos, mientras que en 2012 ascendieron a 469 mil. En consonancia con el análisis del PBI, en los dos gráficos siguientes se observa por una parte, el gran crecimiento del empleo cultural a un ritmo superior que el conjunto de la economía, con lo cual el sector cultural ha incrementado su aporte al total de puesto de trabajo pasando del 1,9% del empleo total en 2003, al 2,9% en 2012. Por otra parte, al

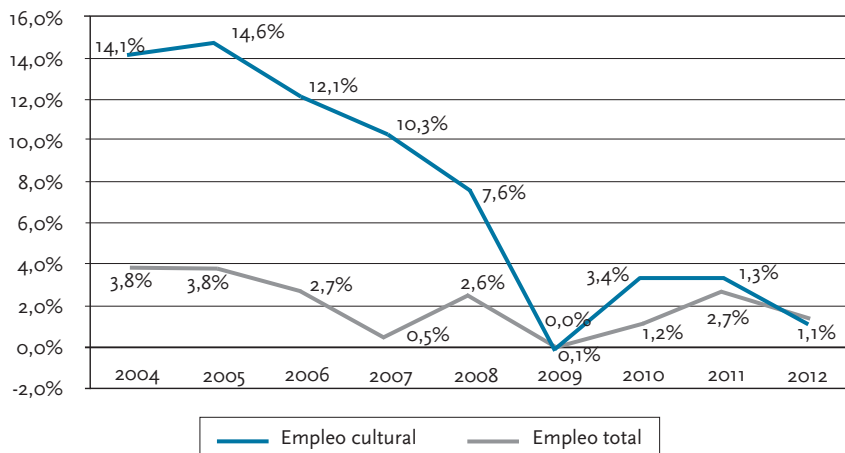
igual que con el PBI cultural, se observa la convergencia de la tasa de crecimiento del sector cultural hacia la de la economía (gráficos N° 2 y 3).

EMPLEO CULTURAL 2003-2012. PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE PUESTOS DE TRABAJO DE LA ECONOMÍA Y CANTIDAD DE PUESTOS EN MILES



Fuente: Cuenta satélite de Cultura. INDEC-Secretaría de Cultura de la Nación.

EMPLEO CULTURAL Y EMPLEO TOTAL 2004-2012. TASA DE CRECIMIENTO INTER ANUAL EN PORCENTAJES



Fuente: Cuenta satélite de Cultura. INDEC-Secretaría de Cultura de la Nación.

En conclusión, en los últimos años, producto de un gran crecimiento, la cultura ha ganado mayor importancia dentro del conjunto de la economía. Esto es claramente

visible desde su participación creciente en el PBI y en el empleo. Sin embargo, a partir del bienio 2009-2010, el ritmo de crecimiento se ha desacelerado tendiendo a evolucionar



al mismo ritmo que la economía. Esto último, según creemos, puede deberse a que la cultura estaría llegando a una suerte de “techo” dentro de la economía, en la que existen muchos y diversos sectores con sus propias dinámicas. Este hecho debe ser motivo de debate en el ámbito de la política pública, la cual será objeto de análisis en el siguiente apartado.

### LA CULTURA DE TODOS

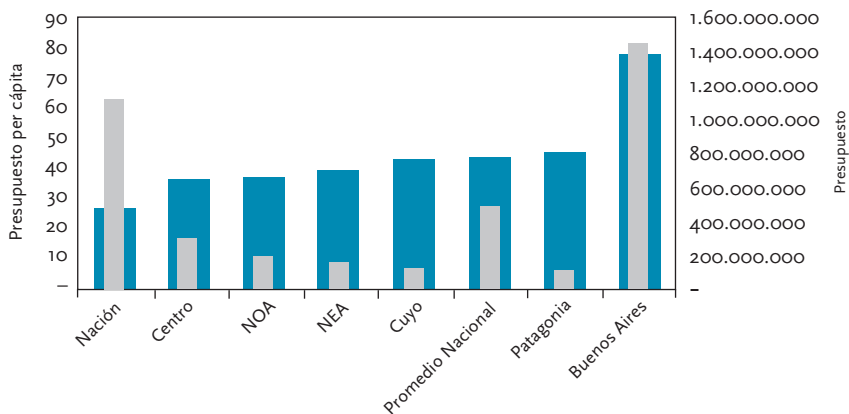
Ya vimos cómo la cultura es productora de riqueza y empleo a nivel micro y macroeconómico. Ahora bien, ese valor de la cultura que creció al calor del desarrollo económico de los últimos diez años ¿tuvo su correlato en las políticas públicas culturales a nivel nacional y provincial? Esa es la pregunta que intentaremos responder.

Referirse a la gestión pública cultural en Argentina requiere pensar en dos aspectos centrales. Por un lado, y fundamentalmente, el presupuesto dedicado a los organismos de cultura de todo el país en relación con los presupuestos totales y con los otorgados a otras áreas del Estado. Para dar cuenta de esto es importante observar la evolución

de los mismos durante un período extenso (2002-2012), indagando en las tendencias crecientes, decrecientes o estables. Asimismo, otro elemento a tener en cuenta es la cantidad de trabajadores que se desempeñan en los organismos públicos relacionados con la cultura y bajo qué tipo de contratación lo hacen.

Ahora bien ¿qué nos dicen los números? El gasto público en cultura de las 23 provincias y la Capital Federal ha sido en promedio de casi 500 millones de pesos para 2012 (gráfico N° 4). Dicho promedio solo fue superado por la región Buenos Aires (Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires e Instituto Cultural de la provincia) y por la Administración Nacional, es decir por la Secretaría de Cultura de la Nación que ejecutó \$1.115.003.894. Esta ejecución presupuestaria se distribuyó de la siguiente forma: el 30% corresponde al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y un 21% al resto de los organismos descentralizados (Instituto Nacional del Teatro, Biblioteca Nacional, Fondo Nacional de las Artes y Teatro Nacional Cervantes). O sea, más de la mitad de todo el presupuesto disponible por la Secretaría de Cultura es otorgado a otras instituciones que administran ese dinero por su cuenta.

PRESUPUESTO, PRESUPUESTO PER CÁPITA Y PROMEDIO NACIONAL SEGÚN REGIÓN. AÑO 2012



Fuente: Organismos de Cultura y Secretaría de Cultura de la Nación.

El análisis del presupuesto cultural per cápita posee la ventaja de relativizar los valores teniendo en cuenta la población que se concentra en cada una de las regiones.

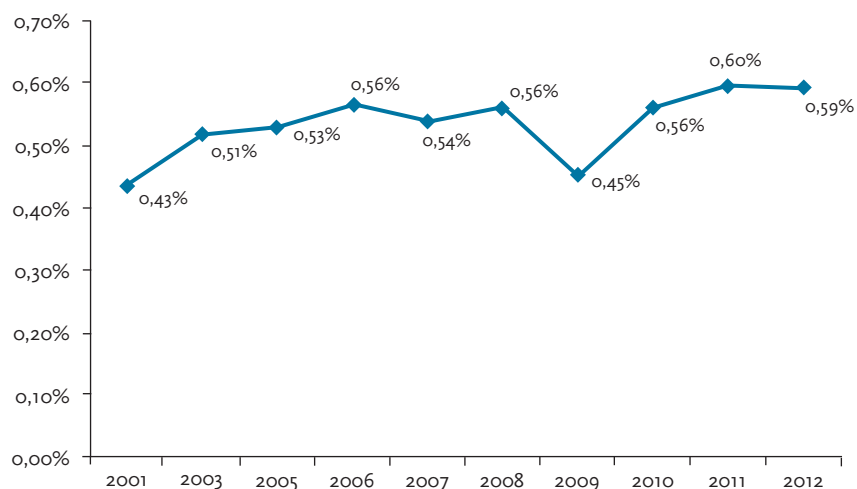
De esta manera podemos observar que, en promedio, los Estados provinciales y nacional invierten \$44 por habitante en cultura, y que por encima de dicho promedio solo

aparecen la Patagonia (\$45 por habitante) y la región Buenos Aires (\$78 por habitante), y en un rango muy pequeño se ubican las demás regiones cuyo piso está marcado por el Centro (\$37 por habitante) y su techo por Cuyo (\$43 por habitante).

Como puede apreciarse en el Gráfico N° 4, los \$27 per cápita que gasta el Estado nacional a través de su Secretaría de Cultura es visiblemente más bajo que la inversión cultural a nivel regional. Sin embargo, hay que tener en cuenta que existen erogaciones asociadas a la cultura que se ejecutan a través de otros ministerios como, por ejemplo, el de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. A través de dicha cartera se llevaron a cabo diversos programas vinculados con lo cultural tales como Igualdad Cultural, Conectar Igualdad y la Televisión Digital Abierta.

Un análisis adicional puede realizarse a través de la participación en el presupuesto total de los organismos de cultura en todo el país, en promedio.<sup>2</sup> Dicha participación se encuentra a lo largo de la serie entre el 0,4% y el 0,8%, lo que significa menos del 1% recomendado por UNESCO. Sin embargo, la tendencia es hacia la suba. Entre 2001 (0,74%) y 2012 (0,80%) hay un variación de esa participación de casi un 10 por ciento. Un denominador común puede vislumbrarse al analizar las series de todas las regiones, el Estado Nacional y la correspondiente al promedio nacional. En el período 2003-2012 si bien, como ya se mencionó, hay una suba general de la participación del presupuesto cultural, en 2009 (año en que la crisis mundial repercute en la economía local) se observa una baja en el promedio nacional como así también en la Administración Nacional (Gráfico N° 5).

PORCENTAJE DEL PRESUPUESTO TOTAL DEDICADO AL ÁREA DE CULTURA. PROMEDIO NACIONAL (23 PROVINCIAS Y CAPITAL FEDERAL). PERÍODO 2001-2012



Fuente: Organismos de Cultura provinciales.

Los datos descriptos en el párrafo anterior permiten trazar una hipótesis acerca del lugar que ocupa la inversión en cultura para los estados provinciales y el Estado nacional. Por un lado, puede sostenerse que se le ha

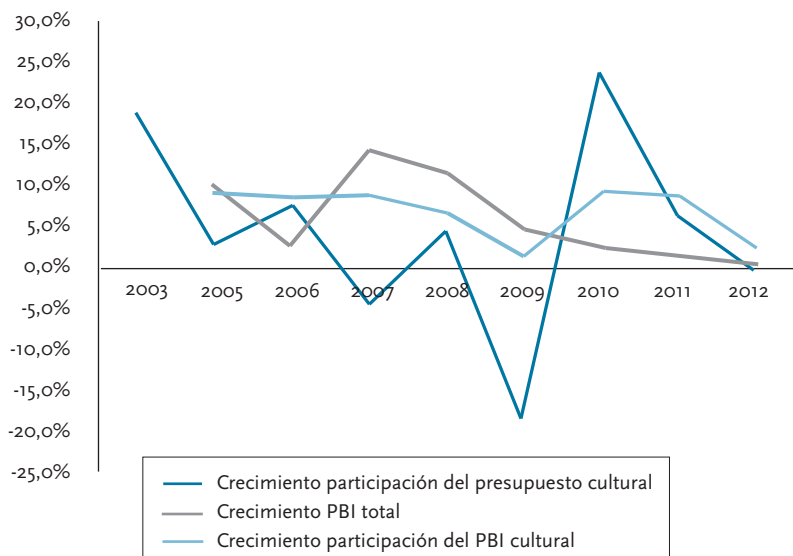
otorgado un lugar creciente a lo largo de la última década. Al mismo tiempo, también hay que tener en cuenta que en 2009, cuando el PBI argentino creció apenas un 1%, el presupuesto público en cultural perdió

<sup>2</sup> Se excluye a la Secretaría de Cultura de la Nación ya que consideramos que merece un análisis particular de manera de poder profundizar el mismo.

peso específico dentro del presupuesto total, pasando a un segundo plano con respecto a otras aéreas, seguramente por considerarse que estas (como, por ejemplo, Obras Públicas o Desarrollo Social) eran más útiles a la hora

de darle un nuevo impulso a la economía y proteger a los sectores más vulnerables en un contexto de crisis, a pesar de haber demostrado ser un campo dinamizador de la economía y generador de empleo.

CRECIMIENTO INTERANUAL DEL PBI TOTAL, DE LA PARTICIPACIÓN DEL PBI CULTURAL Y DE LA PARTICIPACIÓN PROMEDIO DEL PRESUPUESTO CULTURAL. AÑOS 2003-2012



Fuente: Cuenta satélite de Cultura. INDEC-Secretaría de Cultura de la Nación y organismos de Cultura provinciales.

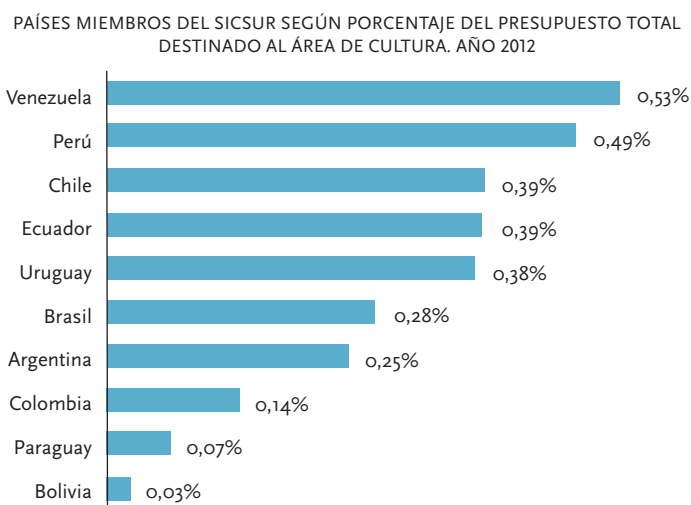
En resumen, puede decirse que, si bien los datos demuestran que hay un marcado ánimo de mejorar la inversión en cultura desde la gestión pública (aumentos constantes de presupuestos y desarrollo de programas de incentivo a la cultura), se observa cierta desarticulación –sobre todo en períodos de desaceleración del crecimiento– entre el sector público y el privado sumado a una falta de constancia respecto del crecimiento de la participación del presupuesto cultural (Gráfico N° 6).

Asimismo es importante destacar que, en términos comparativos, el porcentaje del presupuesto que la Administración Nacional destina a cultura (0,22%) se ubica en un nivel similar al de otros países de Sudamérica

como Brasil (0,28%) y Uruguay (0,38%), por encima del de Paraguay (0,07%) y Colombia (0,14%), aunque todavía lejos de los más altos de la región que se encuentra liderada por Venezuela (0,53%).<sup>3</sup>

Cabe aclarar que tanto Brasil como Ecuador y Venezuela poseen ministerios de cultura, lo que hace que su presupuesto sea más elevado en comparación con una secretaría con rango ministerial, como el caso argentino, o un ministerio compartido con otra área, como es el caso del Ministerio de Cultura y Turismo boliviano. Es decir que, como sucede también hacia adentro del país, la jerarquización institucional se traduce en mayores partidas presupuestarias.

<sup>3</sup> SICSUR ([www.sicsur.org](http://www.sicsur.org)).



Fuente: SICSUR, 2013.

Finalmente ¿cuántos son y qué lugar ocupan los trabajadores públicos de la cultura? La cantidad total, entre los organismos provinciales y la Secretaría de Cultura de la Nación, es de 11.162<sup>4</sup> empleados, de los cuales 7.238 (65%) forman parte de la planta permanente o transitoria, 2.883 (26%) se encuentran contratados bajo diferentes modalidades, y 1.041 (9%) bajo otro tipo de condición laboral tales como beca, pasantía, *ad honorem*, entre otros. Es decir, que si bien hay un alto nivel de informalidad en el empleo público cultural, la mayoría de los trabajadores del sector se encuentran en una relación laboral formal o semiformal (Gráfico N° 29). A nivel del Estado Nacional cabe destacar que los 2.236 trabajadores de la Secretaría de Cultura de la Nación representan solo un 0,6% del total de empleados que se desempeñan en la Administración Pública Nacional.

### REFLEXIONES FINALES

En los últimos años el sector cultural no solo ha crecido por encima del promedio de la economía, si no que ha pasado a ocupar un lugar importante en cuanto a su aporte al valor agregado y al empleo total del país. Por ejemplo si comparamos por ramas

económicas el empleo privado registrado, sector “Agricultura y ganadería” generaba en 2003 un 60% más de empleo que el sector cultural, pero para 2012 esta brecha se redujo sensiblemente alcanzando solo el 11%, en tanto “servicios financieros” por un lado y “automotores y otros transportes” por el otro, representan menos de la mitad del empleo cultural para 2003 y menos de un tercio en el 2012.<sup>5</sup>

En paralelo, pero partiendo desde un nivel inferior, el presupuesto destinado a la cultura creció en términos absolutos y relativos dentro del gasto total del estado. En 2002 la parte del presupuesto nacional que se destinaba a cultura representaba el 0,43% mientras que en 2012 este guarismo fue del 0,59% siendo el máximo valor del período analizado.

Si bien estas son buenas noticias para la economía en general y para la cultura en particular, no debe pasarse por alto que la cuota de aporte de esta última a la primera tiene un límite, algo que las series de PBI y empleo comenzaron a mostrar. Es en este contexto que pensamos que es de vital importancia comenzar a repensar los recursos que el estado debe destinar a la cultura en términos de cuantitativos y cualitativos. ●

<sup>4</sup> Este dato contabiliza a todos los trabajadores de los organismos de Cultura de las 23 provincias y el Estado Nacional. El Ministerio de Cultura de la CABA no pasó el dato al cierre de la edición del libro y por eso no está incluido en el análisis.

<sup>5</sup> Estos datos fueron elaborados en base a la información que brinda trimestralmente el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

## PRESENTACIÓN

En este artículo presentamos una síntesis de los resultados obtenidos en un reciente trabajo de investigación que analiza la demanda de servicios profesionales de diseño entre las PyME industriales del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), haciendo foco en cuatro sectores de actividad con uso intensivo de diseño:

- Textil e Indumentaria.
- Calzado y Marroquinería.
- Muebles.
- Editorial.

El estudio “PyME + Diseño, segunda encuesta”, realizado por un equipo multidisciplinario conformado por investigadores de la Fundación Observatorio PyME (FOP)<sup>1</sup>, del Observatorio de Industrias Creativas (OIC) y del Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación (IMDI)<sup>2</sup> del Centro Metropolitano de Diseño (CMD), es la continuidad del estudio de base “PyME + Diseño” de 2010, que permitió hacer un primer diagnóstico de la inserción del diseño en las empresas. Ese trabajo mostró que un 70% de las

PyME industriales del AMBA ha realizado alguna actividad propia de diseño, pero la gran mayoría (78%) lo ha gestionado de manera interna y no mediante contratación de servicios profesionales.<sup>3</sup> Se verificó la existencia de ciertos sectores de actividad, dentro de la industria manufacturera (seis en total, entre ellas las cuatro analizadas en esta ocasión), que superaban la media en cuanto a extensión de empresas que contrataban diseño y el nivel de inversión que realizaban.<sup>4</sup>

### Laura Mastroscello

ECONOMISTA (UTDT), COORDINADORA DEL ÁREA DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE LA FUNDACIÓN OBSERVATORIO PYME

### Matías Belacín

LICENCIADO EN ECONOMÍA (UBA), INTEGRANTE DEL EQUIPO DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE LA FUNDACIÓN OBSERVATORIO PYME

### Camila Offenhenden

DISEÑADORA INDUSTRIAL (FADU, UBA), COORDINADORA DEL INSTITUTO METROPOLITANO DE DISEÑO E INNOVACIÓN (IMDI) DEL CMD

### Fernando Arias

SOCIÓLOGO (UBA), COORDINADOR DEL OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

<sup>1</sup> Desde hace más de quince años, este centro de estudios lleva adelante el monitoreo de las pequeñas y medianas empresas argentinas del sector industrial y otros a partir de la generación de información estadística, entre otras actividades ([www.observatoriopyme.org.ar](http://www.observatoriopyme.org.ar)).

<sup>2</sup> El OIC reúne, sistematiza y produce información relativa a las Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires. El IMDI realiza contenidos e investigaciones aplicadas relativas al diseño. Ambos programas integran la Dirección General de Industrias Creativas del Ministerio de Desarrollo Económico de la CABA que funcionan en el Centro Metropolitano de Diseño (CMD).

<sup>3</sup> Fernando Arias, Ignacio Bruera, Laura Mastroscello, Camila Offenhenden, Marco Sanguinetti, Marco, *PyME + Diseño. Un estudio sobre la demanda de diseño por parte de las PyME industriales del Área Metropolitana de Buenos Aires*, Buenos Aires, Centro Metropolitano de Diseño, Argentina. En línea [cmd.buenosaires.gob.ar/sites/cmd/files/PyME%2BDiseño.pdf](http://cmd.buenosaires.gob.ar/sites/cmd/files/PyME%2BDiseño.pdf).

<sup>4</sup> Las otras dos eran “Automotores y autopartes” y “Maquinaria y equipo”.

El objetivo del estudio que presentamos estuvo orientado a conocer en profundidad la presencia del diseño en la estructura productiva de las PyME industriales de AMBA de los cuatro sectores intensivos en diseño mencionados, y analizar de esta manera la relación del mundo productivo con los servicios del diseño.

Las principales dimensiones de análisis relacionadas a este objetivo central del estudio son:

- Caracterización de las empresas.
- Modalidades de contratación de diseño.
- Motivos de no contratación.
- Relevancia e impacto del diseño en los planes de negocio y en el desarrollo organizacional.
- Atributos diferenciadores del diseño profesional en las empresas.
- La demanda actual y futura de diseño.

Se analizan los indicadores de asociatividad y competitividad de las empresas, y de comercio exterior.

Se presentan los principales resultados obtenidos en relación a la inserción del diseño, las modalidades de contratación (interna o externa a la firma) más difundidas por sector, qué actividades se contratan y cuáles son las más recurrentes; y cómo influye el tamaño y la antigüedad de las empresas en los niveles de contratación de dichos servicios profesionales. También se muestran los motivos por los que no se contrata diseño para entender los argumentos que están detrás de estas decisiones y comprender cómo visualiza el empresariado el impacto de incorporar diseño profesional en su firma. Se cierra con el perfil de la demanda de diseño planeada hacia el futuro, para dimensionar las potenciales perspectivas en los distintos sectores de actividad.

Finalmente, se analiza la posible asociación entre el desempeño exportador y la competitividad de las firmas con la incorporación de diseño. El objetivo de la sección sobre comercio exterior fue intentar comprender si existe una relación entre la

performance exportadora de las empresas y la incorporación de diseño como agregado de valor para generar mayor competitividad.

## UNA INTRODUCCIÓN AL DISEÑO

Existe una profunda discusión ético-normativa en torno a qué es el diseño y cuál debería ser su rol social, debate que atraviesa su

constitución misma como disciplina. Desde el surgimiento de la Bauhaus (1919-1933), el diseño estuvo centrado en la noción de *proyecto*, específicamente en lo que refiere al desarrollo de productos –industriales, comunicacionales, de indumentaria y textiles–, fuertemente anclado en la tradición funcionalista reflejada en el par forma-función. Como bien sintetiza la socióloga Verónica Devalle:

El término Diseño –entendiéndose que se trata del campo pertinente para la producción material de objetos para la vida cotidiana– surge de esta particular conjunción entre una sensibilidad técnico-cientificista, una necesidad del sistema de producción –redefinido a partir de la Segunda Guerra– y la herencia del legado sobre la experimentación y las cualidades de la forma, presentes en los sucesivos planteos de Werkbund, la tradición de las vanguardias constructivas, el debate de la Arquitectura Moderna, y las escuelas símbolo como Bauhaus (2009).

Esta corriente científicista, que cristalizó nociones como *la forma sigue a la función*, *la buena forma* y el lema *menos es más*, funcionó como modelo durante muchos años para el desarrollo de la práctica profesional y para gran parte de los programas de las escuelas de diseño. Sin embargo, esta concepción, que deposita la atención estrictamente en el producto y sus cualidades intrínsecas, resulta insuficiente para formular los verdaderos alcances de la disciplina. Hoy en día se percibe una disgregación de los límites de lo que se considera objeto de diseño y se han sumado nuevas formas de la práctica

Hoy en día se percibe una disgregación de los límites de lo que se considera objeto de diseño y se han sumado nuevas formas de la práctica profesional que sobrepasan las nociones tradicionales.

profesional que desbordan las nociones tradicionales. La diseñadora platense Rosario Bernatene expresa esta pluralidad de la siguiente forma:

Tenemos un legado histórico para aquellos que desean profundizar en el rol emancipador del diseño—como se lo planteaban los manifiestos del arte concreto invención—, otro para los que desean insistir en la función poética del diseño, otro para quienes quieren trabajar en su función democratizadora, o en su función fetiche, o como herramienta de desarrollo regional y local, como palanca para el fortalecimiento de las PyME, como interface entre ciencias básicas y tecnología de punta con la vida cotidiana, como acompañamiento de programas artesanales, o juntando varias de estas opciones a la vez (2007:10-11).

En definitiva, hoy el diseño reconoce un amplio abanico de prácticas profesionales, y muchas de ellas ya no ponen el énfasis estrictamente en el producto sino, más bien, en los procesos y efectos que el diseño genera en un determinado grupo social u organización. Estas especializaciones dentro del campo profesional del diseño se basan en una visión sistémica, donde todos los eslabones que conforman la cadena de valor del proyecto son contemplados, y su imbricación con el contexto social.

### EL DISEÑO COMO PALANCA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS PYME

Dentro de esta multiplicidad de voces y prácticas profesionales posibles para el diseño, nos interesa detenernos específicamente en una. Si bien reconocemos que el diseño es capaz de impactar en cuestiones sociales, culturales y ambientales, en este trabajo estudiaremos su impacto económico en las PyME industriales del AMBA que integran cuatro sectores con un uso intensivo de diseño.

En este sentido, el diseño puede pensarse menos como una disciplina en el borde de lo artístico, que produce un selecto grupo de bienes característicos considerados “de diseño”, y más como un modelo metodológico que contiene valores propios de la gestión. Aplicable—en mayor o menor medida— al conjunto de los bienes y servicios que ofrece una economía, sus imbricaciones con lo comercial son cada vez mayores. A diferencia de la ingeniería y el *marketing*, enfocados en los aspectos productivos y comerciales respectivamente, el diseño articula ambas dimensiones y puede funcionar como nexo entre distintas áreas de la empresa que manejan lenguajes distintos.

Si bien el reconocimiento de la contribución del diseño al desarrollo de la economía de las empresas es cada vez mayor, su medición todavía presenta enormes dificultades. Una de ellas surge de la presencia transversal del diseño en prácticamente cualquier actividad

económica: si bien no todas las empresas contratan diseño, todas—con distintas intensidades— podrían hacerlo. Por eso no es posible aproximarse a una medición del impacto a través de la simple sumatoria de las actividades permeables a contratarlo, porque esto tendería a sobredimensionar el sector. Justamente, ya que es imposible discriminar el conjunto de producciones en las cuales el diseño tiene incidencia, definimos en este trabajo cuatro sectores industriales—Textil e Indumentaria, Calzado y Marroquinería, Editorial

y Muebles—que entendemos pueden considerarse como usuarios intensivos de diseño, es decir, sectores que por su propia naturaleza deberían tener un vínculo más estrecho con estas prácticas.

### CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PYME DE SECTORES CON USO INTENSIVO DE DISEÑO DEL AMBA

El estudio en cuestión se realizó mediante una encuesta realizada durante los meses de junio a octubre de 2012 a una muestra de 600 empresas que pertenecen a los rubros *Textile*

A diferencia de la ingeniería y el marketing, enfocados en los aspectos productivos y comerciales respectivamente, el diseño articula ambas dimensiones y puede funcionar como nexo entre distintas áreas de la empresa que manejan lenguajes distintos.

*Indumentaria* (59%), *Calzado y Marroquinería* (19%), *Muebles* (16%) y *Editorial* (6%), los que representan al 34% del total de la industria manufacturera de la región.

En líneas generales, las empresas estudiadas son de reducida dimensión y tienen, en promedio, 24 ocupados, lo que las convierte en más pequeñas en relación al promedio PyME industrial a nivel nacional (media de 31 trabajadores por empresa). Las empresas de *Textil e Indumentaria* tienen una dimensión media de 26 empleados, la mayor si se la compara frente a *Editorial* (24), *Calzado y Marroquinería* (24) y *Muebles* (15). Así, el 90% de las empresas bajo estudio son *pequeñas* (entre 10 y 50 ocupados) y el 10% medianas (entre 51 y 200). Esta diferencia de tamaño guarda fuerte relación con el nivel de desarrollo de las industrias, especialmente con la contratación de actividades de diseño, la variedad de tareas en la cual trabajan los diseñadores y la inserción internacional.

Geográficamente, las firmas se encuentran localizadas en el AMBA, una de las regiones más dinámicas del país, principal mercado en Argentina, en donde convergen rutas comerciales, marítimas y aéreas. Dentro de esta área, las PyME se encuentran distribuidas entre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (57% de los casos) y en el Conurbano bonaerense (43%).

Por otra parte, en el 34% de los casos, las PyME comenzaron a operar desde 2002 en adelante, conforme a los acontecimientos socioeconómicos que tuvieron lugar en esa etapa de la historia argentina. En tanto, el 39% dio inicio a sus actividades antes de 1991 (es decir, tiene más de 20 años de antigüedad) y el 27% restante entre 1992 y 2001.

Cuatro de cada diez empresas se encuentran afiliadas a las cámaras empresariales representativas de cada sector, resaltándose los sectores *Editorial* y de *Calzado y Marroquinería* como aquellos con mayor propensión a tener empresas asociadas a dichas cámaras. En su cadena de valor, se observa que la producción de las PyME manufactureras de sectores intensivos en diseño está destinada principalmente a proveer a otras empresas del

sector privado (que absorben el 62% de las ventas) y, en segundo lugar, a consumidores finales (34%).

### CONTRATACIÓN DE DISEÑO PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS: USOS Y PARTICULARIDADES POR SECTOR

La incorporación de diseño profesional en las PyME manufactureras del AMBA aparece como elemento prioritario a medida que aumenta el tamaño y el desarrollo de la empresa. El diseño puede aplicarse en distintas etapas de la producción, que no solo atañen a la elaboración del producto, sino que su aplicabilidad también se circunscribe a los aspectos productivo y tecnológico, organizacional, comunicacional, institucional y comercial. Es decir, la multidimensionalidad del diseño hace que atravesase a todas las áreas de la empresa. No obstante, solo contrató diseño entre 2011 y 2012 la mitad de las PyME manufactureras de los cuatro sectores bajo estudio (51%), aunque hay una diferencia marcada por tamaño, ya que se registra una mayor propensión en las media-

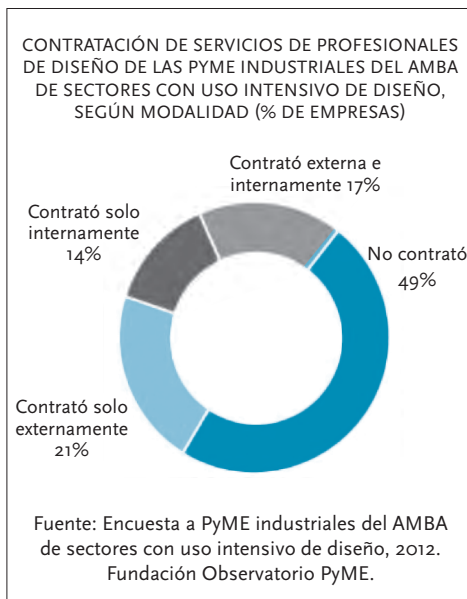
nas a la contratación de mayor variedad de actividades respecto a las pequeñas. Esto se debe, por un lado, a que estas firmas tienen más disponibilidad de recursos —materiales y humanos— y que existe una *cultura de diseño* previa de los empresarios, que se confirma al analizar las numerosas tareas en las cuales implementan diseño. Así, el concepto de *cultura de diseño* hace referencia a la incorporación de diseño profesional en distintos aspectos de la firma como un valor estratégico, estrechamente relacionado con la profesionalización empresarial y con la visión sobre cómo mejorar el propio desempeño en el mercado. En este sentido, es importante que los empresarios se muestren convencidos de la importancia de la incorporación de herramientas de diseño en su firma como un diferencial que puede alcanzar un impacto sustancial en la misma.

La demanda de diseño de las PyME manufactureras bajo análisis tiene diferentes características. Una de ellas es la modalidad





de contratación, que puede ser interna (incorporando a los profesionales al plantel de la empresa) o externa a la firma (trabajando con profesionales independientes o estudios de diseño). En general, prima exclusivamente esta segunda modalidad de contratación (21%) debido a la dimensión de las PyME en cuestión. En algunos casos (17%) también se advierte la combinación entre diseñadores externos a la empresa y la contratación de profesionales de diseño como parte del plantel productivo.



Desde la óptica sectorial, se resalta que la incorporación de servicios de diseño es significativamente mayor en el sector *Editorial* (85%) y menor en el *Textil e indumentaria* (45%). En el medio, se encuentran el rubro *Muebles* (54%) y *Calzado y Marroquinería* (60%). En todos los sectores la modalidad más frecuente es la contratación externa, excepto en el *Editorial* que mantiene una proporción más alta de incorporación de los profesionales en la propia empresa. Es importante evaluar las necesidades puntuales de cada sector, dado que las actividades requeridas y las modalidades utilizadas responden a características sectoriales específicas.

La incorporación de profesionales de diseño no es un fenómeno reciente pero sí

actualmente más difundido por la necesidad de diferenciación de productos y de ganancias de competitividad. Las empresas más jóvenes parecen identificar esta tendencia para adaptar su estrategia de negocios, debido a que la propensión a contratar servicios de diseño profesional es mayor entre aquellas que comenzaron a operar a partir de 2002 (60%) que en el resto.

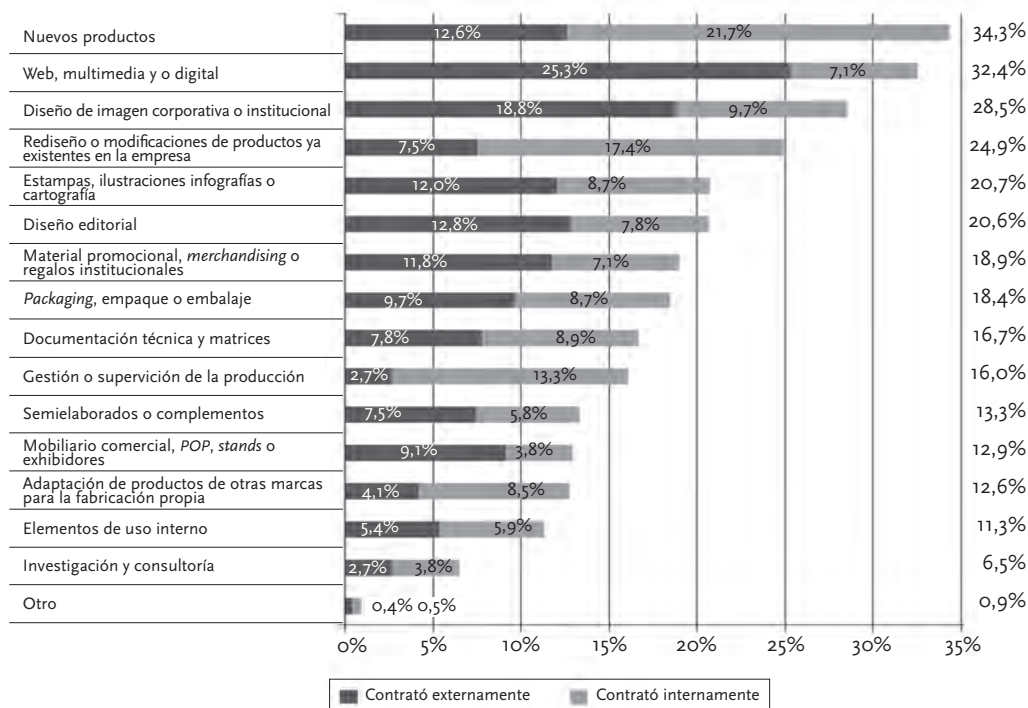
Por otra parte, como se dijo, el diseño ofrece un abanico muy variado de actividades que pueden aplicarse en la empresa, aunque en las PyME bajo estudio, la contratación se encuentra focalizada en aspectos de producto y comunicación institucional seguidos en forma secundaria del diseño aplicado al proceso productivo, a la comercialización y del diseño editorial. Es así que se destacan el “diseño de nuevos productos” (demandado por el 34% de las empresas), el “diseño web, multimedial y/o digital” (33%) y el “diseño de imagen corporativa o institucional” (29%). Por el contrario, los empresarios no demandan servicios de diseño orientados a la investigación y consultoría como el planeamiento estratégico, posicionamiento, estudios de mercado, etc.

De acuerdo al fin, la modalidad de contratación de servicios de diseño cambia. Las actividades vinculadas al diseño de producto o del proceso productivo en general son llevadas a cabo en forma interna, mientras que las referidas al área comunicacional o comercial tienden a ser contratadas en forma externa.

Entre las demandas específicas, se advierte que los sectores *Textil e Indumentaria* y *Calzado y Marroquinería* tienden a solicitar más actividades referidas al diseño de producto. El *Editorial*, como es de esperar, muestra una mayor demanda que en este caso podría interpretarse como diseño aplicado al producto. Y el sector *Muebles* prioriza los servicios de diseño comunicacional y no el desarrollo o rediseño de productos.

Cabe destacar que en líneas generales el empresariado considera que la contratación de servicios profesionales de diseño tiene una incidencia positiva en el desempeño de su firma, aunque en ciertos aspectos más que en otros. El mayor impacto percibido está dado en “la mayor satisfacción de clientes” (86% de los empresarios que contrataron diseño)

ACTIVIDADES DE DISEÑO CONTRATADAS POR LAS PYME INDUSTRIALES DEL AMBA DE SECTORES CON USO INTENSIVO DE DISEÑO, SEGÚN MODALIDAD DE CONTRATACIÓN (% DE EMPRESAS)



Fuente: Encuesta a PyME industriales del AMBA de sectores con uso intensivo de diseño, 2012. Fundación Observatorio PyME.

y en la “mejora de la imagen de la empresa o percepción de la marca” (85%), que son consecuencias directas de las actividades de diseño más incorporadas (“diseño de nuevos productos” y “diseño de imagen corporativa o institucional”). En otras variables, como la inserción de las PyME en los mercados internacionales o como vía para lograr mejoras directas por ganancia de productividad, o por disminución de costos de producción, la medición del impacto del diseño es una tarea compleja, debido a que los cambios producidos son más lentos y su origen obedece a la combinación de diferentes variables que el diseño complementa, como inversiones en maquinaria y en recursos humanos.

De todas formas, se observa que cuando la modalidad de contratación es interna

o mixta (interna y externa), la percepción sobre la efectividad del diseño tiende a ser mayor que cuando es puramente externa. De hecho, de este y otros estudios<sup>5</sup> se advierte lo enriquecedora que puede ser la interacción entre el profesional de diseño y el empresario, dado que un proyecto inicial puntual tiene la capacidad de finalizar con mucho mayor valor agregado.

### PARTICULARIDADES DE LA CONTRATACIÓN EXTERNA E INTERNA

De las empresas que contratan profesionales de diseño o estudios de diseño en forma externa (solo externa, o externa e interna, 38%), el 80% lo hicieron por proyectos específicos y el restante en forma permanente.

<sup>5</sup> Véase *De la forma a la estrategia. Una caracterización de la oferta de servicios de diseño en la Ciudad de Buenos Aires*, editado por el CMD y el OIC en 2014.

Si las relaciones con los diseñadores son esporádicas y por trabajos puntuales, la presencia del diseño en la empresa no se da en forma permanente, lo que puede incidir en cuál es la percepción de los empresarios sobre el impacto y utilidad del diseño en su firma. De hecho, a la hora de seleccionar un proveedor externo de diseño profesional, los empresarios encuestados manifiestan que lo más importante es que este pueda comprender las preferencias y necesidades de la empresa, las habilidades en la comunicación de sus ideas y el grado de conocimiento que tenga sobre el producto y el rubro en el cual se desenvuelve la firma.

En tanto, el 30% de las empresas incorporan profesionales de diseño mediante contratación interna, lo que requiere cierto grado de desarrollo organizacional que permita la articulación de tareas. En el 79% se cuenta con un área, departamento u oficina dedicada al diseño, en donde trabajan entre una y cuatro personas. Llamativamente, las empresas pequeñas que contratan en forma interna también disponen de dicha área al igual que las medianas, y se observa este patrón en las firmas del rubro *Textil e Indumentaria* y *Editorial*. Cuando dicha área específica no existe, los profesionales de diseño se desempeñan en los departamentos de producción, ventas o comercial.

### LAS PYME QUE NO CONTRATAN DISEÑO

Entre el 49% de las PyME que no contrataron diseño en 2011-2012, casi la totalidad tampoco tiene antecedentes de haberlo hecho en el pasado. Por lo tanto, hay un núcleo importante de empresas en el cual la vinculación entre el mundo del diseño y la empresa es inexistente y por lo tanto debe ser creado.

Los principales motivos de esta desvinculación obedecen a que los empresarios consideran poder resolver las actividades propias del diseño con recursos (no profesionales en la materia) internos de la firma, en general con personal de gerencia y de producción. Esto

no niega que los empresarios no consideren la necesidad de la implementación del diseño en la empresa sino que no se visualizan los beneficios o el diferencial que implica hacerlo de forma estable y profesional.

De todas formas, otro grupo importante está dado por los empresarios que directamente no consideran necesario realizar actividades de diseño en la empresa. En tanto, los costos de contratación ocupan un lugar secundario como variable que explica la ausencia del diseño profesional en la empresa, siendo proporcionalmente más importante entre las empresas más pequeñas.

### PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA FUTURA DE SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO

El futuro del perfil de la demanda de diseño sugiere ser muy similar al observado hasta ahora, aunque como la modalidad de contratación es mayormente externa y por proyectos puntuales, las empresas tienen cierta flexibilidad para decidir la factibilidad de la contratación de acuerdo a su ciclo de crecimiento, que actualmente se encuentra en una fase de caída de las cantidades vendidas.<sup>6</sup>

El “diseño web, multimedial y/o digital”, el “diseño de nuevos productos” y el “diseño de imagen corporativa o institucional” encabezan el ranking de las actividades que serían más demandadas en los próximos años.

### INSERCIÓN INTERNACIONAL DE LAS PYME MANUFACTURERAS DE LOS CUATRO SECTORES INTENSIVOS EN EL USO DE DISEÑO

En las PyME de la industria manufacturera se presenta una muy baja integración internacional, que no solo obedece a factores estructurales y a aspectos coyunturales del ciclo económico, sino que el marcado sesgo mercadointernista que presentan estas firmas se debe tanto a factores externos (macroeconómicos, suba de costos de producción, deficiencias en infraestructura y logística, etc.)

<sup>6</sup> La Encuesta Coyuntural a PyME industriales de la Fundación Observatorio PyME registra una caída de las cantidades vendidas del 7,9% en el acumulado hasta el tercer trimestre de 2013, desestacionalizado, que comprende a todos los sectores de producción manufacturera.

como a propias limitaciones relacionadas con la insuficiente escala de producción, la imposibilidad de acceder a financiamiento para realizar inversiones y a gestionar mediante recursos internos la compleja estructura burocrática asociada a los trámites y procedimientos aduaneros que deben llevarse a cabo. En suma, iniciarse en una actividad exportadora tiene costos asociados, que implica que solo las firmas más competitivas puedan hacerlo.

En el caso de las PyME del AMBA pertenecientes a los sectores intensivos en el uso de diseño, desde hace tres años se mantiene entre el 15 y 18% la proporción que exporta, con una relación muy marcada entre el estatus exportador y la dimensión de la empresa. Además, en promedio, el 23% de las ventas de las empresas exportadoras es vendido al exterior, lo que refuerza el concepto de la orientación hacia el mercado local que tienen estas empresas, incluso también las exportadoras.

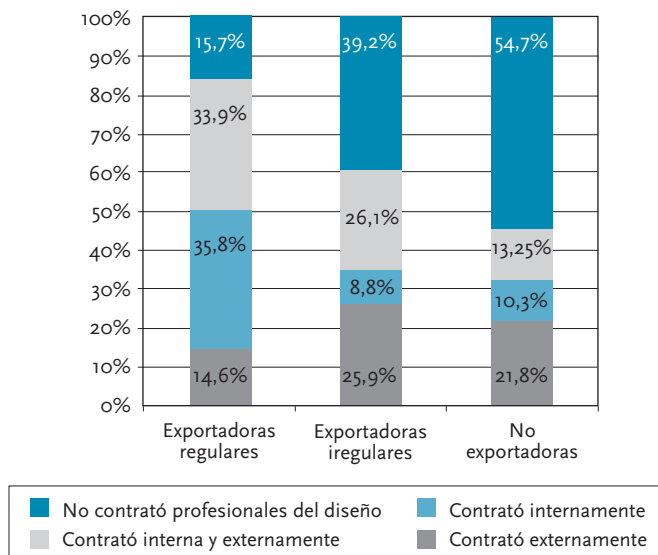
Sectorialmente, se destaca el rubro *Editorial*, donde la tercera parte de las PyME exporta. En tanto, en el resto de los sectores el porcentaje de exportadoras es significativamente menor y se mantiene en el orden del 10 al 17 por ciento.

Al caracterizar a las empresas a partir de la regularidad exportadora se las clasifica como “exportadoras regulares” (el 12% exportó en cada uno de los últimos tres años), “exportadoras irregulares” (el 7% que exportó en al menos uno de los últimos tres años, pero no en todos) y “no exportadoras” (no exportaron en el último trienio y representan el 81% del total).

Se observa que la contratación de servicios profesionales de diseño –y en particular, en su forma interna– y el desempeño exportador de las firmas también guardan un vínculo. Las empresas en donde trabajan diseñadores o estudiantes de diseño muestran una capacidad exportadora mayor que en el caso de las que solo contratan estos servicios de forma externa o no contratan diseño profesional.

A pesar de que sea difícil identificar su impacto causal, el diseño puede desempeñar un papel relevante en la estrategia exportadora, no solo como diferenciador de producto sino perfeccionado la política comercial (comercialización, comunicación del producto e institucional, estrategias de venta, etc.) y mejorando la organización productiva interna.

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO, SEGÚN STATUS EXPORTADOR DE LAS FIRMAS (% DE EMPRESAS)

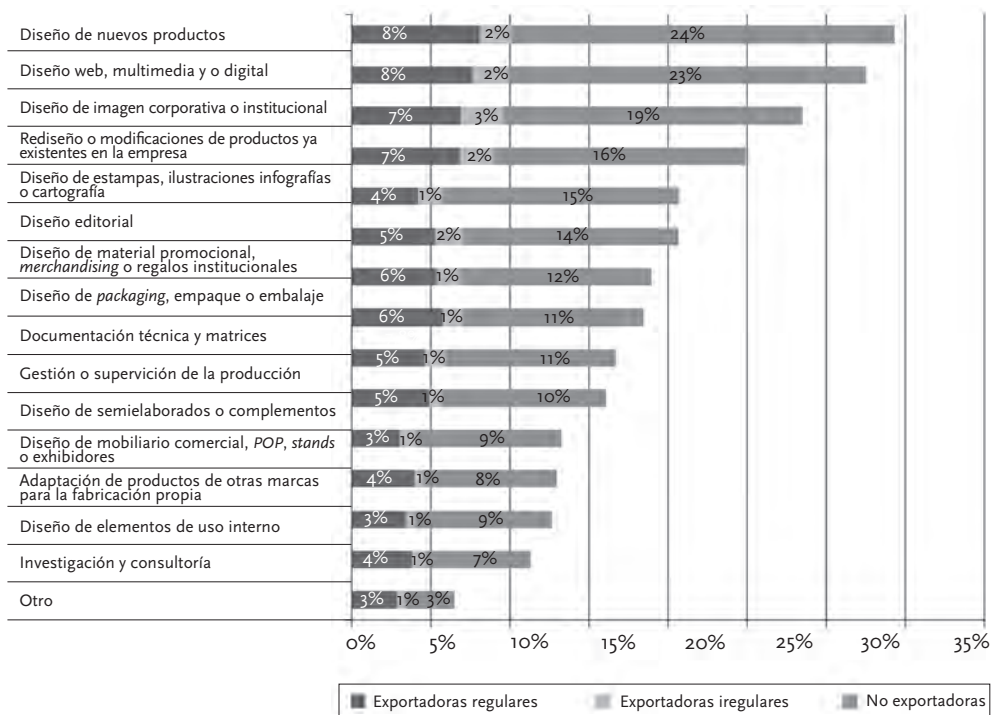


Fuente: Encuesta a PyME industriales del AMBA de sectores con uso intensivo de diseño 2012. Fundación Observatorio PyME.

Al mismo tiempo, el estatus exportador también está asociado a la implementación de una mayor variedad de actividades de diseño profesional. Si bien entre las empresas exportadoras también se encuentran ampliamente difundidas las actividades de diseño que en

general contratan todas las empresas (de producto y comunicacional), también aplican diseño profesional en otro tipo de actividades, cuya difusión es menor entre el resto de las firmas, como el “diseño de elementos para uso interno” y de “investigación y consultoría”.

STATUS EXPORTADOR DE LAS PYME INDUSTRIALES DEL AMBA DE SECTORES CON USO INTENSIVO DE DISEÑO, SEGÚN ACTIVIDAD CONTRATADA (% DE EMPRESAS)



Fuente: Encuesta a PyME industriales del AMBA de sectores con uso intensivo de diseño, 2012. Fundación Observatorio PyME.

### CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LAS PYME

El 61% de las empresas de los cuatro sectores bajo estudio comenzaron a exportar a partir de 2002, bajo el nuevo esquema macroeconómico que operó a través de la mejora de la competitividad vía precios luego de la devaluación del peso.

En general, las firmas exportadoras realizan ventas al exterior con cierta frecuencia. El 47% de las exportadoras (es decir el 9% del total) realiza entre 2 y 6 exportaciones anuales y el 34% (6% del total) exporta al menos en 7

ocasiones al año. De los resultados del estudio se observa que hay múltiples mercados internacionales a los cuales dichas PyME venden sus productos, pero que la cercanía geográfica, las similitudes culturales –lenguaje, costumbres y preferencias de consumo comunes– y la existencia de tratados comerciales favorecen el intercambio comercial en mayor medida con países de la región. De esta forma, el Mercosur y el resto de América Latina se distinguen como los más relevantes (concentran 46% y 21% de las exportaciones, respectivamente). En cambio, Estados Unidos y Canadá y la Unión

Europea tienen una participación secundaria (8% y 7% en cada caso).

En referencia a algunos de los costos implícitos para iniciarse en la actividad exportadora, el 64% de las empresas exportadoras tuvieron que realizar cambios para poder exportar. Estas modificaciones estuvieron focalizadas en la mejora significativa de productos ya existentes, en elaboraciones de nuevos productos y en la mejora de servicios post-venta. En menor medida, también se produjeron modificaciones marginales en esos productos y tuvieron que implementarse certificaciones de calidad requeridas por algunos mercados internacionales. De todas formas, se advierte que es frecuente la realización de más de un cambio por empresa, lo que indica que comenzar a exportar tiene costos asociados y no es inmediato. Entre las empresas que hicieron cambios para exportar, se advierte una mayor propensión a contratar diseñadores profesionales, siendo más frecuente la modalidad interna, en relación a aquellos que no hicieron cambios.

Aunque no completamente generalizado, el diseño de producto parece tener cierta incidencia en la capacidad exportadora. La tercera parte de las PYME exportadoras tuvo que cumplir exigencias o requisitos estrictamente en términos de diseño de producto de los mercados internacionales a donde exporta, más acentuado en los sectores de *Textil e Indumentaria* y *Calzado y Marroquinería*. En particular, los empresarios manifiestan haber tenido que realizar modificaciones asociadas al *packaging*.

## CONCLUSIONES

### Contratación de diseño profesional en las empresas: uso y particularidades por sector

Aun en sectores con mayor potencial de utilización de diseño, como los aquí estudiados, la contratación profesional de servicios de diseño es media. Existe un espacio para seguir trabajando en la oferta y la promoción del sector en pos de una cultura de diseño y una mayor utilización de sus servicios.

Entre 2011 y 2012 la mitad de las empresas ha contratado profesionales de diseño conforme a alguna modalidad de contratación;

pero, claramente, es entre las que tienen mayores recursos y nivel de profesionalización donde la incorporación interna de las actividades contratadas formó parte de una política empresarial. Además, el perfil de demanda de diseño de estas firmas está mucho más diversificado, por lo que se observan sus efectos no solo en los aspectos más frecuentes –“satisfacción del cliente” y “posicionamiento de la marca”–, sino también en otros, centrales para el proceso productivo y la comercialización, claves para mantener el negocio exportador.

En principio, la no contratación de diseño se debe a que el empresario lo considera poco útil. En la mayoría de los casos, manifiestan poder replicar actividades propias del diseño en forma interna, sin contratar profesionales. En resumen, aun queda mucho que comunicar sobre el alcance del servicio de diseño como un aspecto estratégico en las firmas.

El futuro del perfil de la demanda de diseño sugiere ser muy similar al actual, aunque se prevé que la proporción de firmas que contratarán estos servicios sea algo menor, especialmente en el rubro *Editorial*.

En un contexto de mercados fuertemente competitivos e integración económica, tener una visión estratégica y profunda del negocio es muy importante para las PYME. La incorporación de diseño en distintas áreas de la empresa y la constancia en su implementación y su internalización sugieren beneficios apreciables, producto de cada actividad individual y de las complementariedades que se generan de la contratación de varias actividades que persigan un mismo objetivo. Estos beneficios permiten mejorar las condiciones de las empresas para explorar otros mercados y atenuar el sesgo mercado internista que impera hoy en día.

### Comercio exterior: inserción en mercados internacionales, nivel de competitividad y su relación con la contratación de diseño profesional

Solo dos de cada diez PYME industriales del AMBA de los cuatro sectores con uso intensivo de diseño bajo análisis lograron exportar como mínimo en uno de los últimos tres años. Las empresas que ya exportan también

planifican hacerlo en el futuro y el 25% de las que todavía no exportan esperan comenzar a hacerlo en el mediano plazo.

Las empresas exportadoras se destacan de aquellas que no exportan en distintos aspectos: son más grandes, hace más tiempo que están en actividad y presentan una mayor propensión a participar en cámaras empresariales que representan los intereses de su sector de actividad.

Los países de América Latina –actualmente una de las regiones más dinámicas a nivel global– constituyen los principales destinos de las exportaciones de estas empresas. Casi la mitad de las ventas al exterior son dirigidas al Mercosur y cerca del 70% a toda América Latina. Esto demuestra que las PYME concentran la mayor parte de sus ventas al exterior en los mercados geográficamente más cercanos, con cultura similar a la argentina y con los cuales ya existen acuerdos comerciales.

Por otro lado, la utilización del diseño se presenta como un factor de diferenciación que forma parte de la estrategia de las empresas para introducirse en mercados internacionales. En efecto, las PYME exportadoras presentan una mayor propensión a contratar servicios profesionales de diseño –generalmente, en forma interna– y demandan una amplia variedad de actividades que no abarcan solo la mejora del producto, sino también otras áreas estratégicas, como la gestión de organización interna de los procesos productivos y la política comercial.

Esto convierte al diseño en una herramienta estratégica multidimensional en el desempeño empresarial.

Así, el protagonismo de los servicios de diseño resulta clave en el proceso de vínculo comercial de las empresas con el resto del mundo, entendiendo el proceso de innovación y desarrollo como un complejo sistema de interacciones entre las diferentes áreas de una empresa en donde el diseño tiene mucho para aportar.

Sin embargo, es importante resaltar que todavía el grado de inserción internacional de las empresas es muy bajo: el 81% es exclusivamente mercado internista. Las PYME tienen dificultades para lograr comenzar a exportar, y esto no les permite aprovechar los beneficios que brinda la actividad exportadora.

En este sentido, no solo se presentan factores externos a las empresas que limitan su capacidad de diversificar mercados (la coyuntura macroeconómica y suba de costos de producción, las deficiencias de infraestructura para el transporte de mercadería, entre otros), sino que estos además se suman a sus propias limitaciones relacionadas con insuficiente escala de producción, la imposibilidad de incurrir en los costos que implica comenzar a exportar –asociados a las modificaciones en el aparato productivo, comercial y de producto en la empresa– y de gestionar mediante recursos internos la compleja estructura burocrática asociada a los trámites y procedimientos aduaneros que deben llevarse a cabo. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, Fernando, Bruera, Ignacio, Mastroscello, Laura, Offenhenden, Camila, Sanguinetti, Marco, *PyME + Diseño. Un estudio sobre la demanda de diseño por parte de las PyME industriales del Área Metropolitana de Buenos Aires*, Buenos Aires, Centro Metropolitano de Diseño, 2011.
- Arias, Fernando, Balacín, Matías, Cejas, Cecilia, Donato, Vicente N., Fredes, Virginia, Grandoso, Omar, Horta, Nadia, Mastroscello, Laura, Offenhenden, Camila, *PyME + Diseño. Segunda encuesta*, Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires-Fundación Observatorio PyME, 2013.
- Devalle, Verónica, *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*, Buenos Aires, Paidós, 2009.
- Bernatene, R., “Hitos, relatos y vivencias del diseño en la Argentina”, en Programa de Diseño, *Hablando de diseño: ciclo de charlas 2007*, Buenos Aires, Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 2007, recuperado de [http://www.inti.gob.ar/prodiseno/pdf/n111\\_hitos.pdf](http://www.inti.gob.ar/prodiseno/pdf/n111_hitos.pdf).

En el siguiente trabajo se presenta la evolución del período del primer semestre de 2013 de las conexiones domiciliarias e individuales de Internet y la evolución de la telefonía móvil en el país. Las particularidades que encontraremos serán el fuerte crecimiento en ambas tecnologías. Su interrelación por la convergencia tecnológica en la que interactúan demostrando una penetración combinada al finalizar el análisis. Por un lado, con el desarrollo y penetración de la Banda Ancha se observará con claridad el descenso, hasta una futura casi desaparición, de las tecnologías de conexión a través de la telefonía del cable de cobre y, por el otro, con el desarrollo y mayor penetración de la tecnología 3G, que permite a los celulares conectarse a Internet con los planes de las empresas que brindar los servicios con una tarifa plana y que son los que liderarán las tasas de crecimiento. Desde hace dos años, se destaca el crecimiento en la venta de nuevos equipos en un recambio tecnológico. En un país de 41 millones de habitantes, que existan 57 millones de celulares con línea parece demasiado, por lo que se puede estimar que esta cifra es un techo en cuanto a cantidades; la aparición de una nueva tecnología que está penetrando el mercado nacional, las *tablets*, puede ser alternativa a los celulares y a las netbooks.

También se hará una mención de la TDA, sobre la cantidad de canales de televisión

que están transmitiendo y la cantidad de usuarios de televisión digital al tercer trimestre de 2013.

## CONEXIONES A INTERNET 2013 (3° TRIMESTRE)

Según el informe del INDEC correspondiente a este período<sup>1</sup>, en el país ascendieron a 12.427.325 las conexiones domiciliarias y personales a Internet mediante la telefonía celular. Este dato permite saber que el crecimiento ha sido de un 19,4% desde diciembre de 2012.

Con el desarrollo y penetración de la Banda Ancha se observará con claridad el descenso, hasta una futura casi desaparición, de las tecnologías de conexión a través de la telefonía del cable de cobre y, por el otro, con el desarrollo y mayor penetración de la tecnología 3G.

Dos elementos a tener presente antes de un análisis de los datos. Uno: por segundo año consecutivo el INDEC, discrimina las conexiones hogareñas de las hechas a través de la telefonía celular que se conectan a Internet y están dentro de la categoría mencionada, lo que permite desglosar las exclusivamente domiciliarias de las conexiones vía telefonía celular. Dos: el continuo y sostenido crecimiento de las conexiones a Internet se basa en el crecimiento de las conexiones vía telefonía celular. De 4.764.972 conexiones en enero de 2012 pasaron a 8.266.344 en septiembre, mostrando una evolución del 57,6%, constituyéndose en el sector más dinámico del crecimiento.

Los datos que publica el INDEC los aportan las empresas que brindan los servicios de ISP. Por lo cual, hay que tener presente

<sup>1</sup> www.indec.mecon.ar en septiembre de 2013.



## Gabriel Mateu

SOCIÓLOGO, DOCENTE, MIEMBRO  
DEL EQUIPO DE INVESTIGACIONES  
DEL OBSERVATORIO DE  
INDUSTRIAS CREATIVAS

que existen un sinnúmero de conexiones domiciliarias o móviles prestadas por gobiernos provinciales (la provincia de San Luis) o municipales no contabilizados, como así también de determinados actores sociales (bares, subterráneos etc.).

En tanto que los accesos de organizaciones<sup>2</sup> en el período analizado alcanzó la cifra de 2.335.849, representando un crecimiento del 20,6% en relación de los 1.948.056 de di-

ciembre de 2012. De todas maneras, este dato es sensiblemente menor al período anterior analizado (2011/2012) donde el crecimiento de las conexiones de las “Organizaciones” fue del 50 por ciento.

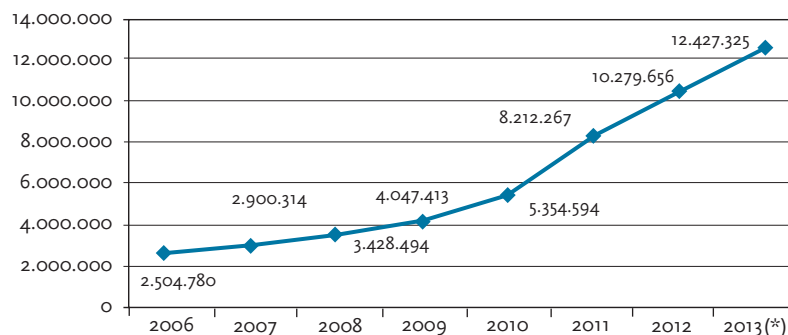
De los 12.427.325 millones de conexiones domiciliarias, 12.416.964 son de Banda Ancha. Eso significa que estas conexiones representan el 99% de todas las conexiones domiciliarias y personales en el país.

CANTIDAD DE ACCESOS RESIDENCIALES POR TIPO DE CONEXIÓN  
ARGENTINA, AÑOS 2006-2013

Tipo de conexión	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013(*)	Var. (%) 10-11	Part. (%)
Dial up	381.064	259.364	192.167	171.085	114.917	81.203	56.232	38.397	-31,7%	0,5%
Usuarios gratuitos	727.452	514.469	349.861	217.622	101.722	46.956	21.057	537	-97,4%	0,5%
Banda ancha	1.396.264	2.126.481	2.886.466	3.658.706	5.137.955	8.084.108	10.223.424	12.416.964	21,5%	99%
Total	2.504.780	2.900.314	3.428.494	4.047.413	5.354.594	8.212.267	10.279.656	12.427.325	20,9%	100%

Fuente: INDEC (\*) al Tercer trimestre del año 2013.

INTERNET - CONEXIONES DOMICILIARIAS Y PERSONALES  
ARGENTINA, AÑO 2013 (3° TRIMESTRE)



Fuente: INDEC.

<sup>2</sup> Según definición del INDEC, los *accesos de organizaciones* corresponden al uso de empresas (públicas y/o privadas), organismos de gobierno, organizaciones no gubernamentales, escuelas, y universidades.

### EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS CONEXIONES POR PROVINCIAS

Con los datos del INDEC se puede apreciar la evolución de las conexiones por provincia. A continuación, en el cuadro elaborado para el presente informe, se destaca que en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, alcanzaron más de 4 millones de conexiones mientras

que el resto de la provincia de Buenos Aires, incluido el Gran Buenos Aires, tiene más de 3 millones. Ambas superan apenas el 60% de todas las conexiones del país. Si bien dicho porcentaje sigue siendo alto, se debe destacar que hace cuatro o cinco años atrás las conexiones domiciliarias concentraban el 87% en los dos distritos juntos.

ACCESOS RESIDENCIALES Y PERSONALES. EVOLUCIÓN POR PROVINCIAS  
ARGENTINA, BIENIO 2012-2013

Año	2012	2013
Ciudad de Buenos Aires	3.726.267	4.049.985
Provincia de Buenos Aires	2.643.391	3.156.174
Santa Fe	775.783	970.472
Córdoba	770.871	1.076.269
Mendoza	312.921	466.797
Entre Ríos	221.759	257.403
Tucumán	221.605	307.449
Salta	170.974	175.677
Neuquén	156.150	255.693
Chubut	143.214	229.818
Río Negro	140.525	145.577
Chaco	129.139	162.280
Misiones	127.379	150.612
Corrientes	123.553	62.557
San Juan	102.669	155.999
Santiago del Estero	74.106	s/d
La Rioja	71.718	s/d
Jujuy	68.003	87.989
Tierra del Fuego	66.271	120.569
La Pampa	57.760	89.859
Santa Cruz	57.286	85.478
Formosa	54.997	62.557
Catamarca	48.533	s/d
San Luis	35.839	68.591
Total	10.300.713	12.427.325

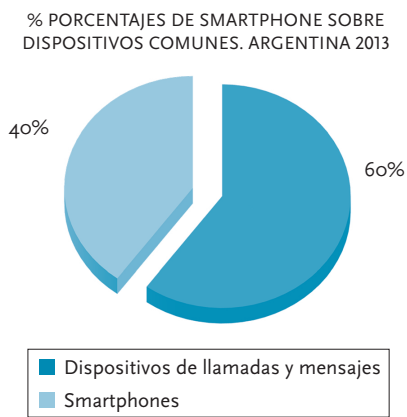
Fuente: INDEC, Informe diciembre 2013.

### TELEFONÍA DIGITAL. EVOLUCIÓN 2013

Según lo publicado por la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), organismo nacional que regula la actividad, durante 2013 Argentina alcanzó los 45 millones de celulares activos. Con este dato se zanja la polémica de años anteriores donde las compañías prestadoras del servicio sumaban más de 54 o 55 millones de celulares, mientras que las consul-

toras privadas argumentaban que no era una cifra lógica, dado que muchos dispositivos quedaban guardados dentro de los cajones y no en uso. Es así que CNC sostiene que la penetración de esta tecnología en nuestro país es de 117 cada cien personas, ubicando a Argentina, según datos que confirma el Banco Mundial, en el décimo tercer puesto en el mundo en el porcentual de penetración.

Otro dato a tener presente es el desarrollo de las antenas 3G y el fuerte recambio de dispositivo. El año anterior, del 40% del parque en nuestro país, el 60% eran Smartphone y en 2013 ascendió al 50% sobre el total de los celulares con línea. Es de esperar no solo que sigan creciendo sino la implementación de las antenas 4G, que es la tecnología que se está implantando en los países del hemisferio norte, mucho más veloz y con más capacidad de envío de datos y archivos.



Fuente: Carrier y Asoc.

Por su parte, la cantidad de llamadas realizadas por aparatos celulares se incrementó un 18,5% y se registró un incremento del 30,3% en los mensajes de texto SMS.

### TELEVISIÓN DIGITAL EN ARGENTINA

Para 2013 existían 32 canales transmitiendo por la Televisión Digital Abierta y se han entregado más de 1.200 millones de decodificadores gratuitos para aquellos televisores que no lo tenían incorporados. Estos se fabrican en el país desde principios de ese año, por lo que hace difícil estimar la cantidad de usuarios del servicio.

Con el apagón analógico, es decir, cuando se deje de transmitir la televisión que se conoce hoy, muchos hogares no estarán

actualizados y aunque los gobiernos otorguen prórrogas, como sucedió en Estados Unidos y España, más de 2 millones de hogares no pudieron captar la nueva señal por diversos motivos hasta varios días después cuando la totalidad se adaptó.

Hay que tener presente que la televisión comercial se financia con los segundos de publicidad y con tantos nuevos canales el crecimiento de la publicidad tradicional para la televisión digital tiene sus límites. En realidad, el modelo de televisión actual solo puede funcionar si tiene distintos ingresos. Uno de ellos es vender la señal a otros canales. Otros son programas con potencial de venta internacional o local. Habría que estar al tanto de las tendencias, incluso con una oferta de más de cien canales gratuitos segmentados como la televisión paga. Si la misma no ofrece más beneficios a los usuarios, pueden decidir no continuar pagando por un servicio caro y casi de la misma calidad de la televisión digital gratuita.

### TABLETS EN EL PAÍS

Según informes de consultoras privadas, en 2013, en Argentina se habrían vendido más de 400 mil *tablets* y asciende la penetración de esta tecnología que, junto a los dispositivos Smartphone, es la de mayor velocidad en crecimiento. En cuanto a la guerra entre las distintas empresas proveedoras de los dispositivos, se sabe que Apple cuenta con un 23%, la mayor cuota del mercado argentino. La Kyros de Coby con el 13%, ocupa el segundo lugar. Por su parte, Samsung con el 10% del mercado de *tablets*. Otras empresas cuentan con cuotas menores: X-view 9%, Sony 8%, Blackberry 8% y 7% correspondiente a Titan.

El resto del mercado –una cuota que suma un 21%– lo comparten varias empresas adicionales, cada una con cuotas respectivas pequeñas. Cabe notar que el mercado de las *tablets* en el país sigue siendo pequeño. Los precios se cotizan entre 150 a 200 dólares o al doble en marcas bien conocidas. ●

## RESUMEN

En el presente artículo nos proponemos un doble objetivo: el primero consiste en vislumbrar el estado actual de los consumos culturales digitales en nuestro país y el segundo pretende establecer el impacto que tiene la expansión de Internet en los consumos culturales que se realizan incumpliendo las leyes de propiedad intelectual. Para eso, tomamos como objeto de análisis diversas encuestas sobre consumos culturales realizadas en nuestro país, Chile, Estados Unidos y Alemania, y centralizamos nuestra atención en los resultados preliminares de la “Encuesta Nacional sobre Consumos Culturales y Entorno Digital”, que realizó recientemente el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), dependiente de la Dirección de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación.

## INTRODUCCIÓN

Una de las características distintivas de la sociedad contemporánea es el crecimiento exponencial de las prácticas y consumos culturales que se realizan al margen de las leyes de propiedad intelectual. Esta característica pone de manifiesto que las condiciones tecnológicas actuales posibilitan modos de producción, circulación y consumo de los bienes culturales que no se encuadran en los límites fijados por el marco jurídico vigente. El desfase entre las condiciones tecnológicas y el marco jurídico es, entonces, el principio de configuración de la escena en la que tienen lugar múltiples interrogantes,

polémicas y acciones de las que forman parte los distintos actores involucrados.

Entre las cuestiones que llaman al debate y/o son tomadas como cuestión central por parte de los actores que se ven afectados por las nuevas condiciones tecnológicas se halla la necesidad de establecer datos cuantitativos

Una de las características distintivas de la sociedad contemporánea es el crecimiento exponencial de las prácticas y consumos culturales que se realizan al margen de las leyes de propiedad intelectual.

confiables acerca de la evolución de esos consumos culturales digitales realizados por fuera de las leyes de propiedad intelectual. Debido a que este consumo, como todo movimiento que se produce por fuera de los márgenes de la legalidad, no puede ser cuantificado certeramente, los altos indicadores de “piratería” que ostenta la industria cultural carecen de legitimidad. Esto es lo que justamente señala Karaganis al decir que: “Aun a riesgo de generalizar, observamos un

serio y sofisticado incremento de investigación empresarial integrada a los esfuerzos de ‘lobby’, que históricamente han tenido una relación poco precisa con la evidencia” (Karaganis, 2012:18).

Dicha falta de fiabilidad respecto de los datos reclama imperiosamente la realización de investigaciones alternativas acerca del devenir de los consumos culturales que no estén viciadas por los intereses de parte. La mencionada necesidad se manifiesta, por ejemplo, en el progresivo aumento de la atención que numerosos estados, organismos multinacionales e instituciones académicas vienen otorgando, en los últimos años, a la comprensión de los cambios y tendencias que se producen en los consumos y en las prácticas culturales en los que se utilizan las nuevas tecnologías.

La existencia de esta proliferación de estudios, entre los que se constata la hegemónica utilización del instrumento encuesta, nos presenta el desafío de reflexionar acerca de los horizontes que abren las nuevas tecnologías sin contar, por el momento, con datos extraídos mediante una metodología homogénea. Consideramos, no obstante, que a pesar de esta falencia, un análisis de los resultados que arrojan las distintas encuestas puede ser de mucha utilidad para bosquejar los nuevos escenarios que plantean las nuevas tecnologías. También nos permite reflexionar acerca de las similitudes y diferencias que existen entre la evolución de los consumos culturales en la era digital en nuestro país y la que se está produciendo en países con una amplia expansión de las nuevas tecnologías, como Estados Unidos y Alemania; y en países de la región, como Chile.

Con el objetivo, entonces, de delinear escenarios y reflexionar acerca del devenir de los consumos culturales y el impacto que en ellos tiene la cultura de la copia o piratería, realizamos un análisis de los resultados preliminares de la reciente “Encuesta Nacional de Consumos Culturales”, llevada a cabo por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), y de los datos recabados a través de la Investigación sobre Consumos Culturales, que en 2007 realizó la Secretaría de Medios de Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación. Por otra parte, también reflexionamos acerca del devenir de los consumos culturales autóctonos a partir del análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Prácticas y Consumos Culturales que se realizó en 2012 en Chile y de los resultados de la investigación que realizó Joe Karaganis en 2011, acerca de la cultura

## Elena Mancinelli

LICENCIADA EN CIENCIA POLÍTICA (UBA) Y DOCTORANDA EN FILOSOFÍA (UNLA). ES INVESTIGADORA DEL SINCA, DOCENTE EN LAS MATERIAS DE “TEORÍA POLÍTICA Y SOCIAL I” DE LA CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES (UBA), DE “FILOSOFÍA” EN LA CARRERA DE CRÍTICA DE ARTES (IUNA) Y DE “ESTÉTICA” EN LA CARRERA DE ARTES VISUALES (IUNA)

## Laura Pérez

EDITORIA Y LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN (UBA). SE DESEMPEÑÓ COMO EDITORA PARA TINTA FRESCA, EDELVIVES, ESTRADA, INSTITUTO NACIONAL DE FORMACIÓN DOCENTE, ENTRE OTRAS. ACTUALMENTE ES INVESTIGADORA EN EL SINCA

de la copia en Alemania y Estados Unidos y que fue publicada posteriormente en el libro *Copy Culture*.

## ARGENTINA, 2007: PRESENCIA DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS Y CONSUMOS CULTURALES

Durante los meses de julio y agosto, la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación realizó la quinta ola de medición del Sistema Nacional de Consumos Culturales. La misma se hizo sobre la base de entrevistas presenciales que se tomaron a 3.020 personas con edades variables entre los 12 y los 70 años, en todo el territorio nacional. Con relación a las ediciones anteriores del mismo estudio, resalta la centralidad que en esta tienen los indicadores de equipamiento tecnológico y uso hogareño como modo de acercarse a los nuevos modos de consumo cultural.

De los datos de la encuesta se desprende que para 2007 existía una amplia presencia de dispositivos tecnológicos previos a la revolución digital: el televisor y la radio. Vemos que ambos tenían una presencia en

## PRESENCIA DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

TV	Radio	Reproductor de CD	Reproductor de DVD	MP3	Celular	Computadora de escritorio	Notebook
97,40%	91,9%	44,8%	29,3%	13,2%	77,5%	28,2%	2,3%

100% = 3.020 casos. Respuestas múltiples.

Fuente: SNCC, 2007.

los hogares de los entrevistados superior al 90 por ciento. Con relación a los dispositivos tecnológicos posteriores a dicha revolución, sobresale el teléfono celular con un 77% de nivel de penetración. Con respecto a los dispositivos utilizados para escuchar música, llama la atención la gran distancia que hay entre los hogares con reproductor de CD y los hogares con reproductor de mp3, (este último con una presencia 20 puntos

porcentuales menos que el primero). En lo concerniente a la posesión de computadoras, vemos que las PC de escritorio eran utilizadas en el 28,2% de los hogares del total de los entrevistados. Tan solo el 2,3% utilizaba computadoras portátiles.

En el estudio también se nota la gran disparidad que había para ese entonces entre uso y tipos de disponibilidad domiciliar de Internet.

## CONEXIÓN A INTERNET

Uso de Internet	Conexión domiciliar	Wireless
52,8%	12,3%	4,4%

100% = 3.020. Fuente: SNCC, 2007.

Vemos, pues, que el 52,8% de los entrevistados usaba Internet. De ellos, solo el 12,3% cuenta con conexión domiciliar. El uso de Internet era mayoritariamente realizado fuera del hogar. Si bien el 85,7% de los entrevistados lo hacía en diversos ámbitos como, por ejemplo, el trabajo, las instituciones educativas y las casas de familiares y amigos, el sitio principal de conexión eran los cibercafés. El 86,6% de usuarios de Internet accedía a la Web en estos locales comerciales. Podemos inferir, entonces, que para esta época los consumos culturales se caracterizaban por tener una organización espacial rígida,

propia de los bajos índices de portabilidad. Esa es, justamente, una de las características que se han trastocado notoriamente durante los años posteriores, a partir de la acelerada masificación de las notebooks, netbooks e l pads, entre otros.

Ahora bien, ¿cuáles eran los usos que se daban a Internet en el período previo a la portabilidad masiva?, ¿cambiaron con relación a lo que muestra la “Encuesta Nacional de Consumos Culturales” realizada por el SINCA? De los datos de la encuesta surge que el uso dado a Internet en 2007 era el siguiente:

## USOS DE INTERNET

Enviar y recibir mails	Chatear	Buscar información para el trabajo y el estudio	Bajar <i>software</i> , música, videos	Buscar información sobre temáticas no culturales	Buscar información sobre temáticas culturales	Juegos
71,9%	66,2%	58,6%	18%	41,3%	12,7%	9,1%

100% = 1600. Respuestas múltiples. Fuente: SNCC, 2007.

La mayoría de los entrevistados que accedía a Internet (superior al 50% del total), la utilizaba con el fin de comunicarse, estudiar o trabajar. De los indicadores que se mencionan en el estudio, llama la atención la baja incidencia que para ese entonces tenía la realización de descargas (en el orden del 18%). La falta de desagregación entre las descargas de *software*, música y videos pone en evidencia que el problema de los consumos culturales que se realizaban al margen de la ley de propiedad intelectual no era percibido aun como una cuestión central. Por otra parte, notamos la ausencia de un actor hoy omnipresente en nuestras prácticas cotidianas. Dicho actor no es otro que las redes sociales como Facebook y Twitter. La aparición de las mismas implicó cambios cualitativos en los usos de Internet y, fundamentalmente, en los modos de comunicación e información que tienen los usuarios. Tendremos que analizar los resultados de la “Encuesta Nacional sobre Consumos Culturales y Entorno Digital” realizada por el SINCA, para poder vislumbrar los cambios provocados por el auge de las redes sociales y, asimismo, para reflexionar acerca de la centralidad que ha adquirido la cultura de la copia o “piratería”.

### ARGENTINA, 2013: CONSUMOS CULTURALES Y ENTORNO DIGITAL

La Encuesta realizada durante el segundo trimestre de 2013 se hizo sobre la base de una muestra de 3.600 casos, segmentados por región geográfica. Las mismas fueron presenciales y el porcentaje de confiabilidad fue superior al 95 por ciento.

De una primera lectura de los resultados, surge la centralidad que ha adquirido el entorno digital a la hora de conmensurar y reflexionar sobre las modalidades adoptadas por los consumos culturales. Así como veíamos que en 2007 había índices altos del uso de Internet para la comunicación vía mail, y bajos índices para las descargas de bienes culturales digitales, nos encontramos con que en 2013 no solo se han incrementado (aumento marcado en el indicador de descargas *on-line*), sino que también han surgido formas de comunicación y socialización en las que la lógica del emisor-receptor y del

circuito cerrado de transmisión del mensaje —claramente vigente en el formato del mail— se ve completamente alterada por la emergencia de las redes sociales, en las que la comunicación tiende a ser abierta o, dicho de otra forma, adopta el formato vidriera y, al mismo tiempo, se presenta como un dispositivo que permite conocer en tiempo real las tendencias ideológicas de la sociedad. Este cambio de escena supone, pues, la aparición de interrogantes, que seis años atrás no podían ser formulados.

Sabemos que la vertiginosidad es una de las notas esenciales de la sociedad de la información y, por tanto, la distancia de seis años entre una encuesta y la otra constituye una excelente ocasión para observar el devenir de los consumos culturales en el entorno digital.

Una primera manifestación de la velocidad del cambio surge al observar que entre 2007 y 2013 hubo un crecimiento de las conexiones domiciliarias del orden de los 47 puntos. Mientras que en 2007 declararon tener conexión domiciliar tan solo el 12,3% del total los entrevistados, en 2013 dicho número ascendió al 60 por ciento. Si bien es cierto que los muestreos y la metodología que se utilizaron en ambas encuestas no son homogéneos, eso no obsta para que podamos notar el incremento exponencial del acceso a Internet por parte de la población argentina. Una consecuencia de dicho incremento es la caída estrepitosa del negocio de los cibercafés. Mientras en 2007, el 86,6% de los usuarios de Internet se conectaba en ese ámbito, en 2013 tan solo lo hace el 5 por ciento. Estos cambios se notan también en las categorías empleadas en la encuesta de 2007, que son replicadas en 2013, mayormente cuando se trata de los dispositivos tecnológicos que se encuentran en la retaguardia tecnológica.

#### USOS DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

TV	Radio
98%	86%

100% = 3.600. Respuestas múltiples.  
Fuente: SINCA.

Con relación al uso de estos dispositivos, notamos que su incidencia en los consumos culturales no ha variado significativamente. La televisión mantiene constantes sus porcentajes de uso. En 2007 era vista por el 97,4% y por el 98% en 2013. Por su parte, la radio parece haber perdido algunos puntos porcentuales, ya que en 2007 la escuchaba el 91,2% mientras que el 84% lo hizo en 2013. Con respecto a los reproductores de CD, también se observan valores relativamente semejantes. Cabe mencionar que del 84% que declaró escuchar música grabada dijo hacerlo en dicho dispositivo.

La diferencia entre 2007 y 2013 se muestra con toda evidencia cuando centramos la atención en los consumos culturales atravesados por los dispositivos tecnológicos convergentes. Mientras la radio, la televisión y los reproductores tienen por definición usos limitados, los dispositivos de convergencia digital, en cambio, producen una multiplicación de las vías de acceso, copia y reproducción de los bienes culturales y, con ello, generan nuevas tendencias de consumo y renovadas posibilidades de incumplimiento de la legislación vigente en materia de propiedad intelectual por parte de los usuarios o consumidores.

Por otra parte, los datos que arroja la encuesta muestran que aun estamos en una etapa de transición hacia nuevas pautas hegemónicas de acceso, ya que encontramos como una marca insoslayable de este momento la fuerte dispersión de los usos de los dispositivos, sitios web y *software* para acceder a los bienes culturales digitales.

En el cuadro que presentamos a continuación vemos cuáles y en qué medida han sido usados los dispositivos tecnológicos de convergencia digital utilizados por el 84% de los entrevistados que manifestó haber escuchado música durante 2013.

MÚSICA

Grabada en el disco rígido	On-line	Celular
8%	5%	10%

100% = 3.024. Respuestas múltiples.  
Fuente: SINCA.

Con relación a la información brindada por la encuesta de 2007, observamos que, ya sea por una variación de tipo cuantitativa o cualitativa, los dispositivos tecnológicos de convergencia digital tienen una envergadura que no tenían años atrás. A su vez, resulta destacable el hecho de que es el celular –dispositivo tecnológico portable por definición– el que presenta el mayor porcentaje de uso para reproducir música. No obstante el relativamente bajo porcentaje (5%) de usuarios que escuchan música *on-line*, cabe suponer que es la modalidad que más posibilidades de crecimiento tiene. Esto se debe a dos factores: por un lado, las condiciones tecnológicas que permiten almacenar contenidos fuera de los discos rígidos de las PC, “la nube”, o en los grandes servidores; por otro, la voluntad cada vez más manifiesta de ciertos sectores de la industria cultural que ven en el *streaming* la modalidad de negocios del futuro más o menos inmediato.

En lo que respecta a los contenidos audiovisuales en el hogar, el 84% de los entrevistados manifiestan haber visto películas o series en su casa. De ese universo, el 69,3% dice haber utilizado la televisión y el 9,7% manifestó haber comprado o alquilado películas. En relación con las formas de acceso que suponen la no utilización de soporte material, es interesante notar que a la dispersión se suman los escasos o muy escasos porcentajes de uso. En el cuadro que sigue vemos que, hasta el momento, los espectadores de material audiovisual hogareño están lejos de utilizar masivamente los canales de acceso que provee la era digital.

CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Streaming	Películas bajadas de Internet, vistas en la PC	Plataforma CDA, TV digital
2,6%	1,3%	0,2%

100% = 3.020. Respuestas múltiples.  
Fuente: SINCA.

Como vemos, Argentina todavía muestra un consumo de contenidos audiovisuales marcado por el uso hegemónico de canales de acceso propios de una etapa anterior del



desarrollo tecnológico. Esta característica, muy marcada en los consumos audiovisuales hogareños, es también propia de los consumos musicales. Si bien estos últimos presentan porcentajes mayores que los primeros, lo cierto es que una conclusión que surge al analizar los datos de la encuesta del SINCA es que los consumos culturales musicales y audiovisuales están atravesados por las vías tecnológicas tradicionales. La preeminencia de la televisión como gran canal de acceso a los contenidos audiovisuales (el 69,3% accede de ese modo) supone que los espectadores cumplen un rol pasivo en el que las elecciones tienen lugar en un universo acotado de posibilidades.

Con relación a la música, hay que mencionar que el 42% de los entrevistados que manifestaron haber escuchado música en el último año utiliza el reproductor de CD. Este dato nos permite arriesgar la conclusión de que la vía de acceso a la música está aun atravesada por la materialidad del disco compacto. Y esta conclusión nos permite formular algunos interrogantes que buscaremos responder en el tercer apartado de nuestro artículo. ¿Cuáles son, de acuerdo con los resultados de la encuesta, las modalidades hegemónicas de acceso a los bienes culturales que incumplen la ley de propiedad intelectual?, ¿son las compras callejeras de CD y DVD copiados o las descargas de Internet?, ¿la reducción del gasto en los consumos culturales a causa de la “piratería” o cultura de la copia se traduce en algún incremento en otras formas de consumo cultural?

## CONSUMOS CULTURALES, ENTORNO DIGITAL Y PIRATERÍA

En los dos primeros apartados de nuestro artículo hicimos un análisis diacrónico, en el que tomamos como referencia dos Encuestas Nacionales sobre Consumos Culturales realizadas en nuestro país. En este tercer apartado haremos una lectura de los resultados de la “Encuesta Nacional de Participación y Consumos Culturales” realizada en Chile, en 2012 y del libro *Copy Culture. In the Usa & Germany*, de Joe Karaganis y Lennart Renkema, en el que se publican los resultados de una encuesta realizada en 2011.

Cabe mencionar que en el caso de *Copy Culture*, las encuestas se realizaron telefónicamente a 2.303 estadounidenses y 1.000 alemanes, y que la base muestral fue conformada de modo aleatorio. Mientras que en la “Encuesta Nacional de Participación y Consumos Culturales” realizada en Chile, la muestra constó de 8.200

personas, mayores de 15 años, distribuida en todo el territorio chileno. Las entrevistas fueron presenciales y el margen de confiabilidad, superior al 95 por ciento.

De una primera lectura de las tres encuestas mencionadas, salta a la vista que las de Chile y Argentina abarcan un abanico de cuestiones mucho más amplio que el estudio *Copy Culture*. Sin embargo, y a los fines de este apartado, dichas diferencias no impiden extraer datos que propicien la reflexión acerca del estado de los consumos culturales, el entorno digital y la “piratería” en nuestro país.

Tanto Argentina como Chile muestran porcentajes muy altos de consumo musical. En Chile, el 97,1% de los entrevistados manifiesta escuchar música; y el 84% lo hace en Argentina.

PORCENTAJES DE UTILIZACIÓN DE INTERNET

Argentina 2013	Chile 2012	Estados Unidos 2011	Alemania 2011
65%	65,2%	79%	77%

Fuente: SINCA, ENPCC, Copy Culture.

Si tenemos en cuenta que los datos de uso de Internet en Alemania y Estados Unidos son de 2011, podemos inferir que la diferencia respecto de países como Chile y el nuestro

es, en realidad, algo superior. Otra cuestión a tener en cuenta consiste en que mientras la encuesta realizada en Argentina y en Chile contempla la diferencia entre acceso en ge-

neral y acceso domiciliario (60% del total, en el caso argentino y el 84% en el chileno), esta información es omitida en las encuestas de Estados Unidos y Alemania. En ambos países el acceso es directamente equiparado al acceso doméstico.

Como la cuestión específica que intentamos dilucidar, a partir del cruce de los resultados de estos estudios, refiere al impacto del uso de Internet en los consumos de bienes culturales digitales, veamos cuál es el por-

centaje, en cada caso, de descargas *on-line*, de utilización de servicios de *streaming* y de compras callejeras de copias piratas.

Tanto Argentina como Chile muestran porcentajes muy altos de consumo musical. En Chile, el 97,1% de los entrevistados manifiesta escuchar música; y el 84% lo hace en Argentina. Esta categoría es omitida en las encuestas estadounidense y alemana. Con respecto a los modos de acceso que manifiestan los usuarios se verifica lo siguiente:

CONSUMOS DE MÚSICA, ENTORNO DIGITAL Y PIRATERÍA CALLEJERA

País	Descargas <i>on-line</i>	<i>Streaming</i>	CD piratas	CD originales
Argentina	46%	17%	65%	35%
Chile	40%	-	29,10%	70,90 %
Alemania	46%	2%	-	
Estados Unidos	45%	13%	-	

Fuente: SInCA, ENPCC, Copy Culture.

La semejanza en los porcentajes de descargas *on-line* es notoria. El porcentaje de los entrevistados que dijo haber descargado música de Internet está entre el 40% y el 50% en todos los casos. Este dato tiene una relevancia insoslayable, ya que muestra que en países con diferentes estructuras socioeconómicas—y, portanto, con distintos niveles de ingreso per cápita— Internet tiende a homogeneizar, o sea, a globalizar las prácticas culturales en el entorno digital. Al mismo tiempo, estos resultados aportan datos cuantitativos acerca de los consumos que se realizan por fuera del marco de las leyes de propiedad intelectual, que no están viciados por el interés sectorial de la industria cultural afectada.

Con respecto a las vías de acceso a los bienes culturales digitales, cabe notar que en nuestro país el 17% de los entrevistados manifiesta utilizar sitios web de *streaming* para acceder a bienes culturales digitales y el 14,5% dice usar el sitio *Youtube*. En este sentido, los datos sobre *streaming* en

Estados Unidos y Alemania muestran que el porcentaje de los usuarios de Internet que frecuenta estos sitios es del 13% y 3% respectivamente.

En cuanto a los datos sobre compra callejera de copias piratas, hay que mencionar que la omisión de dicha pregunta en las encuestas realizadas en Estados Unidos y Alemania pone en evidencia una diferencia, nada menor, entre las modalidades específicas que asume la piratería en las economías emergentes y en las economías desarrolladas. Así, de acuerdo con la encuesta realizada por el SInCA, de 40 CD (cantidad media que poseen los entrevistados que escuchan música grabada) tan solo 14 son originales. Este número, por tanto, implica que el 65% de los CD que forman parte de sus bibliotecas musicales no es original. En el caso de Chile nos encontramos con que un 29,1% de los entrevistados que escuchan música han comprado discos compactos piratas en puestos callejeros.

Si el "ahorro" que se produce al pagar precios bajos por CD y DVD piratas se traduce en un incremento del consumo de tickets de cine y de eventos de música en vivo, entonces nos encontramos ante una modificación en la conformación de los ingresos de la industria cultural fonográfica, y audiovisual.

Una conclusión que podemos extraer de la información anterior es que en Argentina y Chile el consumo ilegal de bienes culturales digitales –como la música, las series, las películas y el *software*– adopta dos modalidades específicas: la compra callejera y las descargas *on-line* y copias privadas. Las descargas p2p, y las copias realizadas a partir de ejemplares originales de amigos y familiares no tienen propósito de lucro y las modalidades de intercambio y reproducción estarían constituyendo una suerte de “cultura de la copia”. En cambio, la compra callejera de bienes culturales piratas tiene, por definición, un fin comercial y obedece a una causa bien determinada: los valores de los bienes culturales audiovisuales y fonográficos originales tienen un precio de mercado muy superior al de los bienes culturales digitales pirateados. Al respecto, dice Karaganis:

Desde nuestro punto de vista, la rápida difusión tecnológica, antes que el incremento paulatino de ingresos, será el marco dominante para pensar la relación entre mercados globales de medios y piratería. En nuestra opinión, la industria de medios debe aprender a competir en el sector más popular del mercado o seguir conformándose con la brecha desigual entre mercancías pirateadas de bajo precio y ventas legales a precios altos (Karaganis, 2012:11).

El desfase de precios entre CD, DVD, *software*, etc. originales y pirateados es tan alto en países como el nuestro, que tomando la perspectiva económica del consumidor, resulta lógica la inclinación hacia el mercado pirata. La lectura que hace Karaganis es confirmada por los resultados de la “Encuesta Nacional de Consumos Culturales” realizada por el SINCA, ya que vemos que la “cultura de la copia” que crece en países de altos ingresos como Estados Unidos y Alemania no incluye la adquisición en soporte material

de los bienes culturales. Es decir, la compra callejera no es siquiera tenida en cuenta como un factor para comprender el devenir del consumo cultural de dichos países. En cambio, en Argentina vemos que la magnitud que tiene esta modalidad de la compra callejera requiere atender a la cuestión de los precios de los bienes culturales digitales. En

este sentido, creemos que resulta necesario incluir en la agenda de discusión la cuestión de los costos de los bienes culturales digitales originales a la venta en nuestro país.

Por último, queremos plantear un interrogante que surge de la información anterior: ¿El precio más bajo que pagan los consumidores de cultura al comprar copias piratas o al descargar material de Internet debe ser comprendido como ahorro o como desplazamiento hacia otros consumos culturales? Una forma de bosquejar alguna línea de trabajo posible para dar respuesta a dicho interrogante consiste en establecer la evolución de la asistencia a eventos de música en vivo y a proyecciones de películas en salas de cine. De acuerdo a lo que manifestaron los entrevistados por la encuesta del SINCA, en 2013 el 40% del total asistió a estas últimas. La mayor parte de ellos lo hizo en espacios

multisala. Con respecto a los eventos de música en vivo, un 34% de los entrevistados afirmó haber asistido al menos a uno en el último año. Estos porcentajes son, a las claras, lo suficientemente significativos como para incorporarlos en la agenda de discusión sobre la cuestión de la piratería de bienes culturales digitales. Si el “ahorro” que se produce al pagar precios bajos por CD y DVD piratas se traduce en un incremento del consumo de tickets de cine y de eventos de música en vivo, entonces nos encontramos ante una modificación en la conformación de los ingresos de la industria cultural fonográfica y audiovisual. En este mismo sentido, creemos que conviene seguir de cerca la evolución de los consumos culturales vía *streaming*, ya



que si bien por el momento son marginales, la combinación que ellos proponen de no utilización de espacio en los discos rígidos de las computadoras, el acceso sencillo y los

bajos precios, la ubica como la modalidad que más chances tiene para convertirse en la vía de acceso hegemónica a los bienes culturales digitales. ●

### BIBLIOGRAFÍA

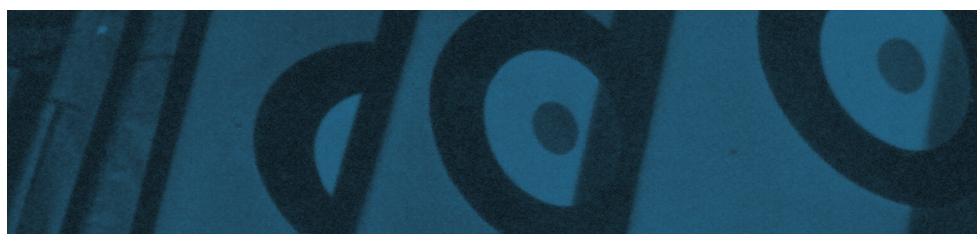
**Karaganis**, Joe, (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*, Social Science Research Council, USA, 2012, en [piracy.americanassembly.org](http://piracy.americanassembly.org).

**Karaganis**, Joe & Lennart Renkema, *Copy Culture, In the USA and Germany*. The American Assembly, Columbia University, USA, 2013, en [piracy.americanassembly.org](http://piracy.americanassembly.org).

### Encuestas citadas

**Argentina**, Cuarta publicación del Sistema Nacional de Consumos Culturales (2008), disponible en [www.consumosculturales.gov.ar](http://www.consumosculturales.gov.ar).

**Chile**, Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012, en [www.cultura.gob.cl/enpcc2012/](http://www.cultura.gob.cl/enpcc2012/).





Ejes de reflexión / El espacio cultural iberoamericano

## PRESENTACIÓN

¿Cómo concebir el espacio cultural iberoamericano de cara al siglo XXI teniendo en cuenta que la consideración de Iberoamérica como espacio político y económico conlleva simultáneamente su consolidación como espacio cultural? Este es, tal vez, el interrogante clave que configura el sentido del Seminario llevado a cabo en la Ciudad de Buenos Aires durante los días 14 y 15 de agosto de 2013 titulado “El espacio cultural iberoamericano. Un desafío para el siglo XXI”.

Al partir de aquel interrogante se han desarrollado una serie de ponencias a modo de coloquio cuyo objetivo no fue otro que profundizar sobre el estado situacional en el que se encuentra ese espacio. Esto quiere decir, ¿cómo vemos el espacio iberoamericano en las actuales circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales? Hoy las crisis económicas de España y Portugal, como del resto de países de la Unión Europea, sumadas a los distintos cambios que a nivel global se están produciendo en el mundo, requieren de nuestra parte una relectura del papel de España como país que ha participado y promocionado la creación y proyección de un espacio común iberoamericano de cultura. En este punto es importante recordar que desde noviembre de 2006 los estados miembros de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) cuentan con la *Carta Cultural Iberoamericana*, herramienta por antonomasia de cooperación e integración cultural, que busca favorecer el desarrollo de la diversidad interior de los países que la suscriben e impulsa la creación de nuevas fórmulas de coordinación (especialmente en temas que tienen que ver con cuestiones como los derechos de autor, el patrimonio o las industrias culturales). El objetivo no es otro que convertir a la cultura en el elemento fundamental de integración iberoamericana, poniendo en valor su rica diversidad y fomentando el diálogo intercultural. Una acción cultural que, por un lado, debe consensuarse con el resto de países iberoamericanos a través de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y, por el otro, debe facilitar la promoción y la consolidación de los sectores cultural y creativo, así como su transición al entorno digital y su adaptación a la globalización como factores de competitividad, creación de empleo y crecimiento y desarrollo económico sostenibles. Pero, ¿es posible llevar adelante esta tarea teniendo como obstáculo inmediato una crisis estructural en lo sociopolítico y económico de los países llamados “centrales”? Y de poder hacerlo, ¿cuáles serían los retos que tendría que afrontar este espacio cultural iberoamericano y cómo impactaría en la sociedad civil y en los sectores profesionales y creativos? Además, teniendo muy presente la importancia de Internet y las redes sociales, ¿qué oportunidades puede ofrecernos en este actual mundo en crisis la irrupción

¿Cómo vemos el espacio iberoamericano en las actuales circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales?

de Internet en el mundo de la cultura?, ¿puede ser útil este nuevo mundo digital para dar a conocer las culturas minoritarias?

En definitiva, las participaciones e inquietudes intelectuales que tejen la trama del Seminario han tomado cuenta de un estado de la cuestión en sus diversas aristas para luego adoptar un lenguaje algo más prescriptivo que nos permita contribuir a ese *¿qué hacer?* que conecta presente y futuro inmediato. En cualquier caso, la nota distintiva común que aparece en buena parte de las intervenciones está relacionada con el cambio o las transformaciones operadas en el seno de las relaciones entre los estados iberoamericanos entre el comienzo mismo de las Cumbres Iberoamericanas (1991) –cuyo lema fue “la construcción de un foro de encuentro para avanzar en un proceso político, económico y cultural común”, e inclusive en su antecesora, la OEI (1949) como organismo rector del ámbito educativo, científico y cultural–, y la situación en la que nos encontramos en la actualidad. Es bueno recordar que por aquél entonces sobresalía, en el contexto político, el ingreso de España a la Comunidad Económica Europea (1987), actual Unión Europea, y los comienzos del proceso democratizador latinoamericano, todo ello bajo unas condiciones económicas internacionales que tampoco son similares a las que vivimos en la actualidad. Así, con esta perspectiva temporal que visibiliza no pocas asimetrías, haremos un recorrido por las distintas intervenciones del seminario para culminar con un análisis prospectivo a modo de balance donde haremos énfasis en la relación entre lo institucional, lo político y todo aquello que concierne a la sociedad civil.

En base a este esquema, nos parece importante abrir el juego del debate destacando algunos conceptos e inquietudes que se manifestaron en la apertura del Seminario, a cargo del rector de la *Universidad Nacional de Tres de Febrero*, Aníbal Jozami, y del director de su *Instituto de Políticas Culturales*, Francisco José Piñón. En este sentido, Jozami sostenía que hablar de la consolidación de Iberoamérica como espacio cultural implica hablar del reconocimiento de las diversidades culturales que hay dentro de este espacio, lo que a su vez nos obliga a discutir algo tan básico como qué es la cultura. Entonces llegamos a un punto bien sensible si tenemos en cuenta que, con arreglo a un criterio temporal, podría caerse en la tentación de categorizar como culturales a un determinado nivel de elementos y no otros que han quedado como una rémora del pasado o de épocas de “mayor atraso”. Dicho de otro modo, en su opinión, lo único que nos puede permitir llegar a entender este espacio en su conjunto es si somos capaces de poner en claro que una zamba de Eduardo Falú, un choro<sup>1</sup> del nordeste brasileño o un instrumento boliviano como el sicuri tienen la misma importancia cultural que la que puede tener cualquiera

de los elementos vinculados al mundo tecnológico actual. En resumen, de todo esto subyace el tema del impacto económico de la cultura—mucho mayor, por cierto, que el monto de las asignaciones presupuestarias de los países iberoamericanos al área cultural— y por tanto la discusión sobre las industrias culturales; esto quiere decir que si queremos que Iberoamérica juegue un rol importante como una zona o un centro de poder en el mundo, el desarrollo evidentemente también va a tener que pasar por la cultura y la industria cultural.

Por último, Francisco José Piñón, enfatizó el sentido del cambio en la historia a partir del cual debemos analizar el espacio cultural iberoamericano de 2013, con una fisonomía distinta de la que presentaba en 1991 cuando se iniciaron las Cumbres de Presidentes. Así, desde esta perspectiva, Piñón planteó que una vez que nos reconocemos parte de lo iberoamericano por razones histórico-culturales deberíamos analizar también cómo resiste en el tiempo esa identificación, qué fuerza tiene, qué capacidad de proyecto, qué capacidad de amalgama y, sobre todo, de definiciones de futuro.

## LOS PARTICIPANTES Y SUS APORTES

### Enrique V. Iglesias, Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)

Para el secretario general iberoamericano la *Carta Cultural Iberoamericana*, fruto de la Cumbre de Montevideo en 2006, es de alguna manera el documento fundacional de lo que es el espacio cultural iberoamericano ya que sigue una lógica clara y distinta: “lo que realmente da unidad a esta experiencia iberoamericana es el gran mestizaje de diversas culturas, de una historia compartida con esas culturas que se van mezclando, con los grandes aportes ancestrales de una cultura milenaria, el aporte del mundo ibérico y detrás de este el mundo occidental, así como el aporte de África”. Esa vinculación de lo iberoamericano a la base cultural es lo que hace de todo esto una experiencia única que, a su entender, no existe en la Unión Europea. A partir de aquella *Carta Cultural*, el tema continuó siendo elaborado por la Secretaría, juntamente con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Fruto de ese trabajo es la creación, hace ya casi dos décadas, de los programas IBER. El más antiguo es Ibermedia (para el cine, en tanto programa audiovisual que se centra en la coproducción y distribución de películas); modelo que fueron siguiendo otros programas posteriores como Iberescena, Iberbibliotecas, Iberorquestas, Ibermuseos, etc., y que han mostrado ser interesantes instrumentos de cooperación.

La idea de esta cooperación iberoamericana es que todos los gobiernos participan, financian, dirigen, controlan y eso les da a los participantes un sentido de pertenencia muy importante. En este mismo sentido destaca el proyecto de puesta en valor del español y del portugués, que se ha convertido en un estudio muy serio y que significa ahora un punto de referencia para evaluar la contribución económica al PBI en América Latina el cual, a su entender, es mucho más importante de lo que se cree comúnmente.

Enrique Iglesias cree además que es bueno preguntarse cómo han ido cambiando las circunstancias o determinantes mundiales en un esfuerzo por insertar lo cultural dentro de la coyuntura que vive el mundo en lo económico, en lo social, en lo político. En este sentido subraya el proceso de cambio de época en el que nos encontramos, donde nuevamente lo cultural cumple un papel fundamental en sus aspectos positivos pero también negativos para la cultura. En este contexto, junto con la globalización, hay nuevos valores prevalecientes, que tienen mucho más que ver con el acceso a la tecnología,

---

<sup>1</sup> El choro, en portugués *lloro* o *llanto*, es una música popular e instrumental brasileña de más de 130 años de existencia. El choro es considerada la *primera música popular típica de Brasil*, de ritmo generalmente rápido y alegre cuya característica esencial es la improvisación de sus músicos participantes, los que precisan tener mucho estudio, técnica y pleno dominio de su instrumento para llevar adelante tal tarea. Se cree que como forma musical surgió en 1870 en Río de Janeiro y en sus inicios era una forma autóctona de tocar ritmos extranjeros populares en aquel tiempo, como el chotis europeo, el vals, la polca y ritmos africanos como el lundu.



donde los intereses culturales aparecen un poco disminuidos en el peso que tiene la dinámica a veces asfixiante del avance tecnológico.

En definitiva, el conferenciante sostuvo que hay una nueva sociedad, con sus clases medias, donde hay valores que se han incorporado de forma brutal, como el consumismo, que son parte esencial del modelo de desarrollo, ya que "sin consumo no se mueven las máquinas" y también una nueva economía con nuevos actores –las economías emergentes– y nuevos objetivos, un crecimiento basado en ese consumismo mencionado. También insiste con la emergencia de una nueva sociedad internacional, en términos de transferencia de poder de Occidente a Oriente en materia económica, lo que implica a su vez una confrontación potencial de valores. En este sentido, cree que habrá que hacer concesiones recíprocas para conformar un mínimo de valores que nos permitan coexistir y convivir en un mundo integrado económica, social y culturalmente. Para ello recurre al texto de la *Cumbre de Cádiz* (2012) donde se hacen explícitos ocho perfiles del espacio cultural:

1. *Dimensión económica o libertad para la circulación de los bienes y servicios culturales:* debe ser el ámbito de armonización de los intereses y valores económicos y culturales, articulados en una economía iberoamericana de la cultura altamente competitiva y de elevado valor añadido que promueva las medidas para la libre circulación, sin trabas ni barreras, de los bienes y servicios culturales entre los países iberoamericanos y que responda a los valores culturales de impulso de la creatividad, el acceso a la cultura y el reconocimiento y valorización de la diversidad cultural.
2. *Dimensión social o vinculación entre lo social y lo cultural:* que ha de promover el impulso de unas garantías básicas laborales y de protecciones sociales comunes para los trabajadores y profesionales de la cultura, facilitando la libre circulación de los artistas y creadores culturales en la región iberoamericana.
3. *Dimensión institucional:* que ha de afianzar las instituciones culturales ya existentes, así como impulsar la creación de otras nuevas que permitan gestionar y representar el Espacio hacia dentro y hacia fuera de la región iberoamericana, sobre todo en un momento donde en el presupuesto y en la consideración de los Gabinetes lo cultural es siempre un lujo o un residuo, y es lo primero que se recorta. Se trata por lo tanto de un tema muy importante del que debe haber una conciencia clara de que la cultura forma parte de un patrimonio que hay que defender.
4. *Dimensión judicial:* o creación de un Derecho iberoamericano de la cultura, que requerirá la aproximación de los enfoques legislativos en las materias culturales.
5. *Dimensión histórico-patrimonial:* que significa de forma más relevante la construcción de una identidad cultural iberoamericana y la puesta en valor del legado cultural.
6. *Dimensión educativa:* es decir, educar en el acervo cultural común que genera a su vez lazos de pertenencia en el niño.
7. *Dimensión comunicativa:* que favorezca la circulación de contenidos y expresiones culturales a través de redes iberoamericanas y en los medios de comunicación y digitales, bajo los principios de pluralismo, acceso universal y neutralidad de la red.
8. *Dimensión ciudadana o el trabajar por un concepto de ciudadanía iberoamericana:* que genere una conciencia de ciudadanía cultural iberoamericana



compartida, que descansa en el reconocimiento recíproco del conjunto de expresiones culturales de la región y de las identidades complejas e imbricadas que las articulan, en la participación social y en el reconocimiento de los derechos culturales.

Por último, Iglesias rescata a Felipe Herrera al sostener que la integración iberoamericana no se entendería si no hubiera un esfuerzo por aceptarla en las propias raíces culturales. También considera importante la creación de un Comisionado de la Cultura para Iberoamérica, “porque se apoyaría en un valor intrínsecamente universal que hay en el iberoamericano, que es potenciar ese estupendo mestizaje de culturas, de todos los orígenes, donde podamos convivir con la diversidad y con el diálogo permanente”. En definitiva, subraya que sería una gran conquista para el todo el espacio cultural iberoamericano el seguir insistiendo en la línea que comenzó con la *Carta Cultural* en Montevideo y continuó con el espacio cultural en Cádiz.

#### **Alberto Quevedo, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)**

El ponente comenzó destacando que el campo de la cultura iberoamericana, sobre todo en la relación entre cultura y desarrollo e industrias culturales ha cambiado muy dramáticamente en estos últimos años. Se trata de una serie de transformaciones que en los últimos veinte años han derivado en fenómenos como el de la economización de la cultura. En este sentido pone de manifiesto la tendencia que hay en los estudios actuales, que abordan lo cultural, a relevar el aporte que se hace al PBI en el campo de la cultura. Destaca las potencialidades de las industrias culturales de cada uno de los países. Ahora bien, en esa misma línea de análisis, Quevedo lamenta que en aquellos debates la cultura tuviera una estrategia defensiva. En sus palabras: “como tenemos dificultades para que la cultura no sea justamente esa variable de ajuste en algunos procesos económicos o políticos que mencionaba Iglesias, economizamos la cultura, es decir, empezamos a mostrar el peso y la importancia que tiene para cada uno de nuestros países en materia de producción, comparándola con las otras industrias”.

Pese a todo se subraya que Iberoamérica logró poner en agenda el tema de la cultura aunque con una cierta tensión en un tema que hace a la identidad de la región: en Latinoamérica se habla poco de Iberoamérica y mucho más de América Latina. Dicho esto se abre un espacio de análisis idiosincrásico para el caso de la cultura latinoamericana en donde, a modo de ejemplo, no puede faltar la influencia de la industria cultural de Estados Unidos en nuestros territorios. Quevedo se pregunta por qué en América Latina no se ve más cine latinoamericano o por qué circulan poco los bienes culturales como el audiovisual. No se trata de falta de cooperación entre lo que produce México, Colombia, Venezuela, Argentina, Uruguay o Brasil, sino porque hay una estructura industrial regional que está muy dominada por Hollywood. Por otra parte, en ese plano de la diferenciación entre aquello que se conceptualiza como Iberoamérica y aquello que lo hace como América Latina, destaca en el aspecto económico las asimetrías que existen entre un subcontinente con tasas de crecimiento muy importantes en las últimas décadas y la fuerte crisis económica por la que está atravesando España y Portugal. De la mano de ese crecimiento económico en América Latina se desprende también la emergencia de un espacio de creación donde los jóvenes tienen un papel relevante y en ese



sentido propone prestar más atención al papel de la juventud y sus modos de socialización en las redes sociales.

Finalmente sostiene que de cara al siglo XXI resulta indispensable profundizar la relación que los jóvenes mantienen con el concepto política-cultura-redes sociales ya que en esos ámbitos se producen intercambios y bienes culturales que necesitan ser estudiados. Tampoco se puede dejar de lado la relación del joven con el cuerpo, como ese espacio de manifestación cultural que no sólo lleva marcas culturales sino que es a su vez generador de otras nuevas.

### **Félix Peña, Untref, Director de la Maestría en Relaciones Comerciales Internacionales**

Peña hace referencia a tres cuestiones de las tratadas por Enrique Iglesias. Una de ellas –precisa– es aquello que nos distingue en este momento del resto del mundo. En este contexto, subraya el tema del mestizaje que, a su entender, es un tema que se debe trabajar más a fondo, en la perspectiva de un mundo cuya competencia económica, política y cultural es el resultado de ese proceso; aunque se pregunta hasta qué punto tenemos ahí una originalidad respecto de Sudáfrica o China. De todos modos, Peña cree que es posible distinguir a América Latina e Iberoamérica como un espacio cultural que no es ni Asia, ni Oriente, ni Occidente.

El segundo punto al que hace referencia está relacionado con lo que significa para una persona joven “ser iberoamericano”. En este sentido, Peña considera que los jóvenes no asumen esa identidad y más bien se quedan con un “soy argentino”, “soy porteño”, “soy uruguayo” o “soy latinoamericano”. Frente a esto esboza una explicación para el caso de Argentina centrada en el tema de la televisión, al subrayar que “en Argentina no ves televisión brasileña ni uruguaya, en Uruguay sí (...) No hay nada equivalente a lo que puede ser TV5 en Francia. Tampoco ocurre en España”. El tercer tema abordado es la forma de hacer política para lo que propone rastrear en nuestra historia iberoamericana formas positivas y formas no positivas del desenvolvimiento político.

Peña considera que los jóvenes no asumen esa identidad y más bien se quedan con un “soy argentino”, “soy porteño”, “soy uruguayo” o “soy latinoamericano”

### **Carlos Moneta, Red de América Latina y el Caribe de Estudios de Asia del Pacífico (Redealap)**

Moneta inició su exposición con una idea que rescata de la exposición de Alberto Quevedo porque va precisamente al núcleo duro de su ponencia: “no todo lo que se ve en Iberoamérica, se ve como cooperación. Mi centro es justamente ése. Siendo crudo, observo claramente en esta polifacética América Latina actual, diferentes proyectos en marcha, enfoques ideológicos, esquemas de integración e inserción internacional, etcétera, bastante diferenciados entre sí, cubiertos por un paraguas de un discurso integrador que es correcto en cuanto a los objetivos pero con dificultades respecto a las formas de plasmarlo”. A partir de este planteo hace hincapié en un tema fundamental: la actual tendencia de un regionalismo/subregionalismo que crece multidimensionalmente –no sólo en lo económico, sino también a través de todo tipo de contactos en la sociedad estructural–; se trata de una superposición, una interacción de espacios de todo tipo que nos está mostrando que el mundo será cada vez más complejo y que deberemos saber trabajar sobre esas bases de alta complejidad.

En el momento actual de surgimiento de nuevos poderes emergentes, unido a la crisis europea, en particular la española, la visión del mundo capitalista

occidental asumida como compartida (alineación automática con Estados Unidos y la Unión Europea en defensa de intereses, gran esperanza en los procesos de democratización de América Latina) se ha visto fragmentado. Así, en términos *kuhnianos*, la erosión del paradigma anterior de relación basado en “valores e intereses comunes” y en una “visión compartida sobre los asuntos internacionales”, ha dado lugar a una disminución de la importancia relativa de esas potencias y a la aparición de dos nuevos actores que están jugando un papel central en las relaciones económico-financieras: China e India.

Moneta señala que esta nueva configuración de intereses ha producido, por ejemplo, el pasaje de los ejes “transatlánticos” del poder mundial a los “pacíficos” con una reducción ¿temporal? del papel internacional de la UE y un incremento del estatus estratégico de algunos países de LATAM (Latinoamérica).

Los presidentes, cuando hablan del proceso de integración y consolidación de la comunidad Iberoamericana, reconocen como dato dominante el aporte cultural.

### **Mónica Guariglio, Directora Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional de la Nación**

Guariglio inició su intervención recordando que en la *Declaración de Cádiz* (noviembre, 2012) los jefes y jefas de Estado y de Gobierno de los países iberoamericanos enfatizaron en el aspecto económico y en el diseño de una nueva arquitectura financiera. Este hecho es visto como un reconocimiento muy claro por parte de los Estados del papel que la Comunidad Iberoamericana puede jugar en el marco de la crisis. Y este dato, dice “no es menor, porque se trata de un concepto que surge precisamente como necesidad de los procesos de integración sudamericanos. Los primeros que hablamos de la necesidad de reformular la arquitectura financiera internacional fuimos los países sudamericanos en el contexto de la UNASUR.” Por lo tanto, la Cumbre Iberoamericana no hace más que recoger una definición política y económica de un bloque subregional y lo pone como un mandato a futuro.

Luego de rescatar los aportes hechos por Moneta, disiente con él respecto a la visión que se tiene de América Latina en el contexto internacional actual. Según la ponente, LATAM es vista como “un actor económico, político y social que, precisamente porque ha desarrollado determinados tipos de procesos de construcción de modelos de país, ha podido atravesar el proceso de crisis internacional con un esquema económico que le ha dado sustentabilidad, con prácticas de desarrollo, con un promedio de crecimiento de un 7% si sumamos todo lo que es la región latinoamericana”. Guariglio resalta que otra novedad de la *Declaración de Cádiz* es que los presidentes, cuando hablan del proceso de integración y consolidación de la comunidad Iberoamericana, reconocen como dato dominante el aporte cultural. Así, la diversidad cultural, el componente cultural en términos de integración, de inclusión y de cohesión social, pasan a formar parte de los ejes que se están discutiendo en la agenda internacional.

En lo que hace al tema de la economía cultural iberoamericana, manifiesta disentir con Quevedo porque de los estudios sobre impacto de la cultura no se deduce una actitud defensiva, sino una manera válida de entrar en la agenda. En este punto recuerda que hubo que hacer “todos los análisis de sistemas de información cultural, cuentas satélites, impacto de las industrias culturales en la economía, para que se entendiera que existimos más allá de los festivales de cine o de música”. Reconoce igualmente que tal escenario no es del todo suficiente y que es preciso dar una “vuelta de tuerca” a la relación cultura-dimensión política. En este sentido, resalta que uno de los temas preocupantes

en la consolidación del espacio iberoamericano es el Tratado de Libre Comercio (TLC), donde uno de sus ejes centrales es la producción audiovisual, que estuvo históricamente fuera de la discusión de los acuerdos económicos por la excepción cultural. Sin embargo, señala "ahora viene Estados Unidos, con los 'tapones de punta', a decir que el Tratado tiene que incluir forzosamente ese componente. En Francia se realizó hace poco un estudio en el que se analiza cómo va a reaccionar, no ya Latinoamérica o Iberoamérica, sino el mundo, frente a esa imposición de los Estados Unidos. La Unión Europea necesita de esa alianza de comercio, y la moneda de cambio va a ser la producción audiovisual. ¿Están nuestros países políticamente consolidados en una posición para defender y proteger nuestra producción cultural? Quevedo decía también que no se ve y no gira nuestra producción cultural, pero lo cierto es que no gira porque hay definiciones políticas que se deben tomar respecto de para qué está la cultura como parte de la agenda política."

En el cierre de su intervención, destaca que para el reconocimiento de los países latinoamericanos, así como para los de la Península, es preciso hacer un proceso de sinceramiento y decir cómo va a continuar consolidándose el espacio cultural iberoamericano en una Latinoamérica que establece en sus Constituciones una definición de Estado a partir precisamente de componentes culturales –tal es el caso de Ecuador, Bolivia y Venezuela–; cómo, más allá de las contradicciones, estarán presentes en la consideración y consolidación de este espacio los procesos subregionales de integración (Mercosur, Unasur, Celac); y, si se plantea la unidad iberoamericana como un constructo que quiere posicionarse a nivel internacional y que usa el componente cultural como un elemento determinante, "cómo se dialoga, cómo se comparten las agendas y ahí efectivamente discutir no sólo sobre el papel de España con relación a Latinoamérica, sino el de Iberoamérica conjugando con el proceso político de integración en el caso de Unasur, de Celac fundamentalmente porque es el más grande, así como el tema de la Cooperación Sur-Sur, que hay que tomar muy seriamente por la cuestión de la cooperación entre pares".

### Agustín Colombo, Director de la Secretaría del Mercosur

El expositor focalizó su intervención en dos aspectos: identidad, procesos de identificación y economización de la cultura. En lo que respecta al tema identitario, Colombo destaca la importancia del audiovisual en tanto punto por el cual en estos quince años el 70 u 80% de la gente "va consumiendo la manera en que viene arropada la cultura, que es la lengua". En este sentido, destaca que, recientemente, un señor multimillonario en Internet, de Amazon.com, se compró el *Washington Post*, o sea que con el 0,3% de la fortuna que tiene declarada en *Forbes* compró uno de los diarios más importantes del mundo. A su entender, ese tipo de cosas hace que cambien los mecanismos de transmisión de la cultura y de las ideas.

En cuanto a la economización de la cultura encuentra fundamental que se pueda instrumentar el mecanismo de los 22 Comisionados, porque, insiste, respecto de las industrias culturales, la producción audiovisual, la defensa del lenguaje, no estamos en una posición defensiva sino que enfatizamos nuestra identidad para entrar en la agenda. En otros términos, se sostiene que en la medida en que nosotros reforcemos nuestra identidad y en la medida en que haya un proceso exitoso de lo que Enrique Iglesias llama la economización de la cultura y las industrias culturales, vamos a poder fortalecer nuestras identidades.



### Francisco Marchiaro, Secretario de Cultura de la Ciudad de Córdoba

Marchiaro abrió su exposición subrayando que la aparición en 2004 de lo que ha dado en llamarse la Web 2.0, definida por Tim O'Reilly y otros pensadores, es un cambio tan importante como la propia invención de Internet, que es lo que se conoce como *pear to pear* o comunicación punto a punto. Dicho esto, sostiene que en el problema iberoamericano de la circulación de piezas hay tal vez, a partir de estas redes descentralizadas, un potencial viso de optimismo. A su vez cree que vivimos un tiempo de redes distribuidas y, en ese punto, el escenario iberoamericano se puede ver muy beneficiado.

Marchiaro entiende que este modelo de equipamientos culturales tan importante va a tener dificultades para sustentarse en Latinoamérica en la medida en que tendríamos que pensar en un proceso más relacional, más auto-organizativo, donde la permeabilidad que tienen las redes distribuidas debería ser una característica que los equipamientos culturales tienen que aprender a identificar, con mayor colaboración con los sistemas emergentes. En definitiva, al poner como ejemplos de sistemas que funcionan bien en Iberoamérica con la economía 2.0 en la red, destaca las plataformas de *micro-crowdfunding* o los proyectos de *bookcrossing*, que nos están dando una señal para acompañar desde lo político y para entender que hay una legitimidad mayor en la comunicación entre dos puntos.

Hay siete problemáticas que conspiran contra la construcción iberoamericana y están relacionadas con la forma en que fue pensada América Latina desde entreguerras a hoy.

### Darío Pulfer, Director de la OEI Buenos Aires

Pulfer ve para América Latina un escenario favorable en los próximos años. En el caso de España y Portugal, que aún están en crisis, tienen una trayectoria histórica, con una masa consolidada muy importante, que les permitirá "capear la crisis". Por el contrario, resalta, que en nuestra trayectoria, sin embargo, tenemos una serie de problemáticas acumuladas irresueltas, más allá de ese escenario y esa ocasión de futuro.

Entre esas cuestiones, planteadas como dificultades que el espacio iberoamericano debe resolver, hay siete problemáticas que conspiran contra la construcción iberoamericana y están relacionadas con la forma en que fue pensada América Latina desde entreguerras a hoy: la desunión, el desarrollo, la dependencia, la democracia, la desigualdad, la diferencia y la desconexión. Considera que si se pasa revista a la relación de la cultura con cada uno de estos términos, aparecen los déficits que se fueron marcando.

Para concluir, destaca que, quizás, un proceso de formación, de difusión, de apropiación y de integración más profundo es el que nos tiene que llevar a identificarnos como lo que somos, más allá de las situaciones particulares que hoy puedan atravesar España y Portugal. En definitiva, insiste, el espacio cultural son prácticas, son conceptos y son actores y dentro de los actores, es fundamental el mundo joven, porque es en sus prácticas donde se afirma el futuro.

### Diana Wechlser, Untref, Directora de la Maestría en Curaduría en Artes Visuales

Wechlser se plantea algunos interrogantes respecto a lo leído y oído hasta el momento. Por un lado, subraya el tironeo con conceptos como mestizaje, mezcla, el problema de las identidades, la tensión entre historias nacionales y las invocaciones articuladoras. En este sentido propone que sería interesante

poder pensar estas construcciones en el "entre": entre los Estados, entre las formaciones, en estas convivencias de identidades que son diferenciales. Por otra parte y en relación a algunas de las exposiciones anteriores, se pregunta si no vale la pena pensarnos más en el "entre" que en estas identidades más integradas o más homogeneizadoras, que finalmente terminen generando tensiones en términos culturales.

Otra pregunta que le surge respecto de estos planteamientos muy macros, de los instrumentos y plataformas que suponen estas reuniones para las construcciones de espacios culturales, es en qué medida estos instrumentos favorecen los procesos más concretos de circulación, de cooperación Sur-Sur; es decir, de qué manera se viabiliza a través de estas plataformas la construcción de redes, no pensando sólo en las redes tecnológicas, sino también en las redes interpersonales. Desde su perspectiva, hay algo que se observa como una dificultad para la formación de estos espacios, que es la cuestión de la circulación o de las producciones en colaboración y, por lo tanto, también de consumos más integrados y con mejores distribuciones.

Por último, pensando en el sistema económico que se reivindica como el posible y que es el modelo económico en el que estamos instalados, le surge la pregunta sobre en qué medida mercancía, espectáculo, industria y rentabilidad afectan a los procesos culturales.

#### Daniel González, ex Director de la OEI Brasil

González centra su intervención sobre la historia; es decir, sobre el pasado. En este sentido, sostiene que todos tenemos la percepción de que el espacio iberoamericano es una enorme grandeza de inmensas posibilidades, pero que hay algo que no está funcionando, tensiones que no sabemos conceptualizar ni manejar. Y estas tensiones van a estar protagonizadas por lo ibero y lo americano. Todos vemos a la cultura como una cuestión central y, desde la *Cumbre de Guadalajara* (1991), aparecen referencias a la cultura como esencial en la constitución del espacio y de la comunidad Iberoamericana. En este punto, el disertante marca dos momentos históricos distintos. En un primer momento, eran más referencias al pasado común, con la cultura más entendida como costumbres y lenguas emparentadas. Por el contrario, hoy tenemos una mirada más orientada a la valoración de la diversidad y a la originalidad, en el ámbito internacional, que esta diversidad cultural nos permite. Dentro de este marco de análisis, Daniel González señala algunos puntos del pasado que nos pueden ser útiles para pensar la situación en el presente. El primero es cómo se constituye este espacio históricamente, volviendo cinco siglos para atrás. Hay otro momento que genera efectos sobre el presente, que es el cambio de dinastía de los Austrias a los Borbones. Este proyecto se quiebra con la llegada de los Borbones, sobre todo con las Reformas Borbónicas, por lo que pasamos a ser colonias, con un modelo similar al francés o al inglés, donde la preocupación era administrar el territorio y realizar un proceso de extracción. Esto inmediatamente tuvo respuesta, en los levantamientos en los Andes de Tupac Amaru y Tupac Katari, que significó acabar con una estructura básica en los Andes, que eran las élites indígenas, que podrían haber generado países totalmente diferentes en lo que hoy es Bolivia, Perú y posiblemente Argentina, porque esas élites indígenas fueron destruidas y esto permitió el surgimiento y fortalecimiento muy poco tiempo después de las élites criollas en los procesos de la Independencia. Allí vemos que en este nuevo modelo económico aparece un germen de lo latinoamericano.



El tercer momento significativo es el de la Independencia y de su épica, que nos es común a todos los latinoamericanos. Si bien cada uno tiene su versión, según la nación e incluso según la región de la que provenga, todos tenemos una épica para contar, que nos diferencia de los portugueses y de los españoles. Afirma que eso es lo que nos permitió darle una continuidad al nacionalismo latinoamericano, que es algo que también nos impregna y nos apela. Ese nacionalismo latinoamericano, que era marginal y de mal gusto mencionar en ciertos lugares ligados a las élites, a la Academia, hoy por el contrario se ha transformado en un elemento central en la comprensión de nuestra realidad.

González destaca hay un hecho muy importante en 1991, que es la aparición de Brasil en estos ámbitos de concertación, cooperación e integración. Siempre estuvo, pero en la percepción que había de los actores, hasta ese momento no aparecía claramente. Este hecho es el que permite la conformación de una unidad iberoamericana. Por último, concluye subrayando que la Conquista no la militó gente mayor, sino los jóvenes, que venían a América y permitieron recrear una gran empresa política y también una gran empresa cultural.

### **José Paradiso, Untref, Director de la Maestría en Integración Latinoamericana**

Paradiso comienza su intervención sosteniendo que, en sede universitaria, uno de los planteos que tenemos que hacer es incentivar la investigación básica en este tema, porque entiende que muchas veces el ámbito académico cae en un cierto vicio de comentarismo. Hay que darle a los comentarios y a las opiniones un sustento basado en la investigación. En este sentido recuerda que una de las cosas que se ha creado en la Untref hace algunos años es una cátedra abierta que se denomina “Furtado, Herrera, Prebisch”, cuyo propósito precisamente es hacer, desde la visión de la integración regional, una recopilación e investigación sobre la historia latinoamericana y la idea de la integración en América Latina. Recuerda que uno de los primeros en hablar sobre nacionalismo latinoamericano fue, precisamente, Herrera para luego afirmar que: “En alguna etapa, todos tuvimos a Herrera como un tecnócrata, ya que en la década de 1960 ser presidente del BID generaba en nosotros ciertas prevenciones. Cuando uno redescubre la visión del nacionalismo continental, entiende las cosas que decía ese hombre tempranamente, por lo que revisa la biografía de Herrera, así como la de Prebisch y la de Furtado, que son experiencias inigualables”.

Hay otro elemento que le interesa en particular: las circunstancias hacia atrás, esto es, mirar cómo ha sido el desempeño de América Latina en relación a cambios de circunstancias epocales. Esto implica ver cuáles han sido las percepciones de América Latina: cómo percibió el mundo y cómo fue percibida. Una de las líneas de investigación que se plantean a partir de estos espacios es cómo ha sido vista América Latina en ciertos momentos a lo largo del siglo XX, particularmente en momentos en que en Europa había una suerte de sensación de declinación. Así, entiende que: “en dichos momentos América Latina, en la percepción europea, es el futuro. Esto pasó después de la Primera Guerra, pasó de algún modo después de la Segunda Guerra y tengo la sensación de que hoy, en el ámbito internacional, hay miradas en ese sentido sobre América Latina, que nosotros muchas veces soslayamos y pasamos por alto. Para decirlo de una manera un poco simplista, sobre todo a la luz de la crisis en el caso europeo, hay una tendencia a mirar la tradición heterodoxa latinoamericana”.

De este modo, cree que la heterodoxia latinoamericana es, justamente, un patrimonio de la región, aunque no se refiere sólo a la heterodoxia económica,





sino en última instancia a la búsqueda de un pensamiento propio. Y en este sentido menciona otra vez a Herrera, Prebisch, Furtado, a Enrique Iglesias e inclusive a Mariátegui. Para reforzar esta idea, Paradiso dice que no hace falta ir a la famosa frase de Simón Rodríguez de *pensar desde nosotros*: "eso mismo dijo Furtado mucho tiempo antes al afirmar *o creamos, o morimos*. Prebisch tiene unas páginas sobre el pensar propio que son verdaderamente sorprendentes, aunque sea una figura que por otras razones solemos 'ningunear'".

Esta idea del pensar propio es, en síntesis, para el disertante, parte de nuestro patrimonio latinoamericano: "Tenemos entonces una enorme cantidad de elementos para nutrir un programa de investigaciones referidas a estos temas que, de una u otra manera, aparecieron en el transcurso de la jornada".

### Ana María Ezcurra (Untref, Directora General del Instituto de Estudios y Acción Social (IDEAS))

Ezcurra aborda algunos asuntos expuestos previamente, y para ello organiza su intervención en cinco ejes. En primer lugar, apunta que el planteo que insinuó Aníbal Jozami respecto de la relación entre cultura, poder global y geopolítica es crucial y requiere investigación. En particular, puntualiza que en ese poder global, además de la fuerza económica y militar, resalta el *soft power* (poder blando), un concepto muy influyente propuesto por Joseph Nye, de la Universidad de Harvard. Un poder blando que reside, justamente y entre otros aspectos, en la capacidad para proyectar bienes, servicios y perspectivas culturales a escala mundial, y que es en buena medida producto de una sociedad civil autónoma –aunque también incluye a los Estados– y su política exterior; por ejemplo, la aptitud para generar y liderar coaliciones. En definitiva, un concepto destacado en materia internacional, que sugeriría el valor de pensar el papel de la sociedad y de las industrias culturales en términos de poder global y geopolítica. En segundo lugar, considera interesante retomar la reflexión sobre el tema del mestizaje, de lo híbrido como nota distintiva latinoamericana. En ese marco, apunta la relevancia que ello podría tener en Estados Unidos, dada la gran inmigración y, en particular, el rol eminente de los hispanos, su lengua y su cultura, otro asunto susceptible de indagación. En tercer término, encuentra muy sugerente, y respalda con énfasis, el hincapié en la heterodoxia latinoamericana como rasgo singular y patrimonio de la región, así como el llamado al realce de la investigación sobre el conjunto de la problemática abordada, un conocimiento fundado en evidencias. En cuarto lugar retoma la temática del vínculo entre lo cultural y lo social, que a su turno liga con la cuestión de la desigualdad: con el papel central de lo cultural en la gestación de diferenciación social y de clases sociales (Pierre Bourdieu), un asunto de orden global con gran vigencia en la actualidad de América Latina. Para terminar, Ezcurra coincide en subrayar la presencia en América Latina de diversos esquemas de integración e inserción internacional, antes señalada, y en ese contexto llama la atención sobre la Asociación Transpacífico, impulsada por la administración Obama dentro del llamado giro a Asia-Pacífico que desde 2011 distingue a su política exterior y en ese marco, la Alianza del Pacífico anudada por Colombia, Chile, México y Perú.

Un concepto destacado en materia internacional, que sugeriría el valor de pensar el papel de la sociedad y de las industrias culturales en términos de poder global y geopolítica.

### Padre Jorge Seibold S.J., ex Rector de Filosofía de la sede San Miguel de la Universidad del Salvador (USAL)

Plantea hacer precisiones que pueden ayudar al proceso de reflexión del Seminario. A modo de resumen, estas han sido:

*Desde el plano filosófico:* la propia identidad no se agota en la mirada de uno mismo, sino que necesita de los otros. Lo iberoamericano, hispanoamericano, americano, etcétera, son palabras que tienen su historia, pero más allá de esa discusión, lo importante, en orden de realidad, es el otro. Mi identidad, entonces, sólo la puedo conocer en la medida en que me abro al otro –si es un absoluto– o a los otros con los cuales convivo, esto es, el pueblo. Esta filosofía fue desarrollada en América Latina en los años de 1970 (Filosofía de la Liberación) para poder ver “aquellas ataduras en las cuales nosotros no somos nosotros mismos, no solamente para acertar en el quiénes somos, sujetos de otro o enajenados en otro, sino para saber también cuáles son los caminos que debemos implementar, a través de la filosofía, las ciencias sociales, la política y la economía, para poder reglamentar y orientar el orden”.

*Desde los imaginarios:* vivimos en una sociedad con ciertos imaginarios, por ejemplo, el de los pueblos originarios, de las diversas culturas que habitaron este continente. Seibold distingue cuatro imaginarios: el tradicional, el moderno, el posmoderno y el que está más allá de lo posmoderno y plantea cosas más sustanciales. Lo cierto, sostiene, es que todos estos imaginarios habitan en uno mismo. “Hay realidades que están más atravesadas por los imaginarios tradicionales, como el autoritarismo de familia. Así, el imaginario vertical no permite el desarrollo de los particulares, por lo que es legítima la reacción posmoderna contra ese tipo de imaginarios. También lo posmoderno está en contra de lo moderno en ciertos imaginarios cuando no se admite ser un anónimo más en la sociedad contemporánea, no sólo respecto a las personas sino también a las naciones y a los grupos culturales que existen en esas naciones”.

*Desde lo intercultural:* que favorece la articulación entre ese lenguaje común y la actitud de diálogo, tan necesarios en la actualidad.

*La educación popular:* considera importante la formación ciudadana –no partidaria–, donde los valores de la comunidad se integren en la propia formación. Manifiesta que no solo son importantes los libros sino también los acontecimientos humanos que vivimos todos los días, de modo que la ciudad no solo se conforme con dar servicios públicos sino que además invierta “para que los ciudadanos en sus respectivos ambientes puedan tener participación activa en la formación y en la construcción de lo suyo”.

*De cicatrizar las heridas sociales:* manifiesta que es importante hacer la labor de “sacar a flote” las heridas sociales, solo así podrán cicatrizar “porque la herida no se olvida pero sí se la puede cicatrizar para que no quede como un resentimiento para la existencia. Todo esto ayuda a la vida social, a la integración y a una cantidad de problemas que es necesario afrontar en lugar de quedarse en grandes discursos”.

“Sacar a flote” las heridas sociales, solo así podrán cicatrizar “porque la herida no se olvida pero sí se la puede cicatrizar.”

### **Ricardo Jarne, Director del Centro Cultural de España en Buenos Aires**

Jarne comenzó destacando la importante labor de la SEGIB, la cual ha sido fundamental en todos estos programas y cumbres para desarrollar el ibermedia, el cine iberoamericano, de forma destacada. En este sentido, insiste: “si no hubiera sido por ibermedia, muchos de los cines nacionales no se habrían desarrollado de esa manera, al igual que iberescena, ibermuseo, etcétera. Ahora estamos en un tiempo de definición, en el que lógicamente nos viene el momento de autocrítica y de aprendizaje de los errores para seguir adelante en este proyecto tan importan”. Jarne subraya que esa unión iberoamericana es ante todo cultural y requiere de una serie de políticas de unión, que son fundamentales y tienen que tender a evitar el proteccionismo nacional para

acabar en un proteccionismo regional. Al hablar de ese proteccionismo, precisa que muchas veces no podemos ver películas uruguayas o bolivianas porque también hay un proteccionismo —en el caso argentino, peruano o brasileño— de las industrias nacionales en contra de las demás industrias en general. Frente a esto se marca una paradoja: pese a esos proteccionismos, la industria americana entra y los demás no entran. De esto se deduce la necesidad de analizar con seriedad qué niveles de flexibilidad hay en esos proteccionismos nacionales para otras culturas, así como qué niveles de imposición aduanera para los que formamos parte de la comunidad iberoamericana, en un sentido de "proteccionismo regional para productos que culturalmente tienen que estar en los foros".

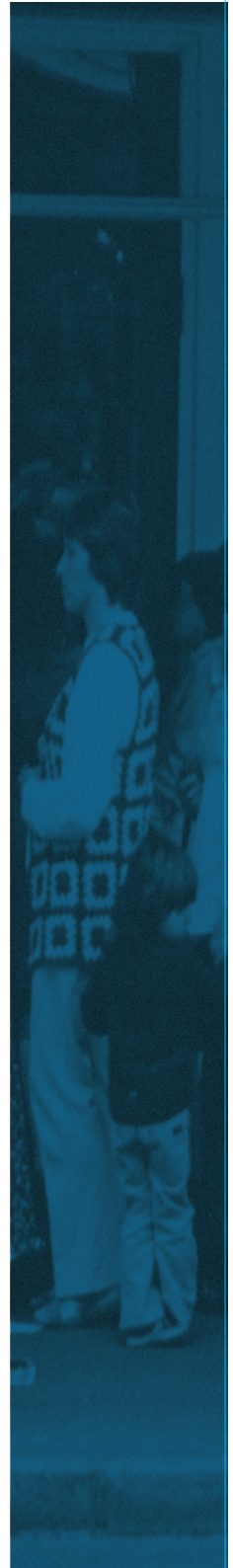
También, el representante español hizo referencia al trabajo que se viene haciendo en relación a las infraestructuras culturales, en lo que respecta a una estrategia para la redinamización del área cultural en los centros y asociaciones españolas en Argentina, donde hay 300 centros regionales españoles. En este sentido se destaca la labor histórica de los inmigrantes, quienes han creado núcleos de confraternización entre ellos, que se basaban en cuestiones gastronómicas, de economía y de relaciones entre pueblos muy cercanos, pero que han ido creando una infraestructura cultural que está completamente obsoleta en la actualidad. Así, recuerda que "cuando los italianos construían un teatro para su ópera, nosotros construíamos otro para la zarzuela". De esta manera, llama la atención que se está obviando a una serie de actores fundamentales que construyeron estos países, que fueron los inmigrantes. En función de este olvido Jarne da cuenta del trabajo que está llevando a cabo en programas de micropolítica cultural, para darles un empuje a estas asociaciones, de la mano de la Untref y de Flasco, para que muchas de estas personas que se fueron formando como gestores culturales y que están sin trabajo, encuentren en estos centros, con un proyecto propio, una generación de auto-empleo.

Por último, destaca que resulta positivo que en estos foros en los que nos dedicamos a pensar, se baje también al terreno, porque una buena manera de construir una cultura iberoamericana, un espacio más o menos común, es que a nivel sectorial nuestros colegas se unan y trabajen juntos.

### **Adolfo Sequeira, ex Director de la Agencia Córdoba Cultura**

Sequeira hace referencia a un par de notas respecto a un tema, que ha sido recurrente de una forma u otra, que es la cuestión de la identidad. Así, "todos convenimos en que ha sido una palabra con mala prensa durante mucho tiempo, por aquello de entender a la identidad como un recinto cerrado e inviolable. Luego hemos pasado a entender el término como algo más flexible, hasta llegar incluso a hablar de identidades vítreas". En cualquier caso, subraya que el tema de la identidad es siempre recurrente y resiste nuevas miradas y nuevos análisis. Y desde ese punto de vista plantea dos temas para volver a pensar hoy la cuestión iberoamericana: el primero es qué tan perteneciente a Iberoamérica es España como tal, en la medida en que está anclada geopolíticamente a un espacio que construye una unidad en la diversidad, con un concepto bastante similar al que utilizamos acá. Destaca la gran importancia que tiene aún hoy, pese a la crisis, nuestra relación económica con España, aunque no sea determinante en cómo se mueve actualmente Latinoamérica, en el diseño de sus políticas, en la reconfiguración de sus democracias.

La segunda cuestión que destaca es la de la singularidad; esto quiere decir que si existe Iberoamérica como tal, debe tener alguna singularidad fuerte. En



relación a esta cuestión, Sequeira responde que se hace difícil de percibir, a menos que anclamos el análisis en un par de conceptos que nacen en nuestra propia constitución como ecúmene cultural, entendiendo ecúmene cultural como un conjunto social complejo, pero con una referencia común de sentido. Asegura que si eso no fuera así, seríamos habitantes de la globalidad, que es otra posibilidad.

Sequeira enfatiza en la tensión entre lo global y lo que queremos ser como espacio definido, para luego revisar algunas de las notas fundantes de Iberoamérica. Para ello hace hincapié en dos. Una es si América, con su irrupción en la historia, provoca una ruptura importante. Y cree, al margen de lo que dicen algunos investigadores que han tratado con más profundidad el tema, que ese momento fuerte de ruptura se da en cuanto emerge con las características de una modernidad diferenciada. Concomitante con aquella, se encuentra la otra: ¿existe un pensar latinoamericano con alguna singularidad? En este sentido cree que, junto con el descubrimiento de América, está la presencia de un fuerte pensamiento, tal vez más vinculado a lo jurídico que a lo estrictamente filosófico, pero que cumple las veces de ser un pensar fundante, a partir de Francisco de Vitoria, “en el sentido fundamental de que encuentra para nosotros una razón propia, diferente a la razón conquistadora”. Alrededor de estas posibilidades, la de reconocer un tipo de modernidad diferenciada y la de tomar en cuenta las características de esta filosofía fundante, Sequeira cree que podemos encontrar respuestas a dilemas que se nos plantean, por ejemplo, en la noción de mestizaje, que alberga posibilidades de liberación, pero también posibilidades de sometimiento. También deja la posibilidad abierta para que en ese recorrido se pueda optar, como se hizo en determinado momento, por favorecer el multiculturalismo. Si Iberoamérica no define y sostiene su singularidad no puede ser actor diferenciado en el diálogo de las culturas. La propuesta hermenéutica es que dicha *singularidad* se apoya en un tipo de *modernidad* asentada en una *vocación inclusiva*, diferente a la *dialéctica de la exclusión* que motorizó a modernidad anglosajona.

#### Adrián Cannellotto, Rector de la Universidad Pedagógica (UNIPE)

Cannellotto aborda el vínculo entre lo económico y lo cultural que, a su entender, sigue estando irresuelto. Al respecto subraya dos notas. En primer lugar, sostiene que modernidades hubo muchas: “también los alemanes se pelearon con los franceses y cada uno tiene su modernidad; de hecho, se construyeron tradiciones encontradas”. Sostiene que no hay algo así como una modernidad europea, con lo cual es perfectamente entendible que América tenga una modernidad propia.

En segundo lugar, encuentra interesante pensar que el espacio iberoamericano puede tomar un problema que sí tienen en común España, Portugal y América Latina, quienes sostienen que la cultura alimenta una idea que los europeos han llamado últimamente cohesión social, pero que en el peronismo se llamó la felicidad de los pueblos, frente a un orden internacional donde los que se posicionan son Estados Unidos y China. Esto es dos modelos que no tienen construida ni la felicidad de los pueblos ni algo parecido a un estado de bienestar, sino que proponen sociedades distintas al modelo europeo, que no sólo está en crisis sino que está en peligro de extinción, y a la propuesta que América Latina intenta sostener, sobre todo desde la última década. Cannellotto encuentra un espacio para trabajar desde lo iberoamericano en un proyecto que, desde lo cultural, alimente esta alternativa para analizar de



Podemos encontrar respuestas a dilemas que se nos plantean, por ejemplo, en la noción de mestizaje, que alberga posibilidades de liberación.

qué modo se puede mantener viva la idea de que es necesario construir una sociedad inclusiva, con todos los mecanismos que esto implica y con los costos que conlleva.

**Lelio Mármora, Director de la Maestría Interamericana sobre Políticas de Migraciones Internacionales, Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Buenos Aires (UBA)**

Mármora comienza diciendo que desde la perspectiva de los movimientos de gente y de las políticas migratorias vinculadas con la cuestión cultural, sobre todo en términos de procesos de integración, se observa que hasta 1980 hubo un movimiento migratorio desde España y Portugal hacia América Latina, una inmigración que se caracterizó por haber ido integrándose de una forma distinta a lo que sucedió en otras partes. Por ello, una de las cuestiones para resaltar es que en este proceso de mestizaje cultural –que fue diferente al anglosajón, en el que primero llegaron los colonos y luego los migrantes–, se fue generando un fenómeno de interculturalidad que ha permitido el desarrollo de nuevas formas culturales como producto del cruzamiento de diferentes culturas. Sin embargo, el mismo fenómeno no parece haber sucedido cuando la corriente migratoria cambió y los latinoamericanos fueron a España. Por eso, sostiene, “una de las cosas para estudiar, que no ha sido todavía muy analizada, es, comparando un proceso con otro, si el impacto y la forma de integración cultural que tuvieron los españoles acá tiene un paralelismo con lo que pasó cuando a los latinoamericanos nos tocó ir a España”. En este sentido, recuerda un cartel que vio en el encuentro de unos ecuatorianos que decía *nosotros estamos acá porque primero ustedes estuvieron allá*. “Estaban pidiendo que se los radicara, que se regularizara su situación, en un momento en que aún había un porcentaje muy alto de latinoamericanos que estaban en situación irregular en España. Muchos eran rechazados, incluso, cuando llegaban al aeropuerto”.

Mármora considera algunos puntos interesantes al momento de analizar cuál fue el producto de estas migraciones en términos de construcción cultural, así como qué pasó después, cuando cambió el flujo. Allí también la lengua es un factor a tener en cuenta porque en determinado momento el destino migratorio latinoamericano, que había sido básicamente Estados Unidos, cambió hacia España, excepto para los mexicanos. La otra cuestión por ahondar es si las políticas llevadas a cabo han favorecido la inserción y posterior integración de las personas migrantes o si, por el contrario, sólo estuvieron abocadas a temas como la legalidad o irregularidad de los extranjeros en el lugar donde viven.

Mármora plantea que lo paradójico de la situación actual es que, por un lado, tenemos una lengua común que nos une y, por el otro, fronteras políticas y alianzas que nos separan. Así, resalta como dato a tener en cuenta que, mientras los diputados españoles votaban por unanimidad en el Parlamento europeo la controvertida directiva de retorno –iniciativa más restrictiva que tomó la UE–, en ese mismo momento, en América del Sur, se firmaba el Convenio de Libre Residencia Mercosur por el cual las personas que desean radicarse no tienen que cumplir con ningún requisito de empleo. Evidentemente se trata de procesos distintos, con vinculaciones distintas (no únicamente de España y Portugal, sino de toda la UE) y son políticas que, en un caso, están basadas en una perspectiva más utilitarista, que sólo acepta al que le conviene, mientras que en el caso latinoamericano avanzan más en la perspectiva de desarrollo humano.

La lengua es un factor a tener en cuenta porque en determinado momento el destino migratorio latinoamericano, que había sido básicamente Estados Unidos, cambió hacia España, excepto para los mexicanos.

## PROSPECTIVA Y BALANCE

La aprobación de la *Carta Cultural Iberoamericana* (2006) tuvo la importancia de ser ese primer documento regional que mostraba una visión integral de la cultura en un espacio común reconocido por todos: el iberoamericano. Esa *Carta* fue y es un fuerte compromiso voluntario de cooperación sur-sur que surge de la solidaridad entre los Estados y es además el primer gran acuerdo que da cumplimiento al mandato de la Convención para la Diversidad de la UNESCO (aprobada en 2005). De esta manera, para impulsar y poner en valor el potencial y la riqueza de esa cultura iberoamericana se llevaron a cabo diversas acciones en lo político-institucional, socio-educativo y cultural. Sin embargo, la actual crisis económica mundial, que ha afectado de manera especial a los países del sur de la Unión Europea, entre ellos España y Portugal, hace indispensable, como se decía al principio del documento, re-pensar ese espacio iberoamericano teniendo como eje central del análisis el impacto que la misma puede causar en el marco de un mundo globalizado.

El desafío del Seminario realizado en la Untref fue ante todo un trabajo de descomposición de la realidad actual para su posterior re-armado bajo nuevos actores políticos, económicos, sociales y culturales que están jugando en la actualidad. Así, la crisis financiera en los países de la UE ubica a Latinoamérica en una situación que podemos llamar de “privilegio” al conocer de primera mano las consecuencias negativas, tanto para la sociedad como para la cultura, de las políticas de ajustes estructurales propuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) en los países “periféricos”. Hablamos de los hechos acontecidos en la década de 1990 con sus crisis concomitantes pero que hoy en día, paradójicamente, los ubica en una situación de relativa “ventaja” respecto a la situación que en estos momentos está viviendo, por ejemplo, Grecia, Irlanda, Portugal y la misma España (los Pigs). Desde luego, no es otra cosa que una lectura global del conjunto de situaciones de la región. En este sentido, los desarrollos particulares de cada uno de los países que componen la región durante la década de 1990 hasta el 2000 nos marcan ciertos desarrollos idiosincrásicos que merecen un análisis más profundo que excede el cometido de este documento. Pese a ello, los asistentes al Seminario consideraron que si bien la crisis financiera internacional iniciada en el año 2008 ha generado un impacto negativo en los flujos comerciales y de inversión, en las remesas y en la propia cooperación, los que se han visto hondamente afectados, España, por ejemplo, cuenta con una infraestructura y un soporte que le permitirá “capear la crisis”.

Además de esta situación, la posición actual de América Latina que vive procesos de crecimiento, movimientos políticos de renovación, nuevas constituciones, desendeudamiento, reconstitución de reservas, afirmación y procesos de integración regional de distinto tipo (Mercosur, Unasur, Celac), que están siendo sostenidos fuertemente desde iniciativas políticas con énfasis en lo social y cultural, puede generar una reanimación en las relaciones de cooperación sur-sur, posiblemente con una redefinición de los criterios que hasta entonces las rigieron.

Esta América Latina actual puede presentarse ahora como menos asimétrica en sus relaciones con España y Portugal, y de este modo mostrarse como esa alternativa o nueva vía que dinamice las relaciones socio-culturales. Esta nueva situación, unido al auge de dos grandes actores comerciales de la escena internacional como China e India, abre nuevas perspectivas también en el ámbito de lo cultural. De esta forma la centralidad de lo cultural sigue actuando, pese a la crisis europea, como medio y fin para el desarrollo personal y social. Un

Esta América Latina actual puede presentarse ahora como menos asimétrica en sus relaciones con España y Portugal.

desarrollo que sólo es posible de alcanzar si existe una amplia participación ciudadana en el acceso, el disfrute y la construcción compartida de los bienes culturales. Una participación cultural entendida a su vez como esa relación durable en el tiempo y que no sólo debe existir entre las políticas sociales y las políticas culturales, sino que además estas deben ser enriquecidas desde las políticas de comunicación, trabajo, salud, educación y vivienda. Porque, como ya se expresara en la *Carta Cultural Iberoamericana*, no es posible la existencia de una política social si adolece de una dimensión simbólica. Para ello se hace indispensable promover la vinculación entre políticas sociales y culturales como parte de la construcción de una ciudadanía civil comprometida, inclusiva y participativa.

Por otra parte, la consolidación de este espacio cultural iberoamericano puede verse reforzada si logra abrirse a las nuevas herramientas tecnológicas que nos ofrece un mundo digital abierto de manera indiscriminada pero restrictivo en ciertos aspectos. Es cierto que mucho es lo que desde las distintas Cumbres se viene trabajando en pos de la democratización y libre circulación de los bienes y servicios culturales sean materiales o inmateriales, pero las fronteras primero y los aranceles después hacía que se tuviese que pensar en "modelos especiales" para que nuestra cultura iberoamericana pudiese circular. Las actuales herramientas tecnológicas nos abren entonces el camino para avanzar en el terreno del espacio cultural iberoamericano entendiéndolas como un medio útil, en este momento histórico, que puede favorecer el intercambio cultural entre todos los integrantes del espacio iberoamericano.

Otro punto a destacar de estas ponencias es la importancia que los interlocutores dan a la cultura, en tanto espacio que convoca y une a todas las naciones iberoamericanas, porque comparten un origen y una lengua común dentro de un contexto de situaciones que nos identifican nacional y regionalmente y que es necesario consolidar conjuntamente, más allá de los diferentes esfuerzos que se puedan emprender desde los distintos países. Por ello, ese espacio cultural iberoamericano no solo tiene que proyectar nuestra diversidad cultural, para distinguirnos en la diferencia, sino que también debemos hacer grandes esfuerzos para sumarla a esa cultura universal en la era de la globalización.

Mucha es la tarea que queda aún por hacer y explorar, pero en ese andar se hace imposible negar el esfuerzo y el trabajo mancomunado realizado en Ibermúsicas, Ibermedias, Iberescenas, Iberorquestas juveniles, Ibermuseos, Iberbibliotecas, etc. Es cierto que todavía quedan iniciativas en las cuales es preciso avanzar, como la creación de un Comisionado de la Cultura que con coordinación y vocación pueda ampliar y ayudar a dar una dirección a los espacios y expresiones de cada país de manera que podamos mostrar al mundo el conjunto de la cultura de nuestra región. Es preciso, por lo tanto, avanzar es esa imagen común, de manera que la cultura iberoamericana logre proyectarse como un conjunto en la cultura universal. La unidad en la diversidad y su articulación en un todo sea quizás el gran desafío que el espacio cultural iberoamericano deberá afrontar en esta entrada de siglo.

No podemos negar el protagonismo que en los últimos años viene teniendo Latinoamérica en el marco internacional, por lo que todo aquello que logre hacerse en el terreno iberoamericano consolidará aún más su espacio. Dicho esto, el triángulo integración-cooperación-colaboración entre pares se muestra como otro de los desafíos y objetivos más concretos a cumplir, sobre todo si tenemos en cuenta que en los últimos años toda la región ha entrado en procesos subregionales de integración que vienen a enriquecer a toda América Latina en su conjunto.

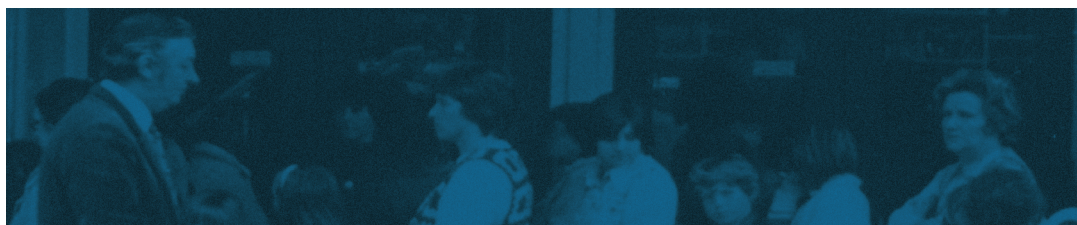


Seguir avanzando hacia la consolidación de un espacio cultural iberoamericano desde el punto de vista político, económico, histórico y educativo tiene como telón de fondo el reconocer que nuestras culturas son inclusivas; de allí la importancia que han tenido los programas IBER en tanto estrategia fundamental que ha permitido y permite la consolidación del espacio cultural iberoamericano favoreciendo la participación de todos los países en este tipo de programas.

La necesidad de afianzar el mercado de bienes y servicios culturales es uno de los retos que plantean el desarrollo cultural y la preservación de la diversidad cultural en la región. Un desafío que debe reconsiderar valores universales y profundizar en el reconocimiento de las diversidades culturales con el objetivo de preservar el pluralismo en las iniciativas culturales populares concertando políticas y estableciendo incentivos a la distribución y la comercialización de estos bienes y servicios. La ampliación de los mercados, sobre todo dentro de la propia América Latina, puede abrir nuevas posibilidades tanto para los sectores culturales tradicionales (música, libro, audiovisual) como para los creadores, al tiempo que permitiría llamar la atención sobre la concentración y la estandarización del sector, principalmente por parte de los Estados Unidos. Así, resultará de vital importancia promover en las distintas instancias el contacto y el intercambio entre productores audiovisuales, discográficos, editoriales y en general entre miembros del sector cultural para que puedan coordinarse nuevas oportunidades de colaboración.

Por último, pero no por ello menos importante, los conferenciantes señalaron la importancia de focalizar acciones en los jóvenes, para lo cual será indispensable que se generen políticas públicas compartidas que estimulen la conformación de una ciudadanía participativa social y culturalmente, de manera de potenciar el respeto a la diversidad, la interculturalidad y la cohesión social. ●

Todavía quedan iniciativas en las cuales es preciso avanzar, como la creación de un Comisionado de la Cultura.





## Darío Pulfer

PROFESOR EN HISTORIA. LICENCIADO EN EDUCACIÓN, PROFESOR DE UNSAM Y UCA. DIRECTOR GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS

### INTRODUCCIÓN

Trabajar en el campo cultural supone contar con una visión y una perspectiva más global de análisis para posicionar las propuestas y alternativas de crecimiento y superación en ese orden.

Hay consenso en reconocer que la cultura no constituye un elemento adicional, un plus o un reflejo superestructural sino que forma parte constitutiva de la realidad social. Refiere a los modos de relación entre los hombres, las sociedades, etc. De modo particular, a la atribución de sentidos, a los intercambios, diálogos, negociaciones que se dan en el orden simbólico.

Esa ubicación en el seno de lo social obliga a contextualizar, a categorizar, a pensar los marcos de acción y a realizar, aunque sea de manera provisional, algunas caracterizaciones que ayuden a comprender las configuraciones actuales.

Todo ejercicio de análisis y reflexión de este tipo supone un relevamiento, un mapa de lo planteado hasta el momento, un cierto registro historiográfico. Por tal motivo, en lo que sigue, repasamos las vertientes interpretativas que se hicieron sobre la realidad regional en las últimas décadas y planteamos algunas notas del escenario actual.

### AMÉRICA LATINA: UNIDAD Y DIVERSIDAD EN TENSIÓN

América Latina comparte una trayectoria histórica, una matriz cultural mestiza, una situación en el proceso civilizatorio signado por la revolución científico-tecnológica e intenta procesos de integración regional –que buscan retomar el proyecto inconcluso de los libertadores San Martín y Bolívar– que buscan constituirla en un bloque con posiciones comunes en un mundo desbocado, convulso, en crisis. Esa búsqueda de unidad no se produce sin dificultades, *impasses*, bloqueos que indican la problemática de revertir tendencias “que miran hacia afuera” fuertemente arraigadas en los núcleos metropolitanos. Los elementos de unidad –lengua, costumbres, modalidades características de organización y movilización política– no terminan de configurarse como sólidas opciones. Están en puja y tensión con el aislamiento, la insularidad o el bilateralismo que viene como legado de períodos precedentes.

Los países que componen América Latina tienen singularidades, tonos, giros, modalidades propias y distintivas. No se trata de un bloque monolítico y absolutamente homogéneo.

Ambas dimensiones –la unidad y la diversidad– conviven en tensión, aunque para ser protagonistas del siglo XXI resulta fundamental que se afirmen y desarrollen los factores de unidad que integren y sinteticen de modo vital la diversidad de situaciones y procesos que configuran este ser y estar en nuestra América.

### **LAS SIETE D DEL DIAGNÓSTICO: DESUNIÓN, DESARROLLO, DEPENDENCIA, DEMOCRACIA, DESIGUALDAD, DIFERENCIA, DESCONEXIÓN**

En las décadas pasadas, América Latina fue pensada desde diferentes categorías. Hagamos un recorrido rápido y sintético por las mismas.

En los años de la entreguerra (décadas de 1920 y 1930) varios autores (Ugarte, Vasconcelos, Haya de la Torre, etc.) consideraron que la “desunión” y la “balcanización” eran el drama de América Latina frente al poder avasallante y creciente de Estados Unidos de América. Estas perspectivas tenían antecedentes en el modernismo (Rodó, Rubén Darío y la misma campaña que inicia Ugarte) aunque en estos años cobra mayor fuerza y dinamismo político. La unidad, las posiciones comunes, el ideal de los “Estados Unidos de América del Sur” constituía el programa a realizar.

En las décadas de 1950 y 1960 del siglo XX, el “desarrollo” fue el concepto ordenador en el marco de la Alianza para el Progreso. La región debía seguir linealmente los estadios por los que habían pasado los países desarrollados (la transición de las sociedades “tradicionales” de base rural a las “modernas” de base urbana, la generación de sectores medios, decía el sociólogo Gino Germani).

En la segunda parte de la década de 1960 y en la de 1970, la categoría ordenadora fue la “dependencia”. Distintas vertientes (cepaliana con autores como Cardoso, Faletto, Furtado, Prebisch; neomarxista con Th. Dos Santos, Ianni, etc. o nacionalista popular con Cárdenas) insistieron en que lo determinante del atraso de la región era el vínculo establecido con los países centrales (deterioro de los términos de intercambio, secular/circular explotación o baja autonomía industrial y tecnológica según las vertientes antedichas).

Con la salida de los regímenes dictatoriales, inspirados en la Doctrina de Seguridad Nacional, la idea “democrática” paso a constituirse en centro de la teoría social. Los problemas de América Latina radicaban en la cultura política, o en los vicios del paternalismo, autoritarismo, verticalismo arraigados en la cultura de los pueblos. La ausencia de rutinas institucionales, los déficits de cultura política, el desapego a la norma, la ajuridicidad, etc., fueron tematizados transversalmente en las diferentes disciplinas (ciencias políticas, historia, estudios culturales en autores como Rouquié, Lechner, Portantiero). Mientras se pensaban estas problemáticas la región vivía su “década perdida al desarrollo”, con decrecimiento e inflación (CEPAL).

En la década de 1990 –al calor de la imposición del consenso de Washington– avanzan la categoría de desigualdad junto con la de exclusión. Ante fenómenos de pobreza y desempleo crecientes se plantea que América Latina es la región más desigual del mundo (Klingsberg). Existen tasas de crecimiento (primeros años de la década mencionada) y estabilización inflacionaria pero se van constituyendo y consolidando matrices distributivas injustas. Alta concentración económica y mediática; desarrollos estrechamente relacionados a la dinámica de los mercados globales; extranjerización de las empresas; constituyen los datos fuertes de este enfoque.

Con el desarrollo de los estudios culturales y las perspectivas de multiculturalidad se difunden los trabajos que enfatizan la “diferencia” entre los modos y formas culturales de los países y al interior de los mismos (García Canclini, Hopenhayn, entre otros).

La irrupción del mundo digital y los diferenciales de acceso y uso que se producen en el uso de las TICs comienza a ingresar la categoría de “desco-

Hay consenso en reconocer que la cultura no constituye un elemento adicional, un plus o un reflejo superestructural sino que forma parte constitutiva de la realidad social.

nexión”: las brechas digitales serían el nuevo nombre de la desigualdad y la exclusión (Hopenhayn).

### AMÉRICA LATINA EN EL SIGLO XXI

En la actualidad, la región vive un proceso de crecimiento económico –condición para la organización de un modelo de desarrollo integral– disminuyendo los índices de pobreza y exclusión; ha recuperado márgenes de autonomía internacional por los procesos de desendeudamiento y ha constituido mayores reservas; han mejorado los precios internacionales de los productos exportables revirtiéndose el “deterioro de los términos de intercambio”; las democracias políticas están consolidadas (aunque las situaciones de Honduras y Paraguay han advertido sobre la cuestión); se desarrollan procesos de integración regional –Mercosur, Unasur, Celac, Espacio Iberoamericano–, aumenta el proceso de autoconciencia histórica y de identidad cultural compartida aunque carga con deudas y problemáticas irresueltas (desigualdad social y diferenciales de acceso al mundo digital).

El debate para caracterizar y nombrar al momento actual oscila entre las categorías de “neodesarrollismo” (Svampa) enfatizando las características reprimarizantes y extractivas de los modelos de desarrollo en curso o el surgimiento de un “nuevo estado” (Sader), o de “alianzas populistas” (Laclau) como ruptura del paradigma neoliberal.

En ambos casos se enfatiza un cambio, una alteración, un proceso de modificación.

### NUEVO MOMENTO

Se trata de un momento nuevo, inédito, con escenarios favorables que se abren dominando las proyecciones positivas en cuanto al crecimiento económico para los próximos años.

Estos datos y tendencias hablan de una ocasión: la de construir sociedades más autónomas, más justas e inclusivas, en contextos democráticos y tendiendo a la unidad regional en base a las características culturales compartidas.

Es por eso la ocasión, también, de potenciar la unidad en base a los elementos de índole cultural común y a proyectos de desarrollo que incluyan la dimensión cultural. El ascenso cuantitativo del sector cultural en las actividades económicas como en los consumos van dando cuenta creciente de un crecimiento y una acumulación.

Estos escenarios constituyen espacios favorables para el desarrollo de proyectos de integración cultural, además de marcos propicios para el desarrollo de industrias más alineadas con las características socio-culturales de los pueblos latinoamericanos.

Colocar a la cultura en un lugar central de la agenda de las políticas públicas, así como cada vez más en el centro de los estilos de desarrollo es el desafío de este momento si definitivamente buscamos constituir sociedades igualitarias, potenciadoras de la propia identidad y partícipes más activas de un mundo diverso. ●



1. La Comunidad Iberoamericana es el precipitado de uno de los acontecimientos más trascendentales de la historia reciente de la humanidad, la de aquel momento de los años finales del siglo XV en el que, en palabras de Montaigne, el viejo mundo acabó de saber que había un *autre monde*. Ahora bien, la historia de ese otro mundo no comienza en ese momento, pues sus comunidades ya estaban allí e, incluso, muchas de ellas tenían amplia noticia de la existencia de otros seres humanos y de otras tierras y tenían su historia propia, al igual que la tenían también las comunidades europeas, africanas o asiáticas. Esas comunidades tenían muchas de ellas, en aquel momento, más de treinta siglos de existencia y grados de desarrollo social y cultural autónomos, en algunos casos muy elevados. Por obvio que pueda parecer, este hecho no puede ser orillado, pues es el que fundamenta el trasfondo de las profundas raíces étnicas y culturales y la gran diversidad y riqueza de la realidad cultural iberoamericana actual. Asumir esto es, además, la condición hoy de un entendimiento cultural que repare los sufrimientos y exclusiones, para muchas de esas comunidades, que este encuentro les trajo.

Es fundamental entender la cultura iberoamericana como una gran manifestación, al igual que la europea, de la modernidad cultural. Eso sí, de una modernidad propia, distinta, también partícipe de la filosofía racionalista ilustrada, pero, y esta sería una de sus marcas, notablemente vitalista, comunitaria y con una intrínseca capacidad universalista de proyectarse e impregnar otros espacios y lugares ajenos a los suyos originarios. Saliendo al paso del estigma folclorista y reduccionista de la cultura iberoamericana que ha venido imperando durante mucho tiempo, es necesario reivindicarla como la otra gran manifestación de la cultura de la modernidad. Modernidad que, frente a la europea, viene caracterizada por una profunda y variada hibridación cultural de elementos clásicos e ilustrados y de elementos tradicionales autóctonos, tanto originarios como llegados de fuera. En esa mixtura de lo originario, lo

Es fundamental entender la cultura iberoamericana como una gran manifestación, al igual que la europea, de la modernidad cultural.

\* El presente artículo es la transcripción de la ponencia del autor en el Seminario temático, celebrado en Panamá en abril de 2013, preparatorio de la XXIII Cumbre Iberoamericana. Las actas del Seminario fueron publicadas en Adrián Bonilla y María Salvadora Ortiz (comp.), *El Papel político, económico, social y cultural de la Comunidad Iberoamericana en el nuevo contexto mundial. Aportes a un debate en curso*, San José de Costa Rica, SEGIB-Corporación Andina de Fomento-Flacso, julio de 2013.

Con posterioridad a la publicación de la ponencia, a solicitud del grupo de expertos nombrado por el secretario general Iberoamericano, D. Enrique Iglesias, en cumplimiento del mandato de la Declaración de la Cumbre Iberoamericana celebrada en Cádiz (España) en noviembre de 2012, su texto fue incorporado como parte del "Informe sobre Consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano", que más tarde aprobaron la Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura (septiembre 2013) y la Cumbre Iberoamericana de Panamá (noviembre 2013).

Se facilita esta aclaración al lector con el fin de explicar las coincidencias de contenido que se dan entre el presente artículo del autor y el texto del informe institucional que más tarde aprobó la XXIII Cumbre Iberoamericana de Panamá. Por otra parte, el autor desea dejar constancia del agradecimiento a la SEGIB por autorizar que el texto pueda ver de nuevo la luz en la presente publicación.

afrodescendiente y lo europeo radica, precisamente, su enorme energía creativa y originalidad y explica la profunda diversidad del espacio cultural iberoamericano. La latitud de esa diversidad es muy amplia y no es una mera yuxtaposición de elementos sino que estos son parte de un sistema engarzado, de un gran sistema o conjunto de culturas con incuestionable vocación de universalidad.

Ese es el gran valor de la cultura iberoamericana sobre el que se puede hacer descansar un proyecto de consolidación de ese sistema como un proyecto de futuro con un alto valor geoestratégico, y que hoy condensa el concepto de Espacio Cultural Iberoamericano.

**2. ¿Cómo encaja un proyecto como este en el actual proceso de globalización?**

La globalización vendría a ser una deriva reciente de la larga fase de mundialización cuyas raíces se hunden en el mundo antiguo, pero que recibe dos extraordinarios arreones con el descubrimiento de América y con el surgimiento en el siglo XVII, con la paz de Westfalia, el de un mundo organizado en Estados nacionales. Frente a la mundialización, proceso más integral, la globalización tiende a primar pragmáticamente los intereses comerciales y tecnológicos sobre los ideales políticos, sociales y culturales, lo que arrastra un debilitamiento de la capacidad de los Estados en ese nuevo escenario mundial y una profunda mutación de los contactos que traen la revolución de las comunicaciones y, en particular, las nuevas tecnologías digitales. En este nuevo contexto, los Estados estarían decayendo en su protagonismo, sostenido en el tradicional principio de soberanía cultural, como actores culturales internacionales. Ahora una parte de la vida cultural, fundamentalmente la que tiene que ver con los bienes y servicios culturales generados por las industrias creativas, se ve sometida a procesos de difusión mercantil transnacional de una intensidad desconocida antes, así como a las nuevas condiciones de circulación y acceso que trae la desmaterialización de los soportes tradicionales a través de los que antes se canalizaba la cultura. Esta nueva situación abre, sin duda, grandes oportunidades a la difusión y al contacto cultural, pero, a la vez, es causa de nuevas exclusiones y desigualdades.

**3.** La cultura es bifronte, potencialmente portadora de lo mejor, pero, a veces –por suerte, las menos– también es fuente de graves conflictos y hasta de los peores horrores. Su faceta positiva encierra una inmensa e inagotable posibilidad de humanizar, de acercar y enriquecer a los seres humanos. Esta virtud la hace potencialmente sustentadora de un valor geoestratégico –dicho con más precisión, neocultural– de primer orden, por su innata capacidad de alumbrar un proyecto universal de favorecimiento de la convivencia planetaria y de desarrollo de la riqueza espiritual y simbólica de los seres humanos. Aquí es donde los espacios culturales podrían ser aprovechados como un eslabón útil de articulación de una nueva arquitectura mundial de lo cultural, en tanto

ofrecen un plano intermedio entre lo global y lo estatal, la posibilidad de un constructo más pleno para la fertilidad y el fluir de la diversidad a escala universal y que se ofrezca, a la vez, como un círculo de seguridad para la acción estatal e infraestatal.

Sería ingenuo creer que la cultura puede resolver, por sí sola, los profundos problemas políticos, de injusticia y desigualdad que padece el mundo. Pero es incuestionable que atesora una inconmensurable capacidad de acercamiento, enriquecimiento y goce simbólico y de aportar felicidad y sentidos de vida a los seres humanos, muy lejos aun de haber sido debidamente aprovechada.

El Espacio Cultural Iberoamericano se revela así como un gran proyecto interno, pero no menos hacia el exterior, de contribución de la región a la puesta en valor de su riqueza cultural en el concierto cultural mundial. Un proyecto para mirar hacia adelante porque Iberoamérica posee las capacidades para convertirse, si se ancla en lo cultural, en un actor fundamental en la construcción de un nuevo orden mundial. Papel que no se desvirtúa, sino que acrece –porque una América culturalmente fuerte será más reconocida y se desarrollará con más seguridad en sí misma– en la hora actual de su apertura política y comercial al Pacífico.

El concepto de Espacio Cultural Iberoamericano está creciendo en las últimas décadas como idea fuerza de la comunidad iberoamericana. Así se ve en numerosas declaraciones y documentos de los últimos veinte años, entre los que resaltan las aportaciones de las Cumbres Iberoamericanas y, de forma muy especial, la Carta Cultural Iberoamericana, adoptada en Montevideo en 2006. Esta ha elevado la consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano al rango de objetivo central al incluir en sus fines principales el “consolidar el Espacio Cultural Iberoamericano como un ámbito propio y singular, con base en la solidaridad, el respeto mutuo, la soberanía, el acceso plural al conocimiento y la cultura, y el intercambio cultural” y al destinar un título propio, entre los cinco que la componen, a este asunto.

El último lance destacado en la afirmación de este concepto en la vida de la región se encuentra en la reciente Cumbre Iberoamericana de Cádiz, de 2012, en cuya Declaración, tras subrayar la importancia de la cultura y de la educación como factores de inclusión social y de desarrollo sostenible, se incluye el siguiente acuerdo: “Impulsar el Espacio Cultural Iberoamericano, afirmando el valor singular de la cultura que compartimos y de su diversidad, velando por los derechos culturales y facilitando la circulación y el intercambio de bienes y servicios culturales en la región”. Concretando este acuerdo, el programa de acción anexo a la Declaración, incorpora la siguiente propuesta: “Consolidar el desarrollo del Espacio Cultural Iberoamericano de conformidad con los enunciados de la Carta Cultural en sus dimensiones económica, social, institucional, jurídica, histórico-patrimonial, educativa y comunicacional. Para ello, constituir un grupo técnico abierto a todos los gobiernos iberoamericanos convocado por la SEGIB, para el análisis de las distintas dimensiones del Espacio Cultural Iberoamericano, con especial énfasis en su dimensión económica para el impulso de una Economía Iberoamericana de la Cultura, informando anualmente a la Conferencia de Ministros de Cultura”.

4. Hablar de consolidación de un Espacio supone referirse implícitamente a un proceso de fondo de integración en el que se puede avanzar a través de diferentes caminos y ritmos. La gama de opciones posibles es amplia y oscila entre la fórmula más inmediata y básica de la cooperación multilateral y, en el otro extremo, la creación de un sistema organizativo institucional de integración

Sería ingenuo creer que la cultura puede resolver, por sí sola, los profundos problemas políticos, de injusticia y desigualdad que padece el mundo.



que, al modo de la fórmula federal, disfrute de competencias propias cedidas por los Estados nacionales.

Es oportuno preguntarse qué se debe entender por integración en relación con la cultura, habida cuenta de la naturaleza intrínsecamente dinámica de esta y del valor e importancia de todas las expresiones culturales al amparo del principio, ampliamente asentado en los instrumentos internacionales (Declaración de la Unesco de Principios de Cooperación Internacional, Convención de la diversidad cultural), de igual dignidad de todas las culturas.

En este sentido, debe comprenderse la integración como un proceso de articulación de las partes en un proyecto conjunto, en el que estas disfrutan de la posibilidad de desenvolver y hacer evolucionar su singularidad, pero que a la vez les ofrece un marco fuerte y más amplio de preservación, interacción y proyección hacia otras comunidades.

A menudo, una errónea comprensión de la integración cultural hace equivaler esta a asimilación, en la que las expresiones culturales más fuertes absorben y fagocitan a las débiles. Pero “integrar”, en su acepción más genuina, significa constituir o completar un todo y su sustrato etimológico más íntimo nos traslada a la voz latina *integer*, entero y robusto, que en su raíz más literal (*in tegere*, no tocar), designa lo entero, lo no tocado. Estos sugerentes subterráneos de la lengua nos ayudan a comprender la integración cultural como el ensamblar un todo en el que las partes no pierden su personalidad, sino que se incorporan a un conjunto que les proporciona seguridad y nuevas posibilidades de despliegue de sus capacidades. Con una imagen musical, integrar en lo cultural sería algo así como crear una orquesta de la diversidad cultural en la que todos sus actores participan de una partitura común, en la que en unos momentos tocan todos y en otros parte de sus miembros y en la que, en fin, cada componente disfruta de la oportunidad de interpretar sus solos.

Es decir, la integración equidista tanto de la asimilación como de la dispersión.

El nuevo pensamiento de la diversidad cultural es un acicate para esta recompreensión de la integración como una esfera inclusiva en la que han de caber todos y en la que todos pueden desenvolver sus diferencias interactuando con los demás. El reconocimiento de la diversidad, en los términos que propone la Convención de la Unesco de 2005, es portadora de un *élan* universalista y humanista para nuestro tiempo: la diversidad cultural es la forma natural de desarrollo de las sociedades humanas en relación de diálogo y respeto y, por tanto, la gran riqueza de la especie no es caminar hacia una cultura única sino preservar todos los modos singulares e irrepetibles de ser humanos, modos articulados, en relaciones de diálogo e interacción, mediante una arquitectura compleja de planos y escalones de diferente geometría y amplitud. Es decir, la diversidad cultural, como concepto inclusivo, abierto y universalista, debe atender a la totalidad de sujetos y actores generadores y transmisores de expresiones culturales, desde una concepción generosa y fecunda de la libertad cultural, partiendo de las propias personas hasta los sujetos colectivos, comunidades nacionales, territoriales, locales, originarias e indígenas, minorías, inmigrados, jóvenes y mayores, colectivos culturales.

Y en este sentido, vista a escala mundial, la cultura iberoamericana representa, y sin por ello cerrar los ojos a las iniquidades que también la marcan, un notable ejemplo de conllevanza e interfecundación, porque lo comunitario, lo local, lo territorial y lo nacional no han sido obstáculo para el surgimiento de una conciencia de pertenencia a una categoría superior amachambrada con numerosos aportes. Pero, especialmente, por dos lenguas, el español y el portugués, *linguas francas*, pero también y, sobre todo, dos poderosos vehículos

Un proyecto para mirar hacia adelante porque Iberoamérica posee las capacidades para convertirse, si se ancla en lo cultural, en un actor fundamental en la construcción de un nuevo orden mundial.

de cultura; y complementada por un nutrido racimo de lenguas originarias y autóctonas que crean una primera urdimbre de comunicación de sus gentes, varias de ellas sobrepasando las fronteras estatales.

5. El proyecto de consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano no puede realizarse como una obra de ingeniería burocrática, sin un alma, sin unos valores que lo iluminen. Como dice un antiguo refrán de la región, para arar bien, hay que uncir el arado a una estrella. Esos valores, recogidos en la Carta Cultural Iberoamericana, tienen que ver, como expresan sobre todo los capítulos de fines y principios, con la libertad cultural y el reconocimiento y garantía de los derechos culturales, la centralidad de la cultura, la igualdad en la expresión y en el acceso, la solidaridad para la vida en común, la participación, el pluralismo y la diversidad. De hecho, el texto de la Carta Cultural Iberoamericana se cierra, en su frase final, con una apelación expresa a esos valores en la consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano: “En este marco se promoverán las afirmaciones, ideas y valores consagrados en la presente Carta cultural como líneas rectoras en la construcción del espacio cultural iberoamericano”.

6. Sería un error concebir la cultura iberoamericana como un hecho estático sino que ha de ser aceptada como un proceso profundamente dinámico. Viene de un pasado, tiene un presente y, esto es fundamental, aspira, articulada institucionalmente como un Espacio Cultural, a ser un proyecto de futuro, un sistema evolutivo de interfecundación cultural. La Carta Cultural Iberoamericana lo expresa palmariamente: “Iberoamérica es un espacio cultural dinámico y singular; en él se reconoce una notable profundidad histórica, una pluralidad de orígenes y variadas manifestaciones”.

El sustrato fáctico de este espacio nos viene dado por un pasado, con grandes luces y con importantes sombras también, de las que se debe aprender. Un presente, con una realidad cultural vigorosa, rica y creativa con una altísima potencialidad de proyección en el concierto mundial; de hecho, ningún otro espacio cultural del planeta disfruta de las ventajas y potencialidades del iberoamericano. Pero, sobre todo, es un proyecto de futuro que tiene la virtud de generar una ilusión y una utopía posible, siempre que asuma ser plenamente inclusivo de su diversidad y estar profundamente comprometido con los valores democráticos y los derechos fundamentales como marco dialógico de solución de los intereses y diferencias de sus gentes y comunidades. En este sentido, el concepto de iberoamericano, entendido como un proyecto cultural inclusivo y democrático aplicado a lo cultural, adquiere un valor extraordinario de reencuentro sobre una base cultural “real” y, en palabras de la Carta Cultural Iberoamericana, con “una notable profundidad histórica, una pluralidad de orígenes y variadas manifestaciones”.

7. Para precisar bien de qué hablamos, conviene adentrarse en una definición de qué es el Espacio Cultural Iberoamericano y señalar qué ventajas podría aportar a los ciudadanos.

Los procesos de integración conocidos no han sido capaces de acuñar un lenguaje unívoco. Mientras en los de naturaleza económica dominan los conceptos de mercado común o interior, los de vocación más política hablan de unión, organización, asociación de Estados. A ello se suma que, en los últimos años, la voz “espacio” es de uso cada vez más frecuente en la denominación de numerosos procesos de cooperación e integración (Espacio Europeo de Educación Superior, Espacio Europeo de Investigación, Espacio Europeo de libertad,

El nuevo pensamiento de la diversidad cultural es un acicate para esta recompreñión de la integración como una esfera inclusiva en la que han de caber todos y en la que todos pueden desenvolver sus diferencias interactuando con los demás.



seguridad y justicia, Espacio Iberoamericano del Conocimiento, Espacio Iberoamericano de formación, Espacio Iberoamericano del Conocimiento), si bien lo usual es que sean descriptos contextualmente y no en términos conceptuales. Una característica dominante es que se trata de proyectos sectoriales o parciales de integración y que descansan más en acuerdos y acciones de cooperación que en un sistema de estructuras institucionales.

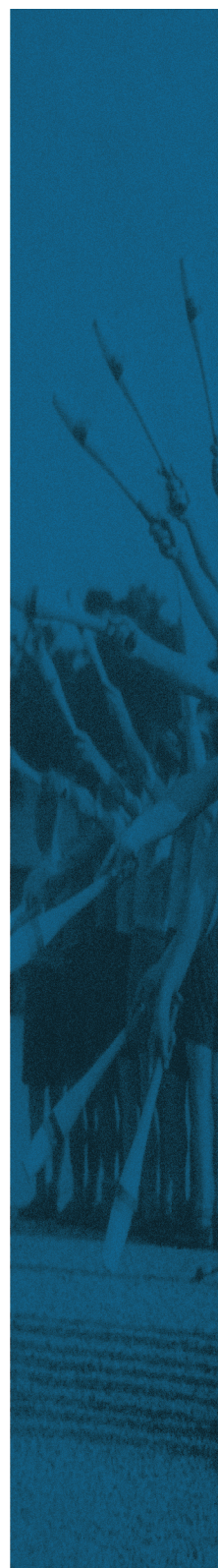
Un primer acercamiento a esa definición es desglosar analíticamente la expresión. En este sentido, el Espacio Cultural Iberoamericano vendría caracterizado por un objeto (lo cultural) referido a una comunidad (la iberoamericana) y por una dimensión espacial en la que se manifiestan los dos elementos precedentes.

Ahondando en el significado de la expresión y haciendo una síntesis del conjunto de reflexiones anteriores, el Espacio Cultural Iberoamericano podría ser definido como un:

- Proyecto común de cooperación cultural y volcado a una futura integración, que hace referencia a una comunidad cultural diversa, plural y compleja portadora de un repertorio de valores simbólicos, lingüísticos, de identidad y de ciudadanía cultural.
- Valores simbólicos gestados en una experiencia histórica compartida y asentada en un ámbito geográfico supranacional y susceptible de dar cabida en el proyecto, mediante relaciones de asociación y cooperación, a otros grupos y comunidades presentes en otros espacios geográficos externos a la región pero vinculados culturalmente a ella.
- Que comparte el propósito de hacer de ese espacio un área fluida, libre de fronteras y obstáculos para la comunicación, la interacción cultural y la diseminación de dichos valores, así como el propósito de actuar y ser reconocida desde el exterior como una comunidad compleja de identidad y diversidad cultural y como un actor geocultural mundial.

**8.** Una precisión se impone. El sustrato cultural del Espacio existe y remite a una comunidad que no ha quebrado su continuidad histórica. Pero una comunidad cultural no es, sin más, un espacio. Es el elemento humano necesario, pero un Espacio es una construcción institucional que implica fines, valores, objetivos, programas, actores, medios, procedimientos e instituciones responsables. En definitiva, es un proyecto “político”, en el sentido más generoso y genuino de esta voz, de búsqueda del interés general en beneficio de la comunidad.

Por eso es importante, en este momento, recabar sobre la existencia también de una importante institucionalización pública, social y privada de programas y actividades y de redes con vocación de espacio iberoamericano, en tanto hacen suyas, explícita o implícitamente, los valores y objetivos del espacio y, en particular, el de borrar fronteras interiores para el libre fluir de las diversas expresiones culturales iberoamericanas. Valga señalar, en primer lugar, el abanico de estructuras institucionales que desarrollan en el ámbito iberoamericano, entre otras tareas, competencias en las materias culturales (SEGIB, OEA, OEI, CAB, Cerlalc, Mercosur, Unasur, OI), CAF, CAN). Estas instituciones vienen impulsando diversos programas, entre los que cabe señalar los programas Iber y otros y declaraciones con destacada vocación iberoamericana (como son, entre otros, la Carta Cultural Iberoamericana, Ibermedia, ADAI, Iberescena, Ibermuseos, Iberorquestas Juveniles, Iberbibliotecas, TEIB, Educación Artística, Cultura y Ciudadanía, ODAI, CAMPUS euroamericanos). Y son asimismo parte del Espacio las redes de cultura, tanto de iniciativa institucional como



privada, como Ibertur, Interlocal, la Red de promotores culturales de América Latina, RICIP<sup>1</sup>, entre otras.

En definitiva, hay ya numerosos fragmentos de Espacio Cultural Iberoamericano contruidos y esto es lo que hace que lo correcto sea hablar de afirmación o “consolidación” del Espacio –como hacen la Carta Cultural Iberoamericana y la Declaración de la Cumbre Iberoamericana de Cádiz– y no de “creación” del Espacio. Crear es generar algo “ex novo”, consolidar es impulsar algo que ya existe. Y, efectivamente, el espacio en parte ya existe.

**9.** Avanzar en la construcción del Espacio Cultural Iberoamericano es una tarea compleja precisada de un enfoque integral que ha de atender, desde la afirmación de lo ya existente, el desarrollo de las múltiples dimensiones que impactan en la vida cultural y que pueden hacer posible que el Espacio sea integralmente un ámbito fluido para la circulación de los bienes culturales, las personas y los creadores, el patrimonio cultural y el conocimiento. Esas dimensiones vienen concretadas, tomando como base la propia Declaración de la XXII Cumbre Iberoamericana de Cádiz, en las siguientes:

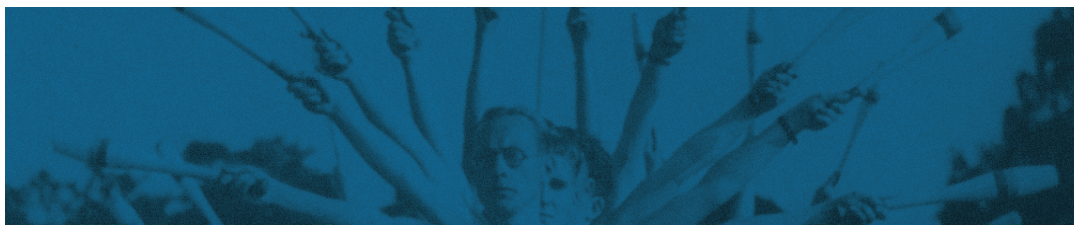
*Económica*, que debe hacer de la región un ámbito libre de circulación, sin trabas ni barreras, de los bienes y servicios culturales en el conjunto de las fases de creación, producción y distribución de acuerdo con los valores culturales de impulso de la creatividad, el acceso por todos los ciudadanos iberoamericanos a la riqueza cultural de la región y el pluralismo y valorización de la diversidad cultural; y, a tal fin, esta dimensión económica ha de generar las bases para la conjugación de los valores e intereses económicos y culturales en pro de una Economía Iberoamericana de la Cultura altamente competitiva y de un elevado valor añadido.

*Social*, que deberá tener como fin promover la existencia de unas garantías laborales y de protección social dignas para los trabajadores y profesionales de la cultura en la región iberoamericana.

*Institucional*, cuyo objeto es, hacia el interior de la región, afianzar las instituciones culturales ya existentes en los Estados y en las demás instancias territoriales y promover en su seno la individualización de órganos y cauces específicos con responsabilidades para el impulso del Espacio Cultural Iberoamericano, así de coordinación y cooperación cultural. Hacia el exterior, esta dimensión podría desembocar, en un momento futuro, en la creación de órganos culturales comunes que puedan gestionar y representar el Espacio en el mundo.

*Jurídica*, que ha de atender a que la región pueda aproximar los enfoques legislativos en las materias culturales desde postulados y visiones compartidas que sean la base de un Derecho Iberoamericano de la Cultura, para el que es de especial importancia la creación de bases y repertorios jurídicos documentales.

<sup>1</sup> Para un desarrollo detallado de todo el conjunto de organismos, programas y redes que aquí relacionamos sintéticamente, véase la monografía de F. Vicario Leal, “Reflexiones en torno a la cooperación cultural”, Madrid, Cultiva Libros, 2012.



*Histórico-patrimonial*, que ha de hacer posible la puesta en valor, la difusión y el conocimiento del legado de creaciones y de bienes culturales y, en particular, de los conocimientos tradicionales generados por la multiplicidad de grupos y comunidades de la región que significan, de forma más relevante, la diversidad y la identidad cultural iberoamericana.

*Educativa*, que ha de buscar la sinergia entre cultura y educación sobre la base del impulso del acceso a la historia cultural iberoamericana, a sus aportaciones artísticas y creativas y al conocimiento científico y tecnológico.

*Comunicacional*, cuyo objeto es favorecer un Espacio que posibilite la circulación e interacción de los contenidos y expresiones culturales de la región a través de redes iberoamericanas de medios de comunicación y de plataformas digitales, que descasen en el castellano, el portugués y las demás lenguas autóctonas, todo ello de conformidad con los principios de pluralismo, acceso universal y neutralidad de la red.

A las anteriores se debería agregar, por último, una dimensión *ciudadana*, que debería afirmar una conciencia compartida de ciudadanía cultural iberoamericana, sustentada en el reconocimiento recíproco de la multiplicidad de expresiones culturales de la región y de las identidades complejas y plurales de sus gentes y de las comunidades (nacionales, territoriales, indígenas, originarias y afrodescendientes) que las articulan; y sustentada, asimismo, en la participación social (con especial énfasis en los jóvenes y en otros grupos sociales) sobre la base del reconocimiento y la garantía, tal como propone la Carta Cultural Iberoamericana, de los derechos culturales. ●

Sería un error concebir la cultura iberoamericana como un hecho estático sino que ha de ser aceptada como un proceso profundamente dinámico.

Releo artículos de investigadores y documentos de reuniones internacionales de la década pasada sobre cultura y desarrollo: me impresiona la cantidad de convicciones y estrategias que hoy son difíciles de sostener. Comenzaré resumiendo varias innovaciones de estos años recientes y las dudas que suscitan:

- Pasamos de una discusión sobre las identidades basadas en el patrimonio tradicional y las artes a análisis socioeconómicos del desarrollo cultural. Esos estudios mostraron la capacidad de las industrias comunicacionales para atraer inversiones, generar empleos, promover la diversidad, la comunicación entre sociedades y la participación de los ciudadanos. Confiaban que dichas industrias contribuyeran a que los países iberoamericanos nos posicionemos mejor en la globalización.
- Se fue construyendo un espacio cultural iberoamericano a través de programas de cooperación y coproducción en las artes, las industrias audiovisuales y las nuevas tecnologías comunicacionales. Aumentaron las inversiones en la cooperación cultural iberoamericana y se crearon organismos y acuerdos para estimular la circulación de libros, discos, películas, videos, programas de radio y televisión. Aunque las acciones intergubernamentales son escasas en la cultura digital, vemos acoplamientos empresariales y en redes de servicios telecomunicacionales e informáticos. Hay aun debates insuficientes sobre la concentración monopólica de las empresas y la regulación de los Estados, así como sobre las diversas formas de propiedad intelectual.

¿Qué queda de estos emprendimientos? Señalo, en primer lugar, que se amplió la visión sobre el desarrollo y los derechos culturales. Luego, la sistematización de información cultural en observatorios y centros de investigación, la elaboración de diagnósticos sectoriales sobre la producción y circulación de cine, televisión, libros y música, las encuestas de públicos y las tendencias del consumo cultural. Sin embargo, estos estudios tienen escasa incidencia en el diseño de políticas. También se construyeron programas de coproducción e integración, así como circuitos de intercambio a escala iberoamericana (Ibermedia, Iberescena, Ibermúsica, redes de festivales, mayor interconexión entre ferias, editoriales, etc.). No se obtuvieron, en cambio, logros significativos en propuestas para establecer un canal de televisión público iberoamericano o latinoamericano, cuotas de pantalla regionales en cine y televisión, acuerdos fiscales entre gobiernos para facilitar el desarrollo endógeno y la distribución iberoamericana de bienes de otros países de la región.

En parte, estas observaciones y perspectivas de análisis están presentes en la Carta Cultural Iberoamericana (2006) y en otros documentos del MERCOSUR

¿Tienen sentido las políticas estatales de promoción cultural y la asociación de los gobiernos en programas de cooperación y defensa de la región y de la lengua mientras se acentúa la privatización desregulada de la producción cultural y la transnacionalización empresarial?

## Néstor García Canclini

PROFESOR DISTINGUIDO DE LA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
METROPOLITANA E INVESTIGADOR  
EMÉRITO DEL SISTEMA NACIONAL  
DE INVESTIGADORES DE MÉXICO

y de organismos de cooperación (Canelas Rubim y Bayardo, orgs., 2008; Carbó Ribugen, coord., 2007; CONACULTA-OEI, 2004; OEI, 2005).

Sería útil una evaluación más minuciosa de los resultados parciales o insatisfactorios de estos emprendimientos. Pero hoy es necesario, además del balance sobre los objetivos buscados, atender a dos desafíos mayores: a) la descomposición acelerada de la economía mundial, con la retracción consiguiente en las inversiones, el empleo y los consumos culturales, y b) la enorme transformación tecnológica que, al modificar formas de producción, circulación y acceso, hace tambalear varios principios del desarrollo cultural a fines del siglo XX.

¿Se continuarán editando libros?, ¿seguirá habiendo salas de cine y tiendas de discos o sucumbirán ante las redes digitales?, ¿tienen sentido las políticas estatales de promoción cultural y la asociación de los gobiernos en programas de cooperación y defensa de la región y de la lengua mientras se acentúa la privatización desregulada de la producción cultural y la transnacionalización empresarial? Los procesos de industrialización de la cultura expandidos durante el siglo pasado se vuelven de dudosa sustentabilidad ante el creciente acceso digital a las redes.

No tenemos modelos de desarrollo económico o sociotecnológico que permitan responder con certeza a estas preguntas. ¿Con qué recursos conceptuales enfrentar las incertidumbres provocadas por estas transformaciones? Hallamos una combinación de tres tendencias: a) la revitalización de un discurso identitario centrado en la defensa de las culturas nacionales y su promoción mediante alianzas entre actores públicos y privados, complementados por la cooperación regional; b) la confianza en el último modelo explicativo generado por la economía de la cultura: la economía creativa; y c) un conjunto de prácticas creativas, usos de tecnologías avanzadas y redes de cooperación que están modificando velozmente las condiciones de desarrollo cultural en las nuevas generaciones.

### ¿CULTURA NACIONAL, IBEROAMERICANA O TRANSNACIONAL?

Cuando en la entrega de los Oscar, en mayo de 2010, *El secreto de sus ojos* obtuvo el premio a la mejor película extranjera, pese a la euforia que suscitó en los medios argentinos, se discutió si podía considerarse un éxito nacional una película cuyo financiamiento mayoritario provenía de España. Unos meses antes, al otorgar los Goya, el principal premio de España, la misma película de Juan José Campanella compitió tanto entre los filmes españoles como entre los hispanoamericanos.

¿Qué se necesita para definir la nacionalidad de una película? Un debate parecido ocurrió en 2007 cuando la selección para los Oscar incluyó cinco nominaciones para *El laberinto del fauno*, un filme de Guillermo del Toro actuado por españoles y referido a la guerra civil en ese país; también hubo siete nominaciones para *Babel*, de Alejandro González Iñárritu, filmado en varios continentes con financiamiento estadounidense, del que solo unos pocos minutos transcurren en México. ¿Merecían ser celebrados como triunfos mexicanos si los dos directores de esos filmes viven hace más de una década en el extranjero y su producción, actores y relatos eran de otros países? Varios críticos dijeron que, en vez de éxitos de México, eran triunfos de migrantes cuyo desarrollo en Hollywood o España evidencia los fracasos de la cinematografía mexicana como industria (Aviña, 2007).

No está claro si lo decisivo para que una película sea considerada de una nacionalidad es la localización de su argumento, la nacionalidad del director y los actores, el origen de los recursos económicos o el estilo narrativo, que algunos juzgan expresivo de cada cultura. Gran parte de este debate sigue sin resolverse porque depende de un modo de preguntar por las identidades nacionales y por la definición de lo iberoamericano que ha mostrado ser poco productiva. Podemos seguir otra línea explorada por la sociología de las artes visuales cuando reformula la pregunta *qué es el arte*. Al considerar el conjunto de relaciones sociales entre artistas, instituciones, curadores, críticos y públicos, y aun empresas y dispositivos publicitarios que construyen el reconocimiento de ciertos objetos como artísticos, autores como Bernard Edelman y Natalie Heinich sugieren pasar de la pregunta *qué es el arte* a indagar *cuándo hay arte*.

Sugiero, en esta dirección, que la pregunta no debería ser *qué es el cine latinoamericano o iberoamericano* sino *cuándo hay arte o cine latinoamericano*. Quiero deslindar esta reubicación social de las prácticas culturales de los discursos posmodernos que declaran el fin de las naciones y su disolución en un nomadismo globalizado. Aunque sea poco consistente la definición nacional o latinoamericana de las culturas, sigue habiendo ministerios nacionales de cultura, institutos nacionales de cine y festivales y cátedras de cine latinoamericano. ¿Qué hacer con estas entidades en las cuales lo nacional y lo latinoamericano o iberoamericano permanecen como referencia?

Las dudas sobre la existencia de una cultura iberoamericana parecieron atenuarse en el cine debido al éxito de Ibermedia. Creado en 1998 por la VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado, este programa de coproducción fílmica es el que, entre todas las áreas de la cultura, ha vuelto más creíble la iberoamericanidad. Ni las artes visuales, ni la literatura, ni la radio, han contado a escala regional con un programa tan estructurado, que lograra involucrar a España, Portugal y dieciséis países de América Latina. Ibermedia se sustenta, más que en la exaltación identitaria, en la concepción de un “espacio audiovisual latinoamericano”. Fomenta la integración de las empresas y los proyectos de esta región en redes supranacionales, así como el intercambio de los profesionales de la industria, mediante ayudas financieras y asistencia técnica a la coproducción de películas para cine y televisión por productores independientes.

En los quince años anteriores a la creación de Ibermedia, de 1982 a 1998, solo se coprodujeron 59 películas entre España y América Latina, en tanto en los trece años posteriores se hicieron más de trescientos filmes. Este avance fue posible también gracias a las políticas de fomento impulsados por algunos Estados, como ocurrió en España, Argentina, Brasil y México. Sin embargo, el impacto mayor de Ibermedia se aprecia, más que en las salas comerciales, en

No está claro si lo decisivo para que una película sea considerada de una nacionalidad es la localización de su argumento, la nacionalidad del director y los actores, el origen de los recursos económicos o el estilo narrativo, que algunos juzgan expresivo de cada cultura.

la proyección en circuitos alternativos y premios de festivales a las películas apoyadas en nuestra región.

¿Por qué los resultados de Ibermedia son marginales y episódicos? El propio programa, en su evaluación de 2009, señala “dificultades” conocidas. La primera es la estructura oligopólica del mercado, controlado por empresas estadounidenses que dan abrumadoras preferencias a sus filmes en las pantallas. En contraste, señala la debilidad de los canales de comercialización receptivos al programa iberoamericano y la necesidad de impulsar no solo la coproducción sino la codistribución. No solo la exhibición en salas, sino en circuitos de video y televisión.

En México, por ejemplo, nueve grandes empresas concentran el 95.88% de los ingresos del mercado, manejan el 66.17% de los estrenos ocupando con sus copias el 91.27% de las salas de exhibidoras. En tanto, las cifras de 2009 dicen que las empresas independientes aportaron el 33.82% de los estrenos con 8.73% de las copias y alcanzando apenas 4.13% de los espectadores. Las distribuidoras independientes, que dan espacio a cintas latinoamericanas de autor y documentales, están arrinconadas en las carteleras en las peores fechas del año y reciben por tanto menos visitantes (Ugalde, 2009).

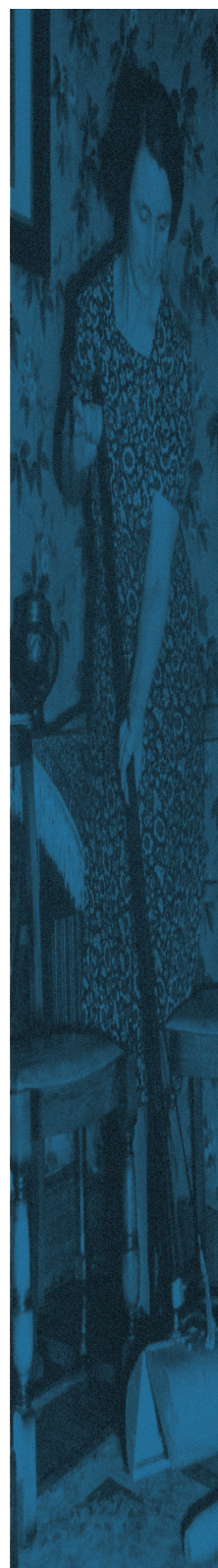
La pregunta acuciante en este momento es qué va a suceder con Ibermedia y otros programas europeos de apoyo al cine. La crisis de varias economías europeas, y especialmente de España, que venía aportando aproximadamente dos tercios a los fondos iberoamericanos, pone entre signos de interrogación los logros de los últimos años. El actual gobierno español ha recortado 70% los recursos destinados a la cooperación internacional; la industria fílmica española sufría a fines de abril de 2012 un descenso del 47% en su producción respecto al mismo período del año anterior (de 55 a 35 películas); la asistencia a las salas cayó un 16% (García, 2012:30); y suprimieron varios festivales españoles con años de trayectoria. Parece vincularse con esta escasez de fondos españoles que, al comenzar 2012, Ibermedia haya eliminado una convocatoria de las dos que realizaba cada año y suspendiera apoyos que venía dando en las modalidades de Distribución, Exhibición y Delivery.

Dado que en años recientes varios países de América Latina han crecido en forma sostenida en el número de películas producidas, en la asistencia a salas y en la venta para diversas pantallas, habría que explorar si la crisis española puede compensarse en los países latinoamericanos con mayor crecimiento económico mediante nuevas acciones estatales y acuerdos regionales. ¿Será posible reformular el esquema geopolítico de desarrollo regional?

## ECONOMÍA CREATIVA Y PRECARIEDAD SOCIAL

El papel creciente de la creatividad en el desarrollo socioeconómico ha llevado a redefinir el papel de la cultura y de los actores sociales. La creatividad, como recurso decisivo para lograr ventajas competitivas en muchas zonas productivas, trasciende los campos especializados, como el artístico, y se extiende a las comunicaciones, las innovaciones tecnológicas, el diseño computacional y muchas áreas de la vida cotidiana de la gente común. Se dice que las prácticas creativas abarcarían en Estados Unidos y Europa del 25 al 30% de la fuerza laboral (Florida, 2002).

No voy a detenerme en el debate internacional que ha objetado los modos en que las estadísticas acumulan en las cifras de la economía creativa datos de la creación y la reproducción, actividades profesionales y oficios asociados, como los acomodadores de cine (Bustamante, 2011). Quiero señalar las



dudas sobre la sustentabilidad de políticas culturales apoyadas en esta visión económica de la cultura a partir de lo que se observa en su escena principal: las ciudades. Se dice que las urbes contaminadas por la concentración fabril estarían cediendo lugar, en esta economía desmaterializada o sociedad del conocimiento, a ciudades donde se impulsa la renovación a través de la digitalización y la interconectividad global. La investigación e innovación son vistas como recursos claves para añadir valor a la producción y propiciar un desarrollo acelerado, con mayor competitividad internacional; fomentar la articulación entre universidades, empresas y creadores; facilitar el acceso a las nuevas tecnologías comunicacionales de todos los ciudadanos; orientar la educación formal e informal para elevar el nivel educativo de toda la población, especialmente los aprendizajes de conocimientos e inserciones en redes que favorezcan la adquisición de este tipo de capital social.

En América Latina nos preguntamos qué posibilidades existen de desarrollar ciudades del conocimiento en medio de políticas científicas y tecnológicas rezagadas, con baja competencia internacional. El desaliento a la investigación y la innovación nos coloca en situación subordinada en la división internacional del trabajo intelectual y fomenta la emigración de científicos, técnicos y creadores. No es casual que algunas urbes latinoamericanas a las que se ha querido reconvertir en ciudades del conocimiento en breve tiempo vean decaer sus innovaciones. La falta de soportes estructurales las reducen, a veces, a ciudades del espectáculo arquitectónico, y en situaciones extremas de descomposición la inseguridad desactiva aun esta alternativa. Lo ejemplifica Monterrey, segunda ciudad mexicana por su volumen de población y su lugar en la economía nacional.

El Fórum Universal de las Culturas realizado en 2004 en Barcelona ya auspició polémicas sobre los vínculos entre el crecimiento urbano, los espectáculos y la expansión del saber. La segunda edición del Fórum, desarrollada en Monterrey entre septiembre y noviembre de 2007, se propuso vincular el desarrollo cultural sostenible con los avances científico-tecnológicos. “Monterrey, ciudad del conocimiento” fue el lema elegido para este festival de espectáculos artísticos, exposiciones y coloquios que tuvo prestigio como capital industrial por haber sido sede de la mayor compañía siderúrgica de América Latina y de muchas otras fábricas. Cuando las políticas económicas desalentaron el desarrollo industrial, en favor de las importaciones, los altos hornos cerraron y sus edificios se reconvirtieron en pinacoteca y cineteca. Luego –con el estímulo del Fórum– el espacio posfabril creció agregando nuevos museos y un planetario. Un analista del Fórum, que valoró la ampliación de servicios culturales a la población, escribió que había algo perturbador en que las instalaciones de una empresa quebrada por incompetencia de sus dueños y del Estado se haya convertido en “un monumento a la capacidad emprendedora y a la armonía entre el empresariado y el gobierno” (Díaz Garza, 2007:20), con “Museo del Acero”, “Museo del Vidrio” y centros para exhibir arte. Algunos académicos y medios periodísticos preguntaban si la enorme inversión en nuevos edificios que museificaban la ciudad no debería haberse destinado a resolver los crónicos problemas de infraestructura que cada año obligan a enfrentar inundaciones, cortes de luz y otras deficiencias en los servicios.

A cinco años de aquel Fórum que reunía cultura y conocimiento, la descomposición social y el descontrol político territorial que sufre México, debido en gran parte al narcotráfico, convirtieron a Monterrey en una de las ciudades más violentas del país. La población se siente en riesgo constante y deja de salir de noche a las calles. Se reduce la oferta cultural. Decenas de miles están





desplazándose a otras zonas o a Estados Unidos. Se caen convenios del Instituto Tecnológico de Monterrey con universidades extranjeras porque, ante el asesinato de estudiantes, varias universidades estadounidenses suspendieron los intercambios de profesores y alumnos.

Sabemos que hay en América Latina otros ejemplos de ciudades descompuestas por procesos violentos, donde la innovación cultural fue más sustentable y contribuyó a la regeneración del tejido urbano al formar parte de políticas sociales atentas a las necesidades de la mayoría de la población: Bogotá y Medellín son quizá los dos ejemplos más citados. Cabe destacar también las redes brasileñas como Overmundo y el Circuito Fora do Eixo, movimientos surgidos de las periferias de Río de Janeiro o Sao Paulo, donde la puesta en valor de la creatividad de amplios sectores se logra a través de una economía solidaria: cooperación colectiva, trueque, redes de organizaciones que enlazan las prácticas artísticas con servicios en zonas de alta criminalidad, administración de software libre y colaboración con otras redes dentro y fuera de Brasil. Su sustentabilidad y crecimiento ha sido posible también gracias a subvenciones y programas estatales de desarrollo, como los Puntos de Cultura, pero al contar con fuentes múltiples de ingresos (en gran parte autogenerados) su desenvolvimiento no está librado a eventuales cambios gubernamentales (Yúdice, 2007 y 2012).

## LOS JÓVENES CAMBIAN LA CONVERSACIÓN

Los desfases entre las promesas de la economía creativa y su operación efectiva se aprecian principalmente en los estudios sobre jóvenes. ¿Cómo interpretar que en algunos países o ciudades la producción cultural abarque entre el 3 y el 9% del PIB e incorpore a minorías calificadas en áreas productivas muy disidentes al mismo tiempo que el alto desempleo y la contracción del consumo excluyen a amplios sectores?

Encontramos más jóvenes que en cualquier época anterior ocupando papeles protagónicos en las industrias audiovisuales y digitales, en la producción editorial independiente, en las artes visuales y como consumidores. Son los que conducen o participan más creativamente en las tecnologías digitales en casi todas las áreas de la creación y la comunicación cultural. Este protagonismo de nuevas generaciones lleva a acuñar nuevos términos: emprendedores independientes, *trendsetters*, *techsetters*, prosumidores.

Hay un estimulante debate internacional sobre la potencialidad de este proceso. ¿Estamos pasando de las megaempresas transnacionales a una economía creativa más diversificada que estaría generando mayores oportunidades en los países tradicionalmente receptores de la producción cultural originada en las metrópolis? Encontramos cifras sorprendentes sobre el aumento de las producciones independientes, de las pymes culturales y comunicacionales, sobre el desempeño innovador de los movimientos juveniles en Inglaterra, Australia, España, Brasil y México. Estudios como los de Ángela McRobbie, Jaron Rowan y Emilio G. Medici vienen discutiendo, para decirlo en palabras de este último, si las industrias creativas son el “motor del desarrollo”, o una “receta” para las fallas del desarrollo, disimula el aumento del desempleo o la incapacidad del actual modelo económico para incorporar a las nuevas generaciones. En este caso, se necesita leer la receta junto con sus “contraindicaciones” (Medici, 2009).

En los estudios que venimos realizando en Madrid y la ciudad de México en los dos últimos años sobre las prácticas creativas hallamos que sus

Podemos seguir otra línea explorada por la sociología de las artes visuales cuando reformula la pregunta qué es el arte.

emprendimientos se relativizan frente las cifras de más de siete millones de jóvenes mexicanos a los que se llama “ninis”, porque no pueden estudiar ni trabajar.<sup>1</sup> Es significativo que muchos jóvenes que encuentran dificultades para insertarse en actividades creativas actúen en múltiples escenas (talleres, escuelas, festivales, ferias, espectáculos) impulsando nuevos tipos de trabajo y modelos de negocio. Sus hábitos de producción, creación de redes y formas de acceso a la cultura difieren de los establecidos en la industria cultural por las generaciones anteriores.

La etnografía de estos sectores innovadores muestra tendencias coincidentes en varios países: se acomodan a trabajos inestables, combinan recursos públicos y privados, formales e informales, tácticas de agrupamiento y redes novedosas para alcanzar cierto desarrollo creativo. Esta franja de jóvenes presenta alto nivel educativo y capacitación tecnológica. Aun quienes no han finalizado su escolaridad universitaria, disponen de recursos económicos y escolares, familiares, conocimientos básicos de inglés y equipo de computación personal que los habilitan para acceder constantemente a programas y servicios digitales complejos. La comunicación digital está en el núcleo de su vida cotidiana. Como dice un profesor entrevistado, estos jóvenes “nacieron con Internet en su cuarto”. Son cosmopolitas, muy versátiles para desempeñarse en oficios diversos, usan intensamente las redes sociales para informarse y cooperar anudando comunidades nacionales e internacionales donde consiguen trabajos y expanden sus productos.

Sabemos que estos rasgos no son simples derivaciones del uso de las redes tecnológicas. Están inducidos también por la precariedad de los trabajos efímeros que logran, las exigencias laborales de ser autoempleables y estar disponibles todo el tiempo, la necesidad de completar los ingresos como artistas o editores independientes con lo que pueden obtener en otras tareas. La versatilidad —entre diversos oficios, formas de colaboración y aun lenguas y países— es facilitada por las redes digitales, pero es también un requisito “normalizado” por la flexibilización de los mercados laborales y la incertidumbre acerca del futuro de los trabajos. Tener varios perfiles profesionales y aprender a trabajar con especialistas en campos diferentes son necesidades del entorno sociocultural.

Estos nuevos estilos y procedimientos de trabajo están en desacuerdo con la especialización de las antiguas instituciones e industrias culturales. Los museos, salas de música y teatros más sensibles a los cambios, que se abren a otras disciplinas, se reconvierten, hasta donde pueden, en plataformas creativas donde conviven lo visual, los sonidos y las performances. Las inercias de otras instituciones llevan a los creadores jóvenes a improvisar esas plataformas a menudo por fuera de los aparatos burocráticos. La independencia o autogestión no constituyen valores por sí mismos, ni son recursos para oponerse a lo oficial o lo establecido, dicen Verónica Gerber y Claudia Pinochet, las autoras del estudio sobre artistas visuales; surgen como necesidad de las propias prácticas creadoras. Los espacios institucionales receptivos a estas tendencias reciben a grafiteros y performancers, se abren algunas noches a especialistas de otros campos y a experimentaciones no ubicables en una sola disciplina, “quieren tener su espacio *“cool”*, *“alternativo”*, *“dinámico”*”, explica una curadora.

Una consecuencia de esta reestructuración interdisciplinaria, que moviliza por fuera de las instituciones, o entre ellas, a los creadores y difusores es un cambio de lenguaje. Las nociones de campo artístico, campo editorial y campo musical, utilizadas en la sociología de las artes y la literatura, inspiradas por Pierre Bourdieu, ceden lugar a otras. Para describir el ámbito de actuación,



<sup>1</sup> Resumen en lo que sigue algunos fragmentos del estudio colectivo coordinado por Francisco Cruces, Maritza Urteaga y yo mismo, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel-Fundación Telefónica-Universidad Autónoma Metropolitana de México, 2012.

los *trendsetters*, hablan de *escena*, *entorno*, *circuitos* o *plataformas*, conceptos más abarcadores y flexibles. Mientras la noción de campo aludía a un sistema especializado y autocontenido, con reglas peculiares que articulaban –por ejemplo, en el campo musical– a compositores, intérpretes, salas de concierto, promotores y espectadores, hablar de escenas o circuitos facilita, en cambio, incluir de modo más flexible una diversidad amplia (y entremezclada) de actores internos y externos a lo que antes se llamaba campo.

Asimismo, hallamos, de parte de los jóvenes creadores, menos exigencia a diferenciar su tarea de las instituciones públicas o las fundaciones empresariales que en generaciones anteriores. Buscan recursos donde se los pueden dar, aprovechan espacios y formas de comunicación de distintos orígenes; según algunos editores jóvenes “se trata de una autonomía de objetivos artísticos, pero no de medios. Hay muchos niveles en los que se puede ser independiente”: en el modo de producción, en los contenidos, o controlando la repercusión y el uso de lo que hacen. No siempre logran imponerse a la lógica de los organismos públicos, a la exigencia de éxito comercial o la divulgación mediática. También en la negociación con estas reglas institucionalizadas en circuitos no artísticos se ensaya la creatividad.

Un rasgo de estos jóvenes que interesa para esta revisión de los vínculos entre cultura y desarrollo es la organización de la vida en proyectos y el desvanecimiento de la noción de carrera: representa en las experiencias personales y grupales de los creadores el correlato de la pérdida de la idea de desarrollo como algo integral que abarca el conjunto de la vida social. Pasamos de una sociedad en la que se podía hacer carrera a otra en la que escasean las plazas laborales y, cuando se consiguen, son casi siempre nombramientos temporales e inseguros. Los jóvenes declaran estar acostumbrados a organizarse en proyectos de corta y media duración. La creatividad y la innovación, dos rasgos altamente valorados para conseguir trabajo, más que las competencias profesionales duraderas, contribuyen a dar a sus actividades esta periodización frágil. La presión de lo instantáneo, lo que se descubre o se informa hoy, refuerza esta relación con la temporalidad de las biografías: todo es efímero, renovable y luego obsoleto, incluso los agrupamientos que organizan los jóvenes para poder trabajar.

Este sentido transitorio de los emprendimientos conspira contra el rendimiento en las prácticas culturales que requieren inversiones cuantiosas y cuya capacidad de recuperación económica es lenta. Los patrones laborales y comerciales de la *industria editorial*, por ejemplo, donde la producción lleva meses y su sentido se nutre, en parte, de un catálogo formado durante años, entran en conflicto con la intermitencia de los trabajos y las coacciones del mercado que propician la obsolescencia y la renovación incesante.

Esta tensión temporal entre los tiempos largos de las industrias culturales sustentables y las prácticas culturales flexibles de las nuevas generaciones se aprecia también en los hábitos de consumo. Están formados como espectadores multipantallas: van al cine, ven televisión y ocupan mucho tiempo ante la computadora, donde miran películas, sus programas favoritos de televisión, los diarios y revistas, juegos y los blogs donde encuentran y pasan de unos a otros información, comentarios y entrevistas sobre todas esas ofertas culturales. No solo las herramientas digitales facilitan que cada individuo programe su propia función sin anuncios o con las interrupciones que elige: también están haciendo posible la difusión en red, como el festival 4+1, que proyecta simultáneamente a ciudades de varios países para grupos de espectadores disponiendo de una sola copia. La multiplicación de un filme en redes ciberes-

En los quince años anteriores a la creación de Ibermedia, de 1982 a 1998, solo se coprodujeron 59 películas entre España y América Latina, en tanto en los trece años posteriores se hicieron más de trescientos filmes.

paciales, redes educativas, redes “piratas” o ciudadanas es uno de los mayores cambios generados en la historia de los públicos.

Estas estrategias creativas y los hábitos de consumo y apropiación revelan el crecimiento de áreas de desarrollo cultural fuera del *mainstream*. Lo vemos en la multiplicación de festivales independientes de cine y música. Estos festivales, como Ambulante en México y Bafici en Argentina, hacen acuerdos con cadenas de cines comerciales, centros culturales oficiales y alternativos, televisoras de distintos países, museos y ferias abiertos a los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías. En cierto modo, se está pasando a una etapa postindustrial de la cultura. No en el sentido de que se vayan a dejar de hacer películas, libros y música en forma industrial, como gran espectáculo, estandarizados, con fórmulas probadas. Cuando hablo de una época postindustrial me refiero a que la producción digital, en red, con presupuestos bajos accesibles a muchos creadores hacen posible ensayar otros modos de hacer cine, literatura y música en redes alternativas a la gran industria.

¿Se puede afirmar, como a veces oímos, que las editoriales, disqueras, galerías y centros culturales independientes son agentes de “resistencia cultural” al neoliberalismo, a los poderes estatales y empresariales, a las estéticas oficiales? (Espinasa, 2011). A veces, es así. Pero la suma de entrevistas y miradas etnográficas a estas escenas de producción cultural revela que son también lugares de innovación más allá de las restricciones presupuestales y las inercias que hacen agonizar modos “consagrados” de hacer cultura y hacer negocios.

Ver estas iniciativas múltiples y polivalentes solo como resistencia, únicamente en clave política, y por tanto encomendarles que llenen el vacío dejado por los partidos políticos y los Estados o las acciones lucrativas de empresarios, es excluir del horizonte significados menos convencionales, menos unidireccionales, de estas variaciones del desarrollo sociocultural.

Más que sustituir un sistema por otro, los emprendimientos se despliegan como complementación de aprendizajes múltiples, relaciones de amistad junto a colaboración con grandes instituciones, colaboraciones y competencia, autoempleo e inserción imaginativa en redes preexistentes. Entre una estructura industrial de producción cultural que se transforma lentamente y sociedades que generan iniciativas de creación y comunicación frágiles, las tendencias de estos movimientos creativos y de jóvenes tienen más una función “de sostenibilidad que de lucro” (Rowan, 2010:167). La indefinición que presenta este tránsito complejo, ambivalente, no permite limitarnos a análisis hechos con categorías compactas como economía creativa o emprendedores –como si fuera *la* tendencia–; hay que atender a prácticas combinadas, híbridas, que requieren estudios etnográficos abiertos y flexibles.

¿Qué podemos esperar de esta reorganización de los mercados y las prácticas culturales que crece en las nuevas generaciones? El estudio de estos actores genera interrogantes acerca del tipo de sociedad que engendra el trabajo por proyectos inestables y discontinuos. Los testimonios de algunos entrevistados muestran el carácter ambivalente de estos cambios: generan oportunidades creativas y también precariedad e inseguridad social, en palabras de Richard Senté, “corrosión del carácter”. Me decía una artista visual que trabaja a veces como productora cultural y otras como diseñadora digital: “Entre la licenciatura y la maestría estudié nueve años. Sé inglés y francés, y soy capaz de desempeñarme en distintos oficios. Pero no encuentro trabajo que dure: di cursos, y hago trabajos con contratos temporales, y entre uno y otro puedo quedarme tres meses sin ganar nada. No puedo esperar que me den un préstamo para comprar un auto ni que me den licencia si quedo embarazada”.



Son decenas de miles los jóvenes que comparten experiencias semejantes. Su extendido cuestionamiento al orden sociocultural se manifiesta en los *discursos* culturales (canciones de rock duro, crónicas y videos sobre la vida violenta de las ciudades, blogs, y twitters polémicos) y de modo *práctico* en la búsqueda de autoorganización, en conductas relativamente ajenas a las instituciones “de los adultos” o en el alto número que elige migrar.

Hemos visto en los últimos años expresiones de este descontento en el persistente movimiento de los estudiantes chilenos que cuestionan el sistema educativo y exigen financiamiento público para ampliar el acceso y la renovación de los contenidos. En las manifestaciones del 15M español, indignados por el 50% de desempleo juvenil. En los estudiantes de más de noventa universidades mexicanas, públicas y privadas, que enfrentan la desigualdad socioeconómica, la manipulación informativa de los medios, la inseguridad, exigen, desde mayo de 2012, que los políticos respondan de manera verosímil a las demandas sociales. No lo hacen con la épica doctrinaria de la década de 1960, ni como simple denuncia de las formas de dominio comunicacional instauradas en la época de la videopolítica. Más que revolución del sistema, plantean un cambio en la conversación social y en las rutas de la política. Son “apartidarios, pero no apolíticos”. Como es visible en el proceso mexicano, su familiarización con el uso imaginativo de Internet los hizo comenzar su protesta en las redes, luego llegaron a la prensa escrita, a la televisión y entonces ampliaron su deliberación en asambleas. Otros modos de hacer política y organizarse socialmente, acordes con sus estrategias innovadoras para conseguir trabajo y producir cultura.

No es fácil sacar conclusiones de estos cambios para las políticas de desarrollo cultural. Una primera constatación es que las políticas predominantes, centradas en el desarrollo nacional de la producción cultural, necesitan extenderse a los modos transnacionales y corporativos de comunicación y distribución de los bienes y mensajes. Esta exigencia tiene que ver tanto con la orientación de las inversiones como con la regulación de la producción y circulación de la cultura.

En segundo lugar, tomar en cuenta las innovaciones en los modos de producción y comunicar la cultura, perceptibles sobre todo en los comportamientos de los jóvenes, es indispensable para responder a lo que está sucediendo con los libros y su digitalización, las películas y su difusión en diversas pantallas, el desempleo masivo y las contradictorias inserciones sociales de la llamada economía creativa. Mediante esta revisión radical del horizonte podrían reconvertirse los principios y métodos del desarrollo cultural del siglo pasado para que sean pertinentes en el XXI: cómo pasar de la cooperación a la coproducción y la codistribución, desde la economía especulativa y clientelar a la economía solidaria y, por tanto, a otro régimen que combine varias formas de propiedad intelectual. También combinar las instituciones con las redes, reformar las escuelas diseñadas para la antigua profesionalización de creadores y gestores a fin de que ofrezcan las competencias necesarias para actuar en las escenas, circuitos y plataformas interculturales de hoy.

Los avances señalados al comienzo en las estadísticas culturales, las encuestas de audiencias y consumo, dan información cuantitativa de carácter macro sobre las nuevas tendencias descritas en estas páginas. Pero dejan muchos vacíos. Una visión cualitativa, más bien antropológica, sobre los procesos de reorganización del trabajo cultural, de agrupamientos y redes comunicativas, es útil para comprender el tejido complejo que subyace a las grandes cifras de difusión de dispositivos móviles, circulación de la información y el entretenimiento, potencialidad del uso de la banda ancha, articulación de las

El papel creciente de la creatividad en el desarrollo socioeconómico ha llevado a redefinir el papel de la cultura y de los actores sociales.

instituciones y los medios tradicionales con los nuevos recursos. Justamente porque todos estos procesos son de alcance internacional, investigaciones y acciones imaginativas de los organismos nacionales junto con los internacionales serían de valor para comprender el horizonte actual de los vínculos entre cultura y desarrollo. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Aviña**, Rafael, “Y el ganador es... ¡México?”, en *Reforma*, México D.F., 25 de febrero 2007.
- Bustamante**, Enrique (ed.), *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. España, Gedisa, 2011.
- Canelas Rubim**, Antonio Albino y Bayardo, Rubens, *Políticas culturais na Ibero-América*, Salvador, EDUFBA, 2008.
- Carbo Ribugent**, Gemma (coord.), *La cultura, estrategia de cooperación al desarrollo*, España, Documenta Universitaria, 2008.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes**, *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, México, CONACULTA, 2004.
- Díaz Garza**, Felipe, “De cumpleaños y mausoleos”, *Reforma*, México D.F., 1° de diciembre de 2007.
- Edelman**, Bernard y Heinich Natalie, *L'art en conflits. L'oeuvre de l'esprit entre droit et sociologie*, París, Éditions la Découverte, 2002.
- EDUNTREF**, *Cuadernos de Políticas Culturales. Indicadores culturales 2009*, Caseros, Universidad Nacional Tres de Febrero, 2010.
- Espinasa**, José María, “Las editoriales independientes: una resistencia cultural”, en *Casa del Tiempo*, México, 2011, núm. 50-51.
- Florida**, Richard, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community And Everyday Life*, Nueva York, Basic Books, 2002.
- G. Medici**, Emilio, “La receta de la industria creativa como motor de desarrollo y sus contraindicaciones”, en *Nuevas economías de la cultura*, España, YProductions, 2009.
- García**, Rocío, “Los productores acusan al Gobierno de desconocer al sector audiovisual”, en *El País*, 24 de abril 2012.
- García Canclini**, Néstor y Maritza Urteaga Castro Pozo (coords.), *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*, Madrid, Fundación Carolina-Universidad Autónoma Metropolitana-Editorial Paidós, 2012.
- García Canclini**, Néstor, Francisco Cruces y Maritza Urteaga, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*, España, Fundación Telefónica-Universidad Autónoma Metropolitana-Editorial Ariel, 2012.
- Garretón**, Manuel Antonio (coord.), *América Latina: Un espacio cultural en el mundo globalizado*, Santa Fe de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.
- Rowan**, Jaron, *Emprendizajes en cultura. Sus discursos, alteraciones y contradicciones en el Estado español*, Madrid, Traficantes de sueños, 2010.
- Ugalde**, Víctor, *La distribución cinematográfica en México. Diagnóstico 2009*, Texto inédito.
- Yúdice**, George, “Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social”, en *Educación, ciencia y cultura en La hora de Iberoamérica*, Madrid, Organización de Estados Iberoamericanos, 2005.
- , *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, España, Gedisa, 2007.
- , “De la sociedad sin relato a la gestión de la sociedad”, en Eduardo Nivón (coord.), *Voces híbridas*, 2012, en prensa.



## Investigación y formación en gestión cultural a nivel universitario en Asunción del Paraguay

**Héctor Schargorodsky**

DIRECTOR DE LA MAESTRÍA  
EN ADMINISTRACIÓN  
DE ORGANIZACIONES DEL SECTOR  
CULTURAL Y CREATIVO FCE-UBA

Uno de los proyectos más interesantes que estamos llevando adelante desde el Observatorio Cultural<sup>1</sup>, tiene por objeto fortalecer el proceso de profesionalización de la gestión en el sector cultural y creativo de Paraguay. En esa tarea trabajamos en asociación con las áreas de cooperación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), junto a los programas de posgrado y doctorado en gestión cultural de la Universidad de Barcelona (UB), para transferir capacidad y tecnología a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Asunción (UNA). El proyecto se encuadra en el Programa de Cooperación Interuniversitaria (PCI) que financia la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID). En este breve artículo se describen sus aspectos más relevantes, en el convencimiento que hacer conocer esa experiencia puede servir de precedente a colegas, profesionales y estudiantes, interesados en desarrollar proyectos similares.

En su génesis, el proyecto abrevia, por una parte, en la permanente y fecunda tarea de colaboración entre los programas de investigación y formación en gestión cultural de la UB y la UBA; por la otra, a la también larga experiencia de intercambio docente entre los departamentos de posgrado de las facultades de Ciencias Económicas de la UNA y la UBA.

A esto se suma mi propia experiencia como expositor en jornadas y seminarios sobre distintos aspectos de la gestión cultural, que se realizaron en Asunción a partir de 2008. En esas visitas pude comprobar personalmente el interés creciente de los gestores culturales paraguayos –muchos de los asistentes provenían de pueblos y ciudades del interior– por adquirir nuevas herramientas de gestión y su intención explícita de profesionalizar su tarea.

El proyecto se origina en 2011, desarrolla sus principales acciones a lo largo de 2012, y se mantiene en un impasse durante parte de 2013 debido al desarrollo del proceso político paraguayo que culmina con las elecciones presidenciales en abril de ese año. Nuestra expectativa es que durante 2014 podamos poner en efectivo funcionamiento los cursos y programas de investigación que propusimos.

Nuestra primera tarea concreta en procura de ese objetivo fue establecer contactos entre Asunción y Barcelona, de manera tal que, a partir del conocimiento y la interacción personal, pudiéramos analizar entre las tres universidades involucradas la factibilidad de trabajar de manera mancomunada para dotar a Paraguay de las primeras instituciones universitarias dedicadas a la gestión cultural. Estos contactos comenzaron en el último trimestre de 2011 vía correo electrónico y teléfono. De esa forma se fue trabajando sobre los contenidos de cada capítulo de la presentación del proyecto que, una vez consensuados, presentamos a la convocatoria formulada por la AECID. El título del proyecto fue “Desarrollo de las capacidades profesionales e institucionales descentralizadas en el ámbito cultural: observación, análisis y formación”.

<sup>1</sup> Fundado en 1997, el Observatorio Cultural es un centro de investigación especializado en gestión cultural. Está ubicado en la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA y depende del Instituto de Investigaciones en Administración, Contabilidad y Métodos Cuantitativos para la Gestión (IADCOM).

Una vez obtenida la aprobación de la AECID en febrero de 2012, decidimos realizar dos reuniones preparatorias para, en base a los objetivos generales que nos habíamos propuesto, precisar la agenda y la forma de desarrollar las actividades previstas así como la metodología de trabajo a utilizar. Se acordó que la dirección del proyecto estuviera liderada por un grupo formado por un representante de cada una de las organizaciones implicadas, en este caso, la UNA, la UBA y la UB, apoyados por un equipo de profesores de cada uno de los posgrados en gestión cultural que se dividieron en tres grupos temáticos (estrategias de observación y análisis; documentación y redes telemáticas, y formación).

La primera de las dos reuniones se realizó en la ciudad de Asunción los días 29 y 30 de marzo 2012, en la sede de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNA. Además de organizar la tarea de los tres equipos de trabajo, el equipo directivo decidió otorgar dos becas de capacitación para jóvenes paraguayos. Para seleccionarlos, se lanzó una convocatoria pública. A la semana siguiente (3 y 4 de abril) se volvió a reunir en Buenos Aires el equipo directivo para presentar a una delegación de la UNA, que incluía al decano de la Facultad de Ciencias Económicas y otras autoridades académicas, los programas y la experiencia obtenida en los posgrados en gestión cultural de la UB y la UBA, así como las investigaciones, estudios y publicaciones desarrolladas por ambas universidades. Además, en esa reunión se definieron los roles, funciones y compromisos de cada contraparte. Más adelante, en el mes de septiembre, realizamos una tercera reunión del equipo directivo en Barcelona, donde se evaluó la marcha del proyecto y se elaboró la agenda de trabajo de las actividades que se realizaron luego en Asunción durante el mes de diciembre.

La misión de la Facultad de Ciencias Económicas (UNA), consiste en “formar profesionales con valores éticos y sociales, comprometidos con el desarrollo socioeconómico sostenible, mediante programas de calidad en el proceso enseñanza-aprendizaje, la investigación y la extensión universitaria, para alcanzar un nivel académico de excelencia”. En sintonía con ella, nuestra propuesta procuró contribuir al desarrollo de una sociedad civil comprometida por la diversidad cultural y el indigenismo (sumamente importante en un país como Paraguay), los derechos humanos, la igualdad de género y la sostenibilidad ambiental.

Para eso nos propusimos:

- Desarrollar un ámbito académico de formación en gestión cultural, mediante la creación de una oferta de formación a nivel de posgrado.
- Potenciar la capacidades docentes existentes, mediante la capacitación específica de aquellos interesados en abordar la temática de la gestión cultural.
- Desarrollar líneas de investigación e innovación, a partir de la dotación de insumos materiales y el uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación en un espacio institucionalizado (el Observatorio Cultural de la UNA).

## PAUTAS Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

El grupo directivo acordó que el proyecto se llevaría a cabo siguiendo las siguientes pautas:

- Las reuniones de trabajo interuniversitarias debían mantener una dinámica horizontal, donde todas las cuestiones podían ser cuestionadas y some-

El proyecto se origina en 2011, desarrolla sus principales acciones a lo largo de 2012, y se mantiene en un impasse durante parte de 2013 debido al desarrollo del proceso político paraguay que culmina con las elecciones presidenciales en abril de ese año.



tidas a debate por cualquiera de las partes involucradas, y las decisiones debían ser adoptadas por consenso.

- En la realización de cada una de las tareas propuestas debían trabajar docentes de las tres universidades. Se propuso que el compromiso puesto en la tarea por sus integrantes se valoraría de una manera concreta.
- En los procesos de transferencia de conocimientos, la opinión de la contraparte paraguaya tendría un peso decisivo. Es decir, se trataría en todos los casos de una tarea de acompañamiento por parte de la UB y la UBA, no de la imposición de metodologías o estrategias ajenas al entorno y/o a la cultura del Paraguay.
- En la medida de lo posible, las acciones debían tender a fortalecer la asociación con el sector público y el sector privado, siguiendo la idea del “trípode virtuoso” Universidad-Estado-Empresa.
- Se buscaría lograr la más amplia difusión de las actividades realizadas y, consecuentemente, la mayor igualdad de oportunidades de participar en el proyecto. En particular, intentando que su alcance se extendiera más allá de la ciudad de Asunción.

### ACCIONES DESARROLLADAS

A partir de las pautas y la metodología de trabajo, el grupo directivo propuso que durante 2013 se llevaran a cabo las siguientes acciones:

#### Selección de dos becarios paraguayos

Con el objetivo de completar los equipos de trabajo con personal local, sensible a la problemática de la gestión cultural, y que tuviera interés en desarrollarse profesionalmente en ese ámbito, se asignó un porcentaje del presupuesto disponible para remunerar la inclusión de dos becarios que trabajarían durante todo el año en las distintas acciones previstas. Durante ese período, los becarios recibirían capacitación específica para poder desarrollar sus tareas. Como respuesta a la amplia convocatoria realizada en distintos medios de comunicación (periódicos, Internet y los medios de comunicación interna de la UNA, recibimos 24 postulaciones, de las cuales fueron desestimadas 13 en la primera etapa de selección por no ser pertinentes con el objeto de la convocatoria. En esta primera etapa, los parámetros de pertinencia fueron el rango etario (entre 25 y 35 años), nacionalidad (ser ciudadanos paraguayos); idioma (manejo de castellano y guaraní); experiencia (desempeño en el sector cultural); ámbito académico (alumno o egresado de la UNA) y el manejo de herramientas del paquete Office. Las 11 postulaciones que superaron la primera instancia fueron luego analizadas y ponderadas de acuerdo a los siguientes parámetros: contacto con el sector cultural; relación con la investigación; relación con la capacitación y experiencia profesional. Como resultado de la evaluación se eligieron 5 postulantes que pasaron a la etapa final de selección. Los directores del proyecto Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky se entrevistaron con cada uno de ellos vía skype. Las entrevistas tuvieron por finalidad ampliar información sobre el perfil del postulante, sus principales motivaciones, su disponibilidad de dedicación y colaboración en las actividades que demandaría el proyecto y las expectativas futuras, profesionales e individuales, derivadas de su colaboración como becarios. El 7 de mayo de 2012, el equipo directivo dio a conocer el resultado del concurso. La selección recayó en la economista



Selva Olmedo Barchello y en el contador y músico Roque Espínola, ambos egresados de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNA.

### Capacitación de los becarios

A lo largo de ese año, Selva y Roque participaron en dos instancias de formación de dos semanas de duración cada una. La primera de ellas en Buenos Aires, entre el 25 de junio y el 11 de julio 2012, y la segunda en Barcelona, en la primera quincena de septiembre.

En Buenos Aires, su programa de actividades incluyó reuniones con el equipo de trabajo del Observatorio Cultural, y de conducción del posgrado en Administración de Organizaciones del sector cultural y creativo, así como la participación en las clases de dicho posgrado. Realizaron visitas a otros grupos de investigación en gestión cultural y encuentros con los responsables de distintas organizaciones culturales de Buenos Aires. En Barcelona, asistieron a las clases de la Maestría en Instituciones y Empresas Culturales y mantuvieron además reuniones con gestores culturales públicos y privados.

En base a los conocimientos adquiridos en estas instancias formativas, los becarios pudieron participar —o directamente tomaron a su cargo— en la realización de las demás actividades del proyecto que se llevaron a cabo durante el resto del año en Asunción. A continuación se expone una síntesis de cada una de ellas:

### Creación y desarrollo de una base de datos sobre la situación de los agentes del sector cultural en Paraguay

En asociación con el personal del Sistema Nacional de Información Cultural del Paraguay (SICPY) dependiente del Ministerio de Cultura, se realizó un estudio exploratorio cuyo objetivo fue evaluar el nivel de formación y las necesidades de capacitación de los agentes culturales locales. El estudio lleva por título “Diagnóstico de agentes culturales de tres zonas metropolitanas del Paraguay” y está basado en un método de encuesta denominado de “interconocimiento”, según el cual los individuos consignados en una base de datos preexistente son contactados nuevamente para actualizar sus datos y, al mismo tiempo, brindar información sobre otros agentes culturales. El relevamiento abarcó las tres zonas metropolitanas del país con mayor densidad poblacional: Asunción, Ciudad del Este y Encarnación. Además, se tomaron datos de los departamentos Central, Alto Paraná e Itapúa. El trabajo de campo fue coordinado por los pasantes y el SYCPY, y ejecutado por alumnos voluntarios de la Facultad de Ciencias Económicas-UNA, a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos.

El estudio se completó con entrevistas a personalidades del sector cultural, y con la recopilación documental y bibliográfica vinculada a la gestión y políticas culturales en Paraguay. En sus conclusiones el estudio señala, entre otros puntos, que “las personas que dedican su tiempo a realizar actividades de gestión cultural, las realizan como actividad secundaria, razón por la cual la gestión de la cultura aun no está jerarquizada como actividad profesional. Pensamos que este es un dato relevante para la elaboración de planes académicos”.

### Publicación de una revista especializada en gestión cultural

En el mismo período se diseñó y editó el primer número de los *Cuadernos de observación en gestión y políticas culturales*. Con esta publicación elaborada en soporte papel, se quiere iniciar una serie que de cuenta de las distintas

Además de organizar la tarea de los tres equipos de trabajo, el equipo directivo decidió otorgar dos becas de capacitación para jóvenes paraguayos. Para seleccionarlos, se lanzó una convocatoria pública.



experiencias en el campo de la gestión cultural en Iberoamérica. El primer número fue íntegramente dedicado a la gestión de la cultura paraguaya y lleva por título “La experiencia paraguaya de institucionalización y desarrollo cultural en contexto”. Se estructura en tres secciones. La primera es *La política cultural en Paraguay: evolución y recursos*, y se incluyen trabajos de Mariano Martín Zamorano (“La evolución de las políticas culturales del Paraguay: hegemonías y transformaciones”), Vladimir Velázquez (“Crónica y análisis de las políticas culturales del Paraguay: entre la alternancia, el bicentenario y el quiebre democrático”), Dora Ramírez (“La formación del profesional con talento como estrategia de desarrollo cultural. La experiencia paraguaya”) y Luis Ortiz (“Campo cultural y acceso a la información pública”); la segunda sección reúne *experiencias de intercambio y cooperación cultural*, y cuenta con artículos de Héctor Schargorodsky (“Una mirada sobre el intercambio cultural entre Argentina y Paraguay”), Oscar Zalazar (“La modernidad mendocina: formulación y reformulación del proceso de construcción de una tradición propia”) y Lluís Bonet (“La cooperación cultural en la encrucijada: papel y retos”), y la tercera se centra en las *nuevas estrategias de desarrollo* donde escriben Manel González (“Redes de innovación, innovación abierta y creatividad”) y Albert de Gregorio (“Los planes estratégicos de cultura, recursos de desarrollo cultural territorial”). Además de estar publicadas en soporte papel, está previsto que sean puestos a disposición de los interesados en formato digital.

### Seminario “Formación de Formadores”

Con la coordinación de los becarios Selva y Roque, este encuentro académico dirigido a todos los docentes de la UNA, se llevó a cabo en el campus de la FCE-UNA en la ciudad de San Lorenzo el día 4 de diciembre 2012. Su objetivo era identificar a aquellos docentes de la FCE-UNA que tuvieran interés en capacitarse para poder dictar módulos específicos de gestión cultural en el futuro programa de posgrado. Es necesario destacar el interés que recibió la propuesta, lo cual se vio reflejado en la alta concurrencia de profesores provenientes de todas las sedes de la Facultad de Ciencias Económicas en el país.

El encuentro fue abierto por el decano, doctor Antonio Rodríguez Rojas. A continuación, la doctora Dora Ramírez presentó los lineamientos de la nueva especialidad, su justificación y sus finalidades generales. Selva y Roque expusieron brevemente las necesidades formativas y el perfil del alumnado potencial.

Antes de comenzar el trabajo en grupos, Lluís Bonet se refirió a los conocimientos, competencias y habilidades de salida de los graduados, y Héctor Schargorodsky expuso acerca del perfil del docente que se espera conseguir. La estructura del programa, el análisis de los diversos contenidos y las metodologías docentes de los tres módulos propuestos (conceptual, gestión y aplicación práctica) se abordaron en sendas mesas de trabajo grupales coordinadas por los equipos de Barcelona y Buenos Aires. La última actividad fue una excelente exposición acerca de la dinámica de la metodología docente, a cargo de la licenciada Julia Segovia de Borba.

Las reuniones de trabajo interuniversitarias debían mantener una dinámica horizontal, donde todas las cuestiones podían ser cuestionadas y sometidas a debate por cualquiera de las partes involucradas, y las decisiones debían ser adoptadas por consenso.

### Seminario “La Gestión Cultural en el Paraguay: Perspectivas y Desafíos”

Este Seminario, que se realizó el día 5 de diciembre, constituyó la principal actividad abierta al público del programa en 2012. Más de 200 participantes colmaron durante toda la jornada el auditorio de Bienestar Estudiantil. El evento fue abierto por el vicerrector de la UNA, arquitecto Amado Franco Navoni.

Las exposiciones estuvieron a cargo de Margarita Miró, miembro del Consejo Nacional de Educación y Cultura, sobre “La política cultural en Paraguay”; Liz Cramer, ministra de Turismo, sobre “Turismo cultural”; Estela Franceschelli, secretaria de la Cultura y Luis Ortiz, SICPY, sobre “Diagnóstico y desarrollo cultural en Paraguay”; Lluís Bonet, director del Programa Gestión Cultural de la FCE de la Universidad de Barcelona sobre “Perfiles, competencias y capacitación del gestor cultural” y Héctor Schargorodsky abordó el tema “El nacimiento de una nueva profesión: la gestión cultural y el rol de la universidad”. Por la tarde, Bruno Maccari y Graciana Maro de la FCE-UBA compartieron “Experiencias internacionales en gestión cultural como desarrollador del sector económico y social” y Manel González de la UB habló sobre “Expendeduría, innovación y análisis de experiencias”. Posteriormente Florentino Carreño de la misma UB se refirió a la práctica profesional del gestor cultural. Dora Ramírez de Colmán, directora de la Escuela de Administración y coordinadora general del Programa de Gestión Cultural de la FCE de la UNA disertó sobre el tema “Creación del Centro de Análisis e Investigación en el área cultural” y los becarios Selva Olmedo y Roque Espínola compartieron con el público sus experiencias durante el proyecto. El cierre del seminario estuvo a cargo de Graciela Bartolozzi, ministra de Cultura de la Nación, y participaron en él Margarita Morselli, directora del Centro Cultural de España y Juan Fernández Trigo de la Embajada de España. El Coro Polifónico de la FCE-UNA y la Asociación Grupo Tradicional Kamba Cuá despidieron a los asistentes con un espectáculo musical. El interés de los asistentes en participar se vio reflejado en las numerosas e interesantes preguntas que siguieron a cada exposición y en los debates que se generaron en cada intervalo.

### Formación de una biblioteca especializada

Además de las distintas actividades y seminarios programados, y de la capacitación realizada por los becarios, el equipo directivo del proyecto consideró indispensable que los futuros alumnos de gestión cultural, y también los profesionales y otras personas interesadas en la gestión cultural que se acercaran a la FCE-UNA, pudieran tener acceso a algunos de los textos más relevantes sobre distintos aspectos de la gestión cultural. Para ello, se adquirieron en Barcelona y Buenos Aires más de 150 títulos de libros sobre gestión y políticas culturales y dos computadoras que fueron donadas a la FCE-UNA. En los libros, se buscó priorizar a los autores latinoamericanos. La FCE-UNA destinó un espacio permanente para este material.

### A MODO DE CONCLUSIÓN

En primer lugar, la experiencia recogida durante cada una de las etapas del proyecto (concepción, elaboración y ejecución) demuestra que la cooperación internacional interuniversitaria es una herramienta verdaderamente efectiva, que puede ser de gran utilidad para iniciar procesos de desarrollo en el sector cultural. En el caso de Paraguay, el proyecto permitió realizar acciones descentralizadas que acercaron la gestión cultural a la comunidad, al facilitar el acceso al conocimiento y la participación en el conjunto de actividades a profesionales y estudiantes universitarios. Seguramente estas primeras acciones tendrán un efecto a mediano plazo sobre las políticas y estrategias gubernamentales y, en correlación con ellas, contribuirán al desarrollo de la sociedad civil en general.

En primer lugar, la experiencia recogida durante cada una de las etapas del proyecto (concepción, elaboración y ejecución) demuestra que la cooperación internacional interuniversitaria es una herramienta verdaderamente efectiva, que puede ser de gran utilidad para iniciar procesos de desarrollo en el sector cultural.

En ese mismo sentido, pudimos observar que el papel de las universidades de titularidad pública es de una importancia estratégica. Su capacidad de influencia sobre los decisores públicos y sobre los sectores más populares puede ser una clave para acelerar el proceso de profesionalización del sector cultural. La otra estrategia central es la utilización de la metodología de trabajo en red a escala regional e internacional, que permite contrastar experiencias y métodos de análisis y, a la vez, resulta una forma adecuada para garantizar la calidad de los productos (formación e investigaciones).

Finalmente, cabe subrayar que la tarea de resolver la importante demanda insatisfecha en materia de gestión profesional en las organizaciones culturales es, para el sistema universitario paraguayo en general y para la FCE-UNA en particular, un gran desafío y, a la vez, una excelente oportunidad. ●

## **EQUIPOS DE TRABAJO**

### **Universidad Nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Económicas**

Decano: Antonio R. Rodríguez Rojas  
Responsable de Proyecto: Dora Ramírez de Colmán  
Becarios: Selva Olmedo Barchello y Roque Espínola

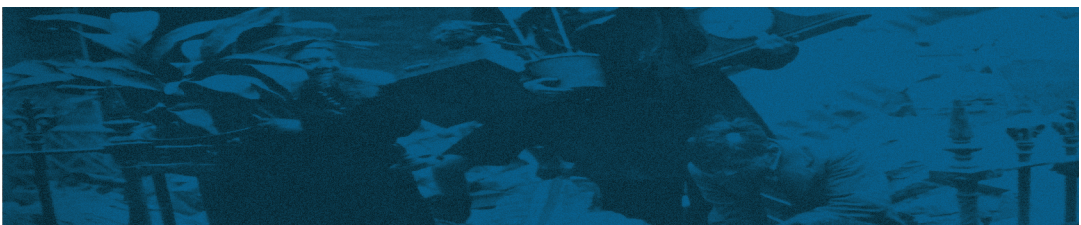
### **Universidad de Buenos Aires. Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas**

Responsable de Proyecto: Héctor Schargorodsky  
Coordinadores: Graciana Maro y Bruno Maccari  
Asistente: Cecilia Báez

### **Universidad de Barcelona. Programa de Gestión Cultural de la Facultad de Economía y Empresa**

Responsable de Proyecto: Lluís Bonet  
Coordinador: Tino Carreño  
Colaboración especial y exposición: Manel González

Queremos destacar el importante apoyo logístico recibido por parte del Centro Cultural de España en Asunción “Juan de Salazar”, y la colaboración permanente del personal del Ministerio de Cultura del Paraguay. Sus aportes facilitaron en buena medida el logro de los objetivos que nos habíamos propuesto.



El enunciado “cine iberoamericano” remite a una de las utopías más persistentes de la historia de las cinematografías de la región. La integración de un espacio audiovisual o, en su defecto cinematográfico común, alude a un objeto empírico inexistente, aunque se trata de uno de los objetos teóricos más invocados y apelados de cuantos pueblan el discurso sobre las políticas culturales, cinematográficas y audiovisuales de Iberoamérica.

La *Carta Cultural Iberoamericana*<sup>1</sup> hace mención a la rica diversidad cultural de un espacio, físico y simbólico, llamado a integrarse a partir de los rasgos identitarios emergentes de un legado lingüístico e histórico común a los países de la región.<sup>2</sup> Preciso es reconocer que esta identidad es, asimismo, mítico-utópica al poner en estado de “suspensión cognitiva” conflictos y tensiones, que también son parte de nuestras identidades y memoria histórica.

Sin embargo, la *Integración Cinematográfica Iberoamericana* tiene vigencia porque expresa, no solo la necesidad política estratégica de preservar ciertas identidades avasalladas y contrarrestar las amenazas de la globalización. También implica la formación de un *mercado de espectadores ampliado* que pueda hacer autosustentable la producción del cine y el audiovisual, si se aplican las políticas públicas dirigidas a este propósito, a nivel nacional y regional.

Los datos cuantitativos disponibles sobre la situación de los mercados posibilitan hacer algunas interpretaciones de los consumos de los espectadores, pero resultan insuficientes para dar respuesta a preguntas clave en torno a ellos.

Forzoso es plantearse interrogantes, en gran medida soslayados por los estudios que vienen realizándose sobre la industria audiovisual: ¿por qué los espectadores prefieren el modelo de cine hollywoodense?, ¿qué motivaciones y consecuencias se derivan de ello?, ¿cuáles son los significados y usos que le dan a los filmes? Las respuestas “monistas” son insuficientes para dar cuenta de la complejidad del problema.

Ante los cambios que el campo audiovisual experimenta y las mutaciones en los procesos de socialización, la construcción de los imaginarios sociales y las formas de percibir el mundo, se torna imprescindible abordar este campo de estudio. Esta línea de investigación ha sido encarada por algunos autores de la región, como Jesús Martín-Barbero –aunque más bien referida a la televisión– quien retomando la conceptualización de Walter Benjamin, afirma que estamos asistiendo a la formación de un nuevo *sensorium* social en tanto: “nuevos modos de percibir, de sentir, de reconocerse y de juntarse, especialmente entre los jóvenes que los adultos tienden a desvalorizar convencidos de que los cambios que viven los jóvenes son, como lo fueron siempre, una fiebre pasajera” (Martín-Barbero, 1997:19).

El conocimiento sobre el impacto social y cultural de las transformaciones en curso marcha muy a la zaga de la dinámica de la renovación tecnológica, que

<sup>1</sup> La aprobación de la Carta Cultural iberoamericana tuvo lugar en la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno realizada en Montevideo, Uruguay, en 2006. El 20 de octubre de 2005, la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales fue suscrita por todos los países del mundo excepto Estados Unidos e Israel. Ambos documentos adoptan enfoques similares en defensa de la diversidad cultural. Véase [www.unesco.org/cultura/documentos](http://www.unesco.org/cultura/documentos).

<sup>2</sup> Adoptamos el término región no solo en el sentido de áreas geográficas delimitadas por proximidad entre países o en lo interno de un país (CEPAL, 2003), sino en el de instrumentación de políticas y acuerdos sociales, culturales y económicos entre países, con el fin de establecer una delimitación de orden político que fortalezca la inserción de los mismos, como bloque, en el contexto internacional.

## Susana Velleggia

CINEASTA Y SOCIÓLOGA. ESPECIALISTA EN TELEVISIÓN EDUCATIVA Y POLÍTICAS CULTURALES. PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN CIVIL NUEVA MIRADA. DIRECTORA DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE “NUEVA MIRADA” PARA LA INFANCIA Y LA JUVENTUD. MIEMBRO DEL CONSEJO ASESOR PARA LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y LA INFANCIA (AFSCA). AUTORA DE LIBROS, ENSAYOS Y ARTÍCULOS SOBRE COMUNICACIÓN, CULTURA E INDUSTRIAS CULTURALES

se ha convertido en un factor competitivo de primer orden entre las empresas del campo audiovisual. Este déficit de conocimientos, también vinculado a la posición importadora de la región en materia de hardware y de software, obstaculiza la apropiación crítica y creativa de las TICs, así como la instrumentación de políticas públicas de integración audiovisual que aprovechen su potencial, cualquiera sea el bloque subregional en proceso de constitución que se quiera tomar (Mercosur, Unasur, Celac, Iberoamérica, etcétera).

Este trabajo no pretende dar respuesta a un objeto tan vasto y complejo, abordado de manera parcial por varios estudios y autores. Por tanto, se limitará a señalar algunos *condicionantes históricos* que constituyen obstáculos para la integración cinematográfica de la región, a fin de contribuir a la reflexión sobre el tema. Dichos *condicionantes históricos* pueden clasificarse en: Estructurales y De Funcionamiento, los cuales comprenden, a su vez, otros factores que forman una compleja red de causas-consecuencias de carácter dinámico, las cuales actúan como *mediaciones* (Martín-Barbero, 1986).

Las *mediaciones* están presentes, tanto en las causas por las que los públicos eligen ver determinadas películas, como en los significados que construyen y el sentido que le dan al cine como institución y a cada filme particular.

La premisa adoptada es que las relaciones de dependencia de las cinematografías de la región con respecto al cine estadounidense, configuran un modelo de inclusión-exclusión reproductor de las asimetrías en el interior de aquella y de cada país perteneciente a la misma, tanto a nivel económico como simbólico. Dichas relaciones han sido naturalizadas, de modo que no se cuestionan ni se consideran un *condicionante histórico* interpuesto al desarrollo de las cinematografías nacionales de Iberoamérica.

### CONDICIONANTES HISTÓRICOS ESTRUCTURALES

Entre los condicionantes históricos estructurales, deben mencionarse: a) el bajo nivel de desarrollo industrial del sector y la dependencia de América Latina con respecto a los conglomerados de la industria audiovisual estadounidense; b) las asimetrías de distinta índole entre los países de la región iberoamericana, que se manifiestan igualmente en el campo del cine y el audiovisual. El escaso

volumen de los mercados —con la excepción de Brasil y México— es una variable relevante de estas asimetrías.

El desarrollo económico e industrial de los países constituye un factor significativo, aunque no el único, para hacer posible una *industria cinematográfica*, concepto que ha de diferenciarse de *actividad cinematográfica* (Getino, 1987) que casi todos los países de la región vienen realizando desde la aparición del cine en 1895.

El desarrollo industrial se correlaciona, a su vez, con otros condicionantes que forman el entramado de fortalezas y oportunidades para la existencia de una industria cinematográfica. Entre ellos, los procesos de metropolización y concentración de las poblaciones en centros urbanos, el desarrollo de las vías físicas de transporte y de los medios de comunicación, los niveles de bienestar alcanzados por la población, la existencia de amplios sectores sociales con posibilidades de participar de la vida cultural; los modos de apropiación y consumo de los bienes culturales, entre ellos los audiovisuales y, en la actualidad, el acceso a las TICs.

El campo cinematográfico funciona en red sobre la base de cuatro dimensiones principales: socio-histórica, económica, tecnológica y artística. Desde que el cine nace, e inmediatamente después del deslumbramiento inicial por su supuesto carácter de *juguete maravilloso* de las ferias, existe una disputa por el poder entre los actores que forman parte de cada uno de los sectores comprendidos por dichas dimensiones, a nivel nacional e internacional. Si bien estos fenómenos son propios de todas las industrias culturales, en el campo cinematográfico adquieren características peculiares.

A diferencia de otras artes, un cambio en la dimensión tecnológica del audiovisual repercute en todas las dimensiones del cine y supone una reestructuración de las relaciones de poder entre los actores que participan en el campo.

Los nuevos fenómenos que traen aparejados los procesos de *multimedialidad* y *transmedialidad*, tienen su epicentro en el audiovisual y están reconfigurando, no solo las relaciones entre los medios de comunicación, la informática, las telecomunicaciones y las industrias culturales y de ellos con sus públicos-consumidores, sino también las referidas a ciencia y arte; cultura-comunicación y sociedad. Es preciso recordar que la *multimedialidad* y la *transmedialidad* implican la interacción entre los lenguajes de distintos medios y expresiones artísticas. A este nuevo fenómeno, que reestructura los procesos de socialización y de enseñanza-aprendizaje y por ende las concepciones y percepciones del mundo, se lo puede denominar *mutilingüismo digital* (Velleggia, 2012).

Estamos inmersos en un *campo audiovisual ampliado* en el que se articulan el cine, el video, las distintas modalidades de la televisión, los videojuegos, Internet, las telecomunicaciones, no solo los satélites y las redes, sino también la telefonía celular. Hemos pasado de los “medios” a una realidad audiovisual multipantalla (Velleggia, 2011). Es esta una mutación que reclama estrategias innovadoras a los actores involucrados en las políticas respectivas. La visualización de películas mediante *streaming*es, por ejemplo, la modalidad de consumo audiovisual que más está creciendo en los últimos años, sobre todo entre los jóvenes. El uso del teléfono celular como pantalla portátil de visualización de contenidos simbólicos, es otra. No obstante, los datos estadísticos señalan que los jóvenes y niños son los principales consumidores de cine en las salas y los que más horas al día pasan interactuando con las diferentes pantallas. Se trata de los “consumidores nómades” (Lozano, 1999:50).

Sin embargo, la *Integración Cinematográfica Iberoamericana* tiene vigencia porque expresa, no solo la necesidad política estratégica de preservar ciertas identidades avasalladas y contrarrestar las amenazas de la globalización.



Si se toman los índices de afluencia a las salas de los últimos diez años, se encontrará que entre las diez o quince películas que están al tope de espectadores y de recaudaciones en la región, figuran entre cuatro y cinco “tanques” de Hollywood, la mayor parte de ellos estructurados como zagas, con un lugar destacado para los filmes de animación, en los últimos tiempos en 3D (Velleggia, 2004; 2007; 2012). Esta es una importante ventaja competitiva para las *majors*, en tanto –salvo excepciones– no es posible encarar producciones de tal envergadura en los países que carecen de una industria cinematográfica sólida y que no ocupan una posición exportadora en los mercados mundiales.

En la dimensión económica, solo la formación de *mercados ampliados de espectadores* permite la autosustentabilidad de la producción cinematográfica y audiovisual. Lograr este objetivo no consiste en la mera suma cuantitativa de las poblaciones de los países de la región. Se trata de construir ciertas condiciones económicas, socio-culturales y políticas que favorezcan el desarrollo de *industrias cinematográficas regionales integradas*. Las transformaciones que esto reclama, involucran tanto a las dimensiones “materiales” –económica, tecnológica y política– como a las “inmateriales”, referidas a la narrativa, la estética y los contenidos simbólicos. Son estas las que suelen ser soslayadas por las investigaciones que se realizan en la región.

Pese a la multiplicación de las redes, circuitos y ventanas de distribución-exhibición impulsada por la expansión de las TICs, a los menores costos de producción que ellas posibilitan y al aumento de los pequeños y medianos productores-realizadores –sobre todo jóvenes egresados de las escuelas de cine y TV– estudios recientes dan cuenta de la acentuación de la dependencia con respecto a la industria cinematográfica estadounidense. Esta lleva la delantera en las nuevas ventanas de comercialización, además de ocupar cada vez mayores espacios en las tradicionales. Tal avance se verifica, además, en el marco de la adopción de políticas públicas de fomento a la producción audiovisual en casi todos los países de Iberoamérica, así como de un considerable aumento de la producción endógena de películas y programas en el último decenio, con la excepción de Portugal.

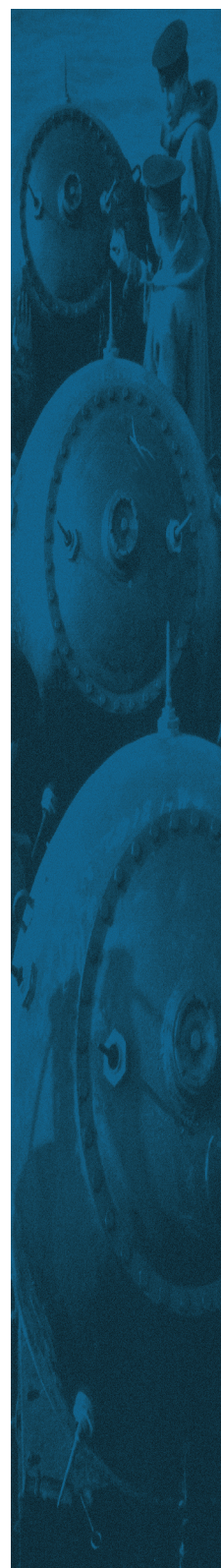
En el período 1996-2003, los países de Iberoamérica produjeron 1.493 largometrajes. Las cifras más elevadas corresponden a: España, 769; Argentina, 290; Brasil, 221; México, 148 (Getino y otros, 2005).

Una investigación reciente consigna que en el período 2000-2009, España produjo 2000 filmes de largometraje y América Latina 2.515. Estos se distribuyeron: Argentina, 807; Brasil, 602; México, 451; Chile, 181; Colombia, 126; Venezuela, 107; Uruguay, 96; Bolivia, 60; Perú, 55; Paraguay, 30 (Getino y otros, 2012).

Es remarcable que países que tradicionalmente no producían cine de largometraje, como Paraguay y Uruguay, y otros que lo hacían muy esporádicamente, como Bolivia, Perú y Chile, están manteniendo una producción sostenida en los últimos años. Otros de escasa producción como Colombia y Venezuela la vienen incrementando, apuntando a la construcción de industrias cinematográficas.

Estas cifras señalan que el promedio anual de filmes producidos en América Latina fue de 250 en el último período relevado, mientras que en la década de 1980 apenas superaban los 100, en general concentrados en los principales países productores.

El desafío que los países de la región iberoamericana enfrentan es complejo. Tienen que seguir incrementando la producción audiovisual para ocupar espacios en los circuitos electrónicos, que la digitalización y la convergencia multiplican constantemente. Al mismo tiempo deben superar la hegemonía del cine estadounidense en la distribución y la exhibición, concentrados en no



más de cinco o seis grandes conglomerados de cada uno de estos sectores. En los casos de España, México, Perú, Colombia, y Venezuela, buena parte de ellos son empresas nacionales, mientras que en el resto son distribuidoras vinculadas a las *majors*.

A lo anterior se suman las dos grandes “batallas” del siglo XXI. Una es no quedar rezagados en la digitalización y la actualización tecnológica y la otra es dar presencia a las culturas e identidades de la región en la guerra simbólica que tiene lugar a nivel global por la construcción de los imaginarios sociales.

En el mundo son apenas cuatro los países con industrias cinematográficas autosuficientes. India que, con un mercado interno de 1.236.686.700 habitantes produce un promedio de 1.100 películas anuales; Estados Unidos que produce unos 600 filmes al año; China que con 1.360.000.000 habitantes produce alrededor de 400 y Japón que con 127.600.000 produce algo más de 400 filmes anuales.<sup>3</sup>

La hegemonía de Estados Unidos en las pantallas mundiales arranca en la Primera Guerra Mundial y se fortalece en la Segunda, cuando los países europeos con sus industrias destruidas, son literalmente saturados por películas de Hollywood a precios simbólicos o directamente gratis (Hennebelle, 1977).

Gracias a un mercado interno de 307.400.000 habitantes con una tasa de concurrencia persona/año de 5 y una plataforma interna de 39.028 pantallas, la producción estadounidense, tanto de las *majors* de Hollywood como de los independientes, controla el 92,7% de la oferta de filmes dentro de sus fronteras. En el mercado de la exhibición de este país, su vecino, Canadá, ocupa el 0,8% y Europa ha logrado pasar del 2% al 6,8 por ciento. La presencia del cine latinoamericano es inexistente en los circuitos de salas comerciales, salvo algún título de éxito resonante en algún país, en general de México. Las películas de Iberoamérica se exhiben en salas de cine-arte o en circuitos universitarios (Miller, Hernández Salván y Schiwiy, en Getino y otros, 2012). Las medidas proteccionistas, directas e indirectas, de los distintos gobiernos y la agresiva estrategia de comercialización en los mercados externos adoptada históricamente por la MPAA, hacen que la industria de Estados Unidos, además, obtenga el 60% de su facturación de los mercados externos.

¿Qué rasgos en común tienen las industrias cinematográficas de tan disímiles países? Primero, el control de sus mercados internos por la producción propia. Esto les proporciona la plataforma de lanzamiento para alcanzar una posición exportadora y les permite ejercer influencia en distintas regiones. Segundo, la constitución de mercados ampliados de espectadores por la magnitud de sus mercados internos –protegidos de la invasión de productos exógenos– a los que se suman los de los países que actúan como principales importadores de sus producciones; la región Asia-Pacífico en el caso de India, China y Japón, los países de la UE, Canadá, América Latina y el resto del mundo en el caso de Estados Unidos. Tercero, han avanzado en el dominio y la producción de las TICs y, por tanto, en el conocimiento que les posibilita el aprovechamiento de las oportunidades que ellas ofrecen. Estas ventajas, a su vez, favorecen la producción audiovisual en economías de escala, de modo que pueden exportar “paquetes” de programación. Si bien este es el modelo de comercialización primaria internacional, impuesto por Hollywood hacia 1915, hoy constituye un requisito para responder a la voracidad de los circuitos audiovisuales electrónicos.

Solo los *nichos* de mercado que el modelo de comercialización primaria deja sin cubrir pueden ser aprovechados por productores independientes que venden “piezas únicas”. Aunque es cierto que estos *nichos* crecen al compás de



<sup>3</sup> Datos de 2009. Fuente: Banco Mundial.

la multiplicación de los circuitos electrónicos, se trata de un modelo de redes de “comercialización secundaria” que admite mayor diversidad y es positivo para los productores independientes. Pero esto no autoriza a inferir que desde este modelo se logrará desplazar, de manera “natural”, al hegemónico. Las estadísticas, señalan que este se afianza y que ambos modelos pueden coexistir y hasta realizar intercambios entre sí cuando resultan beneficiosos a las partes.

El poder de las aduanas para la importación-exportación de películas y programas disminuye a medida que los soportes materiales analógicos (película, cinta de video, DVD, videocasete, etc.) son reemplazados por los inmateriales: bits que circulan por las redes telemáticas como cualquier otra información. La digitalización de las salas de cine ya ha llegado, en mayor o menor medida, a todos los países de la región y, con ello, las pesadas latas con las copias en 35 mm están pasando a ser como una especie en vías de extinción. La reconversión digital de los multicines, además del nuevo equipamiento tecnológico, sean las proyecciones en 2D o 3D, requiere el pago del derecho de exhibición cuya contrapartida no es un objeto o soporte físico –película o video– sino un código alfanumérico que permite el archivo de un filme en la memoria de un ordenador para proyectarlo posteriormente o su circulación bajo la forma de información digital codificada, para ser bajada, decodificada y proyectada en espacios y horarios previamente programados (Velleggia, 2011).

En este contexto la dimensión nacional es la más debilitada, ya que de un lado es acosada por la globalización y, por el otro, los ámbitos locales experimentan mayor conflictividad. La reestructuración de las relaciones de poder que implica la globalización y la mayor proximidad de la relación global-local que facilitan las TICs, relativiza la mediación política y cultural del espacio nacional. Mientras los mercados y las fuerzas económicas que los controlan se globalizan, los conflictos se “localizan”.

Las políticas audiovisuales nacionales sin alcance regional, con todo que necesarias, son insuficientes para enfrentar estos retos. La participación de los países de Iberoamérica en esta lucha competitiva es una cuestión clave, tanto en términos económicos como simbólicos. En este último aspecto el derecho a la propia identidad de las personas y los pueblos, consagrado por las convenciones internacionales de Derechos Humanos, es perfeccionado por la conceptualización sobre la *diversidad cultural* y la Convención respectiva, que la Carta Cultural Iberoamericana refuerza y adapta. Estos instrumentos de democracia cultural, que significan un importante avance, no son aun incorporados a las prácticas de las políticas públicas de la región.

## LAS ASIMETRÍAS INTRA-REGIONALES

Las cifras globales del cine de la región dan cuenta de un potencial que, no obstante, encubre las asimetrías entre los países y la preponderancia del cine extra regional (de Estados Unidos) en todos ellos.

España tiene una industria de desarrollo medio, en comparación con Francia y Alemania y alto con respecto a los países de América Latina que ocupan los primeros puestos (Argentina, Brasil y México). En cambio, el volumen anual de producción de películas de Portugal es más semejante a la media de los países latinoamericanos de bajo desarrollo industrial.

Las asimetrías que se verifican en los sectores cinematográfico y audiovisual, obedecen tanto a factores estructurales macro –dimensión territorial, población, PBI, tasa de crecimiento, etc.– como a condicionantes de funcionamiento, tema que abordará el siguiente punto.

El conocimiento sobre el impacto social y cultural de las transformaciones en curso marcha muy a la zaga de la dinámica de la renovación tecnológica, que se ha convertido en un factor competitivo de primer orden entre las empresas del campo audiovisual.

IBEROAMÉRICA.  
MERCADO CINEMATOGRAFICO DE LOS PRINCIPALES PAÍSES

País	Población (millones)	PBI per cápita (US\$)
Argentina	41,0	14.600
Bolivia	10,5	4.400
Brasil	195,0	10.400
Chile	17,0	14.300
Colombia	45,5	8.900
España	46,0	32.110
México	112,4	14.000
Paraguay	7,0	4.500
Perú	30,0	8.600
Portugal	10,6	21.750
Uruguay	3,5	13.200
Venezuela	30,0	12.300

Datos 2010. Fuente Banco Mundial.

En América Latina, solo Argentina, Brasil y México, lograron sembrar los gérmenes de industrias cinematográficas nacionales, las cuales tuvieron su apogeo en la llamada *época de oro* (1930-1950). Este fenómeno se enmarcó en las políticas industrialistas adoptadas entonces en estos países y coincidió con la aparición del cine sonoro. El éxito de las producciones que incluían a los cantantes consagrados de la época, en las que el argumento era apenas una excusa para el despliegue de las canciones, fue tal que hasta Hollywood se interesó por “importar” algunos (Carmen Miranda, de Brasil) y producir filmes con otros (Carlos Gardel, entre ellos). Los vínculos de Hollywood con México, que datan de comienzos del siglo XX, también se acentuaron en este período.

IBEROAMÉRICA.  
CIFRAS GLOBALES MERCADO CINEMATOGRAFICO. AÑO 2009

	América Latina*	España**	Portugal***
Salas	9.193	851	174
Largometrajes producidos	350	400	51
Espectadores (millones)	420	110	15.704.690
Recaudación (millones US\$)	1.600	671 Eu	74 Eu
Estrenos (media)	242	1.480	271
Estrenos nacionales (total)	286	365	20
Market share (promedio)	5	15,9	2,71
Índice concurrencia anual	0,8	3,4	s/d
Precio promedio entrada (US\$)	4,6	4,6Eu	4,5Eu

\* Octavio Getino y otros (2012). Procesamiento propio, cuadro comparativo de pág. 65. No se incluye a Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Honduras, República Dominicana, Puerto Rico y El Salvador, países cuya producción de cine de largometraje es esporádica y se carece de estadísticas sobre la misma. Los datos relativos a Cuba y Ecuador son parciales ya que no se obtuvo información sobre los años 1997, 1998, 1999, 2000 y 2002.

\*\* Procesamiento propio. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte España ([www.mcu.es/cine/MC/CDC](http://www.mcu.es/cine/MC/CDC)).

\*\*\* Procesamiento propio. Fuente: Instituto do Cinema e o Audiovisual (ICA, [www.ica-ip.pt](http://www.ica-ip.pt)).



En la primera década del siglo XXI, las salas de cine de América Latina se incrementaron en alrededor del 65%, a partir de que México pasó de las 2.100 pantallas que tenía en 2000 a más de 4.500 en 2009 y 5.000 en 2010. En Brasil, el segundo gran mercado cinematográfico latinoamericano, las pantallas crecieron un 40 por ciento. De modo que a finales de la década existían en total, 9.000 pantallas (65% más que en la década de 1990). México, Brasil y Argentina representan el 80% de las cifras de la región en materia de espectadores y recaudaciones (Getino y otros, 2012).

De los 1.521 largometrajes estrenados en 2009 en España, 365 fueron nacionales (24%), 412 de países de la UE (27,08%), 568 de Estados Unidos (38,35%) y 136 de otros países (9,18%). Esta última cifra comprende a las cinematografías del resto del mundo (Canadá, Asia, África, Australia, América Latina).

El campo cinematográfico funciona en red sobre la base de cuatro dimensiones principales: socio-histórica, económica, tecnológica y artística.

ESTRENOS DE FILMES Y ESPECTADORES EN ESPAÑA. AÑO 2009

Origen	Estrenos	%	Espectadores	%	Recaudación	%
España	365	24,00	17.500.000	13,73	104.367.061	13,46
UE	412	27,08	31.200.000	24,48	185.461.000	24,00
Estados Unidos	568	38,35	77.817.000	61,07	480.235.000	62,46
Otros	176	10,57	919.700	0,72	5.300.000	0,08
Total	1.521	100	127.436.000	100	7.753.630.061	100

Puede observarse que, en España, el cine de la UE mantiene un equilibrio relativo entre títulos estrenados, espectadores y recaudaciones, pero el cine nacional, con el 24% de los estrenos obtiene el 13,46% de las recaudaciones, mientras Estados Unidos con el 38,35% recauda el 62,46% de los títulos estrenados. En tanto los “otros” cines logran cifras ínfimas en las dos variables. Esto significa que el cine de Estados Unidos es el más visto, seguido por el de la UE y en tercer lugar el español que, pese a todo mantiene un *market share* elevado en el contexto iberoamericano. El cine “otro”, aunque recaude una cifra en euros que puede ser interesante para algunos independientes de América Latina, interesa poco al público español.

Otros datos a subrayar son: a) el elevado índice de concurrencia anual al cine que existe en España, que compensa así su menor masa de espectadores en relación a los países de mayor población de América Latina (México y Brasil) y b) el *market share* más alto de la región iberoamericana, en tanto el cine nacional, algunos años logra captar a entre el 15 y el 16% del público, siendo su media de 14 por ciento.

La pertenencia a la UE y los acuerdos y programas existentes en materia cinematográfica y audiovisual que establecen tanto ayudas como cuotas de pantalla para el cine de la región europea amortiguan la hegemonía del cine de Estados Unidos que, en América Latina, no encuentra atenuantes.<sup>4</sup>

El caso de Portugal es semejante al de los países de América Latina con baja producción pese a que ambos ingresaron a la UE juntos, en 1986.

Las siguientes cifras dan cuenta del dominio de las 577 pantallas de Portugal (2009) por el cine estadounidense, la baja presencia del cine europeo y la cuasi

<sup>4</sup> Procesamiento propio. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte España ([www.mcu.es/cine/MC/CDC](http://www.mcu.es/cine/MC/CDC)).

ESTRENOS DE FILMES Y ESPECTADORES EN PORTUGAL.  
AÑO 2009\*

Origen	Estrenos	%	Espectadores	%	Recaudación	%
Portugal	20	7,38	426.173	2,71	1.852.502	2,51
UE**	59	21,77	848.627	5,41	3.830.030	5,19
Estados Unidos***	178	65,68	14.361.924	91,91	67.869.941	91,45
Otros	14	5,16	67.966	0,43	289.179	0,39
Total	271	100	15.704.690	100	73.841.650	100

\* Procesamiento propio. Fuente: Instituto do Cinema e o Audiovisual (ICA, [www.ica-ip.pt](http://www.ica-ip.pt)).

\*\* Procesamiento propio. Consolidado de filmes de países europeos y coproducciones entre ellos. Instituto do Cinema e o Audiovisual (ICA, [www.ica-ip.pt](http://www.ica-ip.pt)).

\*\*\* Consolidado USA y coproducciones con otros países. Ibidem.

inexistencia del cine de otros países. Con el 65,68% de los títulos, los filmes estadounidenses convocan al 91,45% de los espectadores y obtienen el 91,91% de las recaudaciones. Entre las 14 películas de la categoría “otros”, se consignan dos de Brasil, como digno representante de América Latina, mientras que el resto corresponde a China, Japón y Australia-Nueva Zelanda. Considerando el total de los títulos de Estados Unidos (como 100%), las co-producciones con países de la UE captan 3.500.000 espectadores (22,28%) y 15.781.204 de Euros (21,37%) de la facturación. En cuanto a la presencia del cine de la UE en Portugal destacan los filmes de Francia y las co-producciones intra europeas.

Los datos de la producción de largometrajes en la región iberoamericana en el período 2000-2009 ponen de manifiesto la concentración del 85,49% en cuatro países: España, Argentina, Brasil y México (3.860 títulos), mientras el 14,51% corresponde a Bolivia, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Este porcentaje incluye a Portugal con 87 largometrajes producidos en el período. La concentración es aun mayor si se toma el período 1996-2003 (Getino, 2005 y 2012).

Como ya se ha mencionado, una nueva etapa de expansión de la producción de cine de largometraje y de obras audiovisuales en América Latina es la que tiene lugar en la primera década del presente siglo. Esto se verifica, de manera particular, en los países en los que imperan políticas económicas de corte neo-keynesiano, llevadas adelante por los gobiernos democráticos populares.

Dentro del promedio de asistencia anual al cine en América Latina, Uruguay ocupa el primer lugar con cerca de 4 y México el segundo con 1,42. En el resto de los países la asistencia al año/habitante oscila entre el 0,41 de Colombia y el 0,84 de Argentina, ubicándose en torno al 0,8 de promedio.

Debe observarse que el *market share* del cine nacional en los países de América Latina de mayor producción anual no subió de manera semejante a lo largo de la década, ubicándose en un promedio de entre el 1% y el 10% –de acuerdo a la capacidad productiva de los mismos– salvo casos excepcionales. Mucho más grave es la situación de los filmes no nacionales y no estadounidenses, consumidos por un núcleo de espectadores que oscila entre el 0,02% y 2% del total. En este contexto hay años en los que uno o dos títulos nacionales de gran éxito de taquilla elevan el *market share* al 14% (Argentina, 2004) o al 21% (Brasil, 2003). En general, el *market share* promedio más alto lo ostentan Argentina (12,48%), Brasil (12,06%), Colombia (7,67%), Chile (6,55%) y México

Estamos inmersos en un campo audiovisual ampliado en el que se articulan el cine, el video, las distintas modalidades de la televisión, Internet, los videojuegos, las telecomunicaciones, no solo los satélites y las redes, sino también la telefonía celular.

(6,24%), (González, 2012). Cabe apuntar que Argentina tenía un *market share* de, entre el 15% y el 17% en la década de 1980, antes de la reconversión del sector de la exhibición que tuvo lugar en la década siguiente (Velleggia, 1990).

Si en América Latina, la producción anual de filmes se incrementó y el *market share* de los cines nacionales de la región permaneció estable, salvo años excepcionales, esto demuestra por otra vía que el principal beneficiario del incremento del número de salas y de espectadores fue el cine de las *majors*.

La capacidad reproductora del modelo concentrador, cuya dinámica bipolar es hegemonía-exclusión en el interior de cada país, comprende varios factores que dan lugar a nuevas asimetrías. Se configura así una situación de “mercados alterados”. La preconizada “libertad de mercados” significa, en este marco, una mayor distorsión que solo favorece a los que ya ocupan una posición dominante.

En Argentina, en 2010, sobre un total de 353 estrenos y 38.245.775 espectadores, el cine nacional, con 138 títulos, obtuvo 3.557.045 espectadores, y los filmes extranjeros con 215 títulos alcanzaron los 33.736.685. De este total, los 189 títulos de Estados Unidos captaron 31.390.000 (93%), mientras que el resto correspondió a los filmes de otros orígenes. Estos fueron 26 títulos que se repartieron 2.346.685 espectadores. Del total recaudado (\$ 666.729.388), solo \$ 56.916.016 fueron para el cine argentino y \$ 596.670.237 al extranjero. De esta cifra, los filmes de Estados Unidos se quedaron con \$ 537.003.213 (90%).<sup>5</sup>

A la asimetría entre los filmes provenientes de Estados Unidos y los de producción nacional se le añade otra entre estos últimos, tanto en la captación de espectadores como en la facturación.

Como es sabido, el espacio de pantalla es una variable no flexible. Aunque se incremente la producción nacional por las políticas públicas de fomento, el cuello de botella del control de la distribución y la exhibición por el cine hegemónico no deja espacios de pantalla suficientes a los filmes nacionales. Los *tanques* de Hollywood han adoptado como estrategia de marketing realizar lanzamientos en los multicines con gran despliegue publicitario y un número de copias que pueden superar las 400, con lo cual provocan un efecto “tapón”. Por ejemplo, en 2012, los 117 estrenos estadounidenses contaron con 7.804 copias (66,70 copias por filme en promedio), mientras que los 136 títulos de Argentina salieron a las salas con 1.908 copias (14 copias por filme en promedio) y los 83 perteneciente a *otros* utilizaron 1.755 copias (21,14 copias promedio por filme).<sup>6</sup>

Hay casos esporádicos en los que un filme nacional llega a sobrepasar a los estadounidenses. En Argentina, en 2009 –año en que el total de espectadores descendió un 4,91%– la excepción fue *El secreto de sus ojos*, de Juan José Campanella, que alcanzó los 2.400.000 espectadores con 24 semanas en cartel, superando a uno de los *tanques* de Hollywood, *La era del hielo 3*, que en 21 semanas logró casi 1.900.000 espectadores. Entre los 93 estrenos argentinos de ese año, solo un título llegó apenas a los 511.000 espectadores ocupando el lugar 17 entre todos los estrenos y el segundo entre los nacionales (*Las viudas de los Jueves*, de Marcelo Piñeiro). Otros seis filmes argentinos estuvieron entre los 485.000 y los 112.000 espectadores, una tercera franja de siete fue vista por entre 76.600 y 11.000, mientras que el resto (78 películas) osciló entre los 9.300 y los 2.000 espectadores.<sup>7</sup> Esto significa que de la producción de cine nacional una, dos o tres películas exitosas capturan la mayor parte de los espectadores y de la recaudación. Aunque la producción se incremente, esta asincronía –que ya fuera apuntada por varios investigadores– sigue manteniéndose.

Este mismo modelo se reitera en Brasil, México y otros países de América Latina, salvando las obvias diferencias cuantitativas dadas por la magnitud de cada mercado.



<sup>5</sup> Procesamiento propio. Fuentes: Anuario Estadístico 2010, INCAA; Anuario 2010 Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires.

<sup>6</sup> Fuente: SinCa ([sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas](http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas)).

<sup>7</sup> Anuario de Cine 2009, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.

Otra asimetría es la posición dominante de los multicines en el sector de la exhibición. Apuntan los investigadores Gabriel Lerman y Julio Villarino que las salas multipantallas, ubicadas en los shoppings y en zonas laterales a algunas autopistas, constituyen el 72% del mercado mientras que el restante 28% se reparte entre las independientes y otro tipo de salas. En materia de recaudación, las primeras se apropian del 75% y el 25% queda para el resto (Lerman y Villarino, 2011). Las multisalas captan a seis de cada diez espectadores y se quedan con las dos terceras partes de la recaudación. Esta es mayor que en el resto de los cines comunes; primero, porque las entradas tienen un precio más alto en los multiplex, el cual se incrementa aun más con los filmes proyectados en 3D. Con todo, la venta de *snack* (gaseosas, pop corn, etc.) es la fuente más importante de los ingresos de las multisalas.

Sucede algo similar con el sector de la distribución de cine. En Argentina, de un total de 45 empresas distribuidoras que estrenaron filmes en 2009, The Walt Disney Company, United International Pictures, Warner Bros y Fox Films controlaron el 65% de los espectadores. Si a este selecto grupo se le añaden las dos empresas distribuidoras nacionales de mayor envergadura, Distribution Company y Primer Plano Film Group (que distribuyen tanto filmes nacionales como extranjeros), el resultado es que seis distribuidoras concentran el 80% del mercado respectivo. Ese año se estrenaron en total 255 películas (31 menos que 2008) entre las cuales las extranjeras tuvieron una caída del 21,4 por ciento.

En rigor, la concentración de los mercados de la distribución y la exhibición de cine no debiera considerarse como un condicionante histórico estructural, sino de funcionamiento. Pero su afianzamiento a lo largo de los años señala que este es un fenómeno intrínseco a la dependencia de la región de la industria audiovisual hegemónica, a través del puñado de empresas de los sectores de la distribución y la exhibición que bien pueden prescindir de la producción endógena.

## CONDICIONANTES HISTÓRICOS DE FUNCIONAMIENTO

En Iberoamérica, el acuerdo sobre la necesidad de intervención del Estado en el fomento a la producción es unánime y constituye un logro. Esto no ha de omitir los déficits que afectan a estas políticas, sobre todo en los tres eslabones fundamentales, desde la perspectiva de la *diversidad cultural* (dimensión simbólica) y de la economía de la industria audiovisual (dimensión material): distribución, exhibición y formación de públicos. Los tres interrelacionados entre sí. Estos tres factores inciden en las características temáticas, generísticas y estéticas de la producción que se realiza en cada país con el fomento del Estado.<sup>8</sup> De allí que sea menester evaluar, en cada caso, si dichas políticas adoptan un enfoque *holístico* –que comprende a todos los eslabones de la cadena que va de la creación al consumo– o bien fragmentario, acotado al fomento de la producción propia.

La existencia de *diversidad cultural* supone el ejercicio del derecho a la *presencia* y la *visibilidad* de las diferentes culturas en el contexto nacional, regional e internacional, sin hegemonías jerarquizadoras. Antes de la Convención de la Unesco de 1995, la antropología nos enseñó que *las culturas* no son susceptibles de una clasificación que establezca jerarquías entre ellas; la exclusión cultural practicada por la hegemonía de Hollywood en las pantallas de la región vulnera tales principios.

Es posible reconocer en los países iberoamericanos que históricamente apuntaron a construir industrias cinematográficas –Argentina, Brasil, España

Solo los *nichos* de mercado que el modelo de comercialización primaria deja sin cubrir pueden ser aprovechados por productores independientes que venden "piezas únicas".

<sup>8</sup> Debemencionarse que este trabajo aborda solo la producción de cine de largometraje que se efectúa dentro del mercado, en la mayor parte de los casos con el fomento del Estado. Existe, no obstante en la región, una producción de cine y audiovisual, en formatos diversos (cortos y largos, documentales, de animación y de ficción) que no se comercializa ni se difunde por los circuitos de cine y TV tradicionales sino en espacios alternativos.



y México— las siguientes *fases*<sup>9</sup>: a) imitación de las cintas mudas europeas en las primeras producciones endógenas; b) búsqueda de la propia identidad, incentivada por la aparición del cine sonoro en la década de 1930; c) desarrollo con aspiraciones industriales y populares y competencia con el cine de Hollywood; d) rebelión anti-industrialista y anti-Hollywood; los *nuevos cines*, el “cine de autor”, el “cine político”; e) sometimiento a la hegemonía hollywoodense; f) emergencia de nuevas identidades y nuevos actores en el marco de la expansión de las TICs y la transmedialidad.

Estas fases se relacionan con los procesos políticos, económicos y culturales que experimentan las sociedades. Algunos tienen una influencia directa sobre el cine, como las políticas económicas, los proyectos políticos de los gobiernos, las innovaciones tecnológicas, el desarrollo industrial, los acuerdos referidos a la integración regional y otros, indirecta: las dinámicas social y cultural, los cambios en los procesos de sociabilidad y en la comunicación, las políticas educativas y otras.

Entre los condicionantes históricos de funcionamiento pueden enumerarse como los más significativos los siguientes:

*El rol del Estado en materia de políticas de fomento y regulación del cine.* Es sabido que la supervivencia y el desarrollo de las cinematografías de la región iberoamericana depende de las políticas de fomento de los organismos públicos del sector. Existe, de hecho, *en todos los países*, una correlación entre los períodos en los que han imperado políticas económicas neoliberales y la caída de la producción de películas.

Los gobiernos neoliberales, al poner en práctica la preconizada “prescindencia” del Estado, en realidad instrumentan un intervencionismo al revés: favorecen la concentración del poder económico, cultural y comunicacional en los grandes conglomerados empresariales internos, así como al cine hollywoodense.

El caso del ex presidente Fernando Collor de Melo de Brasil (1990-1992) es paradigmático al respecto, ya que, en nombre de la “libertad de mercado” desmanteló las instituciones estatales que venían llevando adelante las políticas de fomento y desarrollo cinematográfico (Embrafilme, CONCINE y la Fundación del Cine Brasileño). En 1990 no se estrenó ningún filme brasileño, por primera vez en la historia del mismo. El período de Fernando Henrique Cardoso, que lo sucedió, con algunos atenuantes dio continuidad a las políticas de “prescindencia” del Estado en este sector. Es recién en 2004, con el gobierno de Luiz Inacio Lula da Silva (2003-2010) que se comienzan a debatir y transformar las políticas cinematográficas de fomento a la producción nacional.

La industria cinematográfica de México, históricamente uno de los mayores productores de cine de la región se debilitó bajo las presidencias de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) y durante el sexenio del neoliberal Vicente Fox, (2000-2006), mientras que la de Brasil se recuperó de la crisis de la década de 1990 y la de Argentina, que experimentó un cierre masivo de salas y el descenso de los espectadores en la misma década, creció a partir de 2003.

*La institucionalización de las políticas de los organismos públicos de cine y la legislación cinematográfica.* Exceptuando a Paraguay y las Guayanas, todos los países de la región iberoamericana poseen organismos públicos de cine y legislación de fomento de la producción nacional. Las principales fórmulas adoptadas para tal fin consisten en: ayudas directas, subsidios y créditos blandos —sobre todo a la producción— ciertos incentivos tributarios a las empresas que invierten en la producción y difusión de contenidos audiovisuales, (Brasil, Chile, Colombia),

La participación de los países de Iberoamérica en esta lucha competitiva es una cuestión clave, tanto en términos económicos como simbólicos.

<sup>9</sup> Se evitan los términos *etapa* y *período* porque denotan un proceso diacrónico a lo largo del tiempo, o ciertos cortes temporales en el continuum histórico, los cuales suelen utilizarse para definir las variables determinantes de cambios en cada período; por ejemplo, se adopta la variable técnica para delimitar los períodos del cine mudo y el sonoro. En el caso de Iberoamérica no puede señalarse un sincronismo sociohistórico que comprenda a todos los países por igual en cada época de desarrollo del cine.

el establecimiento de cuotas de pantalla para las películas nacionales en los cines y, en algunos casos, también en la televisión. En la mayor parte de los países este último requisito es bastante soslayado, ya que desde el Estado no se ejercen mecanismos estrictos de control de su cumplimiento.<sup>10</sup>

Dentro de este marco general, existen diferencias según los países. Por ejemplo, en Argentina, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) tiene la potestad casi total del financiamiento de la producción nacional de cine ya que las inversiones del sector privado son escasas, a diferencia de Brasil, España y México. En estos países existe una intervención activa en la producción, tanto de empresas productoras de cine y medios audiovisuales “profesionalizadas”, como de otros rubros (petróleo, finanzas, etcétera) que realizan inversiones con el fin de desgravar impuestos y/o abrir nuevas fuentes de negocios.

De manera reciente, con la implementación del sistema de Televisión Digital Terrestre, desde el Ministerio de Planificación de Argentina se ha creado un fondo especial para la producción de programación audiovisual para televisión, que funciona a través de concursos administrados por el INCAA. Este fondo tiene la cualidad de promover la actividad de producción audiovisual de manera descentralizada en todo el país, quebrando el cerco histórico de centralización de la misma en la ciudad de Buenos Aires.

En España, el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), dependiente de la Secretaría de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes es el organismo que tiene a su cargo el fomento del cine nacional. Pero no lo hace solo, sino con una intensa participación de productores privados, organismos de las comunidades autónomas –algunas de ellas sumamente activas en materia de políticas audiovisuales propias– la televisión y los programas especiales a tal fin de la UE.

Sin embargo, los marcos jurídicos que ordenan las políticas públicas no contienen más que alusiones declarativas a la integración cinematográfica regional, en el mejor de los casos. En otros, ni se la menciona. Por lo que ella depende exclusivamente de la voluntad política y la capacidad de gestión de los funcionarios a cargo de los organismos públicos de cine.

*Las articulaciones con la televisión.* Estas articulaciones derivan de las políticas, la legislación y la institucionalidad adoptadas en cada país. En España y los países de la UE, la televisión es una importante fuente de financiamiento de la producción cinematográfica, mientras que no sucede otro tanto –salvo contadas excepciones– en América Latina.

Televisa, de México, y Rede Globo, de Brasil, encaran producciones de cine propias o con productores o directores asociados, las cuales suelen resultar grandes éxitos de taquilla. En Argentina hacen otro tanto Telefé (Canal 11) y Arterar (Canal 13), aunque no de manera sistemática, como en el caso de Televisa y Rede Globo.

En Brasil, Rede Globo participó en la producción de los filmes que fueron los mayores éxitos comerciales de la década: *Cidade de Deus* (2002); *Carandirú* (2003); *Dois filhos de Francisco* (2005) y *Tropa de elite* (2010) que alcanzó el récord de 11 millones de espectadores.

México cuenta con dos fondos públicos de fomento establecidos por la Ley Federal de Cinematografía: FIDECINE, que comenzó a operar en 2002 y FOPROCINE, creado en 1997 para el “cine de calidad”. No obstante, el emporio Televisa tiene el hábito histórico de encarar producciones de cine.

En Argentina, participan en la producción de cine Telefé (Canal 11) y Arterar (Canal 13), pero se trata de inversiones esporádicas, en coproducción con

En América Latina, solo Argentina, Brasil y México, lograron sembrar los gérmenes de industrias cinematográficas nacionales, las cuales tuvieron su apogeo en la llamada *época de oro* (1930–1950).

<sup>10</sup> Para un mayor detalle sobre las políticas públicas y la legislación de cada país de América Latina, véase Roque González, “Cine latinoamericano. Entre las pantallas de plata y las pantallas digitales. Producción y mercados en América del Sur y México”, en Octavio Getino y otros, *Cine Latinoamericano. Producción y Mercados en la primera mitad del siglo XXI*, 2ª edición.

algún director o productor destacado por sus éxitos previos o con actores y argumentos popularizados por la programación televisiva propia de alto rating. Por ejemplo, *El secreto de sus ojos*, primera en el ranking de filmes nacionales, contó con la coproducción de Telefé. Otro gran éxito, *Patoruzito*, (2004) filme de animación que alcanzó casi 2 millones de espectadores fue coproducido por Artear y Patagonik (por entonces filial de Disney en Argentina).

En Europa, las emisoras de televisión, públicas y privadas, tienen una participación activa y sistémica en el financiamiento del cine nacional, amén de los fondos provenientes de los respectivos institutos de cine y de los programas creados a tal fin en el marco de la UE. Entre ellos, el Sub-programa *Media* destinado al desarrollo de proyectos, y a la distribución y la promoción de las industrias audiovisuales de la región europea. Este se complementa con recursos de otros programas culturales y con las disposiciones y políticas adoptadas en el marco de la UE para la protección y promoción de sus industrias cinematográficas. Asimismo, los organismos de las regiones autónomas en España y de los niveles locales en otros países europeos, tienen una participación activa en el fomento a la producción de cine de su respectiva región.

En Argentina, los fondos para el fomento a la producción nacional provienen de tres fuentes: el 10% de todas las entradas a salas de cine y alquileres de filmes en video y el 40% de los ingresos percibidos por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) por el gravamen que este organismo aplica a los canales de televisión abierta y por cable. Este sistema, ideado para incentivar la producción nacional, en realidad contiene dos contradicciones. Una es que para que el Fondo de Fomento del INCAA crezca, los *tanques* de las *majors* desempeñan un papel esencial, dado que son los principales aportantes del impuesto del 10% del ticket que paga el público, al concentrar la mayor cantidad de espectadores. La otra es el “subsidio electrónico” que, a veces, es percibido con una sola exhibición en algún canal de cable del interior. La generosidad de este sistema, termina “premiando” con los subsidios más elevados a los mayores éxitos comerciales.

*Las dificultades de comercialización en el mercado interno.* En América Latina el cine producido en cada país debe obtener el 90% de los recursos para la recuperación de la inversión en sus mercados internos y en los circuitos de salas. Las sumas por la compra de derechos de emisión que pagan las emisoras de TV y las grabadoras de video a los filmes nacionales son, en general, muy bajas.

Según se ha apuntado, al concentrarse la mayor parte de los espectadores del cine nacional en contados títulos anuales y obtener el resto de la producción una baja concurrencia, las probabilidades de que un filme de costo promedio amortice la inversión con los ingresos de taquilla en las salas son escasas. El camino que queda es el de los subsidios públicos, la venta a las emisoras de TV de otros países y la gran apuesta de los jóvenes directores egresados de las escuelas de cine: lograr un premio en algún importante festival europeo que les abra la puerta a la tan ansiada consagración.

Los costos-promedio de un largometraje de ficción en América Latina van de los 2 millones de dólares (Brasil y México) a los 350 millones en Perú, ubicándose en un punto intermedio en Colombia con 800 millones y Argentina con 1.200. Como del total del monto de la entrada, el productor se queda con un porcentaje (varía entre el 25% y el 30%), sobre un costo promedio de US\$ 4,5 de la entrada (excepto Venezuela donde es de US\$ 7), la cantidad de espectadores que un filme nacional debe alcanzar para amortizar sus costos de producción es elevada, considerando el tamaño de cada mercado interno (Getino y otros,



2012:99). En tal sentido, México y Brasil por constituir los dos mercados más grandes de la región y con una elevada concurrencia anual a las salas, son los que, en teoría, mayores chances tienen de amortizar su producción. Argentina, pese a ser el país que más filmes produce al año, tiene una capacidad de recuperación menor, tanto por el escaso volumen de su mercado interno como por la baja tasa de concurrencia anual a las salas de cine (0,84%). Si esta fuera mayor podría compensar el tamaño del mercado interno.

Por ejemplo, de los 3.100 millones de tickets vendidos en América Latina en la primera década del siglo XXI, la distribución de ese total entre los tres productores de cine de la región que representan el 80% de la misma, no ha sido homogénea. México vendió 135 millones en el primer lustro y 170 en el segundo. Brasil vendió entre 72 y 90, promedio y 100 millones en 2009 y Argentina se mantuvo estable entre los 31 y 35 millones, salvo en 2004 cuando llegó a los 42 millones (Getino y otros, 2012:108). En tanto entre un 75 y un 90% del total de tickets vendidos –según los países– es absorbido por las *majors*, las chances de amortización de la mayor parte de los títulos nacionales en sus propios mercados son bajas, aunque se trate de los más voluminosos.

*La exigua presencia de los cines nacionales de los países de la región iberoamericana en las pantallas de la misma.* La mayor parte de los filmes producidos en los países de América Latina, España y Portugal tiene como destino la comercialización y difusión dentro de sus propias fronteras.

En los relevamientos estadísticos de los filmes estrenados cada año en los países de la región iberoamericana el cine de la misma suele mostrar cantidades ínfimas de títulos, espectadores y recaudaciones. En general, está englobado en la categoría “otros”, junto con los provenientes de Asia, Irán y algunos países “exóticos” (o sea, extra europeos y extra Estados Unidos). Las excepciones son los filmes que, debido a algún premio obtenido en un festival de prestigio, o a un “taquillazo” en su país de origen, logran interesar a una distribuidora internacional importante, a veces incluso vinculada a las *majors*. Este es un fenómeno esporádico.

En los países de la región iberoamericana se estrenan entre 2 y 20 películas de este origen por año, dependiendo de cada mercado. Uruguay es el país en el que más filmes de la región se estrenan, hecho que coincide con la más alta concurrencia por persona al año (4), probablemente debido a la tradición cinéfila del público gracias a la labor que durante muchos años vino realizando la Cinemateca Uruguaya en la formación de públicos. En Brasil existe una red de salas de cine arte que es donde en general se exhiben los filmes de Iberoamérica.

Del total de filmes de los países de la región estrenados en las pantallas de esta, el 39% fueron de Argentina. El segundo lugar lo ocupó España con el 25%, el tercero fue México con el 16%, y el cuarto fue Brasil con el 6%, un 4% para Chile y Perú y el 2% de Colombia. El *market share* que obtuvieron estos filmes osciló entre el 0,02 y el 2% (Getino y otros, 2012:128).

En 2006, a través de un acuerdo binacional hubo un récord de estrenos de Brasil en Argentina y viceversa (13 títulos). El acuerdo consistió en otorgar el certificado de filme nacional a seis títulos de un país en el otro, de modo que pudiera gozar de los beneficios que las respectivas legislaciones de cine otorgan a las producciones endógenas. Novedoso –y exitoso– dispositivo de política pública que, lamentablemente, no tuvo continuidad. Brasil, a pesar de la barrera lingüística, estrenó 16 filmes en América Latina entre 2006 y 2009.



Estos someros datos indican que el problema no está en la “calidad” de los filmes iberoamericanos para competir en los mercados regionales, sino en el control de los mercados de la distribución y exhibición y las pantallas de todos los países de la región –aunque en distinto grado según los casos– por el cine de las *majors*. Las medidas parciales que se adoptan –como la cuota de pantalla en salas y en televisión– no posibilitan superar este problema. Ello requiere políticas públicas eficaces, y concertadas a nivel intra-regional que necesariamente han de tener una concepción *holística* a corto, mediano y largo plazo. Dentro de ellas, la formación de los públicos es una dimensión insoslayable y hasta ahora desatendida (Velleggia, 2010; 2011 y 2012). Es evidente que si el cine iberoamericano ostenta en los países de este espacio un *market share* ínfimo, su distribución, promoción y exhibición no puede quedar en manos de un mercado concentrado y distorsionado. Mucho menos puede delegarse en aquel la función de formar a los públicos para el cine de la región.

*Las relaciones del cine con las TICs.* Estas relaciones son susceptibles de abordarse desde distintas perspectivas. Una es el análisis de la incidencia en el campo de la industria audiovisual, y en particular la cinematográfica, de los procesos de convergencia –que es a la vez tecnológica, empresarial y de mercados– y las transformaciones sociales y económicas que ellos implican. Otra perspectiva es la mencionada al comienzo de este trabajo, el estudio de los cambios en el *sensorium* social. Una tercera opción sería el análisis del impacto de la expansión de las TICs en los procesos de creación y los modos de producción de cine y la medida en que los productores y realizadores de la región iberoamericana utilizan y aprovechan las oportunidades que ellas presentan. Se trata de enfoques no opuestos, sino complementarios entre sí.

Sabido es que varias *majors* –entre ellas Warner Bros– ya no se dedican solo al cine sino que han montado cadenas de producción *transmedia* que atraviesan los distintos medios y soportes del campo audiovisual ampliado –cine, televisión, videojuegos, *websites*, internet, producción para telefonía celular– e incursionan, asimismo, en la música, los juguetes, merchandising, los medios impresos, en particular revistas e historietas y otras actividades vinculadas al *entertainment*.

Uno de los principales problemas que la *multimedialidad* y la *transmedialidad* plantean, y que ha sido poco analizado, es cómo funcionan la competitividad por segmentos del mercado global y la especificidad de los lenguajes. El desarrollo de los procesos de identificación entre los diferentes públicos y los personajes y las distinciones entre las funciones –complementarias– que han de cumplir los distintos medios y soportes, centrales y periféricos, es tanto una cuestión de lenguajes y narrativa como tecnológica y de marketing. *Matrix revolution* es un buen ejemplo de interactividad múltiple –lingüística, narrativa, tecnológica y de marketing– en tanto buena parte de los espectadores del filme, al enfrentarse al mismo ya han pasado varias horas lidiando con el videojuego, el cual les ofrece otras facetas de los mismos personajes y otras posibilidades de identificación con ellos. A su vez, hay una “familiaridad” entre los códigos del lenguaje cinematográfico seleccionados para el filme y los del videojuego.

Los conocimientos que en la actualidad se requieren para encarar la actividad cinematográfica y audiovisual se han ampliado y complejizado. La televisión digital y HD, los satélites, la telefonía celular, la informática e Internet, las nuevas técnicas y potencialidades de la animación, el audiovisual en 3D, además de la formación de equipos interdisciplinarios que difieren de los del cine tradicional, exigen nuevos saberes y prácticas para apropiarse de manera

En la primera década del siglo XXI, las salas de cine de América Latina se incrementaron en alrededor del 65%.

creativa de las oportunidades que ofrecen las nuevas redes y ventanas de distribución y difusión del audiovisual.

Las capacidades de creación e innovación y el marketing y la planificación para la utilización de estos nuevos recursos incluyen, pero rebalsan las competencias tradicionales del quehacer cinematográfico, acotadas a la dramaturgia, la realización, la producción y los oficios técnicos habituales del cine y la televisión, los que también están mutando por obra del cambio tecnológico. Ahora los equipos han de integrar ingenieros en telecomunicaciones y/o informática, programadores, especialistas en generación digital de efectos especiales, técnicos capacitados para operar los nuevos equipos y su software, así como otros oficios que antes se concebían ajenos al quehacer artístico y audiovisual. La escisión histórica –con frecuencia artificial– entre cultura artística y cultura científica tiende a saldarse.

El aprovechamiento de las potencialidades que la relación cine-TICs supone es bajo en la región. La mayor parte de los cineastas que trabajan en el cine de ficción manifiesta actitudes opuestas al cambio y a la incorporación de estas innovaciones. Los jóvenes que se dedican a la animación están más inclinados a adoptarlas, como así también los equipos multidisciplinarios que se han formado para la producción de videojuegos, pero –con frecuencia– carecen del acceso al financiamiento necesario para poder plasmar sus proyectos en productos que compitan en el mercado.

*Los cambios en la dinámica sociocultural y en los públicos.* En su calidad de *industria cultural*, el cine se estructura en una cadena de valor compuesta por varios eslabones que van de la creación y la producción de las obras a su apropiación o *consumo*. Esto significa que si el primer eslabón de la cadena son los creadores de la idea y de la obra audiovisual y, de manera concomitante, el complejo entramado de sectores y relaciones técnicas, artísticas y comerciales entre ellos, los productores (segundo eslabón), los distribuidores (tercer eslabón), los exhibidores (cuarto eslabón), el último eslabón es el público.

La baja concurrencia al cine en los países de América Latina, y, dentro de ella, el cambio en la composición social de los públicos y el menor interés por el cine nacional, son factores que obstaculizan las posibilidades de una producción siquiera parcialmente autosustentable.

En Argentina, por ejemplo, el consumo cinematográfico es menor a 90 minutos al año/persona; mientras que el de alquiler de videos es de 33 horas al año/persona y el de exposición a la televisión 50 horas al año/persona. En las encuestas de consumos culturales realizadas, el 60% afirma que nunca va al cine y el 11% que no lo hizo en los últimos tres meses (Getino y otros, 2012).

Con el cierre y la reconversión de las salas tradicionales de exhibición, ubicadas en los barrios y en el interior, donde se encontraban los principales públicos del cine nacional, la concentración de los multicines en las zonas residenciales de las ciudades y los shoppings y el aumento creciente del precio de las entradas, provocaron un cambio en la composición social de los espectadores. El cine dejó de ser uno de los consumos culturales preferidos de los sectores populares (después del fútbol) para convertirse en un “entretenimiento” de los sectores medios y medios-altos urbanos. Las cadenas de exhibición compensan el descenso del número de espectadores con el incremento del precio de las entradas, de modo que, no solo mantienen sus márgenes de ganancias sino que hasta pueden llegar a incrementarlo.

Esta reconversión de la exhibición sucedió en el marco de la transformación de los modos de consumo. Antes de la década de 1990, hubo un desplazamiento

En rigor, la concentración de los mercados de la distribución y la exhibición de cine no debiera considerarse como un condicionante histórico estructural, sino de funcionamiento.

to hacia el espacio privado con la compra masiva de videocasetas VHS, el alquiler de videos y la elevada oferta de programación de cine de largometraje de la televisión por cable. De manera más reciente el consumo en el ámbito hogareño continúa con las nuevas modalidades impulsadas por la expansión de Internet y el creciente acceso a ella, el *streaming* y la “bajada” de filmes de la Web se complementan con la compra de copias en DVD. Las principales razones esgrimidas por quienes utilizan estos modos de consumo son el alto costo de las entradas de cine y la posibilidad de verlos, inclusive antes que su estreno en salas.

Las transformaciones en los modos de distribución y apropiación del cine necesariamente provocan cambios en las características de las obras y en los procesos de creación y producción.

La mayor parte de la producción endógena de los países de la región fue deslizándose hacia la imitación del modelo de cine hegemónico, en procura del éxito de taquilla de este, considerado como una especie de piedra filosofal del “gusto del público”. Si hoy se buscan buenos ejemplos del policial negro estadounidense no hace falta recurrir a Hollywood, puede hallárselos tanto en Argentina, Venezuela, Colombia u otras ciudades latinoamericanas. Esta transmutación generística provoca hibridaciones que dan lugar a nuevos estilos, en algunos casos, paródicos de las versiones clásicas de los géneros originales; tal como sucede con el *spaguetti western*, por ejemplo.

Al relacionarse con una película, el espectador también se relaciona con los códigos del lenguaje *institucionalmente* modelados, que adoptan la forma de los distintos *géneros*. El pacto filme-espectador se basa en esta condición que hace al poder de la industria del cine, en su carácter de *institución productora de normas, códigos y sentidos*.

Dicho poder descansa en el *régimen de verosimilitud* que, desde las gramáticas de producción, selecciona, utiliza y combina ciertos códigos del lenguaje audiovisual que los espectadores decodifican y reconocen a través de las gramáticas de recepción. Es esta una producción simbólica de la cual participan los dos polos del proceso y está interrelacionada con la construcción de los imaginarios sociales. Todo cambio en el régimen de verosimilitud del lenguaje audiovisual implica cambios en los imaginarios sociales y viceversa (Velleggia, 2010). Por esta dinámica entre imagen e imaginario la estabilidad de los regímenes de verosimilitud es relativa; prueba de ello es la variación del “posible” filmico en cada etapa y espacio de la historia del cine.

Las mayores mutaciones que están teniendo lugar en la relación cine-TICs residen, precisamente, en el régimen de verosimilitud de los códigos del lenguaje audiovisual y en los imaginarios sociales. O, si se prefiere, en palabras de Benjamin y Martín-Barbero, el *sensorium* social.

De allí que el conocimiento de estos cambios, tanto en el régimen de verosimilitud de las obras filmicas a partir de los nuevos códigos y lenguajes que se entremezclan y los imaginarios sociales que están mutando, sea fundamental para orientar los procesos de producción, distribución y comercialización del cine iberoamericano en dirección a la integración.

Deben mencionarse, por último, los importantes avances en los acuerdos de co-producción que hoy existen entre casi todos los países de la región y la institucionalidad que ha alcanzado la cooperación para la integración, con la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI) creada en 1989, los Convenios suscriptos para la Creación de un Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano y el Convenio de Integración Iberoamericana, así como la creación de IBERMEDIA en 1998, como Programa de Desarrollo en



Apoyo a la Construcción del Espacio Audiovisual Iberoamericano y en América Latina la creación de la Reunión de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas del Mercosur (RECAM).

Si bien la institucionalidad alcanzada expresa la voluntad política de integración, esta podrá concretarse cuando, frente al rectángulo de la pantalla, los públicos de Iberoamérica accedan a un cine que experimenten como representativo de sus aspiraciones, sueños, cosmovisiones e identidades. ●

LA INTEGRACIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA.  
PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS

ANTECEDENTES

- 1931 I Congreso Hispanoamericano de Cine, Madrid, España. Documento con propuestas y recomendaciones.
- 1946 Convenio Comercial y de Pagos (en el marco de la Cooperación España-Argentina) se incluye el apoyo a “la importación, comercialización, exhibición y régimen impositivo de películas cinematográficas”.
- 1948 II Congreso Hispanoamericano de Cine, Madrid, España. Se profundiza documento anterior y se impulsan coproducciones.  
Primer Certamen Cinematográfico Hispanoamericano, Madrid; España. Se propone crear la Unión Cinematográfica Hispanoamericana.
- 1958 Primer Congreso de Cineístas Independientes, Montevideo, Uruguay. Surge la Asociación Latinoamericana de Cineístas Independientes (ALACI).
- 1965 Primer Congreso de la Cinematografía Hispano-Americana, Buenos Aires, Argentina. Participaron Argentina, Brasil, Chile, España y México.
- 1967 Primer Encuentro de Cineastas Latinoamericanos de Viña del Mar, Chile.
- 1969 Convenio Hispanoargentino de Relaciones Cinematográficas.
- 1974 Formación del Comité de Cineastas de América Latina, Caracas, Venezuela.
- 1976 Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe. Recomendación N° 25, referida al incremento de la producción, distribución y exhibición cinematográfica y los convenios de coproducción entre los países-miembro.
- 1987 Reunión de Cineastas “A 20 años de Viña del Mar”, Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, La Habana, Cuba.
- 1992 Acuerdo sobre relaciones cinematográficas España-Argentina y ampliación del concepto de película a los nuevos medios “creados o por crearse”. Se considerará nacional a toda coproducción que se enmarque en el Convenio.

LA INSTITUCIONALIZACIÓN

- 1989 Reunión de representantes de los organismos de cine de Iberoamérica, Caracas, Venezuela. “Foro Iberoamericano de Integración Cinematográfica”.  
Creación de la CAACI\* (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica) cuyo objetivo es “el desarrollo de la cinematografía dentro del espacio audiovisual de los países iberoamericanos y la integración mediante una participación equitativa en la actividad cinematográfica regional”.  
Acuerdos firmados: Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, Acuerdo de Coproducción Cinematográfica Iberoamericana, Acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano, ratificados por las leyes nacionales de los países miembro: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Honduras, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto



Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Se estableció la SECI (Secretaría Ejecutiva) con sede en Caracas.

A fin de cumplir sus objetivos, los integrantes de la CAACI se comprometen a realizar esfuerzos conjuntos para:

- Apoyar iniciativas, a través de la cinematografía, para el desarrollo cultural de los pueblos de la región.
- Armonizar las políticas cinematográficas y audiovisuales de las Partes.
- Resolver los problemas de producción, distribución y exhibición de la cinematografía de la región.
- Preservar y promover el producto cinematográfico de las Partes.
- Ampliar el mercado para el producto cinematográfico en cualquiera de sus formas de difusión, mediante la adopción en cada uno de los países de la región, de normas que tiendan a su fomento y a la constitución de un mercado común cinematográfico iberoamericano.

1997 Creación del Fondo IBERMEDIA desde la CAACI, aprobado en la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, Isla Margarita, Venezuela. Los objetivos de IBERMEDIA comprenden la producción, la coproducción, la distribución, la exhibición y la capacitación.\*\*

#### APOYO DE IBERMEDIA A LAS COPRODUCCIONES REGIONALES\*\*\*

En el período 2000-2008 del total de las coproducciones realizadas entre países de América Latina y con España, el apoyo de IBERMEDIA por país fue de:

Argentina	47,06 %
Brasil	67,74 %
Uruguay	60,87 %
Bolivia	75,00 %
Chile	78,57 %
Venezuela	81,82 %
España	41,67 %

#### CONGRESOS IBEROAMERICANOS DE CULTURA

La I edición tuvo lugar en México D.F., México, en 2008 en torno “El cine y el audiovisual”.

En 2009, Sao Paulo, Brasil, fue la ciudad elegida como sede bajo el lema “Cultura y transformación social”.

Medellín, Colombia, acogió la edición de 2010, designando “El ámbito musical iberoamericano” como tema central.

En 2011, el Congreso, desarrollado en Mar de Plata, Argentina, se centró en “Las relaciones entre cultura, política y participación popular”.

La V edición tuvo lugar en Zaragoza, España, del 20 al 22 de noviembre de 2013 y su eje temático fue “La cultura digital y el trabajo en red”.

\* Originalmente se denominó CACI. El término Audiovisual se agregó con posterioridad, convirtiéndose en CAACI, su nombre actual.

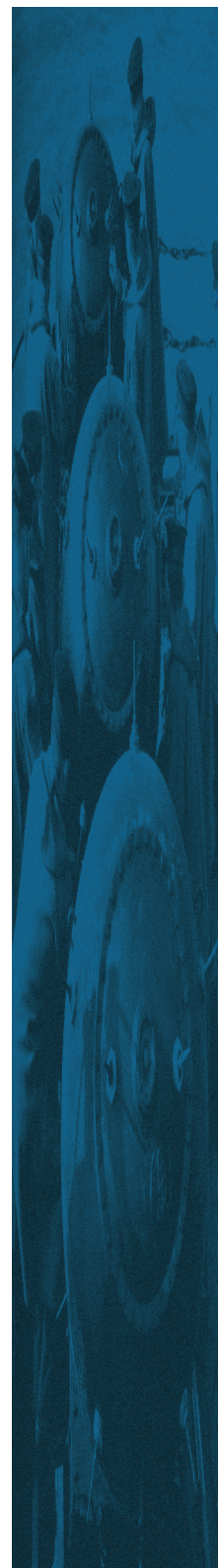
\*\* Véase Fernando Lara, “Nada sería igual sin IBERMEDIA”, en AAVV, José Miguel Onaindia (coord.), *Imágenes Compartidas. Cine Español-Cine Argentino*.

\*\*\* Gonzalez Roque, Op. Cit.

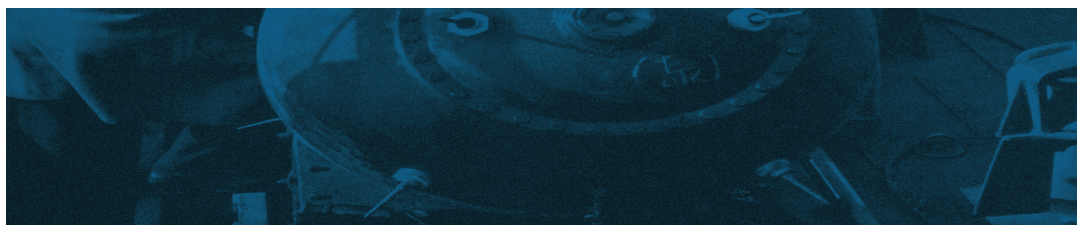
## BIBLIOGRAFÍA

- Baczko**, Bronislaw, *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.
- Benjamin**, Walter, “El arte en la era de su reproductibilidad técnica”, en J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot, *Sociedad y Comunicación de Masas*, México, FCE, 1981.
- Berger**, Peter y Thomas **Luckmann**, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorortu, 1986.
- Bourdieu**, Pierre, “Campo intelectual y proyecto creador”, en *Problemas del estructuralismo*, VVAA, México, Siglo XXI, 1967.
- , *Campo del poder y campo intelectual*, Buenos Aires, Folios Ediciones, 1983.
- , *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Altea-Taurus-Alfaguara, 1988.
- , *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1990.
- Castoriadis**, Cornelius, *La institución imaginaria de la sociedad*, T I y II, Buenos Aires, Tusquets, 1993.
- Ferro**, Marc, *Cinéma et histoire*, París, Ed. Denoël/Gonthier, 1997.
- Flichy**, Patrice, *Una historia de la comunicación moderna; espacio público y vida privada*, México, Gustavo Gili, 1993.
- García Canclini**, Néstor, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1989.
- , “El consumo cultural; una propuesta teórica”, en AAVV, Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999.
- , *La globalización imaginada*, México, Paidós, 2000.
- Getino**, Octavio, *Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías audiovisuales*, Mérida, Venezuela, FNCL, La Habana, Cuba y Universidad de los Andes, 1987.
- , *Cine argentino: entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires, Ediciones CIC-CUS, 1998.
- Getino**, Octavio, y otros, *Cine Iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*, Costa Rica, Veritas-Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, 2005.
- , “Producción y Mercados del Cine Latinoamericano en la primera década del siglo XXI”, FNCL-Centro Nacional Autónomo de Cinematografía de la República Bolivariana de Venezuela y Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), La Habana, Cuba, 2011.
- González**, Roque; “Cine Latinoamericano. Entre las pantallas de plata y las pantallas digitales. Producción y mercados en América del Sur y México”, en Octavio Getino y otros, *Cine Iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*, Costa Rica, Veritas-Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, 2005.
- Gubern**, Román, *Historia del cine*, T I, II y III, Barcelona, Editorial Buber, 1969.
- Hall**, Peter y Pascual Preston, *La ola portadora. Nuevas tecnologías de la información y geografía de las innovaciones, 1846-2003*, Madrid, Fundesco, 1990.
- Hennebelle**, Guy, *Los cinemas nacionales contra el imperialismo de Hollywood*, T I y II, Valencia, Fernando Torres Editor, 1977.
- Lerman**, David y Julio **Villarino**, “Tan lejos y tan cerca; cambios geográficos y económicos en el consumo de cine”, en *Revista Indicadores Culturales* 2010, UNTREF, Buenos Aires, 2011.

- Lozano**, Elizabeth, “Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos”, en AAVV, Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999.
- Martín-Barbero**, Jesús, “Memoria narrativa e Industria Cultural”, en *Revista, Comunicación y Cultura*, núm. 10, Agosto, 1983, México. \_\_\_\_\_, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1986.
- \_\_\_\_\_, *Globalización comunicacional y descentramiento cultural*, en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (comp.), Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 1999.
- \_\_\_\_\_, “Recepción de Medios y Consumo Cultural: travesías”, en AAVV, Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999.
- Miller**, Toby, Marta Hernandez Salván y Freya Schiwy, “Las tendencias principales y los resultados obtenidos por el cine Latinoamericano y del Caribe en Estados Unidos y Canadá”, en Octavio Getino y otros, *Cine Latinoamericano, producción y mercados en la primera década del siglo XXI* (2ª ed. corregida y actualizada), Buenos Aires, DAC-CICCUS, 2012.
- Morin**, Edgar, *El cine o el hombre imaginario*, Barcelona, Seix Barral, 1972.
- Orozco Gomez**, Guillermo y Charles Creel Mercedes, *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1990.
- \_\_\_\_\_, “Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia”, en AAVV, Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999.
- \_\_\_\_\_, *Televisión, Audiencias y Educación*, México, Norma, 2011.
- \_\_\_\_\_, “El lugar del investigador ante los retos del análisis crítico de las audiencias”, 2012, en [ddd.uab.cat/pub/analisi/](http://ddd.uab.cat/pub/analisi/).
- Pereira Canedo**, Daniele, “Todos Contra Hollywood? Políticas, Redes e Fluxos do Espaço Cinematográfico do Mercosul”, Tesis de Doctorado ganadora del Concurso Octavio Getino a la Investigación de las Industrias Culturales de América Latina y el Caribe, 2013, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, La Habana, Cuba y Centro Nacional Autónomo de Cinematografía de la República Bolivariana de Venezuela, 2012.
- Sadoul**, Georges, *Historia del Cine Mundial*, México, Siglo XXI, 1980.
- Schuman**, Peter, *Historia del cine latinoamericano*, Buenos Aires, Legasa, 1987.
- Sunkel**, Guillermo (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999.
- Todorov**, Tzvetan, *Los géneros del discurso*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1991.
- Velleggia**, Susana, *De la cámara ametralladora a la nostalgia de “hollyworld”*, México, Edimedios, 1984.
- \_\_\_\_\_, *El cine, entre la realidad y el espectáculo*, México, Claves Latinoamericanas, 1985.
- \_\_\_\_\_, *Cine y Espacio Audiovisual Argentino*, Buenos Aires, INCA-CICCUS, 1990.
- \_\_\_\_\_, “Antecedentes históricos del video en América Latina; reproducción y transformación”, en Susana Velleggia Susana (comp.), *El video en la Educación no-formal en América Latina*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 1994.
- \_\_\_\_\_, “Comunicaciones del MERCOSUR en la disyuntiva; ¿Globalización o Integración subregional?”, en Gregorio Recondo (coord.), *MERCOSUR la dimensión cultural de la Integración*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 1997.
- \_\_\_\_\_, “Imagen e imaginario en la tensión global-local” en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (comp.), *La dinámica global/local. Cultura y comunicación; nuevos desafíos*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 1999.



- \_\_\_\_\_, “Televisión e Infancia en la Argentina, cuando la imagen es ausencia”, investigación presentada en la IV Cumbre Mundial de Medios para Niños y Adolescentes, Abril, Río de Janeiro, Brasil, 2004.
- \_\_\_\_\_, “Creando un Espacio Audiovisual para los Niños en América Latina. Informe de Argentina”, investigación realizada para el Centro Internacional de Cine para la Infancia y la Juventud (CIFEJ), Montreal, Canadá, 2007.
- \_\_\_\_\_, “Educación para la Formación de Nuevos Públicos del Cine y el Audiovisual Latinoamericano. Informe de Argentina”. Investigación realizada en Argentina, Cuba y México para la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano y la Agencia Española de Cooperación Internacional. Licenciada Cecilia Linares (coord.), FNCL, La Habana, Cuba, 2010.
- \_\_\_\_\_, “La máquina de la mirada. Los movimientos cinematográficos de ruptura y el cine político latinoamericano en las encrucijadas de la historia”, 3ª ed., CIESPAL, Quito, Ecuador, 2010.
- \_\_\_\_\_, “La Integración cinematográfica iberoamericana, avances y perspectivas”, en José Miguel Onaindia (coord.), *Imágenes Compartidas. Cine Argentino-Cine Español*, Buenos Aires, CCEBA, 2011.
- \_\_\_\_\_, “El conocimiento como información-mercancía ¿De los imaginarios analógicos a un imaginario digital global?”, en *Revista Indicadores Culturales, Cuadernos de Políticas Culturales*, Francisco Piñón (ed.) y Octavio Getino (coord.), Buenos Aires, UNTREF, 2011.
- \_\_\_\_\_, “Educar y aprender con los medios. El desafío de la diversidad cultural”, investigación para la ponencia presentada en el Foro Mundial de Medios Públicos, Guadalajara, México, 2012.
- Williams**, Raymond, *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 1980.
- \_\_\_\_\_, *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*, Buenos Aires, Manantial, 1997.



## Adolfo Sequeira

EX DIRECTOR EN LA AGENCIA  
CÓRDOBA CULTURA DEL GOBIERNO  
DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA.  
FUE ASESOR DE LA ORGANIZACIÓN  
DE ESTADOS IBEROAMERICANOS (OEI)  
Y DIRIGIÓ *CARTA DE AMÉRICA*,  
REVISTA DE CULTURA Y POLÍTICA  
IBEROAMERICANAS

### ANTE UN GOZNE HISTÓRICO DE SIGNIFICACIÓN

Los días que estamos viviendo, plenos de ambigüedad e incertidumbre, parecieran estar signando una ruptura en el decurso histórico, un gozne entre eras que se ha de solventar con el alumbramiento de nuevos paradigmas. A su vez, la vertiginosidad con que se manifiestan los cambios dificulta una lectura de su deriva, aconsejando prudencia en las interpretaciones, en general inapropiadamente urgidas por la incomodidad de la turbulencia.

Aun así, y a modo de intentar algún avance provisorio, pueden reconocerse, como de significación, las siguientes realidades en el actual escenario del poder mundial:

- Estados Unidos resigna su primacía, ejercida en soledad desde la caída del muro de Berlín, dando lugar a un escenario de multipolaridad.
- Emergen nuevos protagonismos evidenciando en el curso hegemónico un giro hacia oriente: la emergente presencia China y la crisis en el mundo islámico así parecieran indicarlo.
- América Latina exhibe un ostensible resurgimiento, después de décadas de ausencia en el ejercicio de algún protagonismo en el escenario planetario.

### LAS DOS GRANDES CUESTIONES DEL ESPACIO CULTURAL IBEROAMERICANO

En ese marco, Iberoamérica necesita, una vez más, pensar su identidad como ecúmene, es decir, como entidad cultural poseedora de una *referencia común de sentido*.

Intentado una aproximación al tema, podría considerarse oportuno poner en relieve dos cuestiones básicas.

La primera, aun en su gruesa presentación, requiere pensar la *situación española*. Asumiendo los graves riesgos de planteamientos dilemáticos y su secuencia reduccionista cabe, sin embargo, la pregunta. ¿España y sus políticas de desarrollo han de estar más en correspondencia con su pertenencia objetiva a la Unión Europea o a los dictados de su antiguo dominio, que en demasía se muestra ya como una rémora? Para decirlo con modo torpe pero no inválido, ¿España es Iberoamérica o Europa?

Conjuntamente con la atención a los problemas propios y urgentes que la desvelan, derivados de la manifestación europea de la crisis del capitalismo, a España le cabe considerar su ubicación estratégica en el escenario en que

juegan las políticas en el amanecer del milenio. Su pertenencia a Europa no constituye por estos días una opción (caducada ya su remota regencia sobre los reinos de ultramar) pero de la caracterización que haga de ese enclave han de derivarse sus relaciones y encastres con América Latina. Probablemente el rigor de la geopolítica le impone reglas y socios que relegan las antiguas cofradías, tornando plausible así que el término *Iberoamérica* –otrora mentor de una historia y expectativa conjunta– sea hoy –con sus más y sus menos– una *marca* para aprovechar, sobre todo a los fines económicos, una antigua y deshilachada vinculación o un resto de afiliación cultural cada vez más desleído.

Es decir, está más cerca de ser percibida como una entidad que aun cobijada por el apotegma jesuita devenido lema europeo –*unidad en la diversidad*– no deja de asemejarse a un deseo de imposible consumación.

En ese marco, Iberoamérica necesita, una vez más, pensar su identidad como ecúmene, es decir, como entidad cultural poseedora de una *referencia común de sentido*.

### EN BUSCA DEL PARADIGMA LATINOAMERICANO

La segunda cuestión de imperioso tratamiento es la batallada *singularidad Iberoamericana*.

Desde sus procesos independentistas y de conformación de los estados nacionales que habrían de constituirla, América Latina se ha empeñado, con distinta suerte, en avanzar en la consolidación de espacios políticos autónomos y en diversos afanes de integración regional.

En la etapa contemporánea ha utilizado, con ambición y eficacia, las facilidades extendidas por la crisis del mundo central y, en especial, las ventajas que le ofrece la reversión del paradigma relativo a los términos de intercambio en la faz económica.

Para acompañar los procesos de fortalecimiento económico y afirmación institucional, en general ha recurrido a la historia signada por los avances registrados en su primer proceso independentista, encarnados en la primera mitad del siglo XIX en la recepción adaptada de las concepciones republicanas originadas en el espacio europeo y, a mediados del siglo XX, en el usufructo de las grietas que la bipolaridad ofrecía en un poder hegemónico –hasta entones incontestable– para alumbrar su diferencia con el mundo instituido de posguerra. El tercerismo, encarnado por los caudillos al estilo Vargas, Perón, Paz Estenssoro, etc. capitaneó los afanes por constituir, a la vez que sólidos estados nacionales, integraciones de la región que la dotaran de un protagonismo mundial de mayor peso.

Dichos intentos, en general de inspiración variada en lo ideológico, tiene por esos días un arraigo en cuestiones de tipo geopolítico y ofrece –en general– dos variantes. Una sustentada en un cierto resabio de posturas ideológicas que combinan el antiguo nacionalismo con el progresismo de cuño global, y la otra asentada en un pragmatismo que se asume como una respuesta ágil y productiva a los modos de la globalización y su arrolladora y desafiante marcha disolvente. En ambos casos, en el diseño de sus políticas, España y su vecindad histórico-cultural no ha sido mucho más que una remota y casi imperceptible referencia.

### IBEROAMÉRICA Y SU NOVEDAD NO EXPUESTA

Sin embargo, cabe pensar que aun siendo ambos caminos tributarios de la gran historia latinoamericana –con mayor o menor énfasis en alguno de sus costados– lo cierto es que uno y otro revelan inconsistencias para un desarrollo fructuoso de lo que una poco explorada filosofía política autónoma puede

ofrecerles. También en este caso, la *cuestión iberoamericana* se hace presente exigiendo una respuesta a una cuestión dilemática: América Latina es, apenas, la heredera de una tradición que ha cortado ya lazos con su momento originario, o bien es un espacio cultural en formación, que ciertamente puede acceder a un estadio superior de su auto constitución como ecúmene cultural además de bloque económico-político.

Es decir, si consiente ser, con sus particularidades, una extensión de Europa –de cuño ibérico, por cierto– en el extremo occidente pero librada a las dinámicas del inefable proceso de globalización, o acepta el desafío de reconocer su singularidad como ecúmene y quedar habilitada así para protagonizar algún diálogo de incidencia en el nuevo escenario planetario.

Para dar carnadura a esta última posibilidad y lograr así exceder el mero anhelo, recordemos que cuenta con elementos históricos, filosóficos y políticos que avalan ese eventual emprendimiento.

Su mismo origen habla de una construcción socio política singular: la llamada *modernidad americana*, que aun cuando con el tiempo habría de sucumbir ante la de matriz anglosajona, iba a dejar su impronta en el patrimonio cultural del nuevo mundo.

Desde un punto de vista eurocéntrico, la caída de Constantinopla suele marcar el hito inicial de lo moderno. En otras tesis lo moderno comienza con el protestantismo o la revolución industrial.

Estas referencias tienden a perpetuar, en el marco de la política de la cultura, el prejuicio de que lo moderno, que es el “progreso”, la “civilización”, nos ha caído como un hecho totalmente externo; la modernidad es un asunto del hemisferio norte anglosajón, a lo sumo con injerencia francesa. A los iberoamericanos nos corresponde bregar por alcanzarla, siempre infructuosamente. (Lo moderno, para nosotros, debiera ser) un hecho político que se determina por la simultaneidad de la primera unificación nacional, la española, y la fundación del primer imperio universal posibilitada por el descubrimiento colombino (...) Iberoamérica es, más que hija legítima de la modernidad, cofundadora de ella. Hija porque nace en 1492 para ser continente de una historia única. Cofundadora porque lo iberoamericano inicia el carácter moderno de la cultura, que consiste esencialmente en la mundialización de categorías europeo-cristianas y su consecuente profundización, enriquecimiento y modificación. (...) Con Iberoamérica se descubre también el mundo como tal, como totalidad, y se accede definitivamente a la universalidad de lo humano. Por eso el primer gran problema de la filosofía moderna que nace con el descubrimiento es la redefinición del hombre. Allí surge la voz de Francisco de Vitoria, asesor de Carlos V, abriendo tiempos nuevos.<sup>1</sup>

Su primer teorizador, Francisco de Vitoria, entrega claves para el desarrollo de estas nuevas tierras promoviendo un recorrido conceptual (y de allí moral) absolutamente novedoso, producto de un inaugural mestizaje entre el pensar América y desde América. De entre sus muy variadas contribuciones en el plano filosófico queremos rescatar, por su carácter alumbrador, la noción de *ius communicationis*, madre su vez del muy valioso concepto de *paradoja* como forma de presentarse el poder.



<sup>1</sup> Ignacio Palacios Hidalgo, *Revista Carta de América*, año 4, Otoño de 2005, Córdoba, Argentina.

Sostengo que los “títulos legítimos” que aduce Vitoria como posible justificación de la presencia de España en América están todos basados en el primero: el *ius communicationis* entendido como derecho natural de todos los pueblos. La injuria consistiría en cerrar las posibilidades de desarrollo de ambos pueblos impidiendo la comunicación.

Para Vitoria el poder no se presenta bajo la forma de antinomias, como pudo caracterizarlo el pensamiento moderno transpirenaico, sino bajo la forma de paradojas. La esencial ambivalencia del poder, en tanto es necesario para la vida social y al mismo tiempo peligroso por las fuerzas que pone en juego, es tratada por Vitoria no en el terreno lógico sino en el histórico. Este modo de plantear la cuestión evita la contradicción lógica conducente a una antinomia, reconociendo los hechos histórico-reales bajo la expresión paradójica. El reconocimiento de la ambivalencia del poder, y de los hechos históricos en general, mediante la formulación de paradojas, implica reconocer un margen de realidad sustraído a la capacidad humana de preordenamiento.<sup>2</sup>

Sin una modernidad propia, al menos en su origen, y sin *ius communicationis*, básica tesis sobre la cual fundar el encuentro (no bélico) de culturas y el reconocimiento a la singularidad de los pueblos, Iberoamérica es una *res nullius* apta en su nada para que encuentre espacio y legitimidad la razón conquistadora.

A estas notas podría agregarse fructuosamente las teorizaciones sobre otros productos originarios de América (lo que no quiere decir puros, porque nuestra originalidad es mestiza) como por ejemplo el barroco —en lo referido al arte o el diseño— o el populismo —en lo concerniente a lecturas de lo político— desde una formulación propia de estos lados. Sin embargo, conviene no abusar del ingreso de temas a estas notas, aunque sí señalar que del desarrollo de estos puede arribarse a una rica caracterización de lo que tal vez constituya el eje determinante de nuestro constructo iberoamericano: *la vocación inclusiva*, clave de bóveda de nuestra diferencia con el norte y su percepción de las cosas, estructurada al parecer alrededor de una cierta *dialéctica de la exclusión*.

## IBEROAMÉRICA COMO PROTAGONISTA DE LA HISTORIA PLANETARIA

Reconocer entonces la existencia de una *modernidad americana* y un pensamiento por fuera de los paradigmas de Europa en busca de su universalización aparecen como requisitos para suponer posible la consideración de Iberoamérica como una ecúmene dotada de singularidad.

Es decir, como sujeto posible de un diálogo planetario que se rija por preceptos diferentes a los propuestos por una globalización uniformadora, y de allí más acordes a las demandas de la naciente era de la diversidad.

## PARA FINALIZAR: NOTAS PARA UNA AGENDA SOBRE LA CUESTIÓN IBEROAMERICANA

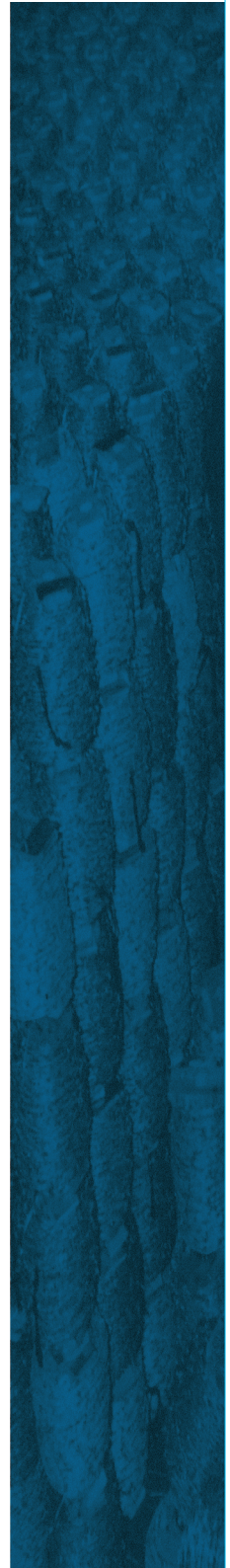
Lo que sigue pretende ser un ejercicio de cuestionamiento que contribuya a una lectura de nuestro escenario histórico, tan avisada y provisoria como recomienda la época.

Desde sus procesos independentistas y de conformación de los estados nacionales que habrían de constituirla, América Latina se ha empeñado, con distinta suerte, en avanzar en la consolidación de espacios políticos autónomos y en diversos afanes de integración regional.

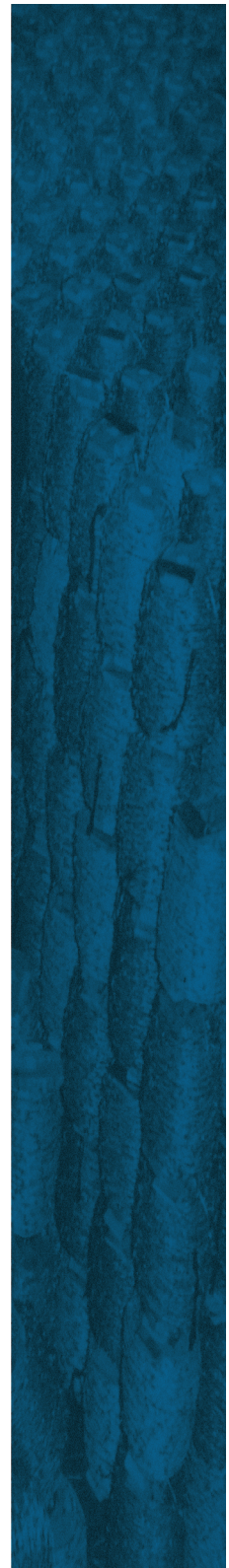
<sup>2</sup> Alejandro Auat, *Crítica de la razón conquistadora: Vitoria y la transmodernidad*, Universidad Nacional de Santiago del Estero.



- 1) Es imprescindible mensurar hasta dónde, en épocas de plena globalización de las comunicaciones, las culturas siguen definiendo las características de las opciones o manifestaciones de las construcciones políticas y/o sociales que se suponen correspondientes. La identidad de nuestra ecúmene iberoamericana, asumiendo que es poseedora de un corpus cultural común, a lo largo de su historia ha generado –partiendo de ese supuesto– propuestas políticas son solo diferenciadas sino, incluso, contradictorias. En la actualidad y en la zona sur, por ejemplo, del tronco cultural que se observa como común han surgido estrategias de relacionamiento externo –con claras implicancias al interior de nuestras sociedades, y viceversa– claramente contrapuestas, como las que se identifican con lo que se podría llamar un ideario bolivariano (con alguna salpicadura en Brasil y Argentina), y la que expresa el camino elegido por los países de la costa sur del Pacífico (con extensiones en Panamá y México).
- 2) A su vez, y recogiendo la propuesta de atender a los beneficios de un pensamiento paradójal: la búsqueda de formulaciones prácticas de nuestro fondo ético-mítico, es decir de modos culturales que nos asistan en las construcciones institucionales, de relación, de modos productivos, etc., con ser perentoria no debiera otorgarle opacidad a otra realidad emergente de la cultura: el modo simbólico no solo se expresa –ni mucho menos se agota– en estas presencias de utilidad. El solo ser vecinos, o el mero paso del tiempo determina un *quantum* cultural tan difícil de ponderar como imposible de desatender.
- 3) La noción actual de Iberoamérica está impregnada del tono que le introdujeron los españoles en esta última etapa, signada por su reciente incorporación a Europa, ciertamente diferenciada de la idea de *hispanidad*, estrechamente ligada a su origen (o apropiación) franquista.
- 4) De allí entonces que la queja sobre los perfiles de la incidencia de España en la construcción de significados dentro de la casa común “Iberoamérica”, con ser oportuna, debería estar enfocada en los contenidos actuales. Pues no repite España la consigna, o postura, con la que se manejó mientras fue *madre patria*, sino que en estos tiempos, los teñidos por la presencia (entre otras realidades políticas relevantes) de Europa con un gran significado político, la ha variado radicalmente.
- 5) España –que es hoy Europa, bien o mal– sostiene respecto a la parte americana de Iberoamérica una política de extensión de las categorías actuales del pensamiento europeo. Hoy, España es portadora de los valores y perspectivas europeas en nuestra tierra, lo que si bien puede ser entendido y hasta apreciado visto su costado positivo, no puede dejar de señalarse en atención a los riesgos que implica la inobservancia del cambio experimentado.
- 6) La nueva perspectiva española se manifiesta hoy, por ejemplo, en la disputa entre *multiculturalidad* y *mestizaje* a la hora de definir aproximaciones a la cuestión del modo de convivencia en la diversidad. Para decirlo resumidamente, la dificultad de articular *diversidad* y *diferencia* –dos conceptos ciertamente aceptados en el mundo global– puede abordarse desde una perspectiva europea o americana, y es la piedra de toque de muchas otras definiciones con implicancias políticas de magnitud.



- 7) A su vez, y sorpresivamente, quienes con prudencia se cuidan de no abusar de la referencia histórica a fin de no quedar atrapados en la falacia de la “legitimidad de origen”, curiosamente han sobreabundado –en sus ejercicios hermenéuticos– en un uso recurrente a la vez que liviano del llamado “núcleo ético-mítico” de Iberoamérica, en una versión congelada en la significación propuesta por los primeros tiempos de la *Teoría de la Dependencia*.
- 8) El nuevo desafío a la situación (o identidad, como se prefiera) iberoamericana –hablando de nuestra parcela en el escenario planetario– está dado por la significación obtenida en los últimos tiempos en el diseño de nuestras vidas por las *tecnociencias*. Y, sobre todo, por su capacidad de incidencia a partir de haber adquirido una autonomía que las hace cada vez menos dependientes de los programas socio-históricos. En ese marco ¿podemos seguir hablando de nuestra singularidad cultural con los mismos parámetros con que lo veníamos haciendo? ●



## Pablo Marchiaro

LICENCIADO EN POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN DE LA CULTURA. AUTOR DE *CULTURA DE GESTIÓN* (UNESCO/RGC) Y *COSECHARÁS TU CIENCIA* (AECID). ES DOCENTE DE GESTIÓN CULTURAL EN EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA, FLACSO, ENTRE OTROS. ACTUALMENTE ES SECRETARIO DE CULTURA DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

## UNO

Se debería comenzar esta literalización expandida de la ponencia del seminario, agradeciendo su organización. Luego, corresponde pedir disculpas por el –y sobre todo los– próximos anglicismos como la palabra Layers<sup>1</sup> incluida en el título. Pareciera algo lejano para algunos inmigrantes digitales<sup>2</sup>, pero cotidiano y natural para los nativos de esta época.

Aparecerá la misma incomodidad con el exceso deliberado de notas al pie. Sucede que, de un tiempo a esta parte, todos publicamos en blogs textos más pequeños que los “viejos” (mejor llamémoslos “clásicos”) ar-

<sup>1</sup> En diversos círculos se habla, como si se hubiera castellanizado, de *layers* en alusión a las capas de, por ejemplo, los softwares como Adobe Photoshop. Estas transparencias, también tienen correlato en lo musical consistente en el entrecruzamiento de dos o más temas preexistentes. Sobre la idea de transparencias o *layers*, esta acción habitual en la música electrónica utiliza generalmente una pieza vocalizada y otra que funciona como base rítmica. Algunos ejemplos son *Bongo Bong*, donde Manu Chao mezcla su *King of The Bongo* con *Je ne t'aime plus*. También Madonna hizo *Music inferno* con *Music* (de ella misma) y *Disco Inferno*, de The Trammps, *Fiebre del Sábado noche*, entre otros. Vale destacar que las primeras “bases” para esta práctica fueron las épicas piezas de Kraftwerks. Este tipo de actividades son claves para entender los nuevos planteos de la cultura, y sus variaciones como los *glitch*, cuando se incluyen músicos en vivo re-editando un tema. Tengamos en cuenta que no son otra cosa que los planteos contenidos en este texto. Lo mismo sucede con su derrotero: del audio las tecnologías más baratas y accesibles) pasaron al video, y de allí al desarrollo web, cuando una *page* combina datos procedentes de diversas fuentes y funcionalidades de otros desarrolladores con *apps* abiertos y fuentes de datos, mapeos, etc. generando, según algunas fuentes, “combinación, la visualización y la agregación” para diversificar su utilidad. Hoy podríamos hablar de una suerte de movimiento estético, o más precisamente filosófico en torno al *mushup*. (Cultura 2.0, prácticas, prédicas y gestión cultural en tiempos enredados).

<sup>2</sup> Marc Prensky (Estados Unidos, 1946) es un pensador que considera a la no tan nueva generación de estudiantes como “singular” debido a que traen inserto un nuevo modo de vida que representa un quiebre respecto de sus ancestros ya que el cambio intergeneracional va más allá de las estéticas y se sitúa en una forma de llevar adelante su vida, su tiempo libre y la forma de relacionarse. Lo fundamenta así “los graduandos universitarios de hoy han pasado menos de 5.000 horas de sus vidas leyendo (aclaremos, desde el papel), otras 10.000 horas jugando a los videojuegos (no menciono las 20.000 horas que ven la TV). Los juegos de computadora, el email, el Internet, la telefonía celular y la mensajería inmediata son partes integrales de sus vidas”. Se distingue entre *nativos digitales* (aquellas personas, que se formaron conviviendo con, o en, los lenguajes digitales como los juegos de pc, o la web) y los *inmigrantes digitales*. Los inmigrantes son quienes se adaptaron a las nuevas tecnologías pero conservan el “acento”.

títulos académicos. La idea de entradas o posts<sup>3</sup>, también es interesante como relato fragmentado y rizomático<sup>4</sup>, y estas breves líneas se inscriben en ese modelo literario que sacude la tradición decimonónica para veintiunizarla.<sup>5</sup> El relato ha pasado a ser conversacional, circular, multientrada y eso nos atañe especialmente a quienes trabajamos en la producción de conocimiento.

Para concluir la introducción —o para empezar el presente texto— conviene decir que está redactado con la ayuda de términos recientes e inclusive en proceso de aceptación, y con una arquitectura plural cuya trama hilvana por igual notas y relato principal. Hay una subversión de jerarquías que, en sí misma, es una propuesta renovadora y pariente de aquellas nuevas estéticas que surgieron allá, cuando tuvo lugar la invención de la imprenta y su biblia para sumar nuevos lectores; o la que surgiera de la imposición de las máquinas de escribir con Tolstoi o Hemingway galopando sobre las teclas de una Underwood. Más de lo mismo se podría decir de la aparición de la informática doméstica y la posibilidad de editar y construir redacciones sin diseñar el relato desde el comienzo y hacia el final.

Las tecnologías no son ajenas a las épocas y las estéticas que pasan por sus tripas, y además de la forma de este texto en particular, esta introducción también hace alusión a la nueva manera en que se construye la realidad cultural Iberoamericana. “No podemos entender el proceso de transformación en que estamos implicados si nos limitamos a pensar las revoluciones democráticas, industrial y cultural como procesos separados”.<sup>6</sup>

## DOS

Iberoamérica es un territorio que en términos culturales no está libre de conflictos y los tratados así como diversas conquistas burocráticas colisionan en algunas ocasiones con realidades diferentes a los expedientes y los acuerdos internacionales.

Esta situación se está modificando. Décadas atrás, y durante muchos años, había una generación reacia a modificar sus tramas simbólicas para sintonizar la frecuencia de la amistad política iberoamericana. Era entonces cuando el mapa iberoamericano —aunque preciso en los papeles— sociológicamente carecía de amarras.

En esa misma época, de manera creciente, los estados nacionales y organismos supranacionales como España y la propia OEI. Detrás de ellos, y bajo un esquema clásico de redes centralizadas<sup>7</sup>, sectores empre-

Las tecnologías no son ajenas a las épocas y las estéticas que pasan por sus tripas, y además de la forma de este texto en particular, esta introducción también hace alusión a la nueva manera en que se construye la realidad cultural Iberoamericana.

<sup>3</sup> Post, es “lo que sucedió después”, ejemplo habitual en nuestra biblioteca es postfordismo. Sin embargo, en la lengua inglesa hace referencia a un mensaje o nota, de allí el nombre de periódicos como el Washington Post. También pareciera confundirse esta etimología con la de postal, que en este caso refiere a las postas (del latín *positus*) y que no es pariente en línea directa.

<sup>4</sup> El Rizoma como idea epistemológica refiere a una organización de elementos que no sigue líneas de subordinación jerárquica. Pertenece a Gilles Deleuze y Félix Guattari. De la misma manera que lo radicante, concepto planteado por Bourriaud, este modelo proviene de la botánica. Los rizomas pertenecen a aquellas plantas cuyos tallos son capaces de emitir brotes o raíces de forma indefinida e impredecible.

<sup>5</sup> Hay varios debates contenidos en la comunidad del Centro Virtual Cervantes sobre lo vigésimonónico —si así se escribiera—, y no hay referencias académicas o teóricas sobre lo ¿unvigésimonónico?

<sup>6</sup> Raymond Williams, *The long Revolution*, Londres, Chatto & Windus, 1961.

<sup>7</sup> Paul Baran (Polonia, 1926-2011) aportó la teoría que divide a las redes en centralizadas, descentralizadas y distribuidas: una referencia fundamental para entender los flujos de información,

sariales y de la sociedad civil constrúan trama comunicacional, creativa, e institucional.

En esta década que recorreremos, se dan dos factores paralelos: por un lado, la sociedad, en rigor las sociedades, le restan valor y entidad a lo oficial interactuando con ese ámbito generalmente desde la confrontación y la protesta, y por el otro, aquella estela de los “sectores empresariales y de la sociedad civil” crece, se ramifica, cobra vida.

Pareciera que ya no hay fundaciones que dan becas cofinanciadas por gobiernos interesados en fomentar la interculturalidad, sino que hay agrupaciones de becarios y exbecarios que se enredan a tal punto, entre ellos y con la realidad en la que trabajaron, que es ese grupo impreciso y de contornos porosos el que lidera el abordaje al territorio. La simbiosis cultural. Siendo optimistas, siempre hay que serlo, el plan dio resultado y los vínculos son independientes.

En cierta medida ya no sería descabellado considerar que está apareciendo una nueva oleada de actores que, agrupados en redes desterritorializadas<sup>8</sup>, son menos virtuales de lo que imaginaríamos y conforman capas, como si de transparencias o filminas se tratara, que se superponen sin dificultades articulando numerosos procesos con un carácter prosumidor.<sup>9</sup> Se podría considerar que este proceso de transformación, de prédicas a prácticas, empieza un momento de gestión. Es cuando a los gestores culturales nos toca estudiar y reflexionar sobre cómo es ese proceso de “prédicas a prácticas” y cuál es el nuevo campo de gestión cultural para estos tiempos 2.0 tan enredados.

## UNO DE NUEVO

Se podría sugerir que vamos hacia una “Cultura 2.0”<sup>10</sup> en Iberoamérica, en tanto que productores de sentido y conocimiento, hemos recorrido un interesante camino en materia cultural en las últimas décadas. Tal vez, excepcional y tan excitante como el advenimiento de la radio, la difusión de los avances informáticos y hasta la propia democratización del conocimiento de la mano de la imprenta gutenberiana. Nuestra cultura adquirió, entonces, recursos tecnológicos para producir y reproducir lo creativo al punto que, en palabras de Daniel Innerarity<sup>11</sup>

---

y tal vez de cultura. Una red, un sistema centralizado emite desde un punto y los receptores aceptan, como es el caso de la televisión. En el esquema descentralizado los contenidos circulan por nodos, como si de un árbol se tratara. Para una red distribuida deberemos pensar que los emisores son, a la vez, receptores. Fue uno de los autores de la puesta en práctica de la red. Todo empezó cuando se le encargó diseñar un modelo que soportara un ataque nuclear y él lo hizo basado la conmutación de paquetes de información.

<sup>8</sup> Renato Ortiz (Brasil, 1947) es uno de los pensadores de la teoría de la mundialización. Sociólogo de formación y doctor en Antropología, es autor de numerosas publicaciones: *Cultura y modernidad*, *Otro territorio y Modernidad y espacio*; *La conciencia fragmentada*, *Cultura brasileña e identidad nacional*, entre otros. Uno de sus aportes teóricos más referenciados en el mundo académico es el de “desterritorialización” al referirse a lo transnacional como algo diferente a la globalización.

<sup>9</sup> Alvin Toffler propuso la idea de *Prosumidor* al combinar productor y consumidor. En inglés es *prosumer* y se definió por primera vez en el libro *La tercera ola*, aunque Marshall McLuhan lo hubiera esbozado en 1972, en *Take Today*.

Ai Weiwei (China, 1957) es artista, activista y asesor en la construcción del Estadio Nacional de Pekín. Hijo del escritor chino Ai Qing, es reconocido por su compromiso con la reflexión en torno a la globalización, el papel del humano y del pueblo chino en particular en ese proceso.

<sup>10</sup> Parte de estas ideas integran la tesis “Cultura 2.0 / Prácticas, prédicas y Gestión cultural en tiempos enredado”, (Universidad Nacional Tres de Febrero). De próxima edición en el sello editorial RGC.

<sup>11</sup> Daniel Innerarity (País Vasco, 1959) es filósofo, director de su Instituto de Gobernanza Democrática y Premio Nacional de Literatura en la categoría Ensayo. Es proclive a los neologismos como la



“nuestra civilización podría renunciar, si fuera necesario, a las personas inteligentes, pero no a las cosas inteligentes”.<sup>12</sup>

Aunque toda hipótesis de reflexión sobre el presente está teñida de un cierto carácter histórico y medular, como lo dijera Oscar Moreno<sup>13</sup>, si tenemos en cuenta lo dicho por Williams “eran los primeros y gigantescos pasos de nuestra era de la cultura, denominada de este modo por el predominio de los medios de comunicación de masas tanto como por la desviación del conflicto político y económico hacia lo cultural, marcas del tiempo presente”.<sup>14</sup>

La situación de crisis política y anímica de Europa, así como un interés de algunas naciones de esa región por observar y preocuparse más por su cercana África que por nuestra distante América, así como un viento con polvo que atraviesa gran parte del viejo continente proveniente de la derecha del mapamundi, han dejado un espacio abierto en la comunidad iberoamericana. En relación al componente español de Iberoamérica, donde la receta neoliberal se hace más abrumadora, es patente en el escenario de esta comunidad aquello que se puede observar en las calles de Madrid: iberoamericanos no somos todos, sino que somos la parte americana que habla castellano.

Frente a la necesidad autoimpuesta de ser optimista, aunque sin sentirnos condenados al éxito, existe un increíble oportunidad para redistribuir los puntos de izamientos de los valores iberoamericanos, aunque sería un error pensarlo en términos gubernamentales. Más allá del mencionado ejemplo de las redes de becarios y voluntarios que, como radicantes<sup>15</sup>, se han difuminado en las distintas capas de Iberoamérica, basta mirar algunos colectivos para entender que hoy, la política iberoamericana tiene carne y huesos. Camina por las calles, actúa en los festivales y se escucha en las peñas.

La composición de iniciativas como “Museos son procesos de memoria, de valorización cultural, de participación social”, o “La Consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano” (SEGIB), ambos de Ibermuseos, así lo testimonian. Y, con prestarle atención al netlabel Sudamérica electrónica, el espacio Hipermédula, la iniciativa CazM, el Centro Cultural MOCA, o la infinita cantidad de festivales de teatro, redes de gestores que cada vez incluyen en las convocatorias de Iberescena, o Ibermúsicas, más iniciativas como Golem Guaraní, o Yakuaya<sup>16</sup>, entre muchísimos, alcanza.

Teorizando sobre estos procesos, podríamos arriesgar que la autoorganización, como proceso biológico señalado por Johnson<sup>17</sup> tiene un ecosistema

---

idea de granhermanismo político, ya que al hablar de la sociedad actual, la encuentra “opaca” pues “la aparente inmediatez y familiaridad con que los medios de comunicación nos aproximan los acontecimientos, resulta engañosa”. Acuña, también, un concepto del que se hace eco Juan Bolea del *Periódico de Aragón*: el “granhermanismo ideológico”. Con esto se refiere a prácticas basadas en “política en directo, ideología de la inmediatez, influjo de la televisión, espectáculo, y show”. Innerarity ironiza sobre los políticos de hoy, señalando que tienen “más cara” que sus predecesores. Caras proyectadas, fundamentalmente, por los medios inmediatos.

<sup>12</sup> Suplemento Babelia 138, *El País*, 14 de septiembre de 2013.

<sup>13</sup> Lo dijo, justamente, en el marco de la defensa de tesis de algunas de estas ideas, en la Universidad Nacional Tres de Febrero. Diciembre de 2013.

<sup>14</sup> María Elisa Cevasco, *Diez lecciones sobre estudios culturales*, Buenos Aires, La Marca Editora, 2013.

<sup>15</sup> Nicolás Bourriaud, *Radicante*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2009. Característica de determinadas plantas que les permite generar raíces hacia donde se extienden adquiriendo autonomía e independencia de “la madre”.

<sup>16</sup> Seleccionados 2013 por Iberescena para “ayudas a procesos de creación dramaturgica y coreográfica en residencia” de Argentina y Ecuador respectivamente.

<sup>17</sup> Steven Johnson, *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 2003.



benéfico en el escenario iberoamericano. Esta década de 2010 ha empezado a modificar una profundización de la dinámica transnacional de consumismo que en nuestra región ha tenido la particularidad de estar acentuada en el capítulo de consumo cultural industrializado. De hecho, muchos jóvenes de clases con poder adquisitivo en países iberoamericanos de culturas potentes, como pueden ser Bolivia o Perú –por citar dos ejemplos–, exhiben hábitos de consumo americanizados.<sup>18</sup> Mientras sus padres conservan prácticas culturales que loopean desde hace decenas de generaciones, ellos han hecho un F5 a su aspecto y, con su bermudas y remeras de beisbol rematadas con grandes zapatillas Nike y una gorra bastante más sintética que el chulo que guardan en el cajón, escuchan Cypress Hill desde el subconsciente hasta el discurso gestual. Sus hijos, los niños actuales se comportan distinto, viven una posproducción generacional en complicidad con sus abuelos, o bien si tienen la oportunidad de acceder a espacios de distribución del conocimiento, la conciencia multicultural y contraria a las hegemonías les deseveliza de la liturgia catódica.

Así como se viene comentando, y en paralelo a lo que dijéramos de los iberoamericanos en España, la penetración de la tecnología en cada hogar vomitó durante años tantos estereotipos que la idea de “latino” actual es un estadounidense de origen centroamericano prefabricado en Hollywood. Esta (la idea, no el personaje) ha viajado por las autopistas de la información de Norte a Sur por la vía rápida. Mientras, las ideas regresaban “a dedo” y por un camino de tierra, cuando hacen el trayecto Sur-Norte.

Pero ese diagnóstico un tanto apocalíptico y recurrentemente escrito por los primeros grandes autores de la cultura iberoamericana de las décadas de 1970 y 1980 se ha visto modificado por el concepto de emergencia<sup>19</sup> que tan bien calzara con el nacimiento de Internet 2.0 (según la definición de O’Reilly<sup>20</sup>). Las redes de participación generan inteligencia colectiva pues nos permiten avanzar gracias a los procesos, a los memes, al pensamiento de otras personas. Y, mientras este intercambio sea intelectualizado, sea en enjambre, y se evite “la hooliganización de nuestras opiniones que se produce cuando entramos en la reverberación de un grupo demasiado poderoso”<sup>21</sup> estaremos escribiendo una nueva generación de crecimiento radial y horizontal para la edificación de ideas no necesariamente impuestas.

“La civilización avanza en proporción al número de operaciones que la gente puede hacer sin pensar en ellas” dice, por su lado, Whitehead y desde la perspectiva simbólica y epistemológica este proceso colaborativo tiene como capital, o como enjambre inercial, los procesos propios de los prosumidores.

Las redes sociales, así como los colectivos de creación, sea cual fuere el soporte (*net-labels*, causas de Facebook, fundaciones reales o virtuales, y hasta los *playlist* de YouTube, y las colecciones de Instagram) recorren circuitos caracterizados por compartir, acceder y volver a compartir, arrojando un protagonismo cada vez mayor de *nosotros*. No es noticia recordar que la revista *Time* determinó allá por 2006 que “el personaje del año es Ud.” refiriéndose a quienes están, estamos, detrás de la pantalla, pero dentro del proceso de intercambio y construcción conjunta que suponen estas épocas enredadas.

Difícilmente encontremos un mejor ejemplo de este núcleo de la hipótesis

En esta década que recorremos, se dan dos factores paralelos: por un lado, la sociedad, en rigor las sociedades, le restan valor y entidad a lo oficial interactuando con ese ámbito generalmente desde la confrontación y la protesta, y por el otro, aquella estela de los “sectores empresariales y de la sociedad civil” crece, se ramifica, cobra vida.

<sup>18</sup> Vicente Verdú, *El planeta americano*, España, Anagrama, 2009.

<sup>19</sup> Johnson, 2003.

<sup>20</sup> Tim O’Reilly (Irlanda, 1954) es uno de los autores con más visibilidad de la hipótesis de una nueva Internet participativa y comunitaria, justamente la 2.0. En [www.radar.oreilly.com](http://www.radar.oreilly.com).

<sup>21</sup> Innerarity, 2013.

que la palabra blog. Tan usada en la actualidad, y popularizada por la compañía Blogger, parece una digresión pero es importante. Baste ver ejemplos iberoamericanos como Orsai de Hernán Casciari<sup>22</sup>, cuyo éxito es más celebrado en *Ibero*, que en *américa*. En los últimos años de la década de 1990 se hablaba (y aun se hace, pero casi como el anacronismo de ponerle “p” a septiembre, de los weblogs cuya conformación surge de la unión de *web* y *log* (diario online en inglés).

¿Cómo llegamos a blog? Fue Jorn Barger<sup>23</sup> en 1997 quien bautizó “weblogs” a las bitácoras on-line. Dos años después, Peter Merholz<sup>24</sup> acuñó la frase “we blog” creando una palabra que hoy por hoy funciona como verbo: “bloguear”. Casi un chiste que define la actividad de más de 200 millones de bitácoras en el mundo llamadas blogs. La disección de Merholz en su sitio Peterme.com habla de esos espacios construidos por *nosotros* con ánimo de participación, apertura, e interactividad.

Pasamos de un sustantivo a una acción, y a esa acción la ejecutamos nosotros. Por cierto que nosotros, los iberoamericanos, somos, en Internet, una potencia<sup>25</sup> con México, España o Argentina en situaciones de liderazgo. Luego, el conjunto de todas nuestras acciones componen un entramado complejo que se autoorganiza (como se ha dicho) con un criterio folcsonómico.<sup>26</sup> Hay una marea que opina, participa, crea y jerarquiza, más allá de lo establecido e institucionalizado.

Así las cosas, resulta interesante reflexionar sobre estos dos aspectos: a la cultura la hacemos nosotros (ese *we* nuevo que dejó de integrar la *we-b*) y lo ordenamos nosotros, en tanto un nuevo pueblo disperso pero unido por lo que decidimos que es nuestro folclore, el de las folcsonomías.

Si a lo recién expuesto sobre nuestra capacidad para escribir la cultura y jerarquizarla de forma comunitaria le sumamos que, según teóricos como Nivón-Bolán<sup>27</sup> la cultura se ha “reubicado en el campo político” ya que no solo se ocupa de las bellas artes, sino que es –también según García Canclini– “el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras so-

Pasamos de un sustantivo a una acción, y a esa acción la ejecutamos nosotros. Por cierto que nosotros, los iberoamericanos, somos, en Internet, una potencia con México, España o Argentina en situaciones de liderazgo.

<sup>22</sup> Hernán Casciari (Buenos Aires, 1971) es escritor. Recibió el premio Juan Rulfo 1998. Es autor de *Más respeto que soy tu madre*, considerado una eminencia de la nueva literatura bloguera.

<sup>23</sup> Jorn Barger (Estados Unidos, 1953) es un escritor de aspecto similar a los músicos de ZZtop (debido a que porta una barba suculenta) que se ha dedicado especialmente a los temas de tecnología y escritura.

<sup>24</sup> Peter Merholz, (Estados Unidos, 1972) acuñó la idea de *we blog* el 17 de diciembre de 1997. Otras fuentes, como O’Reilly company, se la atribuyen en 1999 con lo cual sitúan sus hipótesis como previas a las de Merholz. Es autor de *Subject To Change: Creating Great Products & Services for an Uncertain World* junto a Todd Wilkens, Brandon Schauer, David Verba; 2008.

<sup>25</sup> Según el Informe “El español, una lengua viva 2012”, del Centro Virtual Cervantes, se habla castellano en el 7,8% de la web. “El uso del español en la Red ha experimentado un crecimiento de un 807,4% entre 2000 y 2011; La penetración de Internet en Argentina es la mayor entre los países hispanohablantes y ha superado por primera vez a la de España. Otros países hispanohablantes, como Chile, Uruguay o Colombia, tienen niveles de penetración que se acercan a la media de la Unión Europea. España y México se encuentran entre los 20 países con mayor número de usuarios de Internet. La demanda de documentos en español es la cuarta en importancia entre las lenguas del mundo. El español es la tercera lengua más utilizada en la Red por número de internautas”.

<sup>26</sup> Las folcsonomías son anti-taxonomías desarrolladas de forma folclórica. Se las considera índices sociales. Por cierto, en relación a la palabra folclore fue sugerida por el arqueólogo británico William John Thoms en 1846 y llega al español en una incorporación que hiciera la RAE en 1970, resultado de la unión de “el vocablo germánico prehistórico *folkam* –pueblo– y la forma verbal del inglés arcaico *lore* –aprender–”.

<sup>27</sup> Eduardo Nivón-Bolan, *La Política Cultural. Temas, problemas y oportunidades*, México, Conculat-Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Centro, 2006.



ciales, se reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas”, es posible verla como parte de la socialización de las clases, la formación de los grupos y sus concepciones políticas y, en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo. Con seguridad suena a utopía, pero es casualmente eso, su sentido utópico, el que permite el debate y la construcción de un nuevo modelo de sociedad cada vez más real, más comunitario. Contaminado en la globalización, por consiguiente multicultural. Ya no estamos condenados a ser náufragos al navegar la modernidad. Y habrá que ver, en otras discusiones, si nos cabe aquello de piratas.<sup>28</sup>

Escribimos nuestra Iberoamérica en tiempo real, la jerarquizamos y de esta manera diseñamos una comunidad cuyo folclore habla de creación pero significa política en un proceso sin tierra firme, al igual que tenemos una economía transnacional, pero cuyo factor social y participativo paulatinamente ha sido acumulado en la cadena cultural contemporánea. Mientras nuestras identidades se funden en un diálogo con sensibilidades y estéticas locales cada vez más resignificadas en este presente inmediato, ¿estamos más erigidos y pendientes de la conversación glocal?

Casualmente la integración a la comunidad, la incorporación a comunidades, exige desarrollar una personalidad pues, a diferencia de los tiempos de industrias culturales que imponían subordinación, la integración exige marcadamente poseer una identidad. ¿Acaso no se nos demanda cada vez más, en la virtualidad, identificarnos? ●

<sup>28</sup> Richard Stallman (célebre gurú del software) dice estar en contra de los piratas “aquellas personas que abordan un barco con la intención de asaltar a sus ocupantes”. Se manifiesta, también, a favor de compartir libremente lo cultural en las redes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Babelia** 138, Suplemento de *El País*, 14 de septiembre de 2013.
- Bourriaud**, Nicolás, *Radicante*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2009.
- Cevasco**, María Elisa, *Diez lecciones sobre estudios culturales*, Buenos Aires, La Marca Editora, 2013.
- Johnson**, Steven, *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Nivón-Bolan**, Eduardo, *La política cultural. Temas, problemas y oportunidades*, México, Conculca-Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Centro, 2006.
- Verdú**, Vicente, *El planeta americano*, España, Anagrama, 2009.
- Williams**, Raymond, *The long Revolution*, Londres, Chatto & Windus, 1961.





Gestión y políticas culturales / Aportes y debates

## El desarrollo y la comercialización de formatos de televisión en Argentina como caso

### INTRODUCCIÓN

A partir de la década de 1980 la liberalización gradual del mercado de la televisión y los desarrollos tecnológicos en la producción y distribución de contenidos audiovisuales generaron un aumento en el número de canales y de la demanda por contenidos, la aparición de servicios por suscripción y el desarrollo de una interface con la audiencia más sofisticada y adaptada a nuevas formas de consumo.

Estos cambios en el contexto estratégico de la industria tuvieron un fuerte impacto en la cadena de valor del sector audiovisual, desagregando etapas que hasta ahora estaban fuertemente integradas y permitiendo la aparición de nuevos negocios concentrados en una sola etapa, ya sea en la de creación de contenido o en la etapa de distribución, en la que un mismo contenido puede ser pensado para plataformas diversas: *online*, *mobile*, etc. Esta transformación es definida por Küng en términos de deconstrucción y fragmentación de la cadena de valor.<sup>1</sup>

Un ejemplo particularmente rico para estudiar estos cambios en esta industria es el de los formatos de televisión, un nuevo negocio que surge y se instala en lo que hasta hace poco era una etapa fuertemente integrada: el desarrollo de contenidos y su producción.

El propósito de este artículo es presentar una síntesis de los resultados preliminares de la investigación sobre las estrategias de exportación de contenidos de televisión realizada por el Centro de Investigación de Medios y Entretenimiento del IAE Business School (CIMEL) y la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral en el período 2012-2013. Los objetivos de este proyecto son detectar los motivos que llevan a las empresas a desarrollar estrategias de entrada en mercados extranjeros a través del contenido y explicar de qué modo la adopción de un modelo de exportación generó cambios en los procesos de creación, producción y distribución de contenidos en la industria televisiva.<sup>2</sup>

El estudio toma como caso de referencia el desarrollo y la comercialización de los formatos de televisión en Argentina en el período 2002-2012. En la elección de este mercado geográfico se tuvo en cuenta la reciente y progresiva internacionalización del sector audiovisual, proceso que incluye no solo la entrada de empresas de capital extranjero sino también el desarrollo de diferentes tipos de alianzas colaborativas entre empresas nacionales y extranjeras como co-producción, acuerdos de distribución, y licencia y producción de formatos de televisión.<sup>3</sup>

Como indicador de este proceso de cambio puede observarse que, en menos de quince años, Argentina pasó de exportar 2.400 horas de programación en 1994 a más de 40.000 horas en 2006

<sup>1</sup> Lucy Küng, *Strategic Management in the Media. Theory to practice*, Londres, Sage Publications, 2008.

<sup>2</sup> Ethel Pis Diez y Fausto García, "The fragmentation of the television industry value chain. The acquisition and production of TV formats in Argentina as a case", ponencia presentada en la European Media Management Association Conference 2013, Bournemouth, 12-14 de junio de 2013.

<sup>3</sup> CEDEM, *La exportación de contenidos y servicios de producción televisiva en la Ciudad de Buenos Aires*, Observatorio de Comercio Internacional de la ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2009.

## Ethel Pis Diez

LICENCIADA Y DOCTORA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (UNIVERSIDAD AUSTRAL). DOCENTE E INVESTIGADORA DE DEDICACIÓN EXCLUSIVA DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUSTRAL. SU ÁREA DE ESTUDIO ES LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE MEDIOS

## Fausto García

INGENIERO Y DOCTOR EN INGENIERÍA DE GESTIÓN (POLITECNICO DI MILANO). DOCENTE DE DEDICACIÓN EXCLUSIVA DEL IAE BUSINESS SCHOOL DE LA UNIVERSIDAD AUSTRAL. DIRECTOR DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO EN AMÉRICA LATINA (CIMEL)

Como señalan Waisbord y Jalfin<sup>4</sup>, si bien Argentina no es un gran jugador en el contexto del mercado audiovisual global, presenta un proceso de “flexibilización cultural” en la producción y exportación de programas que la convierten en un ejemplo de la nueva dinámica existente en la industria de la televisión. Como indicador de este proceso de cambio puede observarse que, en menos de quince años, Argentina pasó de exportar 2.400 horas de programación en 1994 a más de 40.000 horas en 2006.

Además, en lo que atañe al desarrollo y comercialización de formatos de televisión Argentina pasó de exportar 456 horas en el período 2002-2004 a un total de 2.464 horas en los dos años siguientes, 2005-2006. Esta

cifra representa el 13% del total de horas exportadas en el mercado internacional de formatos de televisión y la ubica en el grupo de los diez principales exportadores de formatos, detrás de Estados Unidos, Reino Unido y Holanda (Tabla I).<sup>5</sup>

TABLA I  
NÚMERO DE HORAS DE TELEVISIÓN EXPORTADAS POR PAÍS DE ORIGEN (2002-2008)

Horas exportadas según país de origen	2002-2004	2006-2008	Relación exportación/importación según territorio entre 2006 y 2008
Argentina	456	2464	2.55
Australia	2696	850	0.40
Canadá	335	66	0.38
Dinamarca	576	107	0.26
Francia	932	1127	0.20
Alemania	134	934	0.29
Italia	500	267	0.18
Japón	406	723	16.00
Holanda	6811	2447	0.55
Noruega	623	45	0.15

<sup>4</sup> Silvio Waisbord y Sonia Jalfin, “Imagining the national: gatekeepers and the adaptation of global franchises in Argentina” en Albert Moran (ed.), *TV Formats Worldwide. Localizing Global Programs*, Bristol, Intellect, 2009, pp. 55-74.

<sup>5</sup> Format Recognition and Protection Association (FRAPA), *The Frapa Report 2009. TV formats to the World*, Huerth, FRAPA, 2009.

España	351	305	0.18
Suecia	1161	576	0.56
Reino Unido	10471	4929	3.95
Estados Unidos	5945	4638	1.30
Total del período	31397	19477	

Fuente: FRAPA (2009).

Este posicionamiento alcanzado se relaciona no tanto con el número de formatos exportados—que en 2009 equivale a 28, frente a 146 de Reino Unido, 87 de Estados Unidos y 35 de Ho-

landa—sino con la especialización en el género novela, que tiene una media de 120 episodios, muy superior a la de otros formatos de ficción—miniseries— o de entretenimiento (Tabla II).

TABLA II  
NÚMERO DE FORMATOS IMPORTADOS E EXPORTADOS EN EL PERÍODO 2006-2008  
Y EXPORTADOS EN 2009 SEGÚN PAÍS DE ORIGEN

2006-2008	Importados 2006-2008	Exportados 2006-2008	Exportados en 2009
Reino Unido	66	275	146
Estados Unidos	116	159	87
Holanda	103	63	35
Suecia	57	41	22
Argentina			28
España	137	29	
Japón	1	29	
Noruega	69	9	

Fuente: FRAPA (2009).

La metodología empleada en la investigación es cualitativa. En el estudio de la información disponible sobre el desarrollo y la exportación de formatos en Argentina, se consideran las descripciones y las explicaciones obtenidas en las entrevistas realizadas a creativos, productores, programadores y distribuidores de contenidos audiovisuales.

Se utilizan dos técnicas de recolección de información. La primera es el análisis de documentos e informes sobre la exportación de contenidos, generados por empresas, consultoras de mercado, académicos y

periodistas especializados.<sup>6</sup> La segunda técnica de recolección de información es la entrevista en profundidad, realizada con un cuestionario no estructurado. En total se realizaron 28 entrevistas (entre mayo de 2012 y junio de 2013) dirigidas a cuatro grupos de actores. El primer grupo está integrado por autores, guionistas y adaptadores; el segundo por productores, programadores y responsables de adquisición de contenidos en el mercado internacional; y el tercero por los responsables de la comercialización de derechos, ya sean distribuidores, asesores legales o consultores de mercado.

<sup>6</sup> Como antecedente de este trabajo se encuentra el estudio de Alejandro Artopoulos y su equipo sobre la exportación bienes diferenciados en países en vías de desarrollo. Alejandro Artopoulos, Daniel Friel y Juan Carlos Hallak, *Export Emergence of Differentiated Goods from Developing Countries: four Argentine Cases*, Buenos Aires, Universidad de San Andrés, 2011.

A continuación se resumen los principales aportes del trabajo, agrupados en tres apartados. En el primero se define y caracteriza brevemente la cadena de valor del productor de televisión. En el segundo se describen algunos cambios generados por la exportación de contenidos en los procesos de creación y producción de televisión. Finalmente, en el tercero y a modo de conclusión, se señalan aquellos desafíos y oportunidades creados por el desarrollo y la comercialización de los formatos de televisión en la cadena de valor del productor.

## LA CADENA DE VALOR DEL PRODUCTOR DE TELEVISIÓN

Las etapas de la cadena de valor del productor de contenidos audiovisuales fueron formalizadas en la industria del cine hace más de cien años y son familiares tanto para los creativos como para los productores o distribuidores de contenidos. Estas etapas básicas son creación o desarrollo, producción –incluye la pre y post-producción– y pre-distribución. En el caso de la televisión puede observarse que, de las tres etapas mencionadas, la primera y la última han cobrado especial importancia a lo largo del tiempo. El desarrollo se transformó en un proceso más complejo, en el que interviene la investigación de mercado y el desarrollo de productos y servicios. La pre-distribución se convirtió en una fase a la que hay que dedicar más tiempo y esfuerzos debido a que el contenido debe ser preparado para llegar a la audiencia a través de varios canales de distribución digital.<sup>7</sup>

En este contexto es posible ver el desarrollo y comercialización de formatos de televisión como una nueva etapa de la cadena de valor del productor que se encuentra entre la fase de creación o desarrollo de ideas y la fase de producción. En esta nueva fase la idea

o concepto se transforma en un formato de televisión pasible de ser comercializado en otros mercados antes, durante o después de la producción y emisión del programa. En este sentido, el formato de televisión es un fenómeno relativamente abstracto compuesto por un número de entidades separadas y al mismo tiempo, superpuestas:

- Idea o concepto: contexto, origen de la idea, precedentes, peculiaridades, claves de éxito.

- *Paper format* o descripción del formato: a la idea básica del programa se le suma la definición del género, de la audiencia a la que se dirige, duración, número de emisiones, etc.

- *TV format package*: incluye además del *paper format* la denominada “biblia de producción” en la que se detalla la mecánica del programa, el perfil de los protagonistas, la escenografía, la iluminación, la música, los efectos sonoros, etc.

- *TV program format*: cuando el programa ya ha sido producido en el mercado de origen se puede compartir, además de los capítulos emitidos, el plan y el presupuesto de producción, los datos de rating o comportamiento de la audiencia en diferentes mercados, las acciones de marketing, etc.<sup>8</sup>

La etapa de desarrollo y comercialización de los formatos tiene dos características peculiares. La primera es la multiplicidad de actores y la posibilidad de cada actor de desempeñar más de una función. Por ejemplo, el desarrollo del *paper format* puede ser una iniciativa del autor de la idea original, pero también puede ser el productor o, incluso, el distribuidor quien contrata al autor para desarrollar un formato. Algo similar ocurre con la comercialización: el licenciario puede ser un autor, una productora, un canal de televisión o una empresa

<sup>7</sup> Joan Van Tassel y Lisa Poe Howfield, *Managing Electronic Media. Making, Marketing, and Moving Digital Content*, Oxford, Focal Press, 2010.

<sup>8</sup> Enrique Guerrero, “El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento”, en *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), pp. 237-273, 2010.

que se dedica solo a la comercialización de derechos.<sup>9</sup>

La segunda nota diferencial de esta nueva etapa es la existencia de una relación de interdependencia con la cadena de valor del licenciador del formato. Como señala Jensen, se trata de una extensión de la cadena de valor del productor local, en la que interactúan lo global y lo local dando forma a la reproducción y a la reemisión del contenido en otro mercado. Esta relación de interdependencia se verifica no solo en la fase de producción de los programas sino también en las fases de creación y de emisión de los contenidos.<sup>10</sup>

En la fase de creación, porque cada vez son más los emisores o las productoras que desarrollan formatos pensando directamente en el mercado internacional; y en la fase de emisión, porque muchas veces el rating alcanzado por una versión local de un formato internacional es influido por el conocimiento previo que las audiencias tienen del original o de las adaptaciones que se hayan visto en mercados culturalmente próximos.

Esta fuerte relación entre los tres procesos de creación, producción y emisión de los contenidos es la que da sentido a la pregunta acerca de los cambios generados en la cadena de valor del productor por la aparición de una nueva etapa: el desarrollo y comercialización de formatos de televisión.

### **CAMBIOS EN LOS PROCESOS DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS**

Un factor central para explicar la adopción de un modelo exportador de contenidos en el mercado argentino de televisión es la alta sensibilidad del sector medios ante los cambios en el contexto económico general, relacionada, por un lado, con la evolución de las variables macroeconómicas del país que afectan las decisiones de inversión y de negocios en general y, por otro, con la alta

dependencia de los medios hacia la venta de publicidad que, en el caso de la televisión abierta, se presenta como la principal y casi única fuente de ingresos.

Esta elevada sensibilidad de los medios a los cambios en el entorno económico explica que, si bien durante la década de 1990 algunas empresas argentinas ofrecieron productos audiovisuales en el exterior, la decisión de la mayoría de las emisoras y productoras de televisión de salir al mercado internacional a vender sus contenidos y servicios recibió su principal impulso a comienzos del siglo XXI, cuando, como consecuencia de la crisis económica financiera que atravesó el país a fines de 2001, hubo una fuerte caída en los ingresos por publicidad y, al mismo tiempo, un aumento de la rentabilidad derivado de la caída de los costos de producción expresados en dólares.

Según explican los productores y distribuidores entrevistados fueron los relativamente bajos costos de producción local los que atrajeron al capital extranjero y facilitaron la inserción de los productos argentinos en el mercado audiovisual internacional en el período 2002-2005. En los años siguientes, en cambio, el aumento de los salarios del sector y de los costos de los equipos técnicos generó un aumento en los costos de producción locales y una disminución en la actividad exportadora.

Con respecto a los cambios que generó la exportación de latas y de formatos de televisión en los procesos de creación y producción de contenidos, aquellos señalados con más énfasis en las entrevistas realizadas son:

### **El desarrollo y la adaptación contenidos de y para otros mercados**

La oportunidad de desarrollar y comercializar contenidos –latas y formatos– en y para otros mercados geográficos exigió tanto a los creativos como a los productores adecuar la calidad técnica y los procesos de producción

<sup>9</sup> Katja Lantzsch, Klaus-Dieter Altmeyden y Andreas Will, "Trading in Tv Entertainment: an Analysis" en Albert Moran (ed.), *TV formats worldwide. Localizing Global Programs*, Bristol, Intellect, 2009, pág.87.

<sup>10</sup> Pia Jensen, *Television Format Adaptation in a Trans-national Perspective. An Australian and Danish Case Study*, Tesis doctoral sin publicar, Dinamarca, Aarhus University, 2007, en nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/files/16573/pm\_jensen--tv-format\_adaptation.pdf.



a estándares internacionales. Este ajuste abarca desde la duración de los capítulos de las series –necesidad de que tengan una duración uniforme– hasta la demanda de una planificación más detallada de los contenidos y de un control presupuestario más estricto del que las productoras tenían cuando generaban productos solo para la pantalla local.

Además, la experiencia de exportar formatos demandó la creación de un servicio de consultoría o asesoría autoral que permitiera, por un lado, proteger el formato y, por otro, facilitar el trabajo de adaptación local. Esta tarea se vio facilitada por el *expertise* ganado por los productores locales durante la adaptación de formatos extranjeros a la pantalla argentina, como fue el caso de productos como *The Nanny*, *Desperate Housewives* o *Wipe Out*, por citar solo algunos ejemplos.

### La construcción de la novela como formato de ficción

La mayoría de los formatos comercializados en el mercado internacional son formatos de entretenimiento, denominados habitualmente “*non-scripted programs*”. En este grupo se encuentran los *talk shows*, *game shows*, *reality shows*, *talent shows*, etc. Un segundo grupo es el de los “*scripted programs*”, donde se

ubican la mayoría de los formatos de ficción. En el caso argentino, si bien se desarrollaron algunos formatos de entretenimiento exitosos como *El legado*, *Justo a tiempo* o *Cuestión de peso*, en la mayoría de los casos los formatos exportados fueron de ficción, en especial novelas. Este fue el segmento en el que Argentina se destacó y se posicionó.

La estrategia fue liderada por Telefé, la primera empresa argentina en contar con una división dedicada a la exportación de latas y de formatos. Una de las primeras novelas vendidas como formato fue *Resistiré*, pensada para el *prime time*, dirigida a un público joven y adulto de uno y otro sexo. Para alcanzar este tipo de audiencia, la novela, emitida en 2003 por Telefé, incorporó elementos de suspenso, acción y violencia poco frecuentes en este género.

En el bienio 2004-2006 otras novelas con gran aceptación como formatos en el mercado internacional fueron *Los Roldán*, *Montecristo* y *Amor en custodia*. En todos los casos, la asesoría autoral y la de producción fueron claves tanto para concretar la venta de los formatos como para adaptar exitosamente las historias en el mercado de destino. Otros ejemplos de formatos de ficción con varias adaptaciones fueron los producidos por Dori Media, Polka, Ideas del Sur, Cris Morena Group y RGB Group (Tabla III).<sup>11</sup>

TABLA III  
FORMATOS ARGENTINOS CON ADAPTACIONES INTERNACIONALES

Título del formato	Empresa productora y/o distribuidora del formato	Número de adaptaciones (1997-2013)
<i>Graduados</i>	Telefé/Underground/Endemol	3
<i>Dulce amor</i>	Telefé/LCA	3
<i>El hombre de tu vida</i>	Telefé/100 bares	3
<i>Montecristo</i>	Telefé	7
<i>Justo a tiempo</i>	Telefé	6
<i>Hermanos y detectives</i>	Telefé	6
<i>Los simuladores</i>	Telefé	5
<i>Resistiré</i>	Telefé	2
<i>Mujeres asesinas</i>	Polka	8
<i>Socias</i>	Polka	3
<i>Para vestir santos</i>	Polka	3

<sup>11</sup> “Tv formats: Argentina, a specialist on fresh deas” en *Prensario International*, año 19, núm. 221, pp.10-11, octubre de 2013.

<i>Los Roldán</i>	Ideas del Sur	10
<i>Patito feo</i>	Ideas del Sur	1
<i>CQC</i>	Eyeworks Argentina	8
<i>E24</i>	Eyeworks Argentina	4
<i>Algo habrán hecho</i>	Eyeworks Argentina	1
<i>A todo o nada</i>	Endemol	11
<i>Los exitosos Pells</i>	Endemol	9
<i>El último pasajero</i>	Endemol	9
<i>Cuestión de peso</i>	Endemol	6
<i>Lalola</i>	Dori Media	12
<i>Sos mi vida</i>	Dori Media	4
<i>Amanda O</i>	Dori Media	2
<i>Rebelde way</i>	CMG-RGB	5
<i>Floricienta</i>	CMG-RGB	5
<i>Amor mío</i>	CMG-RGB	3
<i>Chiquititas</i>	CMG-RGB	3

Fuente: Prensario (2013).

### Un mayor conocimiento de la estructura y la dinámica del mercado internacional

El enorme dinamismo del mercado de contenidos exigió a las productoras y emisoras argentinas un monitoreo constante no solo de la demanda, del comportamiento de las audiencias, sino también de las necesidades de las empresas compradoras de contenidos.

Como señalan con frecuencia los entrevistados, en este mercado la clave está en la construcción de relaciones de confianza con los compradores de otros mercados. Además, la necesidad de conocer lo que demanda cada mercado se agudiza en el caso argentino porque se trata de un mercado pequeño en cuanto a su capacidad de producción. La apuesta no está en la cantidad de novelas de ficción que pueden generarse cada año —hay productores mucho más grandes en la región— sino en la originalidad de las propuestas y en la calidad del seguimiento que puede darle la productora local a través de la asesoría autoral o de producción.

### OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DE LA EXPORTACIÓN DE CONTENIDOS

El desarrollo de estrategias de entrada en otros mercados a través de contenidos dinamizó la cadena de valor del productor, no solo por la aparición de una nueva etapa

entre la creación y la producción, sino también por la posibilidad de generar historias originales y formatos solo para exportar o que contemplen la exportación de la lata o del formato como parte del modelo de negocio.

En este sentido, aunque lo habitual es la licencia de formatos que ya han sido producidos en el mercado local —y que han tenido éxito en uno o varios mercados—, en los últimos años, algunos distribuidores comenzaron a ofrecer formatos que aun no han sido producidos e historias a demanda, ajustándose en ambos casos a las necesidades de los productores o emisoras extranjeras.

Además, otra oportunidad abierta en los últimos veinte años tras la adopción de un modelo de negocios exportador, fue el desarrollo de diferentes tipos de alianzas colaborativas entre las empresas productoras y distribuidoras nacionales y extranjeras: desde la co-producción o co-financiación de un proyecto al acuerdo de distribución del formato o la oferta del servicio de producción ya sea en Argentina o en otro país. Como ejemplo de la diversidad creciente de estos acuerdos puede citarse el caso de *Los exitosos Pells*, proyecto co-producido por Underground y Endemol Argentina, emitido y distribuido por Telefé o también el caso de *En terapia*, formato de ficción israelí cuya versión argentina fue co-producida en Argentina por Dori Media y TVP.

Para poder desarrollar exitosamente este tipo de alianzas las empresas productoras de contenidos enfrentan algunos desafíos. El primero, y tal vez el más importante, es la dificultad de los creativos, programadores y productores ejecutivos para percibir que su cadena de valor incluye a los distribuidores y a los responsables de venta internacional.

Aun cuando la mayoría de los productores entrevistados son conscientes de una necesidad de diálogo y colaboración entre las distintas fases del proceso de creación, producción y comercialización de un contenido en otros mercados, en la práctica los creativos y programadores tienden a pensar solo y principalmente en la pantalla local y a considerar a la exportación de contenidos como un paso posterior e independiente, que en nada debería interferir en su trabajo creativo.

Por su parte, para los distribuidores, el desarrollo y la exportación de latas, formatos y servicios de producción, exige a los responsables de vender los contenidos en el mercado internacional una participación activa en los procesos de creación y de producción de contenidos, con el objetivo de ayudar a minimizar o, al menos, anticipar las barreras culturales que puedan encontrar los productos al llegar a otras audiencias. Esta necesidad de diálogo y colaboración aumenta cuando el contenido se piensa desde el primer momento para el mercado internacional, como fue con el caso de *La Lola*, producida por Underground y Dori Media, vendida como lata y como formato un total de 135 veces en 110 territorios.

Un segundo desafío de los exportadores de contenido es el desarrollo de estrategias de marketing más creativas que les permitan atraer la atención sobre sus bienes y servicios

en un entorno en el que cada vez hay más competencia. Para esto, se necesita no solo una comunicación fluida entre creativos, productores y distribuidores de la lata o el producto, sino también una mayor inversión de recursos en las campañas que se realizan antes, durante y después de cada feria internacional. Muchas de estas iniciativas, al menos en el caso de las novelas, involucran a los actores o directores, quienes visitan las ferias y colaboran con la promoción y venta de la historia.



## A MODO DE CONCLUSIÓN

El desarrollo y la exportación de latas y de formatos de televisión en los últimos veinte años generaron un mayor conocimiento de la estructura y la dinámica del mercado internacional y promovió una serie de cambios en los procesos de creación y producción de contenidos televisivos.

El principal cambio ha sido la aparición de una nueva fase en la cadena de valor, instalada entre la de creación y la de producción. Esta nueva fase es la comercialización o distribución de derechos y tiene como principal desafío dinamizar el funcionamiento de la cadena habilitando el desarrollo de nuevos productos y facilitar la articulación y el diálogo entre los diferentes actores.

En este sentido puede afirmarse que, aunque el desarrollo de la actividad exportadora esté condicionado por el contexto económico—en concreto, por las variaciones en los costos de producción en cada mercado—, la aparición de los formatos le dio a los creativos y a los productores argentinos una gran visibilidad en el mercado internacional que puede y debe ser aprovechada por las empresas argentinas para optimizar sus estrategias de entrada en otros mercados. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Artopoulos**, Alejandro, Daniel **Friel** y Juan Carlos **Hallak**, *Export Emergence of Differentiated Goods from Developing Countries: four Argentine Cases*, Buenos Aires, Universidad de San Andrés, 2011.
- CEDEM**, *La exportación de contenidos y servicios de producción televisiva en la Ciudad de Buenos Aires*, Observatorio de Comercio Internacional de la ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2009.
- Format Recognition and Protection Association (FRAPA)**, *The Frapa Report 2009. TV formats to the World*, Huerth, FRAPA, 2009.
- Guerrero**, Enrique, “El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento”, en *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 2010.
- Jensen**, Pía, *Television Format Adaptation in a Trans-national Perspective. An Australian and Danish Case Study*. Tesis doctoral sin publicar, Dinamarca, Aarhus University, 2007. En nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/files/16573/pm\_jensen-tv-format\_adaptation.pdf.
- Küng**, Lucy, *Strategic Management in the Media. Theory to practice*, Londres, Sage Publications, 2008.
- Lantzsch**, Katja, Klaus-Dieter **Altmepfen** y Andreas **Will**, “Trading in Tv Entertainment: an Analysis” en Albert Moran (ed.), *TV formats worldwide. Localizing Global Programs*, Bristol, Intellect, 2009.
- Pis Diez**, Ethel y Fausto García, “The fragmentation of the television industry value chain. The acquisition and production of TV formats in Argentina as a case”, ponencia presentada en la European Media Management Association Conference 2013. Bournemouth, 12-14 de junio de 2013.
- Van Tassel**, Joan y Lisa **Poe Howfield**, *Managing Electronic Media. Making, Marketing, and Moving Digital Content*, Oxford, Focal Press, 2010.
- Waisbord**, Silvio y Sonia **Jalfin**, “Imagining the national: gatekeepers and the adaptation of global franchises in Argentina” en Albert Moran (ed.), *TV Formats Worldwide. Localizing Global Programs*, Bristol, Intellect, 2009.



Romina Solano

INVESTIGADORA DEL ÁREA DE CULTURA Y COMUNICACIÓN DE FLACSO, CANDIDATA A MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS. FUE COORDINADORA DE PROYECTOS DEL ÁREA DE POLÍTICAS SOCIALES, EN CIPPEC

## A MODO DE INTRODUCCIÓN

La generación de conocimiento sobre las formas de intervención del Estado en el terreno de la cultura exige el abordaje y la definición de una serie de términos. Fundamentalmente requiere que se clarifique con precisión qué es la política cultural. Se trata de un concepto complejo, amplio y de múltiples interpretaciones, compuesto por dos palabras con mucha densidad conceptual: política y cultura.

Para empezar a comprenderlo resulta útil retomar brevemente su historia. Los fundamentos de las políticas culturales se asientan en el reconocimiento de los derechos culturales como derechos humanos. Los derechos culturales refieren fundamentalmente “al acceso y la participación de todos los ciudadanos en la vida cultural de la comunidad, y al goce de los beneficios morales y materiales que comportan las creaciones científicas, artísticas e intelectuales” (Bayardo, 2010).

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) proclamó, junto a los tradicionales derechos civiles y políticos, los flamantes derechos económicos, sociales y culturales. Esta segunda generación de derechos, necesaria para el pleno desarrollo de la personalidad de cada ser humano, se realiza a través o por medio del Estado (Harvey, 1990) ya que, desde el momento

el Estado aparece como un actor entre otros, aunque no uno más, en el proceso social que va siendo construido alrededor del surgimiento, tratamiento y resolución de temas ante los cuales múltiples actores sociales adoptan posiciones.

en que el acceso y la participación en la vida cultural fueron reconocidos como derechos del hombre, reivindicables por cualquier individuo de la colectividad, necesariamente “los responsables de esa colectividad tienen el deber de crear (...) las condiciones indispensables para el ejercicio eficaz de ese derecho”.

Todo lo antes citado fue reafirmado en el Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos, y en el Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales, ambos de 1996, y ratificados por la República Argentina. Por eso es que el ejercicio de este derecho entra de manera efectiva dentro de las funciones del Estado argentino que debe comprometerse a cumplirlo mediante la ejecución de políticas culturales justas, democráticas y eficientes que logren progresivamente la plena efectividad de dichos derechos (Harvey, 1990).

## POLÍTICAS PÚBLICAS Y POLÍTICAS CULTURALES

Otra forma de abordar el concepto de política cultural resulta de analizar y describir las dos palabras que lo componen: política —en términos de política pública— y cultura. A continuación, en primer lugar, se problematiza el concepto que antecede y envuelve a las políticas culturales: las políticas públicas.

\* Este artículo fue elaborado sobre la base de *Ciudad, cultura y políticas públicas*, Tesis de Maestría inédita, Universidad de San Andrés. Buenos Aires.

### Políticas públicas: la posición del Estado en un campo en disputa

Si bien existe una amplia gama de definiciones, es útil retomar la clásica definición desarrollada por Oszlacky O' Donnell (1983), quienes afirman que una política pública es la toma de posición del Estado frente a una cuestión socialmente problematizada. Así, la política estatal es considerada como el conjunto de las acciones u omisiones del Estado que determinan su forma de intervenir en una cuestión que concita la atención de otros actores de la sociedad civil. Siguiendo esta lógica, el Estado aparece como un actor entre otros, aunque no uno más, en el proceso social que va siendo construido alrededor del surgimiento, tratamiento y resolución de temas ante los cuales múltiples actores sociales adoptan posiciones.

En esta misma dirección, Tamarit Sáez (1997) afirma que las políticas públicas son el conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado, tanto los ciudadanos como el propio gobierno, consideran prioritarios. También para este autor, estas acciones y decisiones involucran a una multiplicidad de actores, sectores o niveles de gobierno. Y justamente por eso la política pública no es el resultado de un proceso lineal, coherente y necesariamente deliberado de diseño o formulación, sino objeto de un proceso social y político que configura un campo en disputa.

Existe una gran variedad de situaciones a través de las que el Estado puede insertarse en el proceso social con el objetivo de influir sobre su curso, asumiendo posiciones que potencialmente puedan alterar la relación de fuerzas entre los actores involucrados. Las políticas estatales no deben entenderse como un acto reflejo o una respuesta aislada, sino como un conjunto de iniciativas que, observadas en su contexto, permiten inferir la posición del Estado (Oszlacky y O' Donnell, 1983).

Por eso, ninguna política pública debe ser analizada separada del tema problematizado

que intenta abordar, ni de las condiciones del surgimiento de la cuestión, ni de las posiciones adoptadas por los otros actores interesados.

### La cultura, el universo y más allá

En cuanto a la *Cultura*, el terreno es aun más movedizo. Algunos autores (Maccari y Montiel, 2012) la definen como un concepto *Carrefour*, por el nivel de su complejidad y proliferación. Grimson (2011) señala que es uno de los términos con más acepciones en las ciencias sociales, ya que puede designar tanto a los procesos de significación, como

también remitir a estilos de vida, e incluso a la antigua idea, políticamente visible hasta hoy, de *alta cultura*.

El término proviene de la voz latina *colere*, e inicialmente solo designó la acción de cultivar la tierra. Sin embargo el uso metafórico, *cultivar el espíritu*, penetró con tal fuerza que terminó por desplazar a aquel primer sentido. La aparición de esta acepción espiritual del término, es decir su significado moderno, es un hecho

relativamente reciente, ya que hasta hace tres siglos solo se encuentran testimonios que refieren a la acepción agrícola (Maccari y Montiel, 2012). No será hasta el siglo XVIII que comience a aparecer el concepto de cultura como “conjunto de atributos y productos de las sociedades humanas (...) que son extrasomáticas y transmisibles por mecanismos diferentes de la herencia”.

Así, se inicia un proceso que culminará con la preeminencia de la acepción que liga el término al cultivo del espíritu y la conciencia, frente a aquella concepción inicial que lo ligaba a la tierra. Conjuntamente, comienza a extenderse la oposición entre cultura y naturaleza, y la distinción de la primera como el rasgo distintivo de los seres humanos.

Con el tiempo, el término también se utilizó para clasificar y dividir a los seres humanos entre personas “con cultura” y personas “sin cultura”. Justamente para oponerse a esta práctica apareció la mirada antropológica, que ya hacia fines del siglo XIX

Al afirmar que todas las actividades y pensamientos humanos son aspectos de la cultura, esta corriente señalaba también que todos los seres humanos tienen en común el hecho de ser seres culturales.

planteó un concepto de cultura asociado a los conocimientos, creencias y hábitos que todo ser humano adquiere como miembro de la sociedad (Grimson, 2011).

Esta noción contrastaba con la idea de que la cultura se restringe a la *alta cultura* (la cultura letrada, de elites, la música clásica, las artes plásticas consagradas, etc.). Al afirmar que todas las actividades y pensamientos humanos son aspectos de la cultura, esta corriente señalaba también que todos los seres humanos tienen en común el hecho de ser *seres culturales*. Sin embargo, aun hoy, muchas personas e instituciones continúan clasificando a los seres humanos como “cultos” o “incultos”, sin percibir que “al hacerlo evalúan a grupos que tienen una cultura distinta desde un punto de vista particular. Y en esta evaluación lo diferente es considerado (implícita o explícitamente) como inferior”.

Siguiendo con el devenir del término *Cultura*, un hito más cercano a nuestro tiempo resulta la definición establecida durante la *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales* (México D.F., 1982). Allí se convino que “en su sentido más amplio, la cultura puede considerarse (...) como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Sin embargo, el concepto de cultura así entendido, como conjunto de elementos simbólicos o de costumbres y valores de una comunidad asentada en un territorio, es problemático en tanto tiende a considerar a los grupos humanos como unidades objetivas y clasificables en función de su cultura (Grimson, 2011). Así, descuida que dentro de todo grupo humano existen desigualdades, diferencias, y conflictos que dan lugar a su vez a una gran diversidad de interpretaciones.

En este sentido resultaría más adecuado recurrir a una noción de cultura que permita

reflexionar sobre las diferencias, desigualdades y relaciones de poder al interior de cada cultura y entre las culturas. Grimson propone la noción de *configuración cultural* pues considera que esta permite comprender cómo varían los sentidos dentro de un mismo país o régimen de significación.

Las *configuraciones culturales* son articulaciones históricamente situadas en las cuales se procesan heterogeneidades de sentido. Compartir un territorio de diferencia, de conflicto, es propio de la noción de *configuración cultural*. Si no hubiera heterogeneidad, simplemente se hablaría de cultura, con las

sensaciones homogeneizantes que previamente fueron aludidas. Si no hubiera articulaciones, contingentes pero relevantes, solo se hablaría de multiplicidades inconexas.

Hay cinco aspectos clave que constituyen a las *configuraciones culturales* y que no forman parte de las definiciones antropológicas clásicas de *Cultura*: la heterogeneidad, la conflictividad, la desigualdad, la historicidad y el poder. Y esto se relaciona con que no solo se preguntan por los rasgos y los individuos, sino también por los espacios y los regímenes de sentido, las tramas simbólicas compartidas y las relaciones.

Esta complejización del término *Cultura* busca recuperar su naturaleza social e incorporar en el análisis cultural el estudio de procesos sociales, políticos y económicos, entendiéndolos atravesados por relaciones desiguales de poder.

Con otro foco, pero en esta misma dirección, diversos trabajos han presentado la conceptualización de la cultura a partir de dos polos: una concepción amplia, asimilable a la acepción difundida desde la antropología, previamente mencionada; y una más restringida “asociada a la estructuración y a las categorías definidas desde la ilustración y por el propio sector artístico” (Maccari y Montiel, 2012). Una definición amplia e integral versus una restringida y sectorial.

Si bien la concepción amplia ha venido ganando preeminencia, a la hora de la imple-



mentación concreta se continúa priorizando la concepción restringida del término, que acota las posibilidades de desarrollar nuevas formas creativas de intervención cultural. Aun hay un hiato entre la adopción discursiva de la concepción integralista y los hechos, ya que en la implementación de los proyectos culturales tiende a primar la definición más acotada de la cultura.

Más allá de su vastedad teórica, en la práctica no se debe perder de vista que las diferentes definiciones de lo cultural impactan en el abordaje operativo de la gestión, pues las definiciones de la cultura “implican posturas ideológicas, éticas y profundamente políticas, que orientan y condicionan el anclaje del día a día de nuestros proyectos e intervenciones”. Es decir, las definiciones conceptuales, que permiten entender el recorte ideológico y el anclaje operativo de las diferentes políticas o proyectos culturales, tanto públicos como privados con y sin fines de lucro, acarrearán resultados concretos en el terreno de la acción. Las definiciones no son inocuas.

### De qué hablamos cuando hablamos de política cultural

En tercer lugar, además de este abordaje a través del análisis de los términos, es posible reflexionar sobre el concepto recurriendo a una definición específica: ¿qué es una política cultural?

En este sentido, por un lado, se puede trabajar con una definición amplia, como lo hace García Canclini (1987), quien concibe a las políticas culturales como “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden de transformación social”.

Por el otro, se puede utilizar una definición más acotada de política cultural, limitada a la acción del Estado, lo público (que nada tiene que ver con una definición limitada

de cultura). En este sentido, por ejemplo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) entiende a las políticas culturales como el “conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa y presupuestaria, que sirven como base para la acción cultural de un gobierno”.

Al igual que Oszlacky O’ Donnell en referencia a las políticas públicas en general, esta organización afirma que las políticas culturales públicas no son acciones aisladas, ni a corto plazo, sino “intervenciones estratégicas sometidas a monitoreo, evaluación y seguimiento” que involucran a numerosos actores, muchas veces con intereses disímiles e incluso en conflicto (Bayardo, 2007). Es decir, las políticas culturales estarían conformadas por aquellas tomas de posición del Estado ante cuestiones que incumben particularmente al sector cultural y que tienen en cuenta la trama de actores, interacciones, conflictos e intereses que las antecede y que, al mismo tiempo, se va modificando a medida que las políticas se desarrollan.

Sosteniendo la dirección de la Unesco, Bayardo afirma que, si bien resulta preferible reservar el sentido estricto del término para la esfera del Estado, es importante recordar que las representaciones del mundo y de lo social que ofrecen las políticas culturales “sesgan las posibilidades y los modos de verse a sí mismos de los diversos grupos humanos, así como las capacidades de tomar decisiones conscientes e informadas acerca de su presente y futuro como sociedades”.

### RELACIONES EN TENSIÓN

Como sucede en otras esferas, en las que conviven intereses y conflictos, las políticas culturales no están exentas de tensiones. Además de aquellas que atraviesan las definiciones teóricas, las cuales —no se debe olvidar— impactan en el terreno de la acción, existen otras relaciones en constante puja.





Una de ellas ocurre entre la política y la gestión, que remite a la idea de inconmensurabilidad entre una esfera no neutral, donde primarían los aspectos ideológicos, y otra objetiva, donde prevalecerían las decisiones técnicas. Otra fuente de tirantez está representada por la relación entre el Estado, y su impronta burocrática administrativa, y la creación, y su espíritu libertario, rupturista.

### De políticos y tecnócratas culturales

En cuanto a la relación entre política y gestión, se trata de conceptos diferentes, con lógicas distintas, pero de ningún modo incompatibles. La gestión es una técnica que, entre otras, alcanza al campo de las políticas culturales, y es un error considerar que se relaciona exclusivamente con el sector privado. Por el contrario, los y las funcionario/as del sector público deben contar con las capacidades de gestión necesarias para llevar a cabo políticas culturales que alcancen sus objetivos.

La noción de Gestión Cultural ingresa con bastante influencia hacia la segunda mitad de la década de 1980, tanto en las instituciones gubernamentales como en los grupos culturales comunitarios. En sus inicios simplemente pretendió ser una propuesta distinta de actividad cultural a la realizada por denominaciones como “animadores y promotores culturales”, “administradores y gerentes culturales” o “trabajadores culturales” (Abello Trujillo, Tabares y Zubiría Samper, 1998).

La expresión Gestión Cultural está ligada por lo menos a cuatro grandes transformaciones contemporáneas de la dimensión cultural. En primer lugar, a la extensión y problematización de la noción de cultura que ya fueron brevemente mencionadas. En segundo lugar, a la crisis de las nociones de

política y desarrollo a partir de la década de 1970. Además, se relaciona con la necesidad de gestionar ámbitos que van más allá de la cultura artística, la cultura tradicional y el patrimonio (lo que antes fue definido como *alta cultura*). Y finalmente, con la creciente importancia económica de la cultura que obligó a repensar las interrelaciones entre Economía y Cultura, así como a considerar la posibilidad de un motor de desarrollo basado en una economía creativa.<sup>1</sup>

En pocas palabras, la gestión cultural versa sobre “la administración de los recursos de una organización cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción”

(Bernárdez López, 2003). En este sentido, la gestión de la cultura es similar a la de cualquier otro bien, pero con una serie de especificidades que responde a las particularidades propias del objeto sobre la que se aplican sus estrategias y herramientas: la cultura.

La importancia de estas técnicas no implica que “solo se trata de gestionar”. Por el contrario, antes de que la gestión propiamente dicha entre en escena, tiene lugar la etapa de definición y priorización de los problemas, y de toma de

decisiones, que gira en torno a preguntas como ¿cuáles la mayor necesidad o falencia?, ¿qué grupo poblacional debe ser el objetivo de la nueva política pública? Si bien existen datos duros que pueden guiar la toma de decisiones, en última instancia se trata de una decisión subjetiva (pero no por eso arbitraria). Es allí donde la política (en el sentido más amplio del término, con su componente ideológico y no neutral) prevalece.

Para clarificar esto resulta útil conocer las etapas de las políticas públicas (Di Virgilio y Solano, 2012) que suelen ser presentadas

Esta complejización del término *Cultura* busca recuperar su naturaleza social e incorporar en el análisis cultural el estudio de procesos sociales, políticos y económicos, entendiéndolos atravesados por relaciones desiguales de poder.

<sup>1</sup> Es decir, una economía que no solo involucre capital, tierra y trabajo, sino también otros factores productivos como la creatividad, la información, el conocimiento, la comunicación, la conectividad, etc. Esta transformación se relaciona con el surgimiento de una noción cultural del desarrollo donde la satisfacción de necesidades materiales solo se considera realizada cuando se produce una ampliación de las capacidades intelectuales y sensibles, una multiplicación de las opciones de que disponen los diversos grupos humanos, y un incremento de la participación en las decisiones y en los procesos de desarrollo (Unesco, 1996).

a través de un ciclo secuencial que, si bien no es más que una construcción analítica, permite constituir un marco de referencia y ordenar sus distintas fases.

El modelo secuencial presenta una serie de instancias o etapas que conforman un ciclo, en el que la última etapa retroalimenta a la primera y reinicia el proceso. Si bien existen otras propuestas, con más o menos

instancias, en términos generales las etapas pueden nominarse del siguiente modo:

- Identificación del problema.
- Decisión.
- Diseño y la formulación de la política pública.
- Implementación.
- Evaluación.<sup>2</sup>



Fuente: Di Virgilio y Solano, 2012.

La decisión es una de las fases del ciclo, es la etapa política por antonomasia. En ella se condensan los procesos de priorización de problemáticas y la selección de los beneficiarios que frecuentemente implica posponer la intervención sobre otros problemas y otros sectores de la población.

Sin embargo, no es la única: la política atraviesa a todas las etapas. Por ejemplo, durante la etapa de implementación también entran en disputa cuestiones “políticas” en torno a la forma de llevar a cabo la acción. Es decir, si bien el terreno es fangoso y los límites

no son claros, lo cierto es que lo decisional está presente a lo largo de todo el proceso (diseño, planificación, monitoreo, evaluación, etc.) de generación de una política cultural.

### EL ORDEN Y EL CAOS: ¿SE PUEDE ADMINISTRAR LA CREACIÓN?

La relación entre los impulsos y acciones creativas, y las cuestiones burocrático-administrativas que forman parte de los proyectos culturales tampoco están exentas de conflictos. Por el contrario, se trata de una relación

<sup>2</sup> El hecho de que la evaluación figure como etapa final del ciclo se trata de un ordenamiento conceptual. Por el contrario, la evaluación puede entrar en escena en distintos momentos del ciclo de vida de una política pública (Di Virgilio y Solano, 2012). Véase figura 1.

compleja pero que debe “funcionar”, si se pretende alcanzar los objetivos propuestos.

Esta tirantez no tiene las mismas características en el sector público que en el privado (ya sea con o sin fines de lucro). En este último, las tensiones se relacionan fundamentalmente con una particularidad propia del campo: los/las gestores culturales, aunque utilicen técnicas de gestión similares a las de otros profesionales, pueden incidir poco o nada sobre las características del producto creativo (Bernárdez López, 2003). En consecuencia, muchos de los conflictos entre gestores y creadores giran en torno a que el primero tiene escasa capacidad de decisión sobre el diseño (creación) del bien cultural, lo cual muchas veces actúa como una limitación de sus funciones. Con respecto al

En cuanto a la relación entre política y gestión, se trata de conceptos diferentes, con lógicas distintas, pero de ningún modo incompatibles.

sector público, la situación es aun más compleja. En la literatura se encuentran algunas opiniones (Abello Trujillo, Tabares y Zubiría Samper, 1998) que consideran que hablar de Estado y de Cultura de manera simultánea es, en cierta forma, una contradicción en tanto el primero por su propia naturaleza busca unificar, ordenar, homogeneizar y controlar, mientras la cultura es diversa y busca escapar al control, por medio de lo que le es más específico: la imaginación, la transformación, el desorden creativo.

Sin caer en el extremo de considerarlos contrapuestos, lo cierto es que la relación entre la Cultura y el Estado no es sencilla. Por un lado, se repite la problemática ya mencionada: el/la funcionario/a tienen poca incidencia sobre la producción artística. Los cambios que se pueden sugerir tienen el límite (tácito y con mayor o menor flexibilidad, según el caso y las personas) de no ultrajar la libertad creativa.

Pero, además, la situación tiene la particularidad de que uno de los actores protagonistas de esta relación es la burocracia pública, con todo lo que ella significa. Sin entrar en detalles, pues también se trata de un concepto prolífico con múltiples y diversas definiciones en el campo de la ciencias sociales<sup>3</sup>, lo cierto es que actuar desde o interactuar con el aparato administrativo del Estado —una estructura que se rige por normas formales y criterios propios, y que

se caracteriza por poseer una específica y rígida división de tareas, competencias y responsabilidades internas— no es un dato que pueda pasar inadvertido.

No obstante, en tanto el acceso y la participación en la vida cultural son derechos del hombre, reconocidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y su ejercicio efectivo es una responsabilidad del Estado, entonces, estas dificultades no deberían actuar como excusas para que el Estado incumpla con su responsabilidad. Tampoco el sector cultural (artistas, creadores/as, empresarios/as, gestores/as, etc.) debería descomprometer su participación amparándose en estas dificultades, pues el Estado (en sus diferentes niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal) puede resultar un aliado estratégico para potenciar el desarrollo sectorial.

Existen numerosos ejemplos de políticas culturales que demuestran que es posible trabajar conjuntamente, aun con lógicas disímiles. Sin embargo, se debe evitar caer en la tentación de encontrar reglas generales que puedan ser aplicadas de manera indeterminada en cualquier país o región, porque esa relación debe desarrollar su propia dinámica según la idiosincrasia de cada lugar, respetando la historia, las lógicas y el entramado local de relaciones sociales (Abello Trujillo, Tabares y Zubiría Samper, 1998). Caso contrario, podría caerse en la copia vacía de un proyecto cultural extraño que difícilmente logrará interpelar a la comunidad local.

## EN PERSPECTIVA

Es usual distinguir tres momentos de las políticas culturales (Bayardo, 2010). El primero orientado al desarrollo de las artes, la conservación del patrimonio, y la ampliación del acceso a la cultura legitimada (o la alta cultura). El segundo referido al cuestionamiento de las concepciones y los usos habituales de las instituciones culturales, la ampliación de esta esfera a la educación formal y no formal, la comunicación y las industrias culturales. Y un tercero con preocupaciones por las dimensiones simbólicas y subjetivas

que vinculan la cultura con políticas de desarrollo. No casualmente estos cambios de foco de las políticas culturales acompañan las modificaciones acaecidas en torno a la definición de cultura.

Actualmente, algunos indicios llevan a considerar el surgimiento de un cuarto momento de políticas culturales “centrada en la promoción de la diversidad cultural y de la justicia social, lo que entraña el reconocimiento de las comunidades, coincidentes o no con las nacionales, y con la puesta en ejercicio del pluralismo”.

Sin embargo, para que las políticas culturales se conviertan en intervenciones que generen ese tipo de transformaciones sociales se requiere, por un lado, superar el criterio de la mera gestión, de la tecnocracia. Por el

otro, promover un diálogo abierto con la sociedad, para conformar una agenda articulada con sus demandas. Conjuntamente resulta necesario superar el carácter corporativo y fragmentario del sector, así como también trabajar para fortalecerlo y jerarquizarlo dentro de los ámbitos de decisión (Bayardo, 2008).

De ser así, quizás en un futuro se pueda apreciar la emergencia de una nueva generación de políticas culturales que subsuma los ejes anteriores –las artes, las industrias culturales y el desarrollo– bajo el lema de la diversidad cultural y la justicia social, “no solo como un instrumento necesario para poner freno a las mega corporaciones que las dificultan, sino como trabajo creativo sobre los sentidos, que posibilite imaginar y construir mundos pluralistas”. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Abello Trujillo, I., Tabares, M. y De Zubiría Samper, S., (1998). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. Organización de Estados Iberoamericanos, 1998, en [www.gestioncultural.org.ar/2008/07/conceptos-basicos-de-administracion-y-gestion-cultural](http://www.gestioncultural.org.ar/2008/07/conceptos-basicos-de-administracion-y-gestion-cultural).
- Bayardo, R., “Políticas federales y provinciales de cultura en la Argentina: organización, financiamiento y desafíos”, en *O público e o privado*, núm. 9, Enero-Junio, 2007.
- , “¿Hacia dónde van las políticas públicas culturales?”, en 1º Simposio Internacional de Políticas Públicas Culturales en Iberoamérica, Facultad de Ciencias Económicas-Universidad Nacional de Córdoba, 22 y 23 de octubre de 2008.
- , “Políticas culturales y derechos: entre la retórica y la realidad”, en *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas (RIPS)*, Universidad de Santiago de Compostela, Vol. 9, núm. 2, 2010.
- Bernárez López, J., La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos. Portal Iberoamericano de gestión cultural, 2003, en [www.gestioncultural.org/ficheros/BGC\\_AsocGC\\_JBernandez.pdf](http://www.gestioncultural.org/ficheros/BGC_AsocGC_JBernandez.pdf).
- Declaración de México sobre las políticas culturales.** Conferencia mundial sobre las políticas culturales, 26 de julio-6 de agosto de 1982, México D.F.
- Di Virgilio, M. M. y Solano, R., Monitoreo y evaluación de políticas, programas y proyectos sociales, CIPPEC y UNICEF, Buenos Aires, 2012.
- García Canclini, N. (ed.), *Políticas culturales en América Latina*, México, Editorial Grijalbo, 1987.
- Grimson, A., *Los límites de la cultura: críticas de las teorías de la identidad*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2011.
- Harvey, E., *Derechos culturales en Iberoamérica y el mundo*, Madrid, Editorial Tecnós, 1990.
- Maccari, B. y Montiel, P., *La gestión cultural para el desarrollo*, Buenos Aires, Editorial Ariel, 2012.
- Oszlack, O. y O’ Donnell, G., “Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación”, en *Revista Venezolana de Desarrollo Administrativo*, núm. 1, Caracas, Venezuela, 1983.
- Tamayo Sáez, M., (1997). “El análisis de las políticas públicas”, en R. Bañón y E. Carrillo (comp.), *La nueva administración pública*, Madrid, Alianza Universidad, 1997.
- Unesco, *Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, París, Ediciones Unesco, 1996.

Ana Wortman

INSTITUTO GINO GERMANI,  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
(UBA)

El propósito de este artículo consiste en argumentar los vaivenes del concepto de democratización cultural que subyacen en las políticas culturales del Mercosur, así como verificar la presencia de imaginarios de la globalización de una sociedad civil global en la resignificación de las políticas culturales.

Habiendo transcurrido casi tres décadas de democracia política en Argentina y algo menos en Brasil y Uruguay, constatamos que el concepto de democratización cultural, base fundamental de las políticas culturales en contextos de recuperadas democracias políticas, se ha ido modificando junto a los vaivenes de las respectivas democracias, como consecuencia de las influencias de los organismos internacionales en la estructura del Estado en cada uno de los países en cuestión, así como también por el modo como circulan los bienes y significados culturales en el mundo global. La pregunta que atravesará, entonces, esta presentación es de qué hablan los gobiernos nacionales cuando aluden a la democratización cultural.

Los desafíos en términos de democratización cultural no pueden ser los mismos para unos y otros. La historia de la esfera cultural pública es diferente en un país y en otro. En consecuencia, el término aludirá en las políticas públicas a distintas cuestiones

resignificadas en los tiempos de globalización cultural. Sin embargo, comienzan a implementarse políticas culturales comunes a ambos países debido al impacto de procesos de integración regional y recomendaciones de ONGs.

## IMAGINARIOS ARGENTINOS EN MOVIMIENTO Y LA DEMOCRATIZACIÓN CULTURAL

En Argentina, el acceso a los bienes culturales estuvo marcado por el carácter móvil de la sociedad. Ya en los primeros años del siglo XX, el equipamiento cultural fue amplio y diverso. Lejos podría decirse que teatros, cine y salas de conferencia eran solo de la elite, como sí lo fueron en Brasil hasta mediados de siglo, lo cual no significa que no existieran conflictos sociales, culturales y políticos y tensiones al interior del campo.<sup>1</sup>

Como argumentáramos (Wortman, 2010) el campo cultural argentino estuvo atravesado por un componente social que poco a poco se fue ampliando. Así tempranamente se pueden advertir en el campo de las letras, el teatro, la música y también en la pintura, apellidos que no eran de la elite, provenientes más bien del caudal inmigratorio que habían recibido las grandes ciudades, lo cual le otor-

*En Argentina, el desarrollo de la industria cultural coincidió con la generación de un público lector ávido de imaginarios inclusivos.*

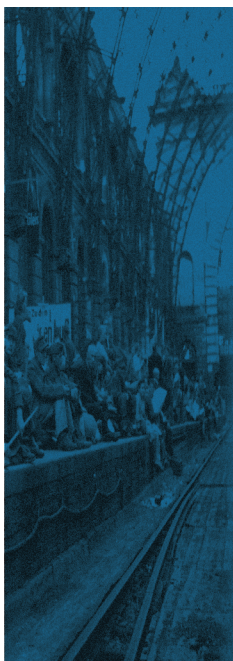
\* Las reflexiones que se presentan aquí formaron parte de una presentación realizada en la XII Reunión de Fomercó realizada en la UERJ de Rio de Janeiro, en el GT sobre Arte y Cultura en el Mercosur, coordinado por la doctora Mónica Leite Lessa y por mí en septiembre del 2011.

<sup>1</sup> No vamos a hacer mención aquí a la profusión ensayística sobre la cuestión de la identidad nacional brasileña o argentina, aunque es evidente que esta representación incidió en la formulación de las políticas culturales. En el caso de Brasil, la ampliación relativamente de quienes se consideran también parte de lo brasileño se deriva del impacto de movimientos sociales de origen afro, grupos musicales así como también de ONGs.

gó un tinte muy particular distinto al resto de América Latina. En el naciente desarrollo de la industria cultural, de editoriales de libros baratos y prensas obreras diversas se puede advertir el protagonismo de las clases medias en la cultura las cuales fueron configurando una multidimensional esfera pública (Sarlo, 1983). Como señala Renato Ortiz (1994), los escritores brasileños, ante la ausencia de un público lector, dependían más bien de la prensa gráfica, la cual tampoco era masiva, dado el alto porcentaje de analfabetismo reinante en la sociedad. Así los procesos de modernización cultural diferían en un caso y en el otro.<sup>2</sup>

En el caso argentino, si bien, a través de la educación pública se conformó el imaginario de una sociedad a la que “todos” podían formar parte, fundamentalmente a partir de una política fuerte en términos de alfabetización, el énfasis público estatal en el concepto de crisol de razas y/o la identidad nacional, dejó de lado de manera autoritaria, la diversidad regional argentina, las culturas de origen, pero en particular la cuestión indígena y la relación con los países limítrofes. Es claro que hubo mayor democratización, en términos de inclusión social, pero menos en términos de inclusión cultural. En ese aspecto, la cuestión de la democratización cultural también debe pensarse en otros sentidos en estas nuevas coyunturas, no solo asociados al acceso a un conjunto de bienes, sino también al reconocimiento de las diferencias.

En Argentina, el desarrollo de la industria cultural coincidió con la generación de un público lector ávido de imaginarios inclusivos. Junto con la llegada de masivos contingentes inmigratorios, se desarrolló ampliamente la



radio, la prensa, también el teatro, el cine y la industria editorial. Según señala Ortiz la masividad cultural nacional llegó a Brasil hacia las décadas de 1940 y 1950, junto con los gobiernos nacional populares. Los sectores populares accedieron a la televisión antes de haber alcanzado la lecto-escritura. El desafío brasileño ha sido durante mucho tiempo relacionar grandes masas poblacionales a los derechos sociales y políticos.

La democratización cultural asumió nuevos significados después del vendaval neoliberal y la descuidadización desplegada. Mientras en Argentina se luchaba y se sigue luchando por la inclusión y la reinclusión de aquellos que fueron marginados, en Brasil si bien existe un sector de la sociedad que aun es víctima de una sociedad

injusta, se ha transformado significativamente esta última década. Así es como a nivel internacional, se ha llegado a llamar “Brasil, país de clase media”.

En Argentina, la cuestión de la ciudadanía reaparece después de la década de 1990. Una sociedad relativamente igualitarista (no igualitaria, ya que si dijéramos así, desconoceríamos la pobreza del interior, las zonas despobladas y postergadas) que tempranamente accedió a los derechos políticos y luego sociales, se fue reconfigurando con la aplicación radical de políticas monetaristas desde 1975 en adelante. Así, con la restauración de la democracia podemos comprobar que diversos han sido los significados de las políticas culturales implementadas.

En segundo lugar, es importante señalar que el significado de la palabra democratización cultural debe analizarse también en términos de lo que en el imaginario social

<sup>2</sup> Existen polémicas con respecto al concepto de modernidad, modernismo, modernización en América Latina. Si Beatriz Sarlo alude al desarrollo de una modernidad periférica en Buenos Aires, en relación a una importante producción de libros, diarios, revistas y consumo de cine, Ortiz toma distancia porque sería una representación especular de una modernidad europea. Por el contrario, en Brasil se habrían planteado mayores debates en torno a una modernidad propia como la planteada en los movimientos vanguardistas de las décadas de 1920 y 1960, etc. (1994).

se valora como cultura<sup>3</sup> y en consecuencia que conjunto de bienes forman parte de los bienes culturales comunes. Es decir que, en cierta perspectiva, la idea de acceso a bienes restringidos a una minoría, o bienes ocultos o prohibidos, impuso durante cierto momento de la transición la idea de libertad de acceso. Tantos años de censura, persecución, destrucción y prohibiciones varias imponía esta idea de apertura cultural.

La década de 1980 fue muy prolífica en términos de debates intelectuales en torno a las políticas culturales y a la necesidad de formularlas. Se imponía esta discusión así como la necesidad de adaptarla a las realidades latinoamericanas y en particular a las coyunturas de la transición.

En Argentina cobró una significación política muy especial, dado el énfasis con que la derecha peronista primero y la dictadura después habían intervenido en el plano del campo cultural. La transición brasileña no tuvo, al menos desde el Estado, esa impronta. Desde la sociedad civil comenzaron a instalarse nuevas ideas en torno a lo cultural así como a cuestionar una vez más en qué valores se funda la identidad brasileña.

En la transición argentina se implementaron una serie de programas tanto a nivel nacional como local. Sin embargo, a pesar del consenso acerca del impacto del terrorismo de Estado en la cultura, comenzaron a resurgir una serie de cuestiones asociadas a formas populistas de comprender la cultura. Así, a cierta concepción más liberal y moderna de la cultura que concebía que todos debían

acceder a los bienes de la anteriormente llamada cultura culta antes llamada cultura universal, se le opondrán visiones más populistas e inclusivas, en el sentido de ampliar el concepto de cultura y descalificar el arte, como ámbito especializada, por una naturalizada asociación acrítica con las clases dominantes, que desconocería el carácter histórico político conflictivo de esa relación. Así en las políticas culturales también se incluirán talleres vinculados a cocina, educación popular, artesanías, etc. También referencias a identidades de género, o a prácticas vinculadas con la salud (Wortman, 1996). Es decir que a la cultura se

la entenderá en términos de una perspectiva antropológica clásica por un lado y también a una identificación con el arte y los usos del tiempo libre en el espacio público por el otro.

Ahora esta cuestión es válida para unos e inválida para otros. En nuestros países existen sectores sociales de corte conservador, tradicionalista o elitista que no creen en la igualdad de las personas, en términos de derechos para una diversidad de sujetos por un lado o, en otra perspectiva, que el arte es tan válido como otras manifestaciones populares. En la primera, habilitar accesos sería consagrar al arte como la única manifestación cultural válida y desconocer otras manifestaciones culturales de corte folklórico. Debates posteriores vinculan una impugnación del modo como fue configurado un imaginario del “ser nacional” emergentes en el contexto de la crisis de 2001, impusieron otra idea de democratización.<sup>4</sup>

En consonancia con criterios globales, se busca en la cultura un recurso para el desarrollo económico. Un proceso que ya se venía dando, se fortalece aun más, en términos de Pymes culturales.

<sup>3</sup> Subercaseaux (1990:144) define claramente la diferencia entre democratización y democracia cultural. En tanto modelo de política cultural, la democratización cultural tiene como objetivo repartir el capital y la acumulación cultural que existe en la sociedad. Se trata de una propuesta extensiva que busca facilitar el acceso de las mayorías a los bienes culturales, bienes que abarcan de preferencia las expresiones artísticas legitimadas por la tradición. El autor no desecha el papel de la industria cultural en este proceso, cuestión que fue abordada por los primeros investigadores sobre comunicaciones de masas estadounidenses, como Lazarsfeld: “La moderna industria cultural ha contribuido no cabe duda a la democratización cultural. Los más de un millón de aparatos de televisión y los catorce millones de radios han contribuido a democratizar la música”.

En cambio el concepto de democracia cultural hace referencia a la cuestión de la ciudadanía. Cabe pensar que así como hay una ciudadanía política debiera haber una carta de ciudadanía cultural que al menos considerara los siguientes derechos: al acceso cultural; a la producción cultural y, por ende, a los espacios de formación y elaboración y derecho a participar en la gestión cultural.

<sup>4</sup> García Canclini considera limitada esta noción de democratización cultural asociada a la distribución de los bienes. Para el autor implica una definición elitista del patrimonio simbólico, su valoración unilateral por parte del Estado o los sectores hegemónicos y la imposición paternalista al resto de la población.

No solo se comenzó a cuestionar el paradigma distribucionista, sino que este proceso coincidió con la modificación y visibilización de otra escena cultural. Es de destacar que la crisis dio visibilidad a un nuevo y notan nuevo entramado sociocultural que no suele tenerse en cuenta en términos de producción, consumo y constitución de una esfera pública cultural no mediática, sino que también, en el marco de la recepción de debates asociados a lo posmoderno y al esquema alto y bajo, el escenario cultural, a qué se debe conocer, los parámetros que constituye el conjunto de bienes culturales, se estaban modificando. No solo surgen nuevas formas de organización de los grupos culturales, sino también nuevas estéticas.

Existen un sinnúmero de organizaciones sociales en las cuales el arte y los proyectos culturales ocupan un lugar significativo, que no tienen existencia legal y en general no son tomadas en cuenta en los diagnósticos de la oferta cultural urbana.

### LA DEMOCRATIZACIÓN CULTURAL A LA LUZ DE PROCESOS DE GLOBALIZACIÓN CULTURAL

En el siglo XXI emergen nuevas miradas sobre la democratización cultural, en términos de identidades por un lado, proyectos sociales por otro y también económicos.

Luego de cierto vacío en términos de políticas culturales explícitas, reaparece la cuestión aunque no constituye el eje de la política nacional en la primera fase del gobierno elegido en 2003. El eje es el *Café Cultura*, el cual consiste en llevar “personalidades” intelectuales porteñas generalmente a distintas zonas del país. También se busca “culturarizar” a las políticas sociales, proponiendo una biblioteca en planes de viviendas.

Con la asunción de Cristina Fernández de Kirchner, y luego de cierto debilitamiento político, primero por la crisis con el sector agropecuario y luego, al perder las elecciones legislativas de 2009, aparece la cuestión comunicacional y cultural como un eje de

la política nacional, hasta ahora inexistente. Por un lado, se genera un intenso debate en relación a una polémica Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la cual fundamentalmente propone debilitar el proceso de concentración mediática que se realizó en la década de 1990, fundado en una Ley de Radiodifusión de la dictadura militar

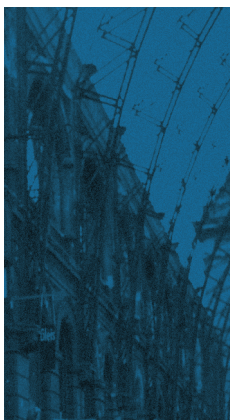
(1981). Alrededor de esta Ley se ha generado una intensa política comunicacional de reforma de la programación del canal estatal: la creación de un canal cultural de cable que depende de la Secretaría de Cultura de Nación, llamado Encuentro; se han realizado cambios en radio Nacional; se ha generado prensa gráfica de apoyo a las medidas de gobierno, etc. Asimismo, en un contexto de reafirmación del timón, la Secretaría de Cultura de Nación fortalece el Instituto Nacional de Cinematografía, otorgando

subsidios no solo a largometrajes, cuestión que ya venía realizando sino que comienza una política de promoción de programación local regional, fenómeno inexistente en Argentina, cuya producción cultural siempre ha sido sumamente centralizada en Buenos Aires. En consonancia con criterios globales, se busca en la cultura un recurso para el desarrollo económico. Un proceso que ya se venía dando, se fortalece aun más, en términos de Pymes culturales.

Se podría decir que en términos de democratización cultural, existen dos ejes. Por un lado, la idea de cultura y economía para el desarrollo, creación de empleo, promover la creación cultural y, por otro, y esto es más reciente, pensar a la cultura como factor de inclusión social, en términos casi de políticas sociales, las cuales pueden convertirse en microemprendimientos, con cierto impacto social.

### DEFINIENDO UN ROL PARA EL ESTADO DEMOCRÁTICO EN LAS POLÍTICAS CULTURALES EN BRASIL

Durante el gobierno de Luiz Inacio Lula da Silva, treinta millones de personas pasaron a formar parte de la clase media. Este fenó-





meno se estudia entusiastamente en todo el mundo (así lo constatan informes como los del Banco Mundial y la CEPAL). Es decir que las personas que antes eran pobres, vivían marginadas, ahora estaban incorporándose al nivel educativo secundario y a la sociedad de consumo, gracias al crédito, pero seguían estando marginadas de la cultura, y sus valores predominantes seguían siendo determinados por el valor de los bienes materiales. Tanto los ministros de Cultura de Lula, Gilberto Gil y Juca Ferreira, y la actual de Dilma Rouseff, a través de Ana de Hollanda, hacen mención a este nuevo sector social que actualiza el eterno debate sociológico sobre las características de las clases medias.

En el artículo sobre Brasil (Franco, 2010) se hace especial hincapié en el surgimiento de una clase media popular, destacando que se dio en un escenario marcado por la estabilidad a largo plazo y el control de la inflación. Ello posibilitó una variación considerable de la tendencia de crecimiento del PBI, que aumentó del 1,9% en el período 1999-2003 al 4,2% en 2004-2007. El incremento del número de compradores de clase baja permitió un nuevo impulso de la industria del comercio al por menor. Todo lo anterior se tradujo en una mejora significativa del nivel de vida de la clase media popular y contribuyó a desarrollar una “ideología” del ascenso social, que pasa por el reconocimiento de la importancia de la educación y de obtener un título profesional y que abarca incluso a una porción de la clase baja (Franco y otros, 2010:22).

Por eso ahora se habla de hambre de cultura, es decir que habiendo salido de la más cruda miseria las personas necesitan de otros espacios para configurar su ciudadanía, su dignidad. Es allí donde aparece la cultura como un ámbito necesario. “Hasta aquí, las personas han consumido más electrodomésticos y menos cultura”, dijo Ana de

Hollanda, a la vez que planteó la necesidad de “democratizar tanto la posibilidad de producir como la de consumir” cultura. La flamante ministra puso énfasis en la creación como prioridad de su gestión, que tendrá la mirada puesta en el creador, ya que –según dijo al finalizar su discurso–, “no existe arte sin artista”.<sup>5</sup>

Según historiza Rubim sobre la relación del Estado brasileño con la cultura (2009), la década de 1930 fue el escenario de transformaciones políticas, económicas y culturales. En este contexto, pleno de limitaciones, se desarrolló el campo cultural y dos experimentos dan inicio a las políticas culturales en Brasil: el paso de Mário de Andrade por el Departamento de Cultura de la Prefectura de la ciudad de São Paulo (1935-1938) y la presencia de Gustavo Capanema al frente del Ministerio de Educación y Salud (1934-1945).

Sin pretender agotar sus contribuciones, podemos afirmar que Mário de Andrade introduce innovaciones al: 1) establecer una intervención estatal sistemática abarcando diferentes áreas de la cultura; 2) pensar la cultura como algo “tan vital como el pan”; 3) proponer una definición amplia de cultura que extrapola las bellas artes, sin dejarlas de lado, y que abarca, entre otras, a las culturas populares; 4) asumir el patrimonio no solo como material, tangible y apropiado por las elites sino también como algo inmaterial, intangible y perteneciente a los diferentes estratos de la sociedad; 5) patrocinar dos exploraciones etnográficas a las regiones amazónica y nordestina.

Sin embargo, según señala la bibliografía sobre el tema, es notable como en Brasil, los gobiernos de corte autoritario fueron los que más explícitamente formularon acciones hacia el área. La relación entre autoritarismo y cultura no se restringe a los momentos de políticas culturales de los regímenes dictatoriales. Como muchos autores han

Existen un sinnúmero de organizaciones sociales en las cuales el arte y los proyectos culturales ocupan un lugar significativo, que no tienen existencia legal y en general no son tomadas en cuenta en los diagnósticos de la oferta cultural urbana.

<sup>5</sup> Véase en Suite101, [www.suite101.net/content/brasil-se-propone-acabar-con-el-hambre-de-cultura-a36164](http://www.suite101.net/content/brasil-se-propone-acabar-con-el-hambre-de-cultura-a36164) | “ixzz1VrqM7Zuo” y [www.suite101.net/content/brasil-se-propone-acabar-con-el-hambre-de-cultura-a36164](http://www.suite101.net/content/brasil-se-propone-acabar-con-el-hambre-de-cultura-a36164) | “ixzz1VrqM7Zuo”.

señalado en diferentes interpretaciones, el autoritarismo impregna a la sociedad brasileña, dada su estructura desigual y elitista (Fernandes, 1975; Coutinho, 2000; Chauí, 2000). Este elitismo se expresa, en el plano macro-social, en el desconocimiento, persecución y aniquilamiento de culturas y en la exclusión cultural a la que estuvo sometida una parte significativa de la población. Está en las entrañas de casi todos los poros de la sociedad brasileña.

Las culturas populares, indígena, afrobrasileña e incluso la mediática fueron muy poco contempladas por las políticas culturales nacionales, cuando las había. Por cierto, eran consideradas manifestaciones indignas de ser llamadas y tratadas como cultura, cuando no eran pura y simplemente silenciadas. Ninguna política e institución más permanente fue implantada para atender las culturas populares, a pesar de algunas movilizaciones. Por el contrario, las manifestaciones fueron reprimidas. La cultura indígena fue dejada de lado, cuando no sistemáticamente aniquilada. La cultura afrobrasileña durante años perseguida, solo comenzó a merecer algún respeto del Estado nacional con la creación de la Fundación Palmares en 1988, resultado de las presiones del movimiento negro organizado y del clima creado por la redemocratización del país. Se podría afirmar, dado los debates socio-políticos culturales de la sociedad brasileña que la cuestión de la democratización tiene un costado racial.

Según las evaluaciones existentes sobre las políticas culturales, suele argumentarse que las efectivas se han desarrollado durante los gobiernos autoritarios, con la creación de instituciones para tal efecto, particularmente vinculadas a fortalecer el Estado (cuidado del Patrimonio y estadísticas), así como en varias situaciones se han convocado a intelectuales a participar de las acciones del Estado. No solo hacia adentro del país, con el propósito de generar una identidad nacional y cohesión social sino hacia afuera, en términos de estrategia internacional brasileña en la región. Durante los primeros años de la democracia el eje estuvo centrado

en debilitar la participación del Estado en la política cultural, centrándose en el tema del financiamiento, en coincidencia con el clima político cultural neoliberal, pero también con cierta demanda de libertad que desconfiaba de la intervención estatal, largos años asociada a una intervención autoritaria.

Pero así lo que ha ocurrido es que la cultura se convirtió en una cuestión de marketing y de discusión empresarial. Para los autores en cuestión, las políticas culturales quedaron reducidas al tema del financiamiento de la cultura. Recién con el gobierno de Lula asume otro significado, podríamos decir más político, que ressignifica el papel del Estado y la cultura al mismo tiempo, en consonancia con un nuevo clima de época. Y también se vincula con la circulación de nuevos discursos sobre la ciudadanía, que es ahora también cultural.

Entonces si bien los significados de democratización cultural difieren, es interesante ver como comienzan a operar procesos novedosos. En primer lugar, debemos mencionar al Parlamento del Mercosur, que hace visible a través de la homologación de una política cultural exitosa en Brasil como son los llamados Puntos de cultura, su reiteración en Argentina. Aunque con dos años de atraso de esa propuesta y a cinco de su implementación en Brasil, un programa similar se comienza a implementar en Argentina mediante un concurso. Lo interesante de estos programas son dos cuestiones: el impacto de la globalización en la manera como los actores miran su realidad, si bien territorial pero en el marco de un espacio más amplio; y el papel de las organizaciones de la sociedad civil, que visiblemente en el caso argentino presionan al Estado para desarrollar estos programas. Aquí se trata de la presión de la Red de Centros Culturales.

Celebramos que en Argentina se reconozca la existencia de la sociedad civil y sus iniciativas culturales. Así ha sido la historia cultural argentina y este reconocimiento podría contribuir a definir cada vez mejor el lugar del Estado en relación a cómo intervenir. Llama la atención que el programa aparece

En primer lugar, debemos mencionar al Parlamento del Mercosur, que hace visible a través de la homologación de una política cultural exitosa en Brasil como son los llamados Puntos de cultura, su reiteración en Argentina.

demasiado teñido por la coyuntura electoral de la reelección gubernamental. Esperamos en ese sentido, y eso sería interesante, que el apoyo a las iniciativas de la sociedad civil no se convierta en estrategias de corte clientelar para el control social en pos de la política estatal como ha ocurrido con el manejo de otros programas sociales, sino para el fortalecimiento de las organizaciones mismas, promoviendo las redes que contribuyen a implementarlo.

En esta línea, recordamos esta frase citada por Segura (2009). El surgimiento de estas propuestas democratizadoras se conecta también con la fractura de la representación y de la participación política, con la desestabilización producida por los graves problemas económicos de la región –lo que pone en cuestión la sustentabilidad del sistema económico–, el poder afianzado de las compañías transnacionales insertas en sectores estratégicos, el empobrecimiento de sectores sociales que en el pasado habían conformado una estructura social móvil y variada (Rey, 2003).

En el caso de Brasil, el programa reconoce la existencia de un movimiento de la sociedad civil. Esto puede percibirse también en Argentina, no solo en estas cuestiones culturales



específicas, sino también en las últimas leyes más progresistas de alto impacto político cultural como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en la cual un conglomerado de grupos de prensa y radios alternativas tuvo repercusión pública<sup>6</sup>, así como también se puede vislumbrar la presencia de las organizaciones sociales en la presencia de la Ley del Matrimonio Igualitario según se argumenta en diversos artículos tanto periodísticos como académicos.

En definitiva, es evidente que el rol del Estado se ha modificado en cuanto a políticas culturales, porque el mismo se ha modificado en los procesos de globalización actuales. La complejidad de la sociedad civil, atravesada por nuevos discursos sobre la cultura, a través de sus organizaciones y movimientos sociales se articula en una nueva trama de acciones culturales estatales públicas que habilitan diversas intervenciones.

Podemos celebrar estas iniciativas, aunque habrá que observar particularmente en los territorios habitados por clases populares, si estas nuevas formas de las políticas culturales más desde abajo no constituyen formas novedosas de clientelismo político. ●

<sup>6</sup> En el trabajo de Segura se alude a la importancia de un conjunto de espacios de comunicación alternativa que hicieron presión para que se legisle la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

## BIBLIOGRAFÍA

- Canelas Rubim**, Antonio Albino, "Políticas culturales en Brasil. Trayectoria y contemporaneidad", Brasil, Universidade Federal da Bahia, en [www.ram2009.unsam.edu.ar/GT/GT%2038%20E2%80%93%20Politicas,%20Economia%20y%20Gestion%20de%20la%20Cultura%20en%20el%20Mercosur/GT38%20-%20Ponenica%20%5BRubim%5D.pdf](http://www.ram2009.unsam.edu.ar/GT/GT%2038%20E2%80%93%20Politicas,%20Economia%20y%20Gestion%20de%20la%20Cultura%20en%20el%20Mercosur/GT38%20-%20Ponenica%20%5BRubim%5D.pdf).
- Cvjeticanin**, Biserka, *Networks. The evolving aspects of culture in the 21st century*, Zagreb, Culturelink Imo, Unesco, 2011.
- Franco**, Rolando y otros, *Las clases medias en América Latina*, México, Siglo XXI-CEPAL, 2010.
- García Canclini**, Néstor, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1987.
- Ortiz**, Renato *Mundialización y cultura*, Buenos Aires, Alianza editorial, 1994.
- Ortiz**, Renato, *A moderna tradicao brasileira. Cultura Brasileira e industria cultural*, Sao Paulo, Editora brasiliense, 1988.
- Rey**, Germán, *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Buenos Aires, La Tribu, 2003.
- Secretaría de Cultura de Nación**. <http://www.cultura.gov.ar/direcciones/?info=detalle&idd=7&id=177>.
- Segura**, María Soledad, "Democratizar las Comunicaciones en Argentina: la Norma y las Luchas", 2010, en [www.huma.unca.edu.ar/revistarena/images/stories/masimágenes/estantes/documents/NRO1-1-2010/PRISMA1/Soledad\\_Segura.pdf](http://www.huma.unca.edu.ar/revistarena/images/stories/masimágenes/estantes/documents/NRO1-1-2010/PRISMA1/Soledad_Segura.pdf).
- Wortman**, Ana, "Repensando las políticas culturales de la transición" en *Sociedad*, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, núm. 9, 1996.
- \_\_\_\_\_, "Nuevos sentidos de la palabra cultura en la sociedad argentina del ajuste", en *Estudios sociales. Revista Universitaria Semestral*, núm. 13, Año VII, segundo semestre, UNL, 1997.
- \_\_\_\_\_, "Argentina y Brasil. Imaginarios de grandeza transformados en imaginarios de la desigualdad", en *Revista Oficinas Terrestres*, UNLP, 2006, en [www.perio.unlp.edu.ar/oficinas/documentos/pdfs/Oficinas\\_19.pdf](http://www.perio.unlp.edu.ar/oficinas/documentos/pdfs/Oficinas_19.pdf).
- \_\_\_\_\_, "Políticas culturales, para quién?", 2007, en [jazzclub.wordpress.com/2007/11/14/politicas-culturales-%C2%BFpara-quien-por-ana-wortman](http://jazzclub.wordpress.com/2007/11/14/politicas-culturales-%C2%BFpara-quien-por-ana-wortman).
- \_\_\_\_\_, *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires, Eudeba, 2009.
- \_\_\_\_\_, "Las clases medias argentinas, 1960-2008", en Rolando Franco y otros, *Las clases medias en América Latina*, México, Siglo XXI-CEPAL, 2010.
- Yudice**, George, *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona, Gedisa, 2004.

Análisis y construcción del derecho humano a copiar y disponer de la cultura común. Versión 1.2\*

Ariel Vercelli

INVESTIGADOR DEL CONICET,  
DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES Y  
HUMANAS (UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE QUILMES); FUNDADOR Y  
PRESIDENTE DE BIENES COMUNES  
A. C.; PROFESOR DE LA ESCUELA DEL  
CUERPO DE ABOGADOS DEL ESTADO  
Y AUTOR DE *REPENSANDO  
LOS BIENES INTELECTUALES  
COMUNES*

### EL DERECHO DE AUTOR Y DERECHO DE COPIA EN LA ERA DIGITAL

El desarrollo de las tecnologías digitales (informáticas, software)<sup>1</sup> y la expansión de Internet (redes electrónicas distribuidas y de pares)<sup>2</sup> favoreció profundos cambios en las formas de creación, producción, distribución, comercialización y regulación del valor intelectual. La moderna dicotomía jurídico-política entre lo público y lo privado comienza hoy a mostrarse insuficiente para analizar una nueva fase del capitalismo global. Un nuevo, denso y complejo entramado de relaciones jurídico-políticas (Vercelli, 2009) y socio-técnicas (Thomas, 2008; Bijker, 1995) se presenta al analizar qué son, a quiénes pertenecen y cómo se gestionan los bienes comunes.<sup>3</sup>

Las tecnologías digitales, las redes electrónicas distribuidas y la expansión de la telefonía móvil contribuyeron a producir un aumento –radical e inédito– en las capacidades de producir valor intelectual por parte de los usuarios-finales / ciudadanos: entre otras, desde el –hoy– anacrónico y mezquino “acceso a la cultura” hasta las posibilidades de crear, copiar, producir, re-producir, compartir, liberar, comunicar al público, comercializar o disponer de todo tipo de bienes y obras intelectuales a escala global. Hace años que los bienes y obras intelectuales se producen y circulan directamente en formatos digitales: los usuarios-finales pueden copiar (transportar) bienes y obras intelectuales hacia diferentes soportes materiales a un costo ínfimo y sin pérdidas de calidad.

\* La obra intelectual (versión 1.2) es “derecho de autor y derecho de copia ©2013”, Ariel Vercelli: obra liberada-copyleft. La misma se desarrolló gracias al apoyo del CONICET, el Instituto de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad Nacional de Quilmes, la Escuela del Cuerpo de Abogados del Estado (ECAE), TELAM S.E. y BIENES COMUNES Asociación Civil. Las opiniones del autor pueden no coincidir con las posiciones de las instituciones mencionadas. Muchas gracias por la confianza, ayuda y discusión al doctor Hernán Thomas, Martiniano Nemirovski y Ariel Diez.

<sup>1</sup> En las décadas de 1950 y 1960 los desarrollos en electrónica y digitalización permitieron que, a diferencia de las analógicas, ciertas tecnologías comenzaran a utilizar codificaciones binarias (números, símbolos) discretas (limitadas a valores fijos) y discontinuas (solo limitadas a algunos estados o bi-estables). La electrónica digital permitió codificar la información en dos únicos estados o codificaciones binarias (verdadero/falso, positivo/negativo o 0/1).

<sup>2</sup> Internet se expandió a nivel mundial gracias a ser una red distribuida, de pares, abierta y basada en el argumento “end to end” (e2e, de extremo a extremo). Es decir, por ser un tipo de red donde el valor se produce desde sus extremos, desde los usuarios-finales. Esta arquitectura política favoreció su desarrollo (Lessig, 2001).

<sup>3</sup> Las tecnologías digitales y las redes electrónicas distribuidas han revivido las discusiones sobre qué son los bienes comunes y cuál es la herencia común de los seres humanos. Algo similar ocurre con las inteligencias artificiales, las robóticas, las bio-tecnologías o las nano-tecnologías. El cambio socio-técnico está favoreciendo cambios radicales sobre la interpretación y la gestión de los derechos intelectuales. Se observa claramente como las regulaciones y las tecnologías se articulan, se co-construyen a través del tiempo, e, incluso, se orientan al control social (Vercelli, 2009).

En poco más de tres décadas, Internet se transformó en una gigantesca red de millones de soportes (discos rígidos de computadoras personales, teléfonos móviles, servidores, etc.) de bienes y obras intelectuales distribuidos e interconectados a nivel global. Por su especial arquitectura política Internet se desarrolló más como un medio de producción (colaborativo, distribuido y entre pares) de todo tipo de valor intelectual que como un canal centralizado de distribución y comercialización en manos de las corporaciones comerciales de las industrias culturales. Por eso, con mayor o menor originalidad, todos los usuarios-finales de las redes electrónicas pasaron también a ser autores/creadores de bienes y obras intelectuales.

Estos cambios tecnológicos favorecieron, a su vez, profundos y radicales cambios en los derechos intelectuales a escala global: entre otros, se vieron afectados el derecho de autor, las patentes de invención, las marcas o los conocimientos tradicionales. La regulación autoral es, sin dudas, uno de los derechos intelectuales que más se ha resignificado. En pocos años se están redefiniendo, no solo aquello que se puede hacer con los bienes y obras intelectuales, sino también qué ocurre con la gestión de la cultura, sus industrias y la distribución de las riquezas intelectuales comunes. De ser considerada una disciplina jurídica menor, secundaria, solo para artistas, hoy se erige como una pieza clave en la regulación de las sociedades a escala global.

Es bueno afirmarlo con claridad, el derecho de autor ya no es lo que solía ser. Aquello que hasta hace pocos años recibía el nombre de “derecho de autor” (en la tradición jurídico-política continental) ahora comienza a ser resignificado/ampliado hacia un “derecho de autor y derecho de copia”. El agregado ortopédico—el hacking legal—del derecho de copia (derecho a copiar) comienza a incluir y dar cobertura a los intereses difusos del público en general, de los usuarios-finales, de la ciudadanía. Ahora, ¿qué es, de dónde proviene y cómo se define este derecho de copia?, ¿cómo se relacionan las capacidades distribuidas de copia, la libre disponibilidad de la cultura común y las democracias en la era digital?

#### EL DERECHO DE AUTOR Y DERECHO DE COPIA, UNA REGULACIÓN INCLUYENTE

El “derecho de autor y derecho de copia” puede definirse como una de las disciplinas de los derechos intelectuales que tutela las dinámicas de creación y distribución del valor intelectual. Delimita qué es lo que se puede y lo que no se puede hacer con los bienes y obras intelectuales. Específicamente, regula las relaciones sociales que se establecen entre los autores/creadores<sup>4</sup>, los bienes intelectuales<sup>5</sup>, las obras intelectuales (y sus formas de expresión en soportes)<sup>6</sup>, las instituciones comunitarias y estatales de gestión<sup>7</sup>, las empresas y corporaciones de las industrias

<sup>4</sup> Los autores/creadores son las personas físicas que crean obras intelectuales, son sus titulares originarios. Estos tienen derechos personales (morales) sobre sus obras y derechos patrimoniales (económicos) para explotarlas económicamente. Los derechos personales de autor son una extensión de la libertad de conciencia y de la de expresión. Los derechos patrimoniales de autor son una extensión de las libertades de asociación, empresa y comercio.

<sup>5</sup> Los autores no crean en el vacío cultural, de la nada. Están insertos en un tiempo y un espacio, están imbuidos de una cultura que los caracteriza. Los “bienes intelectuales” son las ideas, los sentimientos, las capacidades para expresarse, la ideología, el posicionamiento político, entre otros. Es decir, son los nutrientes básicos para la creatividad. Estos pueden estar almacenados, registrados o codificados de diversas formas. Estos bienes tienen un carácter común, circulan libremente, son compartidos, están incorporados en las personas y viven distribuidos en sus comunidades.

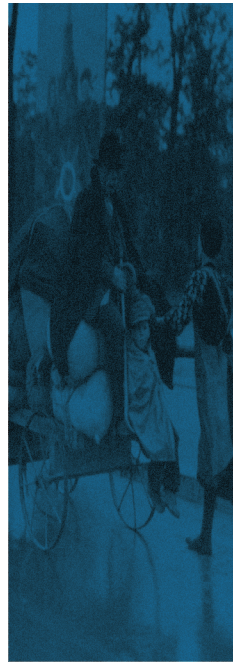
<sup>6</sup> El derecho de autor y derecho de copia no protege las ideas u otros bienes intelectuales en general sino sus formas de expresión. El objeto de la regulación no son los bienes intelectuales, sino las “obras intelectuales” que se crean con y a través de estos bienes. Así, las obras son aquellas expresiones particulares de estos bienes intelectuales que realizan los autores. Una obra intelectual siempre es expresada, fijada o exteriorizada en un soporte material.

<sup>7</sup> La arquitectura de esta regulación también alcanza la participación de instituciones comunitarias y estatales vinculadas a la gestión de estos derechos. Estas instituciones median entre los autores y el público usuario en general. En el siglo XX se fundaron “gestoras colectivas” en todo el mundo para administrar, controlar, negociar licencias, recaudar y distribuir entre sus asociados los derechos patrimoniales de autor sobre las obras intelectuales.

culturales<sup>8</sup> y el público o usuarios-finales. Estos podrían definirse como los elementos relacionales constitutivos de la regulación, los que definen su arquitectura.

La regulación media entre los derechos exclusivos (personales y patrimoniales) de los autores (creadores) o titulares derivados de las obras intelectuales y los derechos de copia y las libertades de expresión/asociación que tienen los usuarios-finales/público en general (creadores). Es una regulación circular: no existen obras intelectuales ni autores (creadores, artistas) sin un público con el cual dialogar. Entre el público que recibe los bienes y obras intelectuales, entre los usuarios-finales de las redes electrónicas, se encuentran los potenciales autores/creadores de las nuevas obras. Esta relación es circular y garantiza la producción y re-producción de las culturas.

A diferencia de las interpretaciones sesgadas, reduccionistas e industrialistas, la regulación alcanza a tutelar qué es lo que pueden o no hacer los usuarios-finales con los bienes y obras intelectuales. Es decir, de una forma positiva, la regulación atiende los derechos del público en general, de aquellos que reciben, interpelan, usan, imitan, copian, re-producen y usan los bienes y obras intelectuales. A diferencia del derecho de propiedad sobre cosas materiales, el derecho de autor y derecho de copia se caracteriza por ser una regulación de carácter incluyente que no admite una exclusión perfecta de los usuarios-finales (público, terceros) en relación a los bienes y obras intelectuales. Su carácter incluyente también nace del análisis de los siguientes institutos:



*Las limitaciones y excepciones a los derechos patrimoniales:* la regulación no admite una exclusión perfecta de los terceros en relación a una obra intelectual y, mucho menos, sobre los bienes intelectuales que estas expresan. Los derechos patrimoniales de los autores se consideran “exclusivos” pero no son ni absolutos ni excluyentes: a nivel internacional se definen excepciones y limitaciones al derecho patrimonial de autor que permiten a cualquier persona utilizar las obras intelectuales siempre y cuando estos usos sean casos especiales, no atenten contra la explotación normal de las obras y no causen un perjuicio injustificado a los intereses del autor (“regla de los tres pasos”). Es decir, los usuarios-finales tienen permitidos/reconocidos usos honrados, justos y libres.

*El dominio público/común:* los derechos intelectuales son temporalmente limitados (también las patentes y las marcas). El derecho de autor y derecho de copia establece que el derecho patrimonial de los autores sobre una obra intelectual no es perpetuo ni temporalmente ilimitado. Cumplido el plazo de protección que establece cada legislación autoral (por lo general entre 70 y 80 años luego de la muerte del autor [post mortem auctoris]) las obras intelectuales ingresan nuevamente al dominio público/común y pueden ser reproducidas o derivadas por cualquier persona [física o jurídica] sin el pago de ningún tipo de regalía o gravamen.<sup>9</sup> El dominio público/común es un estadio de libre utilización de las obras intelectuales en su parte patrimonial.

<sup>8</sup> El derecho de autor y derecho de copia también alcanza a regular las acciones de empresas y corporaciones comerciales vinculadas a las diferentes industrias culturales. Estas empresas son titulares derivados de los derechos. Las diferentes formas de obtener beneficios y modelos de negocio industriales se van construyendo simultáneamente con las regulaciones y tecnologías disponibles en un momento histórico determinado.

<sup>9</sup> En la República Argentina existe la desafortunada y odiosa figura del Dominio Público oneroso/pagante. Este instituto elimina en la práctica la riqueza del dominio público/común y ofende el derecho de autor y derecho de copia exigiendo el pago de un gravamen a favor del Estado Nacional a través del Fondo Nacional de las Artes.

*Abundancia, simultaneidad e irrelevancia de la posesión:* El instituto jurídico del “hecho de la posesión”, fundamental para la regulación de la propiedad sobre bienes de calidad material, no tiene ninguna relevancia para la regulación de las obras intelectuales y de los bienes intelectuales expresados en estas obras. Los bienes intelectuales no tienden a ser escasos, a concentrarse, ni a generar competencia o rivalidad entre sus usuarios. Pueden ser utilizados en simultáneo por infinita cantidad de personas. Más que relaciones económicas de escasez, estos producen relaciones de abundancia.<sup>10</sup> Ambas relaciones económicas se encuentran en permanente tensión frente al uso, goce, aprovechamiento y disponibilidad de los bienes intelectuales.<sup>11</sup>

*Las regulaciones indirectas sobre democratización de la cultura:* el derecho de copia se fundamenta también en otros derechos que –muchas veces– no tienen una regulación específica que los unifique y sistematice. Entre otros, el derecho a la identidad cultural de las personas, el derecho a la diversidad cultural y la disponibilidad de la cultura. Otras veces este derecho ha estado regulado de forma indirecta a través de las legislaciones que regulaban el patrimonio cultural y de los centros de depósito de obras intelectuales como, por ejemplo, bibliotecas, museos, archivos generales y demás centros cultu-

rales. Derechos difusos y casos puntuales también fundamentan el derecho de copia y la democratización de la cultura.

*Las interpretaciones positivas y la reserva selectiva de derechos:* una parte central del derecho de copia nace de las interpretaciones positivas que –desde la década de 1980– se hacen del derecho de autor y del copyright angloamericano (Stallman, 2002). Puntualmente, se nutre de quienes –interpretando positivamente la regulación– comparten los bienes y obras intelectuales con el prójimo (vecino/a, par, el/la otro/a). Es decir, de aquellos que se reservan selectiva y estratégicamente los derechos sobre sus obras intelectuales y hacen uso de las licencias abiertas/libres (como el copyleft), o bien, dedican sus obras al dominio público/común de la humanidad.

### LA COPIA ES UBICUA, PERVASIVA, VITAL, ¡UN REGALO DE LOS DIOSES!

En la era digital la copia es ubicua, penetrante, silenciosa, común a las prácticas cotidianas. Se ha vuelto una parte sustancial de la cultura contemporánea. Pero, ¿fue igual en otros momentos históricos?, ¿cuán profundas son las prácticas sociales vinculadas a las capacidades de copia?, ¿es posible considerar la acción de copiar como algo básico, elemental y constitutivo de la existencia humana? Sin dudas, las capacidades

<sup>10</sup> Las sociedades capitalistas a nivel global heredaron del pensamiento económico moderno un tipo de economía basada en relaciones de producción y gestión de bienes escasos. A partir de la digitalización varios de estos presupuestos y principios entraron en franca contradicción. En la actualidad es posible diferenciar –al menos– dos economías. Por un lado, las “clásicas” relacionadas a la escasez y la regulación de los bienes materiales. Todavía hoy, estos bienes se caracterizan por ser limitados, finitos, agotables, consumibles, depredables, que compiten unos con otros y están basados en una economía de la escasez. Están regulados por el régimen de la propiedad. Por el otro, comienzan a perfilarse nuevas economías, algo más híbridas, relacionadas con la abundancia y la regulación de los bienes intelectuales. Allí estos bienes se presentan como ilimitados, infinitos, inagotables, no consumibles, no depredables, que no entran en contradicción entre sí y que están basados en una economía de la abundancia. Están regulados a través de los derechos intelectuales.

<sup>11</sup> Entre estas dos economías emergen todo tipo de artificios y artefactos orientados a solidificar relaciones de escasez sobre bienes abundantes. En esta etapa del capitalismo global se observa una tendencia a apropiarse, privatizar e indisponer bienes intelectuales a través del control de los soportes/servidores (Vercelli, 2009). La corporación Google es uno de los mejores ejemplos para observar la relación entre dos (o más) economías que se articulan y oponen a la vez. Google Inc. es una empresa que, aunque la mayoría de sus servicios sean “gratuitos”, se ha transformado en la principal empresa capitalista de servicios y publicidad del mundo. Aunque sus servicios se corresponden con una economía de la abundancia, una parte central de su modelo de negocio se basa en el control privado y exclusivo que ejerce a través de sus servidores (Vercelli, 2011).



de copia caracterizan a la humanidad. Hace mucho tiempo que los seres humanos copian absolutamente todo. Antes de que existieran autores, leyes, industrias culturales, tipos móviles o tecnologías digitales, las copias ya atravesaban todas las prácticas humanas (Schwartz, 1998).

Entre muchas de estas prácticas, algunas demasiado humanas, es posible observar que las capacidades de reproducción biológica o aprendizaje están íntimamente relacionadas y se sustentan en las capacidades de copiar y adecuar el mundo a cada paso, suspiro o pensamiento. Es decir, copiar es algo muy positivo, vital. Los artistas copian, los científicos copian, los políticos copian, los profesores copian, los alumnos/aprendices copian, los periodistas copian, los deportistas copian, los programadores copian, los abogados copian, los diseñadores copian, los médicos copian. Hace mucho tiempo que, consciente o inconscientemente, la acción de copiar y las copias resultantes atraviesan las prácticas humanas.

Más aun, la inspiración es copia, la empatía también. La movilización mental o espiritual es copia, la repetición es copia<sup>12</sup>. Espejar, duplicar, imitar, derivar, innovar también implican copiar. ¿Qué más? Mucho más. Verbos como crear, imaginar, reflejar, mimar, criticar, (re)producir<sup>13</sup>, representar, interpretar, regular<sup>14</sup>, simular, seriar, igualar, publicar, citar o proliferar también son formas de la copia. ¿Hay más? Sí, claro, millones de años: la reproducción biológica necesita de la copia, los gemelos (monocigóticos pero también los dicigóticos) son copias. Clonar es copiar.

Existe un listado abundante de verbos y sustantivos vinculados a la copia. Escribir, transcribir, taquigrafar, imprimir, pantografiar, xerografiar, mimeografiar, fotocopiar, reprografiar, fotografiar, animar o filmar también implican copia. Calcar y usar papel carbónico es copiar. Traducir/transducir, transformar, transmitir, telegrafiar, faxear, comunicar, escalar, miniaturizar, agigantar, deformar, distorsionar, sintetizar, emular, incorporar, sumar, multiplicar, falsificar, ctrl+c/ctrl+v, apropiar y también plagiar es copiar. El pop, lo retro y la moda, aunque vintage, es copia (Bunz, 2007). ¡La *bijouterie* es copia! Los mandalas son copias, los fractales también. Camuflar es copiar. La lista resultante sorprende, abisma, encumbra, (re)ubica.

Entonces, ¿todo es una copia de algo? Sí, es muy claro. Todo lo que existe es copia de algo que, virtuosa o vilmente, lo antecede. ¿Y el original? ¡El original jamás existió!

El concepto de copia proviene del latín *côpia, ae* y su significado remite históricamente, más allá de la replicabilidad/reproductibilidad técnica<sup>15</sup>, a algo que es abundante, rico, vital, diverso, múltiple, numeroso, multitudinario.<sup>16</sup> Algunos conceptos todavía relacionan directamente copia, abundancia y riquezas: por ejemplo, el adjetivo “copioso” (abundante, numeroso, cuantioso) o el verbo ‘acopiar’ (juntar, reunir en cantidad granos, provisiones o reservas). Esta misma relación se observa en el origen mitológico tanto de la diosa romana “Copia” (diosa de la abundancia, riqueza y prosperidad)<sup>17</sup> como del cuerno de la abundancia o “cornucopia” (cuerno

Entre el público que recibe los bienes y obras intelectuales, entre los usuarios-finales de las redes electrónicas, se encuentran los potenciales autores/creadores de las nuevas obras.

<sup>12</sup> La repetición es copia (Kierkegaard, 1997). El ser es copia, la eternidad también. ¡El eterno retorno aun más! (Nietzsche, 1992). Las reminiscencias son copia. Reencarnar es copiar, ¿también lo será la teletransportación? El *déjà vu* es copia.

<sup>13</sup> El prefijo “re”, utilizado para (re)forzar la idea de que algo ocurre nuevamente, también indica un proceso de copia: reproducir, recrear, recuperar, retomar, recordar, retratar (ceras, pinturas), rehacer o, entre otros, repetir.

<sup>14</sup> La costumbre es copia, también lo es el derecho, la ética y, por excelencia, la dogmática.

<sup>15</sup> Antes de la imprenta de tipos móviles los libros eran preservados, reproducidos, traducidos, derivados y, muchas veces, hasta “iluminados” por los copistas, es decir, por personas físicas (en otros momentos históricos escribas o amanuenses) que se dedicaban manualmente a reproducir textos/libros (Horkheimer y Adorno, 1998).

<sup>16</sup> El mismo origen puede observarse también en otras lenguas: *copy* (inglés), *côpia* (portugués), *kopie* (alemán), *copie* (francés).

<sup>17</sup> La diosa Copia tiene su origen en la diosa Opis (diosa de la tierra, la fertilidad y de las cosechas abundantes). Tiempo después también fue conocida como la diosa Fortuna o Cibeles.

lleno de frutos, flores, bienes y riquezas).<sup>18</sup> La copia es, ni más ni menos, ¡una práctica divina! (Boon, 2010).

La acción de copiar y las copias resultantes de estas acciones forman parte de un proceso de transformación/transducción de lo que se supone “único/autor(idad)”<sup>19</sup> (otras copias apropiadas, secuestradas) en aquello que es “múltiple/diverso/infinito”. Copiar es parte de las vitales acciones de selección, multiplicación, proliferación, comunización. Las acciones de copia y las copias resultantes (con efectos más allá de la acción de copiar) pueden entenderse como procesos de transducción que buscan controlar el tiempo: pretenden conjurarlos, intentan vencerlo, superarlo, adecuarlo, sobrevivir al tiempo, en el tiempo, a través del tiempo. Es posible imaginar el infinito/la eternidad como una capacidad ilimitada de copia, de (re)producción.

Cuando algo se copia se re-produce, es decir, se vuelve a producir. En este caso, la copia se relaciona con las capacidades de producción y re-producción de la cultura. La copia es, sin más rodeos, un claro y vital ejercicio identitario. Las sociedades que más copian son las sociedades que más riqueza producen. Por tanto, el derecho de copia es un derecho a generar y gestionar la riqueza común/itaria. El derecho a copiar bienes y obras intelectuales es parte de una regulación sobre la gestión de la abundancia/riqueza común. Es claro, las nuevas capacidades tecnológicas de copiar y los derechos de copia emergentes se van co-construyendo a través del tiempo.

Ahora, siendo tan importante y profunda, ¿por qué la copia está siendo significada como algo negativo?, ¿por qué copiar es algo perseguido y criminalizado en los últimos siglos?, ¿se relaciona esto con las regulaciones y las tecnologías que interpelan estos derechos? Ciertamente. Mientras los derechos intelectuales sigan llamándose “propiedad intelectual” la copia siempre se construirá, con astucia capitalista, como una merma o degradación de un supuesto e imaginario “original”. El capitalismo ha construido regulaciones que entienden selectivamente la copia como algo criminal, como un error, una imperfección, una falla, algo deleznable.<sup>20</sup> Sin embargo, lejos de ser criminal, la copia es vital y necesaria para la subsistencia y la justa distribución de las riquezas intelectuales de la humanidad.<sup>21</sup>



## HACIA UN DERECHO DE COPIA COMO DERECHO PLENO

El derecho de copia (a copiar) emerge, entonces, del carácter incluyente que todavía tiene el derecho de autor y derecho de copia a nivel mundial. Emerge del carácter incluyente que todavía tienen los derechos intelectuales. Ahora, ¿el derecho de copia está en tensión con el derecho de los autores? No, ambos son derechos fundamentales y es necesario afianzarlos sin renunciamentos, mermas o concesiones. En estos momentos, el derecho de copia se encuentra en tensión con las interpretaciones y las tecnologías de control que codifican los intereses de los titulares derivados industriales.

<sup>18</sup> Según los relatos mitológicos el cuerno de la abundancia pertenecía a la cabra con la que la nodriza Amaltea amamantó a Zeus (Grecia) o Júpiter (Roma).

<sup>19</sup> La idea de autor/a indica también la existencia de una “función-de-autor/a” (Foucault, 2010). La función de autor/a es también una función de “autor(idad)”.

<sup>20</sup> En las sociedades capitalistas las copias equivocadas, las malas transcripciones/transducciones, plantean serios problemas de identidad, seguridad e integración.

<sup>21</sup> La criminalización de la copia se ha vuelto selectiva. ¿Por qué algunos pueden copiar y acumular y otros son perseguidos?, ¿por qué se estigmatiza y criminaliza a usuarios-finales y pequeñas empresas que copian y no se persigue a las grandes corporaciones que se enriquecen escandalosamente gracias a estas mismas capacidades? Piratas y criminales son los que acumulan, apropian/secuestran y privatizan en sus servidores la herencia intelectual de la humanidad.

En la era digital, el derecho de copia sobre bienes y obras intelectuales permite discutir críticamente y re-pensar cómo se produce, se gestiona el valor intelectual y cómo se distribuyen las riquezas intelectuales comunes. El derecho de copia puede pensarse y desarrollarse más allá de los intereses concentrados de las industrias culturales. Es decir, más allá de los vetustos modelos de negocios asentados en la artificiosa escasez de los bienes intelectuales, en el control de los soportes materiales y, sobre todo, en el canto de las sirenas del “acceso a la cultura” que supo defender el siglo XX. El “acceso a la cultura” (más aun el propagandístico “acceso abierto”) es anacrónico, viejo, inconducente, pobre, mezquino y está vinculado a las economías de la escasez.

El “derecho a disponer de los bienes intelectuales comunes” y el “derecho de copia”, en cambio, se relacionan con las economías de la abundancia y con la distribución justa y equitativa de las riquezas intelectuales de la humanidad. Los derechos intelectuales pueden interpretarse y pasar a funcionar “positivamente” (no-restrictivamente) como generadores de valor, abundancia y disponibilidades. Es importante que, más allá de querer ampliar y negociar nuevas excepciones y limitaciones, el derecho de copia pueda ser garantizado

En la era digital, el derecho de copia sobre bienes y obras intelectuales permite discutir críticamente y re-pensar cómo se produce, se gestiona el valor intelectual y cómo se distribuyen las riquezas intelectuales comunes. El derecho de copia puede pensarse y desarrollarse más allá de los intereses concentrados de las industrias culturales.

jurídico-políticamente como un derecho humano pleno. Cuando derechos que son fundamentales para la vida democrática están regulados indirectamente, de forma difusa, solo a través de limitaciones y excepciones, entonces, es claro que algo está funcionando mal. El derecho de copia merece ser tratado como un principio y una garantía fundamental de toda sociedad democrática.

A través de las tecnologías digitales e Internet, la humanidad adquirió capacidades nuevas y muy valiosas para copiar, producir, reproducir, multiplicar y compartir las diferentes formas de valor intelectual. Las capacidades distribuidas de copia pueden favorecer nuevas y creativas formas incluyentes de innovación: aquello que todavía llamamos “innovación” no solo implica procesos de concentración, privatización y exclusión. La innovación también puede (re) pensarse como procesos de distribución, inclusión y comunización (público/comunitario). Puede (re) pensarse sobre la base de economías-políticas que entiendan la abundancia, las capacidades distribuidas de copia y la disponibilidad de los bienes comunes que conforman la herencia humana. Es necesario mejorar la distribución de las riquezas. Necesitamos más y mejores democracias. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Bijker, W.**, *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*, Cambridge, MA, MIT Press, 1995.
- Boon, M.**, *In Praise of Copying*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 2010.
- Bunz, M.**, *La utopía de la copia: el pop como irritación*, Buenos Aires, Editorial Interzona, 2007.
- Foucault, M.**, *¿Qué es un Autor?*, Buenos Aires, Ediciones literales-El cuenco de plata, 2010.
- Horkheimer, M.** y T. Adorno, *Dialéctica del iluminismo*, Madrid, Editorial Trotta, 1998.
- Kierkegaard, S.**, *La repetición: un ensayo de psicología experimental (Constantin Constantius)*, Traducción de K. A. Hjelmström, Buenos Aires, JVE Psique, 1997.
- Lessig, L.**, *The future of the ideas: the fate of the commons in a connected world*, Nueva York, Random House, 2001.
- Nietzsche, F.**, *Así habló Zarathustra*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1992.
- Schwartz, H.**, *La cultura de la copia: parecidos sorprendentes, facsímiles insólitos*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1998.
- Stallman, R. M.**, *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*, Boston, GNU Press, 2002.
- Thomas, H.**, “Estructuras cerradas vs. procesos dinámicos: trayectorias y estilos de innovación y cambio tecnológico”, en Hernán Thomas y Alfonso Buch (eds.), *Actos, actores y artefactos: Sociología de la Tecnología*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2008.
- Vercelli, A.**, “Repensando los bienes intelectuales comunes: análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho de copia y las tecnologías digitales para su gestión”, 2009, Disponible en <http://www.ariolvercelli.org/rlbic.pdf>
- , “Google Books y los cambios en las industrias editoriales”, en *Revista Educación Superior y Sociedad (ESS)* de UNESCO-IESALC, Caracas, Venezuela, Vol. 16, núm. 2, octubre de 2011, Disponible en: <http://ess.iesalc.unesco.org.ve/index.php/ess/issue/view/33>.



### Límites y desafíos frente a los nuevos escenarios internacionales

Diego Levis

DOCTOR EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN POR LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA. ES DOCENTE EN LAS FACULTADES DE CIENCIAS SOCIALES Y DE ARQUITECTURA Y URBANISMO DE LA UBA Y DIRECTOR DEL PROYECTO REDES EDUCATIVAS 2.1

#### LA PANTALLA UBICUA

La presencia ubicua de la pantalla electrónica es el rasgo característico de la sociedad contemporánea. La pantalla media nuestra relación con el mundo y con nuestros semejantes, determinando de manera creciente nuestra experiencia vital y nuestra percepción de la realidad.

La pantalla electrónica, en tanto dispositivo de orden visivo, directa o indirectamente, participa en la práctica totalidad de nuestras actividades y relaciones cotidianas. Incluso, antes de nacer somos imágenes en una pantalla. En los transportes públicos, en los comercios, en nuestros lugares de trabajo y de ocio, en la calle, en las escuelas, en los hospitales y en nuestros hogares la pantalla está cerca, la llevamos en nuestras manos, las tenemos dentro de nuestros bolsillos, en nuestros bolsos, está sobre nuestros escritorios y mesas. En todo momento y lugar, la pantalla nos indica lo que podemos hacer y como hacerlo, también lo que no podemos hacer, nos muestra lo que debemos mirar y nos oculta aquello que no alcanza o no desea mostrarnos. Es ubicua (Levis 1999/2009).

Delante de cada pantalla hay una persona que mira y detrás el ojo de una cámara que ve y un procesador informático que registra. La pantalla genera una situación de tensión entre la promesa que ofrece pluralidad y la expansión de la concentración empresarial, la homogenización cultural y los mecanismos de control social que buscan consolidar las empresas de los sectores implicados (tele-

comunicaciones, medios de comunicación, informática, electrónica de consumo, etc.) con el apoyo de numerosos gobiernos, fundaciones privadas y diversos organismos multilaterales.

Los usos más difundidos de Internet y otras redes telemáticas generan en este sentido un equívoco en tanto promueven espejismos de libertad y diversidad que no siempre se verifican. Así, por ejemplo, cuando se caracterizan como receptores activos o “pro-sumidores” a los usuarios de aplicaciones como Facebook, Twitter o YouTube, haciendo una contracción entre productores y consumidores, se omiten o minusvaloran las condiciones de uso y las modalidades de participación y publicación de contenidos en estas aplicaciones.

#### MEDIOS SOCIALES

Los medios (o redes) sociales en la Web – conjunto de aplicaciones disponibles en la Web que comprende a todas las herramientas que facilitan la producción, edición, publicación, difusión y recepción de contenidos simbólicos en distintos formatos (Facebook y YouTube, entre otros, son medios sociales– están generando una transformación radical en los modos en que nos comunicamos.

Un alto porcentaje de los usuarios de Internet prefiere sentirse partícipe del diseño de lo que hacen con la pantalla de la computadora o del dispositivo digital que utilizan antes que ceder a los editores y programa-

dores de los grandes medios de masas la decisión de lo que deben pensar y de como deben emplear su tiempo. De tal manera, los medios sociales, casi imperceptiblemente al comienzo, se han ido apropiando del tiempo de sus usuarios, en reemplazo de medios anteriores como el cine, la prensa, la radio y la televisión, dando lugar a nuevas prácticas culturales.

Los medios sociales ofrecen características y funciones social y culturalmente relevantes, entre otras:

- Facilidad de uso.
- Posibilidad de crear, publicar y difundir contenidos en distintos formatos.
- Aumentan exponencialmente las oportunidades de compartir informaciones e ideas de manera sencilla y sin intermediarios.
- Acceso libre a contenidos de difícil o imposible acceso por otros medios.
- Permiten la apertura de vías de participación comunitaria.
- Canales horizontales de comunicación interpersonal y comunitaria (de muchos a muchos).
- Establece una relación diferente con la información ya que permite cuestionarla y modificarla.
- Facilitan la contextualización de los mensajes haciéndolos pertinentes a los contextos sociales de los receptores.
- Permiten la creación de comunidades de usuarios y de entornos colaborativos.
- Dan voz a minorías sociales, culturales y políticas.
- Alcance potencialmente mundial.
- Establecen condiciones hasta hace poco impensadas para la libertad de expresión (lo cual no significa que los contenidos de la Web no estén expuestos a distintos mecanismos de censura y de control).

La utilización cada vez más generalizada de estos medios permite imaginar transformaciones importantes en el ámbito de lo público, en el sentido más amplio del término.

Los usos más difundidos de Internet y otras redes telemáticas generan en este sentido un equivoco en tanto promueven espejismos de libertad y diversidad que no siempre se verifican.

Las percepciones de lo social, el sentimiento de pertenencia, las formas de movilización y participación política y social, los modos de relacionarse con las instituciones y el poder, la concepción de la privacidad, la producción de conocimiento, los modos de informarse

y de comunicarse, la casi totalidad de las prácticas culturales se ven alterados de distinta manera por estos y otros usos sociales de la pantalla ubicua en sus distintas manifestaciones.

La versatilidad de los equipos, aplicaciones y servicios informáticos y la facilidad creciente para acceder a ellos, tanto desde un punto de vista económico como instrumental (facilidad de uso) hace que se empiece a desmoronar uno de los principales pilares (sino el principal) en que se sustentan las industrias de la cultura desde la aparición de la imprenta de tipos móviles: la propiedad de los medios de producción, la selección de contenidos y el control de la edición, distribución y comercialización de los bienes culturales.

## CONTEXTUALIZACIONES

En este contexto, es importante tener presente:

*El papel activo de los receptores/usuarios en la construcción de sentido está limitado, salvo excepciones, a las condiciones de uso que permite el dispositivo utilizado.* En el caso de los medios digitales, hacemos lo que nos deja y en los modos en que nos lo deja hacer el programa y/o la aplicación utilizada siguiendo las pautas e instrucciones establecidas y previstas por los programadores y editores de los mismos.

*La pantalla y las aplicaciones utilizadas son poderosas herramientas de control social y vigilancia,* característica a la que ingenuamente no damos la suficiente importancia, a pesar de las consecuencias que esto tiene o puede tener sobre distintos aspectos de nuestras vidas cotidianas.

*Los contenidos generados por los usuarios (incluida la información personal brindada) son la principal fuente de beneficios de*

*las empresas de la Web*, cuya valoración bursátil, en algunos casos, es de miles de millones de dólares. Tengamos presente que las grandes empresas de la llamada web 2.0 basan su atractivo en la publicación, almacenaje y distribución de contenidos ajenos por los cuales sus editores y autores no reciben ninguna contraprestación económica.

¿Qué sería de los llamados medios sociales sin los contenidos que aportamos cada uno de los usuarios/editores?

En respuesta a esta situación la pensadora franco/catalana Divina Frau Meigs considera que es importante que los Estados nacionales legislen para que las expresiones que circulan en la Web, pertenezcan a quiénes las han producido, a los creadores y no a la plataforma que ha facilitado las herramientas para su producción.

Servicios de la Web como YouTube y similares basan su popularidad en una idea sencilla y poderosa: ofrecerle a los usuarios la posibilidad de devenir emisores para una audiencia potencial de alcance mundial de contenidos artísticos, académicos y periodísticos, independientemente de si son o no de producción propia. De este modo, la audiencia de los medios, tradicionalmente relegada a una recepción poco activa, comenzó a compartir archivos históricos de películas, series de televisión, entrevistas, artículos académicos y periodísticos, libros y otros contenidos de muy difícil o imposible acceso hasta entonces. La Web, aparentemente, comenzaba a cumplir una de sus promesas iniciales, la de llegar a ser una biblioteca total capaz de reunir el conjunto de producción cultural de la humanidad.

Más allá de las dificultades de indexación que presenta una biblioteca de este tipo, identificadas con precisión por Jorge Luis Borges en un relato poco conocido, titulado precisamente “La biblioteca total” publicado en la revista *Sur* en 1939, en el universo digital surgen otras inquietudes,

derivadas de la patrimonialización creciente y casi ilimitada de los bienes culturales en favor de intereses privados, en detrimento de los intereses generales y al abandono de soportes materiales que garanticen, ante la rápida obsolescencia de equipos, materiales y programas informáticos, la conservación de estos bienes no solo para las generaciones futuras sino también a medio y corto plazo.

### LA FALSA NEUTRALIDAD DE LA “NUBE” Y OTRAS CUESTIONES DERIVADAS DE LA UBICUIDAD DE LA PANTALLA

La creciente actividad en la Web de los medios tradicionales revela que las empresas del sector han comprendido que el nuevo modelo mediático pone en cuestión el paradigma de las industrias culturales inaugurado por el libro impreso y que el desarrollo de los medios de masa terminó de imponer a comienzos del siglo XX.

Hemos de tener en cuenta que el avance de aplicaciones y servicios en Internet que permiten ver series de televisión y películas, escuchar música y leer textos de distintos géneros a través de algún dispositivo informático facilitan el acceso sencillo, y en principio universal, a una parte significativa del patrimonio cultural de la humanidad en una dimensión sin precedentes en la historia.

Paradójicamente, la progresiva desaparición y/o decadencia de los soportes físicos (diarios y revistas, CDs, cintas de video, DVDs, etc.), reemplazados por el almacenaje masivo en grandes reservorios digitales en red, ofrecidos gratuita e interesadamente por los mismos prestadores del servicio bajo las condiciones impuestas por ellos mismos (la, no inocentemente, llamada “nube”, a pesar de la apabullante materialidad de las infraestructuras informáticas y de telecomunicaciones necesarias para garantizar el funcionamiento del servicio) abre la posibilidad de todo tipo de manipulaciones y censura (económica, política, religiosa, etc.).



¿Qué sucederá cuando deseemos volver a ver una película que está fuera del listado de filmes ofertados por las empresas distribuidoras de contenidos?, ¿y cuando queramos leer o consultar un libro que los propietarios del servicio on line o las autoridades gubernamentales consideren malo, peligroso, subversivo, inmoral o sencillamente no resulte rentable?, ¿será posible volver a escuchar aquella canción que nos cautivó de niños? La “nube” y otros sistemas similares facilitan el retorno a formas patrimoniales de acceso limitado a la cultura previas a la imprenta y a las posteriores industrias de edición fonográfica y videográfica.

El libro, el disco y luego la cinta de video y soportes que los sucedieron, permiten que cada uno pueda leer, escuchar y mirar la obra que desee sin estar sujeto a los límites que establezca la disponibilidad en una red telemática, siempre frágil y susceptible de todo tipo de controles y vigilancias privadas y gubernamentales. El libro impreso y la alfabetización masiva permitieron la difusión del saber humano y así contribuyeron al desarrollo de la creatividad científica, filosófica y literaria de los últimos siglos, entre otras consecuencias en el ámbito político y social. La desaparición de los soportes físicos, unida a la privatización de los bienes culturales y el conocimiento pone en peligro la diversidad cultural, el pluralismo político, el desarrollo científico y la fuerza y libertad creativa de la humanidad.

En tal sentido, el avance de los mecanismos de control ideológico, muchas veces amparados en acciones judiciales y decisiones legislativas, a las prácticas de intercambio de contenidos entre pares, en nombre de la defensa de los derechos de autor, sin reparar en prácticas violatorias de los mismos derechos por parte de las grandes corporaciones de la Web, revela un aumento de las restricciones a la libertad en la red en pos de una patrimonialización creciente de los bienes culturales por parte de sectores empresariales oligopólicos. Ante esta tendencia es importante tener presente que el

desarrollo del saber humano es el resultado de la acumulación de aportes realizados durante miles de años por una multitud incalculable de personas y grupos sociales de distintos orígenes y culturas.

La promocionada, pero solo aparente, deslocalización de los flujos de comunicación en Internet oculta:

- La concentración y control de las infraestructuras que hacen posible el funcionamiento de la red por parte de Estados Unidos y sus principales aliados.
- La homogenización creciente del uso cotidiano de servicios y aplicaciones de la Web mayoritariamente provistos por empresas estadounidenses (Google, Facebook, Twitter, etc.), en particular entre los usuarios de América Latina.

Estos desequilibrios reproducen y en ciertos casos acentúan los preexistentes en los medios de comunicación masiva, a los que se refería el “Informe Mac Bride”, aprobado por la Unesco en 1980, respondiendo, como entonces, en una forma u otra a los intereses dominantes de los países que controlan la red.

En este marco, el inglés se presenta como pretendida *lingua franca* de la sociedad de la pantalla, el idioma que todos han de comprender. Nada parece detener el avance de una cultura globalizada alrededor de los valores del consumismo de masas estadounidense, representado por las cadenas de comida rápida y los grandes centros comerciales que invaden las ciudades de América Latina y gran parte del resto del mundo. Funcionales a los intereses estadounidenses de hegemonía cultural, en las publicidades y en los escaparates de los negocios lucen anuncios en inglés dirigidos a ciudadanos cuya lengua materna es el castellano o el portugués. El camino está trazado hace décadas. Entre tanto los espacios de debate crítico se reducen. La condescendencia festiva hacia la transculturalización consumista invade los análisis (legitimadores) de supuestos expertos provenientes de distintas áreas de





saber. En el resplandor hipnotizante de la pantalla, la identidad cultural muchas veces se percibe como una carga negativa. El mundo se presenta como un gran supermercado de productos estandarizados entre los cuales los seres humanos formamos parte de la oferta, en muchos casos de forma voluntaria.

En efecto, una parte significativa de los usuarios de medios sociales de Internet utilizan la pantalla electrónica como una suerte de vitrina o escenario en donde exhibirse, darse a conocer y/o destacarse, en ocasiones a través del interés de los contenidos compartidos (textos propios o ajenos, opiniones, fotos, videos, informaciones de valor, etc.), y en otros casos por la mera publicación de comentarios banales, del relato de hechos relacionados con la vida profesional o personal de poco interés para personas ajenas al círculo íntimo del autor. Lo primordial, para muchos, es conseguir la mayor popularidad posible, expresada en la cantidad de seguidores y “amigos”, en el número de comentarios en fotos, videos y entradas, o en adhesiones conseguidas reflejadas a través de opciones como el “me gusta” de Facebook.

La sociedad de la pantalla se congratula de la exposición pública voluntaria, consensuada y permanente de sus integrantes. Así es habitual leer en las redes sociales intercambios de mensajes personales a modo del diálogo de una novela u obra de teatro, breves relatos de transgresiones y aventuras varias, es corriente también encontrar lamentos, expectativas, confesiones, deseos, tristezas, angustias, alegrías otrora reservadas a los amigos y familiares más cercanos o, eventualmente, al psicoanalista, y no son pocos quienes publican fotos y videos que los muestran en situaciones y actividades personales diversas (fiestas, viajes, trabajo, en familia, etc.) que contribuyen a construir un relato sin inicio ni final, fragmentado y parcial de la vida cotidiana, exhibida en continuado. Una suerte de espectáculo en donde

el sujeto protagonista, deviene un “objeto” cuyo “consumo” por parte de otros usuarios de la red, genera ingresos económicos a las empresas proveedores del servicio.

Recordemos que el mayor atractivo de medios sociales como Facebook, Twitter y YouTube son los contenidos que editan, producen, publican y difunden sus usuarios. Así los usuarios y los contenidos que generan son el principal valor de cambio de estas em-

presas. Es más, nada impide que las empresas de la Web, valiéndose de las leyes de propiedad intelectual de Estados Unidos, bajo las cuales se rigen, decidieran comercializar los contenidos publicados por los usuarios en sus plataformas (Frau Meigs, 2011). Sería como una fábrica en la que el propietario pusiera a disposición de quien quisiera utilizarlos el lugar y las herramientas de producción y cada uno de los trabajadores por su parte portara gratuitamente sus conocimientos, su tiempo de trabajo y la materia prima a cambio solo de la satisfac-

ción de producir un objeto cuyos beneficios económicos serían íntegramente para los propietarios de la fábrica. El viejo concepto de plusvalía desarrollado por Karl Marx en su máxima expresión.

En definitiva, podemos considerar a la sociedad de la pantalla como una fase avanzada de la *sociedad del espectáculo* descrita por Guy Debord en la década de 1960, quien aclara que “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes” (Debord 1995:4). La utilización de los medios sociales de la Web como escenarios personales para exhibir públicamente distintos aspectos de la vida personal y profesional confirma la idea de espectáculo expresada por el autor francés. El espectáculo deja pocos vestigios en la memoria de los espectadores, es efímero y se renueva continuamente. Lo importante, establece el mandato social impuesto por el sistema mediático, es la diversión.<sup>1</sup> Erich

Los medios sociales, casi imperceptiblemente al comienzo, se han ido apropiando del tiempo de sus usuarios, en reemplazo de medios anteriores como el cine, la prensa, la radio y la televisión, dando lugar a nuevas prácticas culturales.

<sup>1</sup> Divertir. (del lat. divertĕre, llevar por varios lados). 1. tr. Entretener, recrear. U. t. c. prnl. 2. tr. Apartar, desviar, alejar. *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*. 22ª edición.

Fromm explicaba, hace ya más de cincuenta años, el objetivo último de este mandato: “La felicidad del hombre moderno consiste en *divertirse*. Y divertirse significa consumir” (Fromm 1982: 86).

La “nube” responde al modelo de espectacularización que propone la sociedad de la pantalla, facilitando la difusión (pretendidamente) libre de contenidos culturales de cualquier naturaleza y origen que contribuyan a construir entornos que aseguren la diversión. Simultáneamente, el desarrollo de las redes telemáticas incide directamente en el progresivo abandono de soportes materiales para la conservación y acceso a esos mismos contenidos por fuera de la red. Este proceso de desmaterialización de los bienes culturales facilita el retorno a formas restrictivas del acceso a la cultura previas a la imprenta y al proceso de alfabetización masiva que propiciaron el surgimiento de las industrias culturales.

Asimismo, la utilización de la “nube” para almacenar distintos contenidos simbólicos brinda a las empresas propietarias de estas plataformas un poder decisivo acerca del uso y el destino de esos contenidos. Este poder pone en riesgo el potencial democratizador que desde Norbert Wiener, (creador de la cibernética a finales de la década de 1940) se le atribuye a la expansión social de las redes telemáticas, percepción aun predominante en la sociedad, incluido un alto porcentaje de usuarios de Internet.

### **CONVERGENCIA DIGITAL: DESMATERIALIZACIÓN DE LOS DOCUMENTOS Y DISOLUCIÓN DE LA MEMORIA**

La informática comprende a un conjunto indivisible formado por conocimientos técnicos de carácter matemático (es decir lingüístico)—software—y dispositivos electrónicos para el tratamiento automático de la información—hardware—, independientemente de su diseño físico y de sus funciones. Las computadoras personales, los reproductores de DVD, los teléfonos celulares, los sistemas reguladores de temperatura de los aparatos de aire acondicionado, los telares automáticos, los cajeros automáticos de los bancos o

las tarjetas musicales de felicitación, tienen en común la presencia de procesadores electrónicos cuyo funcionamiento está regulado por medio de instrucciones lógicas escritas en un código de origen matemático (código de programación). Los programas son los que hacen utilizables los dispositivos informáticos. La computadora más sofisticada es una carcasa inservible sin un software que la haga funcionar.

Los códigos de programación son lenguajes producidos por seres humanos para generar instrucciones, formuladas en forma de algoritmos matemáticos calculables por procesadores digitales, que regulan el funcionamiento de computadoras y otros aparatos electrónicos. La digitalización consiste, precisamente, en la codificación de diferentes lenguajes en uno unificador de naturaleza matemática.

El lenguaje informático gestiona nuestras comunicaciones, regula nuestras actividades y almacena nuestra memoria social y cultural y así se va constituyendo en la técnica intelectual predominante en nuestra época tal como lo ha sido durante siglos la escritura “la gradual informatización de la cultura va transformando todo (...) la rápida transformación, en los noventa, de la cultura en cultura electrónica, de los ordenadores en soportes de la cultura universal y de los medios en nuevos medios, nos exige un replanteamiento de nuestras categorías y modelos” (Manovich 2006:48-49).

Cuando con una computadora escribimos un texto, creamos o editamos imágenes y sonidos de cualquier tipo y naturaleza, trabajamos con una base de datos o diseñamos un objeto utilizamos los códigos propios a aquello que estamos haciendo (alfabético, audiovisual, musical, etc.). Pero esta primera codificación no es suficiente. Para que el proceso se complete, el procesador del dispositivo informático (computadora, consola de videojuegos, teléfono celular, etc.) traduce/codifica el mensaje al lenguaje de programación del software utilizado que, posteriormente, decodifica el mensaje actualizándolo en forma de imágenes, sonidos, texto o movimientos según corresponda. De este modo, la máquina y los programas que regulan su funcionamiento aparecen integra-

dos en un único soporte en el que difícilmente vislumbramos los procesos de codificación/decodificación numérica que realiza cada vez que lo utilizamos, produciéndose un equívoco en el que se confunden la herramienta (el aparato electrónico) y el lenguaje (los códigos de programación). Todos los mensajes y manifestaciones artísticas creados con computadoras (no por computadoras), al igual que cualquier texto, imagen, sonido, base de datos o cálculo científico generados por medios informáticos o computarizados para su difusión y/o reproducción son objetos informacionales construidos por medio de un código de naturaleza numérica. Esta convergencia de diferentes tipos de lenguajes en un modelo común de codificación establece la especificidad y el alcance social y cultural de la digitalización.

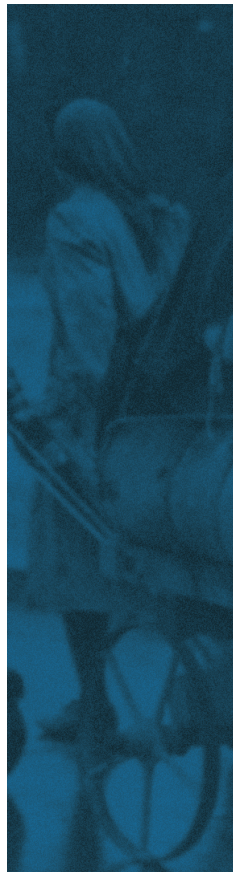
La naturaleza simbólica de los bienes culturales, tradicionalmente comercializados por las distintas industrias editoriales (gráfica, fonográfica y videográfica), permite su digitalización. Desprovistos de su carácter de objeto material, la distribución y recepción de los contenidos de las industrias culturales se puede realizar a través de dispositivos con pantallas conectados a redes telemáticas. El abandono progresivo de soportes materiales de almacenaje y distribución de contenidos simbólicos plantea incertidumbres acerca de la conservación y acceso a la memoria cultural de la humanidad. En distintos soportes más o menos perennes los seres humanos han ido dejando testimonio de su paso por la tierra en forma de dibujos, pinturas y distintas modalidades de escritura. Con los siglos hemos desarrollado tecnologías de representación sensorial y simbólica cada vez más sofisticadas que permiten el registro de los sonidos y de las apariencias de los seres

humanos, de sus obras y del entorno en el que habitamos. La digitalización, al despojar a las representaciones de su envoltura material plantea una paradoja importante.

Décadas atrás, el teórico francés Robert Escarpit advertía que los contenidos registrados en un disco o en una cinta magnética no constituyen verdaderos documentos pues sin la intervención de una máquina descodificadora simétrica utilizada para grabar los contenidos, los receptores potenciales no tienen acceso al mensaje. En tales casos estaríamos ante lo que dicho autor denomina semidocumentos.<sup>2</sup>

El acceso a contenidos generados y/o almacenados digitalmente, es decir codificados en lenguaje informático, implican un nivel de complejidad aun mayor en tanto la lectura de los mismos depende no solo de una máquina simétrica a la utilizada en la creación del texto (hardware) sino también de un programa (software) capaz de decodificar el código utilizado para crear y/o guardar dicho texto.

Si bien, en principio podemos imaginar que el carácter exclusivamente simbólico de los contenidos digitalizados presenta ventajas sobre otros soportes sometidos al desgaste del tiempo (piedra, papel, filme, cinta magnética, etc.), la rápida obsolescencia de los equipos de procesamiento y de los dispositivos de almacenamiento (en muchos casos de escasa fiabilidad y perdurabilidad, tales son los casos del disquete de 3'5 y el CD-Rom), así como de los programas utilizados para codificarlos, dificulta enormemente el acceso a archivos almacenados utilizando aparatos informáticos y programas de generaciones tecnológicas anteriores a la vigente en el momento de la consulta. Así, por ejemplo, si uno desea recuperar un archivo creado hace unos veinte años con el procesador de



<sup>2</sup> El documento se puede definir como un objeto informativo visible o palpable, dotado de una doble independencia con relación al tiempo: sincronía y estabilidad (Escarpit, 1977).

texto de uso más extendido en la época, conservado en un disquete de 3,5"HD, soporte estándar para el almacenaje de datos hasta inicios del siglo XXI<sup>3</sup> tendrá que sortear unos cuantos obstáculos. En primer lugar, deberá disponer de una computadora equipada con un lector de disquetes, para eso habrá tenido la precaución de conservar alguna máquina ya en desuso o habrá instalado una disquetera en la computadora de escritorio que utiliza actualmente, ya que desde hace algunos años los equipos informáticos se venden desprovistos de lector de disquetes. El siguiente paso será comprobar que el disquete, celosamente guardado en una caja cerrada, protegido de la luz y el polvo, no se haya arruinado. Una vez verificado el buen funcionamiento del disquete, deberemos enfrentarnos a una dificultad mayor. Es el momento de probar el grado de compatibilidad de la versión del procesador de textos que utilizamos habitualmente y el formato en el cual fue creado el texto que deseamos leer. Cuanto más reciente sea el programa con el que realizamos el intento, más difícil será que consigamos abrir el archivo. En caso de lograrlo, con seguridad nos encontraremos con una sucesión más o menos ordenada de signos de distinto tipo, entre los cuales quizá distingamos algunas letras y palabras del contenido original. Esto nos obliga a buscar otras alternativas.

El modo más conveniente para conservar textos, imágenes y sonidos digitalizados es realizar sistemáticamente la actualización de los archivos de un soporte a otro a medida que estos vayan evolucionando, comprobando además la compatibilidad entre los programas (software). Labor que requiere una gran inversión de tiempo (y dinero) solo al alcance de grandes corporaciones privadas y de los gobiernos.

Ante esta situación se plantean nuevos interrogantes. ¿Quiénes decidirán lo que

se conserva y lo que se difunde?, ¿quiénes tendrán acceso y de qué modo?, ¿la creación de mediatecas públicas siguiendo el modelo de las bibliotecas tradicionales son una solución válida?

El mundo se presenta como un gran supermercado de productos estandarizados entre los cuales los seres humanos formamos parte de la oferta, en muchos casos de forma voluntaria.

La ausencia de normativas legales y de estándares tecnológicos son otros obstáculos a superar, quizás el más importante. Lo que está en juego es la preservación de la memoria de la humanidad y de su diversidad cultural. Los intereses generales deben primar sobre los particulares de las grandes corporaciones empresariales,

centradas en multiplicar sin límites sus beneficios económicos.

## CONCLUSIONES

Uno de los principales desafíos que plantea la digitalización masiva de los bienes culturales, en tanto factor importante de la transculturalización y homogenización consumista característica de la sociedad de la pantalla, es encontrar la forma de preservar la memoria de la humanidad y asegurar la diversidad cultural. Para eso, resulta necesario no abandonar a la iniciativa y al interés empresarial la responsabilidad de conservar (y utilizar en su beneficio) el producto de la creatividad y el conocimiento humanos. Es imprescindible alcanzar acuerdos multilaterales que permitan fijar estándares tecnológicos que aseguren la perdurabilidad en el tiempo de los archivos digitalizados, tanto en lo que se refiere a los dispositivos de reproducción como a la compatibilidad de los programas que permitan su correcta decodificación, independiente de los intereses comerciales y/o ideológicos coyunturales de empresas privadas y/o gobiernos, así como normas de obligado cumplimiento que garanticen la libre disponibilidad de todos los recursos. De no lograrlo, es posible que en algunos años queden pocos rastros en la memoria

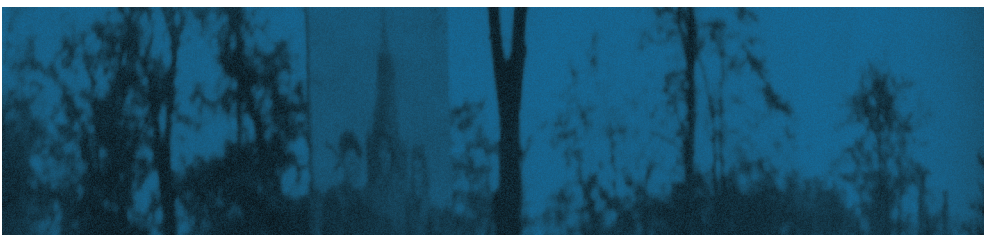
<sup>3</sup> Principales formatos de disquetes (con su capacidad) comercializados desde 1973: 8" IBM-256kb; 1976: 5¼-110kb; 1978: 5¼ DD-360kb; 1984: 3½-720kb; 1987: 3½ HD-1,4MB. Posteriormente fueron reemplazados sucesivamente por el CD-Rom y el DVD-Rom. Actualmente, predomina el uso de discos duros externos, *pendrives* y tarjetas de memoria. Asimismo es cada vez más frecuente la utilización de servicios de almacenaje de archivos, gratuitos o no, en la llamada "nube", provistos por distintas empresas privadas, alguno de cuyos riesgos damos cuenta en este artículo.

colectiva de la cultura de nuestro tiempo por fuera de aquellas obras y hechos que resulten rentables económica e ideológicamente a empresas y gobiernos. Una triste materializa-

ción de algunas de las más desesperanzadas distopías futuristas de la literatura del siglo XX. De nosotros, como sociedad, depende impedirlo. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Debord**, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires, La Marca, 1995.
- Escarpit**, Robert, *Teoría general de la información y la comunicación*, Barcelona, Icaria, 1977.
- Frau Meigs**, Divina, “El vínculo entre educación para los medios y derechos humanos: una necesidad y una oportunidad” en *Derecho a Comunicar*, núm. 1, México, Enero- Abril 2011, Disponible en <http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2011/no1/no1/8.pdf>.
- Fromm**, Erich, *El arte de amar*, Buenos Aires, Paidós, 1982.
- Internet Society**, “Global Internet User Survey 2012”, Disponible en [www.internetsociety.org/internet/global-internet-user-survey-2012](http://www.internetsociety.org/internet/global-internet-user-survey-2012), consultado el 6 de diciembre de 2013.
- Levis**, Diego, “Comunicación pública y medios sociales: pantallas, redes y comunicación ¿abierta y libre?”, en *Revista Argentina de Comunicación*, núm. 4/5, FADECCOS-Prometeo, 2010.
- \_\_\_\_\_, “El modelo de comunicación del videojuego en red social”, en G. Esnaola e I. Revuelta, (coords.), *Videojuegos en redes sociales*, Barcelona, Laertes, 2013.
- \_\_\_\_\_, *La pantalla ubicua*, 2ª edición ampliada, Buenos Aires, La Crujía, 2009.
- \_\_\_\_\_, “Pantallas”, en *Contenidos Digitales Interactivos en América Latina*. Revista “Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información”, núm. IV, Fundación REDES-Instituto Brasileiro de Informacao em Ciencia e Tecnologia (IBICT), 2012.
- Mac Bride**, Sean y otros, *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México, FCE-Unesco, 1980.
- Manovich**, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 2006.



## La cartografía cultural en América desde la geocultura

*El problema de América en materia de filosofía es saber quién es el sujeto del filosofar. Evidentemente, el discurso filosófico tiene un solo sujeto, y este será un sujeto cultural. Mejor dicho, la filosofía es el discurso de una cultura que encuentra su sujeto.*

Rodolfo Kusch

### APROXIMACIONES A PENSAR

“Pensar es olvidar diferencia, es generalizar, abstraer”, afirma Jorge Luis Borges, en “Funes el memorioso”.<sup>1</sup> Si seguimos la lógica de su afirmación, pensar es recordar semejanza. El estudio de la cultura tiende a sistematizar, registrar y evaluar las acciones, los sujetos y las cosas, en su flujo permanente, entre el dominio del gusto y las identidades locales, que significan la vida.

Propongo pensar las políticas culturales de América desde un abordaje Geocultural, aportando a la gestión cultural, desde las acciones, las cosas y los sujetos culturales, relacionando la identidad, el territorio, el símbolo y la comunidad.

Se trata de pensar en y desde América, en tanto el pensamiento desarraigado de nuestra tierra y des-gravitado de nuestro horizonte cultural, fundamentó la implementación de políticas culturales que tomaron como referencia una noción de cultura y de sujeto cultural formulada en otros contextos: europeos o estadounidense, por tanto, desconectada de los problemas, particularidades y tensiones propias del territorio y los mundos que constituyen la América Profunda.

Mientras occidente lo que más teme es la pérdida del sentido de la acción, por eso se refugia en el proceso de validación, el pensamiento americano se sostiene en un principio irreductible de la evidencia.

Esto ha sido posible en el acaecer de aquello que Quijano<sup>2</sup> denomina “colonialidad del saber”, práctica impulsada por la ciencia moderna y su imperio epistemológico, es decir, su auto-referencia como única forma de acceso al conocimiento riguroso y, por tanto, la postulación de sus resultados como los únicos válidos: “La producción científica se considera, así, detentora de una verdad que abre las puertas para la comprensión real de los fenómenos sociales, por medio de procedimientos universalizables, abstractos y sistemáticos. Esta pretensión universal de la ciencia moderna esconde algo importante: su localización. Esto quiere decir

que la “historia” del conocimiento está marcada geo-históricamente, geo-políticamente y geo-culturalmente; tiene valor, color y lugar “de origen”.<sup>3</sup>

“La geografía comprende las rugosidades reales, como los accidentes de la tierra. Pero ese lado apunta a un modo de ser-ahí, al “para vivir”, o sea al hábitat, al molde simbólico en el cual se instala el ser”<sup>4</sup>, afirma Rodolfo Kusch. Así, el territorio se torna “hábitat”. “El territorio son formas, pero el territorio usado son objetos y acciones, sinónimo de espacio humano, espacio habitado”, para Milton

<sup>1</sup> J. L. Borges, *Ficciones*, 1944.

<sup>2</sup> A. Quijano, (2002) “El regreso del futuro y las cuestiones de conocimiento”, en S. Castro-Gómez, F. Schiwiy y C. Walsh, *Indisciplinar las ciencias sociales: geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder. Perspectivas desde lo andino*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, Ediciones Abya-Yala, 2002.

<sup>3</sup> C. Walsh, “Geopolíticas del conocimiento, interculturalidad y descolonización”, en *Boletín ICCI-ARY Rimay*, Año 6, núm. 60, marzo del 2004.

<sup>4</sup> R. Kusch, *Geocultura del Hombre Americano* Obra Completa, Rosario, Editorial Ross, 2000.

## José Alejandro Tasat

LICENCIADO EN PSICOLOGÍA (UBA).  
CANDIDATO A DOCTORADO EN  
EDUCACIÓN (UNTREF/UNLA).  
COORDINADOR DEL LIBRO *EL HEDOR  
DE AMÉRICA: REFLEXIONES  
INTERDISCIPLINARIA A 50 AÑOS DE LA  
AMÉRICA PROFUNDA DE RODOLFO  
KUSCH* (EDUNTREF-CCC, 2013).  
AUTOR DE *INTRODUCCIÓN AL  
ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS*  
(UNTREF VIRTUAL, 2002), *TEORÍA  
DE LAS ORGANIZACIONES Y SISTEMA  
DE DECISIÓN*, (UNTREFVIRTUAL,  
2004), *ANÁLISIS SITUACIONAL DE  
LAS ORGANIZACIONES* (EDUNTREF,  
2009). COORDINADOR GENERAL DE  
LAS JORNADAS EL PENSAMIENTO  
DE RODOLFO KUSCH 2012-2014 Y DE  
LAS JORNADAS PENSAR AMÉRICA 2013

Santos, del nordeste brasileño, quien dedicó una parte importante de su obra a analizar la sociedad, su cultura, política y economía, a partir del territorio y del espacio geográfico.

### APORTES GEO-CULTURALES DEL PENSAMIENTO DE RODOLFO KUSCH Y MILTON SANTOS<sup>5</sup>

Creemos que existen las causas, el por qué en nuestra forma de pensar. Es extraño que no existan. Solo nosotros sabemos ver el efecto, consecuencia de una causa, todo pensamiento que no dependa de un proceso de validación, no entra en nuestra lógica occidental. Occidente ante todo está desesperado para que a cualquier acción poner un código.

Se apelan a la epistemología de la certeza, sin duda y no cambiante, configurando una estabilidad de un sistema hegemónico, donde el antagonismo no se tiene en cuenta, donde parece que todos somos iguales y que todos podemos progresar, sin considerar que somos diferentes y el que mueve la historia es el conflicto, reflejado en lo implícito de las cosas, de las palabras, armados en los discursos e imaginarios sociales.

Esto traen Rodolfo Kusch y Milton Santos como algo diferente, la búsqueda de supuestos axiológicos, de los supuestos valores que están atrás de las cosas, en el fondo del pensamiento hegemónico de occidente. En la lógica de la ciudad, siempre tratamos de ser

alguien, porque es la gran ilusión en la cual vivimos, el ser alguien es lo que nos separa de no ser nada, y no es otra cosa que en el ámbito de la cultura, creernos esa posibilidad de ese discurso. Donde lo profundo de un relato de creencias americanas convive, ese ser alguien con creencias americanas en los pueblos andinos, guaraníes, afrodescendientes, que simbolizan la vida para el mero estar, para ser parte de la cosmología en comunidad. Mientras occidente lo que más teme es la pérdida del sentido de la acción, por eso se refugia en el proceso de validación, el pensamiento americano se sostiene en un principio irreductible de la evidencia. Dos relatos sostenidos axiológicamente, totalmente opuestos, conviven en un tiempo y en un espacio; uno conlleva la esperanza de otro horizonte humano, superpuesto, entre la tierra y el cielo, entre lo divino y lo profano, donde juega la pulcritud, el hedor, la ira, la fe, la astucia o la razón universal a los lazos de la vida. Y el otro relato hegemónico de

<sup>5</sup>C. Paulizzi, F. Moreira, J. Brizuela y J. A. Tasat, "La cultura y las políticas culturales, desde un horizonte pluridisciplinar en América Profunda. Aportes neoculturales", en *Indicadores Culturales 2012*, EDUNTREF, 2013.

occidente, solo encausado en la mercantilización de la vida.

Donde estamos parados, estos aportaron el sentido, ya no la causa del pensamiento americano, que está en la ciudad, en el campo, en el pueblo andino, en la selva amazónica, en la cultura afrodescendiente, en la vida.

Lo profundo de conmemorar a Kusch y Santos<sup>6</sup> no es por lo que hicieron, sino por lo que se puede generar desde su umbral aportado al pensamiento americano, una metodología que cambió la contemplación por la escucha, donde la palabra del otro recobra sentido en lo colectivo, cuestionando, interpelando a todo el mundo académico y de la vida, vislumbrando sentido en la sabiduría para el mero estar, la vida nomás. Todos sus trabajos tienen que ver con el ámbito de la cultura. Donde el registro de la cartografía, como sistema de información, no es solo el lugar simbólico de un lenguaje artístico, o un lugar de eventos, si no que esconden y conllevan lo implícito de los niveles “simbólico”, “fáctico”, “histórico” y de “gestación simbólica”.

En este sentido, a nivel metodológico se da, según Kusch, la “unidad geocultural”, comprendida como unidades estructurales que apelmazan lo geográfico y lo cultural constituyendo una totalidad difícil de penetrar, a no ser que la misma unidad proporcione los medios para hacerlo. En tanto: “la geografía hace al hábitat, y este existencialmente al domicilio. La geografía comprende las rugosidades reales, como los accidentes de la tierra. Pero ese lado apunta a un modo de ser-ahí, al “para vivir”, o sea

al hábitat, al molde simbólico en el cual se instala el ser”.<sup>7</sup>

Así y aquí es posible ensayar un pensamiento geocultural, entre el suelo y el cielo, en el molde de mundos advenidos habitables, en torno de los cuales resulta posible la territorialidad del ser, el pensar, el saber y el hacer de los sujetos culturales.

Acorde al camino recorrido se considera que el sujeto pensante dispuesto, en los campos disciplinares del saber, también está siendo<sup>8</sup> un sujeto cultural. Siguiendo a Kusch, el “sujeto cultural” logra conciliar, de un modo abierto y espiralado, el suelo y el símbolo, podríamos agregar “en” el territorio, a través de la decisión cultural, que implica el encuentro con eso que nos hace “comunes”, y remite al simple hecho de estar vivos. En este sentido: “para comprender una cultura es necesario el sujeto que ve el sentido, como también el que lo crea”.<sup>9</sup> Parafraseando a Kusch, “pensar remite a pesar” lo que nos ocurre, podría decirse, no como algo externo que está “ahí” (fuera de mí), sino aquí, “pa’ adentro”. Ante todo, porque nadie puede pensar más allá de sus propias vivencias, dolencias, ausencias, silencios, tragedias y sonrisas.

La idea de “colonialidad del saber” y de “geopolítica del conocimiento” señalan que nos orientamos por un conjunto de categorías de pensamiento concebidas en un contexto sociocultural diferente del nuestro. Conocimientos, estos, que no son deslocalizados, desincorporados, como quieren su pretendida universalidad y abstracción,



<sup>6</sup> M. Santos, “O retorno do território”, en *Observatório Social de América Latina (OSAL)*, Año 6, núm. 16, junio 2005, Buenos Aires, CLACSO.

<sup>7</sup> R. Kusch, ob. cit. pp. 257.

<sup>8</sup> “La fórmula del estar-siendo implica la paradoja de lo humano mismo, donde el obrar apunta al ‘es’, pero dentro de lo que ya está dado, en lo impensable del estar. De ahí lo gerundio del es, la dinámica de la esencialidad de lo humano, se debe a la paradoja misma, según la cual no hay determinación posible, sino la circularidad de una reiteración de lo impensable que adopta muchos modos de ser” (R. Kusch, op. cit.).

<sup>9</sup> R. Kusch, ob. Cit, pp. 72-73.



sino tan particulares como los demás, lo que lleva a una necesidad de mirar-nos, de re-tornar hacia nuestras propias epistemes, y construir otras a partir de ellas.

Portanto, en América se trata de organizar un trayecto que va desde el cosmos, como organizador del caos original, a fin de que el hombre pueda vivir y no, parafraseando a Kusch, “dejarse ilusionar con la civilización ficticia” sino, por el contrario, reconocer su realidad viviente, desplegar, en lo demoníaco y vegetal sus posibilidades, no vergonzantes, ni del hedor ni del diablo y, poder construir así, una América madura, la que brota desde la barbarie, y no contra la barbarie. En el continente mestizo, como dice Kusch, entre la tensión de lo sagrado y lo profano, donde Occidente se refugia en la ciencia, el indígena, el campesino, el afrodescendiente, en América, se refugia en otro saber-sabiduría, en el umbral del hedor y la distancia amurallada de la pulcritud, mientras occidente se amparó en la culpa como organizador de la fe, América antepone la conjura como posibilidad del estar siendo.<sup>10</sup>

Pues, la geocultura concilia, de un modo mandálico, espiralado y abierto, al sujeto, el suelo, el símbolo y el territorio para poder, desde enfoques pluridisciplinarios y pluriculturales, intentar crear el mundo de vuelta, cada vez. Esto implica, poner en juego un pensamiento vivo, emotivo, gravitado y profundo.

### ESTUDIOS CULTURALES EN LA AMÉRICA PROFUNDA: UNA FORMA DE ABORDARLO

El campo de la cultura a diferencia de otros, como el educativo o el de las políticas sociales, es un campo en construcción que empieza a constituirse en políticas cultura-

les que todavía no tiene al día de hoy, una sistematización, registro, planificación, evaluación de todas sus actividades de políticas culturales. Lo que nosotros brindamos en América, desde el proyecto de investigación de “Políticas Culturales en Gobiernos Locales” desde la Universidad Nacional de Tres de Febrero, provincia de Buenos Aires,

Argentina, un protocolo de intervención cartográfico en cada uno de los territorios y aplicamos el mismo protocolo para hacer análisis comparativos, de las políticas culturales y gestión cultural, como así del presupuestarios con entrevista en profundidad a los actores principales, trabajo etnográfico de las acciones y escuchamos a los destinatarios de las políticas culturales, en grupos focales.

Tomo un texto de Gustavo González Gasquez<sup>11</sup> que hace una interpretación del libro *Geocultura del Hombre Americano*. Es la comu-

nidad la que da sentido a esa relación, del sujeto artista gestor cultural con el hecho, con el objeto, con el producto; ahí está el autor y la obra, según Charles Taylor<sup>12</sup>, tiene que ver con el malestar en nuestra época, pero hay artistas que son brillantes pero a la vez son en relación a todo, a una época que genera toda esa posibilidad de hacer síntesis de lo que se siente; si la ciencia tramita a través de funciones y describe, predice, el arte trabaja sobre los afectos y en eso que afecta, persiste y eso es lo que visualiza el arte como algo nuevo, puede ver otro escenario. Si estamos debajo de un gran paraguas en una época, y sobre esos conceptos nos manejamos, la ciencia trabaja sobre esos conceptos como dados, ciertos, lo bueno que tiene la ciencia es que constantemente se contradice y avanza sobre otros nuevos, pero el arte visualiza más allá de ese paraguas, rompe la tela que lo cubre y visualiza lo que se viene, porque capta el sentido común de lo colectivo y esa obra

Así y aquí es posible ensayar un pensamiento geocultural, entre el suelo y el cielo, en el molde de mundos advenidos habitables, en torno de los cuales resulta posible la territorialidad del ser, el pensar, el saber y el hacer de los sujetos culturales.

<sup>10</sup> R. Kusch, “La seducción de la barbarie”, ob. cit.

<sup>11</sup> *Kusch y el Pensar desde América*, Gustavo González Gasquez, Editorial Garcia Cambeiro.

<sup>12</sup> Ch. Taylor, *Fuentes del Yo*, Buenos Aires, Editorial Paidós.

ya no es del autor, es de la comunidad. Ahí aparece esta posibilidad donde lo que hace el gestor cultural es unir, une el símbolo que se arma en una obra, es un hecho cultural, en un evento, en un espectáculo, en un museo, lo une en relación a la comunidad para compartir. Pero, ¿lo hace por sí mismo?, ¿él interpreta? No, es parte de ese silencioso código compartido para tramitarlo de otra manera; siempre las cosas están ahí adelante de nuestros ojos; el tema es animarnos a tomar la fe de creencias necesarias para asumirlas y hacer con ello otra cosa, y de eso se trata ser gestor cultural.

Siempre partimos de un suelo, el arraigo a un lugar. El suelo no tiene que ver con la tierra específica, sino con lo simbólico que nos convoca; la historia se da por generaciones decía un gran historiador, porque son ellas las que comparten cierto códigos comunes de su infancia o de su juventud. Eso que nos comparte como suelo son esos vientos que nos hacen ser parte de una comunidad, ciudadano de una historia y eso es lo que visualiza una comunidad como proyecto. La ilusión es lo tóxico, de donde partimos. Toda decisión es una cultural porque involucra al otro, a una estrategia de vida que es generar posibilidades de contacto de ilusiones compartidas para visualizar horizontes y este es un proyecto compartido, siempre se da en el marco de lo colectivo. Kusch dice algo tan simple como “detrás de todo yo, está un nosotros”. Es cierto, porque en todos los yo que somos nosotros aparece toda esa lógica de la humanidad, aparece la cultura como un evento fundamental, como el motor que cambia la esencia de lo cotidiano, que tramita el sufrimiento, que permite la alegría, la expresión, que hace con ello algo distinto, visualizar las cosas como algo de lo dado, es el hastío de la nada. Ahora, visualizar a partir de lo dado y crear con ello otro sentido es la función de un gestor cultural. No solo visualizar el trabajo con el artista, con el producto, con

el proceso, sino hilvanar todo eso en algo diferente que en estas latitudes tiene que ver con lo americano, y en América todo es contradictorio, todo es dual y habitamos constantemente esta tensión entre lo moderno y lo colonial.

Esta época permitió vislumbrar América de otra manera pues tenemos sentidos diferentes. El sol, si bien sale de la misma manera en todo el mundo, sale distinto en América; porque aquí conlleva en sí una sabiduría de lo incierto, gira de una manera distinta su saber popular, sus pueblos originarios, sus campesinos, sus afrodescendientes, lo que se niega, que siempre palpita; lo que está presente, su cultura, hegemónica y antagónica, que van a estar presentes porque laten en forma conjunta. Si hay

algo hegemónico y antagónico, posiblemente lo antagónico se vuelve hegemónico y va a ver otra cosa antagónica; pero esa dualidad siempre está presente y si bien la lógica actual es la de la razón, el pensamiento en América se da por la lógica de la intuición; es la intuición que da conocimiento, todo lo que nos enseñan tiene que ver con un conocimiento cristalizado, fuerte, duro, “se conoce para vivir y no por el puro hecho de conocer”<sup>13</sup>; y el conocimiento es aquello que nos ayuda a vivir, es la vida lo que se antepone ante todo y la vida es la cultura.

“No estamos en el mejor de los mundos posibles, estamos en América, entre polos opuestos, adentro y afuera de nosotros mismos”, afirma Kusch. En este sentido, podríamos decir que la historia de América es, primordialmente, la historia de su dualidad. Una dualidad que se inaugura con la espada de la conquista y que se va madurando al calor de las sucesivas colonizaciones. La historia de América se dibuja como el itinerario conflictivo de dos proyectos que en su despliegue va tejiendo la gruesa trama de nuestra cultura.

En último término, la dualidad representa “modos de situarse” en el continente. Al respecto, Kusch observa que en América

Esta época permitió vislumbrar América de otra manera pues tenemos sentidos diferentes. El sol, si bien sale de la misma manera en todo el mundo, sale distinto en América.

<sup>13</sup> R. Kusch, “La negación en el pensamiento popular”, ob. cit.

existe en un extremo una cultura que ha logrado habitar el mundo y domiciliarse en él, recortando un centro desde el cual se expande naturalmente, mientras que en el otro extremo hay un mundo que carece de centro, por ser ajeno a estas tierras, “y ante el fracaso de su arraigo ha preferido la violencia para imponer sus criterios”. El primero se comprende como un modo “centrífugo” de instalarse culturalmente, es el de la América precolombina que se expande también en algunas formas del mestizaje. El segundo invoca ese incesante movimiento “centrípeto” en busca de un centro estable que, como dice Kusch, termina imponiendo el de la América de la Conquista y de las sucesivas colonizaciones.

Desde la historia intelectual –historia culta– la dualidad fue vista como la oposición “civilización-barbarie” y retraducida como oposición entre “lo racional y lo irracional”, “lo moderno y lo primitivo”, “la libertad y la naturaleza”. En este sentido, la metáfora de la dualidad tuvo una interpretación unívoca desde la “civilización” y operó ideológicamente al señalar dos modos posibles de transitar América: uno por “arriba” (lo superior), y otro por “abajo” (lo inferior). Como observa Kusch, “América toda está estructurada sobre este criterio de lo superior y útil, por una parte, y lo inferior e inútil por la otra”.

Esto significa que por detrás de ambos vectores culturales se ha alentado una diferencia “cualitativa” entre lo que se juzga “deseable” para América (su “progresismo civilizatorio”) y lo “indeseable” (“su primitivismo bárbaro”). La diferencia sobrelleva un mensaje axiológico que predetermina categorialmente “lo americano”: existe por una parte una “racionalidad conquistadora y fundante” mientras que, por otra, una “irracionalidad demoníaca y arcaizante” que es preciso contener.

Como apunta Kusch con insistencia, la dualidad histórica se escenifica en la cotidia-

neidad del latinoamericano, que vive tanto la seducción de un mundo urbano poblado de “objetos” y sutilmente ordenado por el rigor del “consumo”, como también la “presión” de un mundo periférico sembrado de indigencia, dioses y rituales que se confunden con la tierra y la prehistoria de América.

La “seducción” invita a recorrer un “itinerario exterior” por el que se trata de ser alguien mediante una libertad sin sujeto, aunque rodeada de objetos. Es la tentación de ser alguien en el límite que ofrece la “moralidad ciudadana”, donde se es libre solo para escoger un “producto”, un “objeto”, pero en medio de una indigencia que siempre “presiona” y “amenaza” con la fuerza de lo “bárbaro” (la villa miseria, la marginalidad) y la imprevisibilidad de lo “arcaico” (lo místico, las ritualidades, lo religioso-popular). Y esta “presión”, según Kusch, está nomás. Es el reenvío a la cotidianidad ciudadana de todo un trasfondo simbólico que sintetiza lo endógeno de América.

Kusch observa en el modelo de sociedad de consumo, como último eslabón de la racionalidad contractualista de Occidente, el espacio contemporáneo donde se resuelve el drama entre el *ser alguien* y el *estarse siendo* que motiva

un *miedo a ser nosotros mismos y pensar en lo propio*.

En nuestro continente –dice Kusch– por un lado están los estratos profundos de América, con su raíz mesiánica y su ira divina a flor de piel y, por el otro, los progresistas occidentalizados de una antigua experiencia del ser humano. Uno está comprometido con el hedor y lleva encima el miedo al exterminio, y el otro, en cambio, es triunfante y pulcro y apunta a un triunfo ilimitado, aunque imposible”.

El hedor es todo lo que está más allá de nuestra cómoda y populosa ciudad natal, que si bien tiene la data de lo original, sin embargo se ha sabido mantener a través de las variadas formas del mestizaje americano,



constituyendo una tradición que Kusch llama “pensamiento indígena y popular”.

La “pulcritud” tiene que ver con el “ca-parazón de progresismo de nuestro ciudadano americano” que monta su vida sobre la exterioridad de las cosas y persigue un individualismo posesivo y excluyente. La “pulcritud” se corresponde con aquel pensamiento que Kusch abrevisa como occidental.

Hedor y pulcritud son dos modos de encontrarse en América. El primero representa la manera mítica y religiosa de instalarse en la tierra, donde el hombre habita su paisaje y comparte con la naturaleza y sus dioses un espacio comunitario estructurado simbólicamente. Esta es la América Profunda. El segundo expresa la manera excluyentemente racional como se sitúa la civilización donde, por el contrario, el hombre construye y recorta su paisaje con centro en la urbe y estructura conceptualmente la contractualidad de su espacio social. Esta es, por oposición, la América de superficie.

Así como el pensar culto históricamente exigió la exclusión, en nombre de su racionalidad, de todo pensar bárbaro, la pulcritud exige también, por definición, remediar todo hedor posible. Aun así, como señala Kusch, la pulcritud de América no ha podido despegarse de su antagonista, ya que ha encontrado en el conflicto mismo la única posibilidad de su afirmación como proyecto. El hedor entra como categoría en todos nuestros juicios sobre América, de tal modo que siempre la vemos con un rostro sucio que debe ser lavado para afirmar nuestra convicción y nuestra seguridad.

#### EL MÉTODO DE LA CARTOGRAFÍA GEOCULTURAL: LA OBTENCIÓN SIMBÓLICA DEL SENTIDO COMPARTIDO COMUNITARIO

La cultura “objetiva”, está conformada por un espacio que va desde las más elementales artesanías hasta las construcciones arquitectónicas, o los más complejos productos intelectuales, cognitivos y tecnológicos. La totalidad de una cultura es concebida a

partir de un amplio conjunto de “objetos” o “productos”, cuya implícita heterogeneidad permite juzgarlos como “culturales”. Para Kusch, esta concepción opera reductivamente sobre la complejidad de la cultura, ya que la agota en el plano de su mera objetualidad.

La cultura “objetiva”, está conformada por un espacio que va desde las más elementales artesanías hasta las construcciones arquitectónicas, o los más complejos productos intelectuales, cognitivos y tecnológicos.

En contraposición con el anterior, el estudio radica en el “sujeto”. En este sentido, el “productor” o “constructor” cultural constituye la dimensión básica desde la cual se lee la complejidad de la cultura. Así, al situarse el eje en el “productor”, adquiere relevancia, entre otros aspectos, su datación cronológica, donde se resuelven los “hitos” temporales de una comunidad de “productores”. Sin embargo, este “sujeto” termina convirtiéndose en un “objeto”,

“la cultura se desplaza en un ámbito de cualidades, y no de cantidades”, afirma Kusch. “Además, no se detiene en “cosas”, sino en ritos. Es sobre todo funcional, recién después institucional”.

Cuando Kusch revaloriza la idea de cultura como totalidad “supra individual”, no está simplemente reconociendo que la cultura comporta una experiencia colectiva, lo que sería obvio afirmar, sino denunciando que más allá de la individualidad del productor o la individualidad del producto hay una contextualidad que se plasma en la creación cultural. Tanto el sentido subjetivo del autor que crea su obra, así como el sentido objetivo de esta, pero muy especialmente los sentidos contextuales que “operan”, *son los que hacen que ese autor y esa obra pertenezcan a una totalidad orgánica, es decir, pertenezcan definitivamente a una cultura*. La creación no acontece en el vacío, ni se reduce al plano motivacional del sujeto. Cada creación cultural es un síntoma de una “presión” simbólica que contextualiza al autor y su obra.

Por eso Kusch puede afirmar que “la cultura no vale porque la crean los individuos o porque haya obras, sino porque la absorbe la comunidad, en tanto esta ve en aquella un especial significación”.

En la creación cultural tiene los siguientes niveles: “simbólico”, “fáctico”, “histórico” y de “gestación simbólica”.

Para Kusch, la cultura popular en América no realiza su “experiencia” cristalizando sus objetos, sus instituciones y sus organizaciones, en un empeño por sustancializar su “práctica” y así modelar “su ser”, sino más bien ritualizando sus aspiraciones. El rito, precisamente es esa “puesta en juego” de un gesto, una costumbre o un discurso, que se ensaya desde la tangibilidad del presente, y que por lo tanto lo resignifica, según las circunstancias y los sujetos implicados en cada momento.

El rito conjuga los tres vectores de la cultura, es un acontecimiento en el que “opera” la creatividad, con sujetos y objetos concretos, pero cuya “funcionalidad” tiene el cometido de vehiculizar “sentidos”, no “cosas”. En los tres órdenes simbólicos del mito: creación, caída, redención. En este sentido, el símbolo cultural “es un complejo en cierto modo cosificado —dice Kusch— que participa de la cosa y de todo lo que no es cosa, llevando una respuesta profana que hace a la existencia del sujeto”.

El límite del símbolo configura el “modo” como se instala una comunidad en su “suelo” y lo “habita”. El horizonte simbólico de un pueblo es aquello que opera por detrás de todo acontecimiento o hecho cultural imprimiéndole un sentido que lo refiere a una totalidad. Se denomina “horizonte” porque constituye el límite extremo que preside el espacio de sentidos de una cultura y, como tal, sirve de orientación a toda decisión.

El horizonte simbólico tiene un valor “paradigmático”, en tanto reúne las aspiraciones y valoraciones compartidas por una comunidad y, a la vez “organiza” una totalidad o “mundo” desde el cual un grupo madura su “pensamiento” y habita su suelo.

En suma, la posibilidad de habitar un mundo y existir comunitariamente está contenida en el horizonte simbólico. Si como dice Kusch, “la cultura es una estrategia para vivir en un lugar y en un tiempo”, “entonces el horizonte simbólico es la posibilidad de esa estrategia”.



El suelo es, para Kusch, como un “fundamento”. Es el punto de gravedad que rige toda circunstancia en la que se está. El “suelo” es también el “lugar” donde se siembra. Es la matriz generadora de todo cultivo, el medio propio de las raíces. En el suelo se resuelven las condiciones de todo arraigo. El “suelo” simboliza la dimensión tónica de una experiencia, el “lugar” donde “acontece” lo humano, en medio de un paisaje, de un tiempo, de símbolos y, principalmente, en medio de “lo absoluto” que “presiona”.

El horizonte simbólico y el suelo son las dos dimensiones que estructuran un espacio cuyo eje es el sujeto cultural. El suelo-molde simbólico que hace posible la instalación de una vida es él *desde donde*, irreductible, de una comunidad. Sin ello no hay arraigo, a la vez que sin arraigo no hay reclamo por lo propio. Es así que cuando se pierde el suelo también se pierde el fundamento que da gravedad al existir. El horizonte simbólico, como margen de sentido que reúne lo sagrado y lo profano, lo pensable y lo impensable, lo misterioso y lo develado, es el *a donde* de un pueblo. Sin horizonte simbólico no hay proyecto, como sin proyecto no hay sentido para una vida.

En síntesis, si no hay un horizonte simbólico, ni un suelo, entonces no hay nada por qué decidirse. Es decir, no hay un sujeto cultural, solo el sentido simbólico compartido, entre el relato de la modernidad y la colonialidad, conviven en la comunidad americana, en forma dual.

## APLICABILIDAD DE LA CARTOGRAFÍA GEOCULTURAL

Para aplicar la cartografía geocultural, no es un solo dato referencial en un mapa cultural, es un análisis situacional de la cultura de una localidad, donde los puntos referenciales no conllevan solo el lugar o el lenguaje artístico que se desarrolla en ese lugar, no es una cartografía de las cosas, si no que presenta la dimensión visible y oculta de la dualidad que convive en América.

Se aplica la cartografía geocultural con un protocolo integral que cuenta con:

- Entrevistas en profundidad a los actores de las políticas culturales (funcionarios-artistas-gestores culturales).
- Recolección de información principal y secundaria del registro, sistematización y evaluación de las políticas culturales.
- Análisis comparativo de la estructura organizacional y presupuestaria, en la escala locales-regional y nacional.
- Grupos focales con los destinatarios de las políticas culturales.

La aplicación del protocolo permite construir un mapa situacional del suelo simbólico

compartido, con dominios del gusto hegemónicos y antagónicos, con el imaginario del horizonte simbólico comunitario por localidad.

El trabajo consiste en aplicar el enfoque del pensamiento de Rodolfo Kusch y de Milton Santos, a las acciones, actores, relatos e imaginarios culturales de ámbitos locales, visibles e invisibles que conllevan una historicidad simbólica y que proyecta el umbral deseado.

Pensar es olvidar diferencia o recordar semejanza, quizás eso hace la cartografía de la percepción cultural, que denominamos cartografía geocultura. Recordar nuestra posición identitaria y olvidar diferencias que nos alejan de la autenticidad americana. ●

## BIBLIOGRAFÍA

Borges, J. L., *Ficciones*, 1944.

Kusch, R., *Geocultura del Hombre Americano* Obra Completa, Rosario, Editorial Ross, 2000.

Paulizzi, C., F. Moreira, J. Brizuela y J. A. Tasat, “La cultura y las políticas culturales, desde un horizonte pluridisciplinar en América Profunda. Aportes neoculturales”, en *Indicadores Culturales 2012*, EDUNTREF, 2013.

Quijano, A. (2002) “El regreso del futuro y las cuestiones de conocimiento”, en S. Castro-Gómez, F. Schiwy y C. Walsh, *Indisciplinar las ciencias sociales: geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder. Perspectivas desde lo andino*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, Ediciones Abya-Yala, 2002.

Santos, M., “O retorno do território”, en *Observatório Social de América Latina (OSAL)*, Año 6, núm. 16, junio 2005, Buenos Aires, CLACSO.

Taylor, Ch., *Fuentes del Yo*, Buenos Aires, Editorial Paidós.

Walsh, C., “Geopolíticas del conocimiento, interculturalidad y descolonización”, en *Boletín ICCI-ARY Rimaq*, Año 6, núm. 60, marzo del 2004.

Martín Becerra  
Guillermo Mastrini  
Santiago Marino

INVESTIGADORES (UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE QUILMES Y UBA)

Después de tres décadas de recuperación del régimen constitucional, la Argentina vive intensamente una serie de cambios regulatorios y de estructuras de funcionamiento de los medios de comunicación y de las actividades que convergen con los medios, como las telecomunicaciones y las redes digitales.

El estudio de estos cambios, su comprensión y su valoración, se inscribe en el debate público porque a partir de 2008 se expandió de forma inédita la discusión social y política acerca de la regulación de los sectores de la información y la comunicación, sus intereses y sus desempeños.

La discusión abierta, entonces, se convirtió luego en polarización mediática, y junto a los intereses cruzados entre grandes grupos de telecomunicaciones y del audiovisual, y la más incipiente pero constante presencia de Internet en la agenda legislativa, son indicadores de un escenario que demanda la producción de investigación y de reflexión sistemática.

Con el objetivo de contribuir al progreso de esa necesaria reflexión, este artículo analiza un aspecto central dentro del conjunto de cambios que afectan al sector info-comunicacional, relativo a los modelos de negocios por un lado, y en las rutinas productivas por el otro. Los cambios que afectan los modelos de negocios tienen como sujeto principalmente a actividades empresariales (también a formas de propiedad social como cooperativas, sindicatos y medios comunitarios, o de propiedad estatal) mientras que las transformaciones en las rutinas productivas afectan no solo a los propietarios de medios de comunicación sino, fundamentalmente, a los trabajadores. Por eso, el artículo explora ambas dimensiones. En otros textos, los

autores del presente documento hemos abordado cuestiones complementarias (cambios regulatorios, estructura del sector, comportamiento de actores, políticas y gestión). En este caso se aborda la cuestión crucial del modelo económico y la sostenibilidad del sistema en función de impactos tecnológicos y de políticas.

Metodológicamente, el artículo se basa en entrevistas con actores clave realizadas por los autores de este trabajo y en el análisis de las tendencias del sector a partir de una perspectiva propia de la economía política de la comunicación y la cultura. Fueron concretadas entre 2011 y 2013 y se consigna el cargo que el entrevistado tenía o la función que desempeñaba en ese momento.

## CAMBIOS EN LOS MODELOS DE NEGOCIOS

La digitalización ha afectado los modelos de negocios de los medios analógicos, principalmente porque ha generado la disponibilidad de gran cantidad de contenidos e información sin costo alguno para los usuarios. Por ejemplo, los medios gráficos han enfrentado una baja en ventas luego de que sus noticias comenzaron a estar disponibles *online*. La relación causal puede inferirse –aunque no hay datos duros disponibles sobre el tema– por el hecho de que los medios gráficos que han perdido menos lectores son aquellos que apuntan a una audiencia de corte “popular”, que tiene menos acceso a Internet, como en el caso de los lectores de diario *Popular*. Por el contrario, la televisión de pago no parece haber sufrido consecuencias directas por ahora, ya que el número de abonados no cesa de incrementarse, fundamentalmente

en el caso de DirecTV (televisión satelital) aunque el principal operador de cable, Cablevisión, muestra un constante crecimiento de abonos y una progresiva digitalización de su red. La televisión abierta, en cambio, ha debido enfrentar una mayor competencia ante el avance del cable y registra, como resultado, un menor alcance de audiencia, aunque esto todavía no ha significado una merma en sus ingresos publicitarios. Algunos analistas especulan que si finalmente el Estado argentino consigue desplegar una oferta de señales digitales gratuitas en las principales ciudades que despierten interés en la audiencia, esto puede llegar a afectar los modelos de negocios de la televisión comercial abierta y de pago. No obstante, esta hipótesis no puede comprobarse aun empíricamente.

Por ahora el sector que ha sentido más directamente el impacto de la digitalización ha sido la prensa gráfica. Sus ventas han descendido en forma constante en los últimos años (si bien no lo han hecho en igual porcentaje, todos los periódicos han caído en sus ventas en los últimos cinco años). A partir de 2009 tanto *Clarín* como *La Nación* apostaron a la unificación de sus redacciones analógica y digital, consiguiendo una reducción en los costos. De todas formas, el modelo tradicional de ingresos (precio de tapa sumado a la venta de publicidad) se ha visto afectado por la caída en la circulación, sin que los ingresos generados por publicidad en la versión digital alcancen a compensar la pérdida.

Es por eso que han sido los periódicos quienes más se han preocupado por redefinir su modelo de negocios. Darío D'Atri, editor de *Clarín.com*, resume algunas de las estrategias implementadas, que en términos generales procuran fidelizar a los consumidores con la marca:

Internet ha permitido al periodismo ejercer la función de servicio. Hoy cualquier sitio tiene un *front page* de contenidos más clásicos, pero todos incluyen servicios. Hoy en *Clarín.com*

hay guías de espectáculos, buscadores de trabajo, buscadores de autos, cotizadores de monedas (...) son más de cien servicios. Eso explica el alto nivel de fidelización y de credibilidad que están creando los sitios.

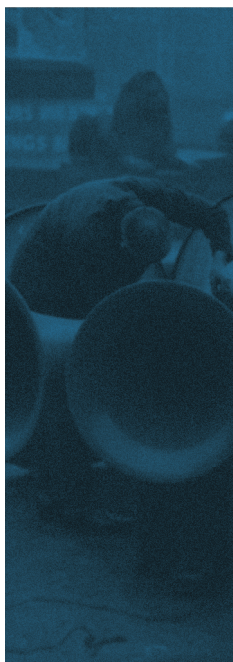
Ante los debates sobre cómo rentabilizar lo que se brinda gratis para públicos masivos y cómo reemplazar el ingreso de los medios editados en papel, hay que observar que la fidelización puede ser una buena estrategia.

D'Atri agrega que:

Está ocurriendo un proceso muy dinámico, donde cada una de las empresas está en diferentes estadios que dependen de economías previas. Los medios rápidamente se dieron cuenta de que aquellas fuentes principales de ingresos del negocio tradicional—los clasificados y las publicidades de autos, la búsqueda de personal, la búsqueda de inmuebles—no podían perderse. *Clarín* ha desarrollado un sitio de inmuebles que lleva a unos niveles de ingreso muy importantes.

Gastón Roitberg, editor de *La Nación*, comparte la importancia de resguardar sectores del negocio tradicional, como los avisos clasificados, y lograr la fidelización de los públicos:

En cuanto a modelos de negocios, están los clasificados *online*. Los medios invierten mucho en sitios de comercio electrónico (*La Nación* invirtió 32 millones de dólares en la suya), porque los medios vivían de tres factores: publicidad, venta y clasificados. Todos los factores están en baja, pero la amenaza más grande hasta ahora se dio en los clasificados. Otro modelo de negocios es el Club *La Nación*, que fideliza lectores por un lado, y nos vincula con otras entidades a modo de red, por el otro.





De forma más general, el gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín, Martín Etchevers, observa que los medios generalistas han fracasado en la intención de cobrar por suscripción a sus lectores y están buscando nuevos formatos y soportes que permitan sostener nuevos modelos de negocios como, por ejemplo, con las *tablets*. Agrega que espera que puedan desarrollarse algunas oportunidades de nicho para compensar la inversión en contenidos, pero esto está en etapa de análisis y prueba.

Ariel Barlaro, director de *NexTV Latam*, es más escéptico en relación al modelo de negocios del entorno digital:

Todo esto (la digitalización) pone en jaque conceptos tradicionales.

Todos quieren la gratuidad pero nadie se pregunta cómo se pagará por la producción de contenidos. Hay opciones problemáticas: o se ensancha tanto el consumo que genera ingresos por nuevas suscripciones a servicios existentes y a nuevos servicios, o se amplía la torta publicitaria (lo que es difícil porque el porcentaje destinado a publicidad sobre ingresos en las empresas es siempre estático, y en todo caso acompaña el crecimiento general de la economía), o baja significativamente la calidad del producto y de los contenidos, o algunos medios van irremediablemente a morir, o bien el Estado se hace cargo de la construcción de infraestructuras promoviendo nuevas cadenas de valor, o el Estado también se hace cargo de subsidiar la comunicación de ciertos grupos, asignando ciertas prioridades. Esta última opción obviamente fuerza a cambiar el concepto mismo de la comunicación, si se legitima la intervención del Estado para asegurar la comunicación de algunos grupos.

En suma, los medios de comunicación reconocen el impacto que la digitalización ha tenido (y que tendrá en el futuro) sobre su modelo de negocios, por lo que están

tratando de concebir estrategias superadoras para el nuevo entorno. Hasta ahora, no obstante, dichas estrategias no son coincidentes entre los diferentes medios y carecen de un enfoque claro.

## RUTINAS PRODUCTIVAS A PARTIR DE LA DIGITALIZACIÓN

Una investigación de la Universidad Austral (2008) acerca de las fuentes periodísticas determinó que la gacetilla es la forma más utilizada para producir un artículo, en detrimento de las entrevistas y las llamadas telefónicas, lo que explica por qué gran cantidad de periodistas pasan hoy tantas horas en las redacciones. Esto lleva a que

la mayoría de las investigaciones señalen que un 70% de la actividad informativa proviene de la acción de las relaciones públicas, porcentaje que ha sido confirmado por los trabajos que analizaron la influencia de las fuentes y las oficinas de prensa en las noticias. En Argentina, una investigación sobre calidad periodística de la Universidad Católica Argentina (De la Torre, 2004) concluyó que el 59% de las noticias analizadas provenía de informaciones entregadas o producidas por la fuente, mientras

que solo un 27% se originó por iniciativa de los propios periodistas.

Mientras que el advenimiento de la digitalización en la producción de las noticias supuso notables cambios en las formas y relaciones laborales (que incluyeron la desaparición de ciertos oficios), el surgimiento del periodismo *online* provocó no solo cambios en el ejercicio de la profesión sino también en la generación de nuevas plataformas de medios. Al mismo tiempo, esto implicó transformaciones en la relación entre los periodistas y sus audiencias. Incluso, si los periodistas no interactúan con sus audiencias directamente, varios han manifestado que siguen con interés los comentarios que se hacen a sus notas en las ediciones *online*. Finalmente, el modelo de negocios de la prensa escrita tradicional se ha visto desafiado sin que hasta ahora,

La digitalización ha afectado los modelos de negocios de los medios analógicos, principalmente porque ha generado la disponibilidad de gran cantidad de contenidos e información sin costo alguno para los usuarios.

como señala Luis Albornoz,<sup>1</sup> emerja un nuevo modelo que se generalice de forma rentable para las noticias *online*.

Dardo Fernández, director del portal Diarios sobre Diarios, recuerda que el inicio del proceso de la digitalización en la prensa argentina coincidió con la emergencia y la consolidación de los grupos multimedia:

Son dos procesos paralelos y, para nosotros, no escindibles, aunque distintos. Esto configura un enorme desafío para el periodismo y para los periodistas: cambia la forma y los contenidos a la vez que las empresas se transforman y el sistema de medios cambia. En Argentina se da, así, una diferencia con respecto a otros países donde primero se constituyeron los grupos multimedia y luego se produjo la digitalización.

Como señala Fernández, la coincidencia de ambos fenómenos dificulta discernir el verdadero origen de las profundas transformaciones que ha sufrido el periodismo en los últimos veinte años. En este trabajo nos centramos en los cambios vinculados al proceso de digitalización. Para eso clasificaremos las innovaciones en tres categorías: aquellas relacionadas con el mundo profesional del periodista, las que atañen al contenido y los formatos, y finalmente las nuevas formas que adquiere la relación entre los periodistas y su audiencia.

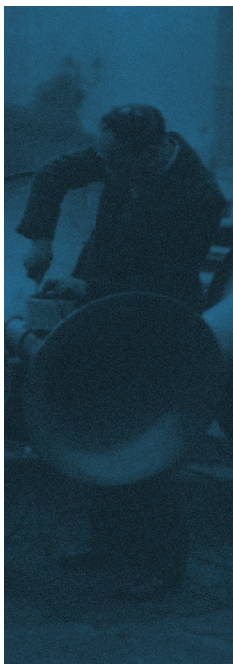
Con relación a los cambios profesionales, las implicancias van desde el tipo de trabajo, pasando por conflictos intergeneracionales, hasta problemas de flexibilización y falta de habilidades. En términos generales, Juan Mascardi indica que:

Las modificaciones de las rutinas productivas generadas por la digitalización de los procesos de comunicación, han producido nuevos perfiles

y nuevos escenarios profesionales. Estas han transmutado disciplinas gestando nuevas figuras dentro del quehacer de la comunicación periodística, como el infógrafo, diseñador interactivo, director de contenidos, el gestor de contenidos televisivos, editor de boletines digitales. También han aparecido nuevos espacios y especialidades de la mano de los cambios de los modos de producción y de gestión, pasando de modelos centralizados a distribuidos y colaborativos, surgiendo modos alternativos tanto en temáticas como en estructuras organizativas: periodismo participativo, periodismo social, periodismo ciudadano, observatorios de medios.

Dichas transformaciones no podían realizarse sin conflictos. Un aspecto que han resaltado varias de las fuentes consultadas fue la competencia generada entre los periodistas “analógicos” y las nuevas generaciones digitales. Las resistencias al cambio y las disputas están a la orden del día. Dardo Fernández señala que esta cuestión se ha agravado en los últimos años por el proceso de unificación de las redacciones impresas y *online* que llevaron a cabo los diarios *Clarín* y *La Nación*:

Los periodistas ven como traumática la llamada “fusión de redacciones”: hay diferencias generacionales, de velocidad de manejo de competencias diversas por parte de las redacciones *online* y la tradicional, hay distintos horarios, una relación con el trabajo a distancia que es también diferente, la capacidad de manejo de distintos lenguajes a la vez (como edición de imágenes), también es un diferencial. *Clarín*, por ejemplo, tenía hasta hace unos años un promedio de



<sup>1</sup> L. Albornoz, *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*, Buenos Aires, La Crujía, 2007:59.

edad en su redacción de 45 años. Esta generación tuvo serias resistencias hacia lo *online* porque el periodista percibía que perdía autonomía de la edición de su material.

El periodista Omar Lavieri, de radio Continental, agrega lo siguiente:

Existe una brecha generacional entre los nativos digitales, aquellos que tienen entre 20 y 30 años, y están notablemente capacitados para hacer eso. En cambio, los de 30 para arriba tienen dificultades técnicas. Lo que marca también una diferencia con respecto a la digitalización es el hecho de que es más fácil para un periodista de 25 hacer una producción multimedia desde su celular, que para uno de 40 o 50.

La visión de Lavieri introduce otro cambio significativo, también señalado por varios de los entrevistados, que hace referencia a que las nuevas generaciones de periodistas incorporan la producción multimedia entre sus habilidades. En el entorno digital, donde las barreras entre los formatos gráficos y audiovisuales tienden a difuminarse, la capacidad para integrar todos los formatos implica una competencia que tiende a tornarse indispensable, especialmente para los periodistas jóvenes que procuran obtener su ingreso al mercado laboral.

Otra transformación de gran calado en el ejercicio del periodismo es la deslocalización, es decir, la pérdida de la redacción como lugar de trabajo único. Para Lavieri,

Uno de los principales factores es el teletrabajo, la ausencia del trabajador del lugar físico. Que por un lado libera y por otro rompe con la tradición de las ediciones controladas con un verticalismo de control enorme, piramidalmente. El hecho de poder escribir desde cualquier lado con un dispositivo digital, un teléfono celular, etc., y publicar casi en tiempo real ha cambiado el sistema de trabajo.

El periodista de *Página/12* Washington Uranga agrega que “gran parte de los periodistas trabaja a distancia. Con eso se pierde el espacio de la redacción como lugar de debate y de construcción colectiva”. Por su parte, José Natanson, periodista y analista político, aprecia cómo los cambios han afectado su propio desempeño:

Ya no voy a la redacción. Sin embargo, fui durante 8 años y atravesé el proceso de la digitalización. En el día a día se hace más fácil, Internet facilita mucho el trabajo. Antes necesitabas un dato específico y tenías que ir al archivo, que es un lugar que no existe más en el diario, una catacumba, un lugar con gente tapada de papeles y muy poco digitalizado. Hoy Google hace esa tarea por vos en un instante.

Otro aspecto que debe ser considerado es en qué medida el proceso de digitalización afecta la calidad de las noticias que se publican en los medios, cuestión que incluye varios factores. Un elemento mencionado por casi todos los entrevistados como absolutamente positivo es el incremento y la accesibilidad de fuentes. Esto se traduce en otro aspecto también positivo como el aumento de la base noticiable.

Otro factor observado por la mayoría de los entrevistados, pero que debe ser correctamente entendido, es la inmediatez en la circulación de la información. El aspecto positivo es que permite expandir el alcance de la información tanto a nivel geográfico (se dispone de más y mejor información de puntos alejados, a nivel nacional e internacional), como temporal, al permitir extender los horarios de cobertura. El gran desafío que presenta esta inmediatez es que si no se realizan los controles necesarios puede llevar a que se cometan graves errores informativos. Para muchos periodistas, la velocidad puede inducir a no verificar correctamente la información.



El editor en jefe de Clarin.com, Darío D'Atri, señala que:

Desde el punto de vista del periodista, evidentemente la cantidad de fuentes directas e indirectas que permite la digitalización ha tenido una multiplicación exponencial. Parece no haber límites cuando estás buscando información y sobre todo cuando se incorpora como hábito de trabajo el uso de las redes para el acceso a la misma. La conclusión es que es un elemento mucho más positivo que negativo. Es bueno tener una disponibilidad amplia de información. Desde el punto de vista de los periodistas, creo que es imposible no vincularse con las redes. No sé si hay casos de periodistas que realicen su trabajo sin apelar a las redes como fuente de información.

Por otra parte, Dardo Fernández y Omar Lavieri coinciden en observar la expansión de la base noticiable. El primero destaca que: “Los criterios de noticiabilidad han sido redefinidos por la velocidad de la convergencia digital y por la concentración multimedia. Combinadas, las dos tendencias producen una confusión generalizada sobre cómo actuar.” Más optimista se muestra Lavieri:

Lo que ha hecho la digitalización es expandir la base noticiable. Antes en la época del papel había que esperar a que se publicara el diario para tener cierta cantidad de noticias, todas las que se pudieran publicar. La digitalización ha incrementado la cantidad de noticias, al mismo tiempo que su irrelevancia. Antes las fuentes de información eran más acotadas: los diarios y los medios tradicionales se abastecían de agencias de noticias y de información propia. Hoy hay medios digitales que han logrado imponerse en la agenda y revelan situaciones que después los medios tradicionales toman, algo que hace cinco años no sucedía.

Además, Gastón Roitberg confirma los aspectos positivos de la digitalización y agre-

ga que en los formatos digitales se admiten otros criterios de calidad:

Si nos guiamos por los criterios de calidad de los medios tradicionales antes de la emergencia de Internet, podría argumentarse que hay una pérdida del “control de calidad”, porque se eliminan fases que antes se cumplían, al menos en los medios consolidados. Pero la cuestión de la calidad en los medios digitales no puede extrapolarse directamente de los criterios de los medios tradicionales. En Internet hay un criterio de calidad que es el *good enough*. Por ejemplo, en un medio escrito tradicional no se publica una fotografía si no tiene buena resolución (salvo excepciones); en el mismo diario digital si la fotografía agrega valor se la inserta en una serie, porque es lo suficientemente buena como para ser publicada aunque no cuente con la mejor resolución.

La digitalización ha contribuido a potenciar el vínculo entre los periodistas y sus audiencias, particularmente a través de las redes sociales. Según el periodista y conductor de radio Eduardo Aliverti:

El cambio más importante que he notado es cómo se interactúa con el oyente a través de *Facebook* y *Twitter*, y la velocidad con la que van llegando las noticias, al punto de que la intervención en estas puede llegar a condicionar el mensaje y cambiar el contenido de un programa dependiendo de lo que aparezca en la pantalla de la computadora. Esto se nota también en el caso de los equipos de producción: hace alrededor de tres años dejamos de grabar mensajes de los oyentes, ya que ahora llegan a través de las redes sociales.

Claramente, la audiencia tiene mucho para aprovechar de la digitalización, con la posibilidad de leer distintos sitios web, y comparar y contrastar la información. Según el columnista de *Página/12*, Mario Wainfeld:

Otro aspecto que debe ser considerado es en qué medida el proceso de digitalización afecta la calidad de las noticias que se publican en los medios, cuestión que incluye varios factores.

En Internet existe la posibilidad de que un público avezado y con competencias aproveche una mayor diversidad de contenidos. Por ejemplo, en el caso de *Página/12* existe la posibilidad de que muchos lectores en el interior del país que antes no recibían el diario por la mañana, ni tenían posibilidad de leerlo temprano, ahora accedan al contenido desde la primera hora, junto con contenidos de otros medios que tampoco llegaban o si lo hacían era tarde y de manera deficiente. Se amplía, así, el universo de lectores potenciales.



Sin embargo, los periodistas no aprecian la interacción con la audiencia como algo que contribuye a mejorar la calidad de la información que ellos producen. La mayoría coincide en que el público tiene más por ganar que los periodistas a este respecto.

## CONCLUSIONES

Todavía no se vislumbra un modelo de negocios estable para el mundo digital. Los medios están buscando opciones de financiamiento sin que hasta el momento ninguna resulte significativamente satisfactoria. Sigue predominando el financiamiento publicitario en los medios privados, aunque enfrenta problemas derivados de una tendencia propia a la dispersión de las audiencias del mundo digital.

En los últimos años, el Estado nacional se perfiló como un actor importante en el mercado de medios de comunicación, tanto por el uso de la publicidad oficial como factor de sustentabilidad de los medios como por su decisiva participación en el despliegue de la televisión digital y el lanzamiento de señales y canales propios.

Por su parte, la transformación de las rutinas productivas es notable y afecta al menos tres dimensiones clave de la organización del proceso de trabajo en las redacciones: las relacionadas con el mundo profesional; las que afectan contenido y formatos; y las que refieren al vínculo entre periodistas y audiencia/lectores.

El contexto de estos cambios resulta fundamental no solo como encuadre sino como factor de comprensión y, eventualmente, de explicación sobre sus sentidos. En efecto, a partir de 2008 se produjo en Argentina un giro en las políticas de medios (que los autores del presente texto hemos abordado

en otros trabajos con mayor profundidad), lo que condujo a serias transformaciones del sector. La digitalización resulta aun un proceso incipiente y poco significativo como motor de cambio. La promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), posiblemente la más visible de las herramientas de las políticas adoptadas a partir de 2008, tiene sus orígenes en un intento por regular y transformar el sector de los medios de comunicación. En este sentido, la LSCA es un paso adelante pero no es el marco más apropiado para facilitar la transición hacia el entorno digital.

Desde la irrupción del conflicto Gobierno-Grupo Clarín (desde 2008) se han producido nuevos alineamientos, con las grandes empresas de medios definidas por su rivalidad con el Gobierno, por un lado, y con un grupo emergente de pequeños radiodifusores y medios gráficos afines a la administración gubernamental, por el otro. En este realineamiento sobresale la adopción de la Ley mencionada en octubre de 2009.

En este contexto, la digitalización es más una herramienta que se utiliza en la pugna que un conductor de los cambios registrados en los últimos años. ●

## BIBLIOGRAFÍA

Albornoz, L., *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*, Buenos Aires, La Crujía, 2007.

Si bien al arribo del siglo XX la Ciudad de México era una pequeña localidad que no alcanzaba los 30 km<sup>2</sup> de extensión, en solo unas cuantas décadas—a partir de 1930—vivió una aceleración sin precedentes de la expansión territorial y del crecimiento demográfico, como consecuencia de la industrialización y la canalización hacia ella de las principales inversiones. Su dinamismo económico, cultural y político generó la atracción de fuertes corrientes migratorias que fueron factores decisivos en su acelerado crecimiento poblacional. Fue concebida, entonces, como espacio de inclusión y modernidad, plena de oportunidades de empleo, habitación, participación política y convivencia urbana: la generación masiva de empleos provenía de la pujante industria, el comercio y también del mismo desarrollo urbano. El modelo urbano de los años de crecimiento fue desarrollado por el *Estado de Bienestar* surgido de la Revolución que impulsó un imaginario político de redistribución a gran escala y de inclusión social a través de instituciones educativas y de servicios, el desarrollo de infraestructura, la legislación inquilinaria y civil, etc. No obstante las contradicciones del proceso, del hecho innegable de que buena parte de las tareas de urbanización fueron realizadas por los propios colonos, de que las zonas desfavorecidas, malequipadas y en situación irregular fueran numerosas y de que las formas clientelistas de integración política y territorial minaron las bases del desarrollo democrático, podemos reconocer—como lo hace Marie-France Prévot Schapira—, que las ciudades latinoamericanas que siguieron este modelo “constituyeron

lugares extraordinarios de integración y promoción social (...) conocieron en el siglo XX crecimientos urbanos únicos en la historia del mundo. Se generaron sentimientos de caos y desorden, pero también de vitalidad” (Prévot Schapira, 2001:35-36).

Fue justamente entre las décadas de 1920 y 1970 que se dieron los grandes momentos de desarrollo de la infraestructura cultural, período en el cual se produjo la institucionalización de una política cultural nacionalista, que multiplicó las instalaciones educativas y culturales, como museos, teatros, cines y monumentos, alentando el desarrollo de las artes para el fortalecimiento de la identidad nacional. En este marco y por la acción también de agentes privados, se fue conformando un sector de gran potencial para el desarrollo económico y cultural, con la proliferación de empresas de turismo, editoriales, compañías de televisión, cine y radio, agencias de publicidad y, recientemente, agrupaciones prestadoras de servicios de Internet.

A partir de la década de 1980, la reducción de los presupuestos públicos limitó la expansión de la infraestructura pública, perdiéndole el paso a una urbe que no paraba de crecer. Por otra parte, dado que el vertiginoso crecimiento urbano no fue producto de una cuidadosa planificación, no se acompañó por una expansión descentralizada de los servicios básicos y de la oferta cultural, de manera que el acceso a los mismos se ha dificultado para la mayoría de la población que reside lejos del centro y sur de la ciudad, que es donde se concentra el equipamiento. Con la excepción de salas de

El modelo urbano de los años de crecimiento fue desarrollado por el *Estado del Bienestar* surgido de la Revolución que impulsó un imaginario político de redistribución a gran escala y de inclusión social a través de instituciones educativas y de servicios, el desarrollo de infraestructura, la legislación inquilinaria y civil, etc.

Ana Rosas Mantecón

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA,  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
METROPOLITANA, MÉXICO

cine y bibliotecas, las delegaciones de más reciente metropolización muestran carencias notables en casi todos los rubros.

Entre las ofertas culturales y sus públicos potenciales se tienden no solo kilómetros de distancia, sino también otras barreras que ha traído consigo el caótico desarrollo urbano, como el congestionamiento vehicular, la violencia, el comercio informal en las calles que, junto con el mayor peso de los medios como la televisión y la radio en el tiempo libre de los habitantes, favorecen la desarticulación de muchos espacios tradicionales de encuentro colectivo y alimentan una creciente segregación social y espacial.

Las crisis recurrentes que caracterizaron el último cuarto de siglo, derivadas del cambio del modelo de sustitución de importaciones y de los desequilibrios del nuevo modelo de corte liberal, se agudizaron por el tránsito de la concentración urbana hacia una zona metropolitana pluricéntrica, desigual y segregada, con un incremento del sector informal, el desempleo, la pobreza, la criminalidad y un decremento del papel regulador del Estado. La fragmentación y la dimensión de la mancha urbana —que se extendió hasta rebasar los 1500 km<sup>2</sup>— han vuelto impracticable la interacción entre sus partes y evaporado la imagen física del conjunto, cuyas partes diseminadas son reconectadas solo por los medios. La imagen integradora de la ciudad parece ya no tener sentido y desde entonces se recurre cada vez más a la noción de *fragmentación* para caracterizar este nuevo orden. Esta noción asocia componentes espaciales (desconexión y discontinuidades), dimensiones sociales (repliegue comunitario, lógicas exclusivas) y políticas (dispersión de actores y autonomización de dispositivos de gestión y regulación urbana), lógicas de separación y nuevas *fronteras urbanas*, que debilitan

las formas de incorporación a la ciudad del período del Estado Benefactor (Smith y Williams, 1986, en Prévot Schapira, 2001:34-35). Mientras los pudientes se confinan en áreas cerradas y protegidas (ubicadas en zonas privilegiadas desde el punto de vista geográfico y natural), bien comunicadas con el mundo exterior, la segregación de los más pobres significa, por el contrario, falta de servicios y equipamientos elementales, grandes distancias al trabajo y a lugares de esparcimiento, así como deficientes comunicaciones (Esquivel, 1995:306-307; Salazar, 1999:35-36).

A la decreciente acción estatal en el campo cultural, en el marco de las políticas de privatización y de adelgazamiento del aparato gubernamental, le ha correspondido una creciente participación de empresas privadas, fundamentalmente de corporaciones nacionales y transnacionales de cultura y entretenimiento, alentadas por la apertura para las inversiones transnacionales y por las políticas de desregulación económica implantadas desde finales de la década de 1980. Al mismo tiempo, con limitaciones tecnológicas y económicas, pequeños y medianos empresarios, grupos de artistas y organizaciones sociales continuaron participando en forma mesurada en ciertas actividades, impulsando propuestas alternativas o marginales, que sobreviven con dificultad a la creciente lógica mercantilista que priva en el área cultural (Nivón, 2009:12).

Los desafíos que enfrenta la ciudad pueden apreciarse también como oportunidades para revitalizar la participación y la organización ciudadanas. Cuando los Estados-nación pierden capacidad de gestión de lo público, las ciudades resurgen como escenarios estratégicos para el avance de nuevas formas de ciudadanía con referentes más concretos y

manejables que los nacionales y globales. Así, lo que se escapa del ejercicio ciudadano en estos ámbitos pareciera recuperarse, en cierta medida, en las arenas locales vinculadas a los lugares de residencia, trabajo y consumo, que se convierten en espacios de “ciudadanía practicable”, como lo han señalado Holston y Appadurai.

La ponencia analiza proyectos –uno del gobierno de la ciudad y otros de la sociedad civil– que trabajan con grupos marginales en áreas urbanas conflictivas y que han recurrido al acceso cultural y la creatividad como medios para enfrentar la exclusión, la violencia y los lazos sociales debilitados. Los tres ejemplifican buenas prácticas en la búsqueda del desarrollo cultural.



#### DE LAS CIUDADANÍAS RESTRINGIDAS A LAS CIUDADANÍAS PRACTICABLES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Los primeros proyectos que expondré son desarrollados en el Centro Histórico, donde se encuentra la mayor concentración de monumentos prehispánicos y coloniales, no solo de México, sino de América Latina. Además de restos arqueológicos y edificaciones históricas, alberga varios de los museos más importantes, teatros, cines, salas de espectáculos, casas de cultura, parques, monumentos y plazas. Se trata de un territorio que condensa seis siglos de historia urbana y que, no obstante la multiplicación de numerosos subcentros en la ciudad capital, continúa siendo el punto de referencia simbólico, político y comercial por excelencia. Desde mediados del siglo XX ha venido perdiendo población de manera que su historia es la de vastas construcciones habitadas por ricos moradores, que cedieron el paso a inquilinos cada vez menos afortunados. Desde los sismos de 1985 se han impulsado en la zona diversos proyectos de regeneración urbana que han buscado atraer a pobladores de clase media y media alta, pero la recuperación poblacional ha sido muy lenta y muestra retrocesos, al grado que el 75% del espacio físico está deshabitado,

utilizado como bodegas o simplemente vacío. Esto no obsta para que en el día sea una de las zonas multiculturales más concurridas de la metrópoli: acuden a él diariamente un promedio de 2 millones de personas (indígenas, coreanos, chinos, árabes, judíos, población de todo el país). Esta intensa vida diurna y abandono nocturno favorece el hecho de que dentro de él se encuentre la zona con los más altos índices de violencia de la ciudad.

*Territorios de Cultura para la Equidad* es una iniciativa civil *postfeminista* (cuestionan el victimismo en la organización política feminista tradicional) que desde 2005 trabaja con mujeres con *ciudadanías restringidas*, excluidas de los beneficios del desarrollo macroeconómico, del arte culto y de la expresión artística. Ha priorizado como estrategias el reconocimiento, ejercicio y defensa del derecho a la cultura, la recreación y el goce de las artes, con proyectos que abren espacios:

- Para el acceso a las ofertas culturales.
- El impulso a la creatividad.
- El encuentro *disfrutable* entre las participantes en la búsqueda compartida de inclusión, revaloración personal y social, así como reconocimiento y respeto a las diferencias.

Voy a relatar tres de los proyectos que han desarrollado en el Centro Histórico de la Ciudad de México con la mira en que se convierta en un territorio público de cultura conquistado por la ciudadanía. El primero de ellos es “De Museos, Mujeres y Monederos”, desarrollado durante 2007. A través del financiamiento de organismos oficiales y empresariales convocaron a “cuarenta mujeres de extracción económica disminuida y de muy distintas edades (sexo-trabajadoras ancianas en retiro, jóvenes estudiantes, activistas de ONGs y mujeres policías) para pasar juntas buenos momentos” conociendo las vidas y los oficios de mujeres del mundo de las artes (una bailarina de danza contemporánea, una pintora, una fotógrafa, una chef, una historiadora de arte y una investigadora sobre museos y género) y visitando



museos, cantinas y espectáculos del Centro Histórico en un taller llamado “Disfrutarte” cuyos trabajos se plasmaron en el montaje de una exposición temporal de monederos en el Museo Interactivo de Economía (MIDE), que abordó el tema de la violencia de género y la autonomía económica. Fue su aporte a la Campaña “16 días de Activismo contra la Violencia hacia las Mujeres” que año tras año se organiza en la Ciudad de México y en muchas otras ciudades del planeta. Para no olvidar la experiencia, realizaron un multimedia que recoge testimonios de las participantes así como reseñas, fotografías, música y documentos de referencia ([www.territoriosdecultura.org.mx](http://www.territoriosdecultura.org.mx)) y el grupo continúa encontrándose hasta la actualidad una vez al mes.

En 2008, el proyecto “Mujeres Policías en el Centro” tuvo como objetivo conocer y difundir las condiciones de vida y laborales de las policías que trabajan en el Centro Histórico. Se buscó construir puentes de diálogo con la ciudadanía en torno a la mejora de la seguridad pública y la cultura de la no violencia, dada la ruptura existente por la corrupción e impunidad. El proyecto se desarrolló durante nueve meses continuos y consistió en:

- Recorridos por recintos y museos del Centro Histórico, “para poder aprender y gozar de las distintas épocas de la historia del país, poniendo énfasis en la participación social y política de las mujeres de antaño y de la actualidad”.
- Se les impartió a cuarenta policías participantes un taller de Creatividad para la Escritura “El Cuerpo del Delito: Policía y Género”, con “el propósito de provocar el uso del lápiz y el papel para que las participantes expresaran sus motivaciones personales y experiencias policíacas”.
- Sesiones de retratos fotográficos para registrar su vida cotidiana, dándoles la posibilidad de elegir cómo y en dónde querían retratarse.

Los productos finales fueron la publicación de un libro con relatos, escritos por las policías, la investigación antropológica sobre

este grupo social y el trabajo fotográfico. Se montó una exposición fotográfica a un costado de la Catedral que permitió visualizar a las mujeres policías como sujetas de derechos y sensibilizar a la población acerca de una cultura de diálogo y no agresión entre policías y ciudadanía. Esta exposición fue trasladada y exhibida posteriormente en el Museo de la Policía.

El proyecto “De la Vía Pública a la Vía Láctea, pasando por Pino Suárez”, desarrollado durante 2009, tuvo varias actividades, una de ellas enfocada a cuarenta trabajadoras de limpieza de las vías públicas

del Centro Histórico. Los objetivos fueron similares a los del proyecto anterior, buscando favorecer el reconocimiento y ejercicio de sus derechos culturales, generar espacios de convivencia, así como visibilizar y dignificar el trabajo que realizan, para provocar cambios en las conciencias y actitudes de la gente que transita por la zona, particularmente la población joven. “Queríamos saber quiénes eran, cómo sobrevivían ante tanta adversidad, qué encontraban al barrer con esas miradas ancladas al suelo, invitarlas a mirar hacia arriba, hacia adentro, hacia el universo”. Visitaron museos, la Ciudad Universitaria, cantinas y teatros, pasearon en el tranvía turístico y en los ciclotaxis ecológicos, participaron en encuentros semanales de talleres de danza, música y escritura. El libro resultante muestra la experiencia, combinando fotografías con las narrativas de las propias trabajadoras del barrido. “Es una invitación para volver a confiar en la ciudadanía, en las mujeres de este país, en la cultura y la recreación, en otras maneras de seguir luchando contra la violencia lacerante de todo tipo, a favor de la justicia y la dignidad”.

## CONARTE

Consorcio Internacional Arte y Escuela, A.C. (CONARTE) es un organismo de la sociedad civil que, junto con otras instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, se propone impulsar la enseñanza del arte en la escuela pública, la formación de nuevas capacidades creativas, expresivas y de auto

Se buscó construir puentes de diálogo con la ciudadanía en torno a la mejora de la seguridad pública y la cultura de la no violencia, dada la ruptura existente por la corrupción e impunidad.

reconocimiento entre niños y jóvenes, con el fin último de contribuir a la formación del nuevo capital intelectual y cultural que México requiere para dinamizar su inserción en el mundo, a la vez que conformar una sociedad más equitativa, sensible e incluyente. Concibe al arte como un recurso fundamental para la educación integral de todas las personas, no solo para quienes desean ser artistas. Busca contribuir a la equidad, acortar la brecha que separa a la escuela de las transformaciones culturales contemporáneas, al contrarrestar los nuevos analfabetismos estéticos, dotando a niños y jóvenes de nuevas capacidades de apreciación cultural y ampliando sus habilidades comunicativas y expresivas a través de los lenguajes artísticos. Se trata de enfrentar la actual exclusión de millones de mexicanos de la vida cultural, detectando talentos y creando públicos para las artes.

Para ello CONARTE promueve la recaudación de fondos para poner en marcha sus programas. Sumando esfuerzos con la Secretaría de Educación Pública (SEP) ha impulsado programas como “Aprender con Danza”, “Formación de Formadores”, “Arte, Medios y Redes Tecnológicas”, “Arte en la Escuela” y “Diálogo intercultural a través del Arte”. Por las limitaciones de tiempo, abordaré solo algunos de ellos. “Aprender con Danza” es un programa implantado en 22 escuelas primarias y secundarias del Centro Histórico. Con un innovador concepto de la enseñanza de la danza para niños (no es clásica, contemporánea o folklórica), trabaja a partir de la alfabetización del movimiento y de la escucha musical. Basándose en una estrecha relación entre música y movimiento para crear un estado de ánimo y de atención para el aprendizaje, busca desarrollar habilidades de movimiento, escucha, participación y construcción individual y colectiva, con respeto a las diferentes capacidades. Organiza pequeños y grandes montajes escolares a fin de fomentar la convivencia entre maestros, padres de familia y comunidad. La clase es una vez a la semana para todos los grupos de 4° a 6° grado de primaria y 1° de secundaria, el último justamente el de mayor deserción

escolar y que coincide con la edad en la que muchos jóvenes empiezan a delinquir. Los maestros son capacitados permanentemente por CONARTE con el apoyo del *National Dance Institute de Nueva York*, a través de una formación especializada en los lenguajes artísticos, pero también de pedagogía para la escuela, la cual ha sido enriquecida con la práctica, el ambiente escolar y la cultura urbana y tradicional de México.

“Arte en la escuela” se propone extender la educación por el arte a toda la comunidad escolar, incluyendo a los padres de familia,

*“Arte en la escuela” se propone extender la educación por el arte a toda la comunidad escolar, incluyendo a los padres de familia, posibilitando su acercamiento a la obra de reconocidos artistas que visitan las escuelas.*

posibilitando su acercamiento a la obra de reconocidos artistas que visitan las escuelas. Dentro del Programa “Formación de Formadores” destaca un subprograma contra la violencia en la escuela que busca promover mejores formas de convivencia y aprendizaje a través de una metodología que conjuga psicología, educación intercultural y danzaterapia, impartido a artistas y maestros de aula. A partir de 2009, CONARTE abrió “La Nana. Fábrica de las Artes”, como un

espacio para la comunidad del Centro Histórico, sino también para formar y actualizar a los profesionales y a los maestros de aula en el ámbito de la danza y la música. Ofrece asimismo talleres de artes circenses, danza, música, canto, piñatas, etc.

Sus labores se han venido expandiendo, de manera que entre 2006 y 2009 ha beneficiado a poco menos de 60 mil personas. En 2007, CONARTE solicitó una evaluación del Programa “Aprender con Danza”. Se realizaron pruebas psicométricas y psicomotrices al inicio y al término del Ciclo Escolar a los alumnos de 4°, 5° y 6° grado de una escuela experimental y otra de control. Los resultados de la evaluación demostraron que los niños con educación artística tuvieron mejoras en las habilidades motrices y de percepción (coordinación espacial, rítmica, atención y escucha musical), cognitivas (aritmética, razonamiento verbal, formación de conceptos) y sociales-comunicativas (autoconcepto académico, cohesión grupal). Fue claro que la educación con el arte incidió significativamente en el mejoramiento del ambiente

escolar, en cuanto a disminución de violencia, aprendizaje del trabajo en equipo, mayor disposición para el aprendizaje e incremento de la autoestima.

## ARTES Y OFICIOS EN LAS PERIFERIAS URBANAS

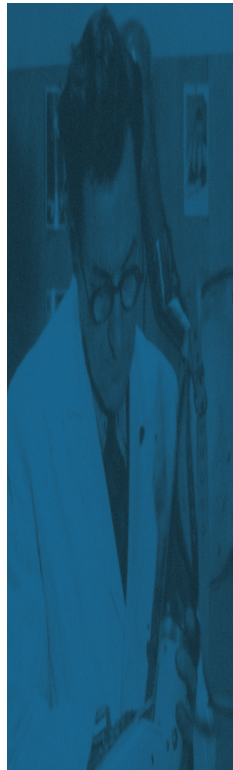
Pese a los cambios derivados de la discusión internacional sobre las políticas culturales y de los procesos internos de democratización, fue hasta finales del siglo XX que el primer gobierno electo por la población de la capital discutió de manera profunda el sentido de su accionar público en la cultura.<sup>1</sup> El momento era privilegiado pues la inauguración del gobierno autónomo del Distrito Federal exigía la creación de instituciones propias que le dieran un perfil específico. Adicionalmente, el hecho de que un partido ajeno al gubernamental (Partido Revolucionario Institucional, PRI) se haya alzado con el triunfo (el izquierdista Partido de la Revolución Democrática), abrió expectativas optimistas sobre el cambio y la generación de nuevos modos de gobernar.

El punto inicial en torno al cual se estructuró su agenda fue el combate a la exclusión de una parte de los habitantes de la ciudad del acceso a los bienes culturales:

lo primero a que nos abocamos fue a tratar de romper esa vieja estructura que atiende antes a los que pueden pagar, luego a los que están ya convidados socialmente a la fiesta de la cultura y después, o nunca, a los millones de vecinos que carecen de la formación básica que les permita

imaginarse siquiera a sí mismos como consumidores de la muy grande oferta cultural de nuestra urbe.<sup>2</sup>

Reconociendo que la inequidad en el acceso a la cultura se manifiesta tanto en la concentración de los equipamientos culturales como en la desigualdad en cuanto a la formación artística y cultural, se propuso responder a un doble reto: invertir en infraestructura, tanto para mantener la existente como para mejorar su distribución en el



territorio, pero igualmente atender las tareas de formación de públicos, esta última largamente descuidada por el gobierno federal.<sup>3</sup> Adicionalmente, en la búsqueda de facilitar el acceso a los espectáculos a los ciudadanos de diferentes rumbos de la ciudad, se instauró un servicio nocturno de transporte público.

El proyecto de la *Red de Fábricas de Artes y Oficios* constituye una apuesta artística y comunitaria de carácter público, originada por este primer gobierno electo del Distrito Federal. El *Faro de Oriente* se inauguró en 2000 en Iztapalapa, la delegación más poblada de la ciudad (el 20% de los migrantes reside ahí), una de las zonas más conflictivas y pobres, con deficiente infraestructura cultural, puerta de entrada de las drogas a la urbe, con pandillas armadas por el narcotráfico. El *Faro* se construyó en lo que fue una

bodega abandonada y ha funcionado desde entonces como área neutral en medio de enfrentamientos territoriales entre distintas bandas. En los años subsiguientes surgieron cuatro más en zonas igualmente conflictivas, de pobreza, de escaso o nulo acceso a la

<sup>1</sup> En 1997 se eligió al primer jefe de Gobierno del Distrito Federal (hasta entonces era designado por el presidente de la República) y en 2000 a los primeros “Delegados”, especie de alcaldes de las 16 circunscripciones de la capital.

<sup>2</sup> “Palabras del director general para el Primer Aniversario del Instituto de Cultura de la Ciudad de México”, *Culturama* (página web del Instituto, ahora desaparecida).

<sup>3</sup> Se hicieron cuestionamientos de fondo a la educación pública por haber dejado de atender la formación artística y humanista, y la valoración del idioma. En contrapartida, se desarrollaron programas de fomento a la lectura, de acercamiento al cine, programas formativos para los gremios teatrales y para la generación de públicos a través del conocimiento de la riqueza universal del teatro, etc.

producción cultural de la gran metrópoli: los *Faros de Tlahuac* y *Milpa Alta* en el extremo sur, el *Faro de Cuauhtepac*—reubicado y llamado después *Faro de Indios Verdes*— y el *Faro de Ecatepec* conocido como *Faro del Viento* (este último una réplica del proyecto de la red pero dentro de la Secretaría de Cultura Municipal de Ecatepec, Estado de México).

El modelo *Faro* se constituyó desde el principio como un proyecto tridimensional: de *desarrollo urbano* a través de la formación de centralidades públicas con el tema cultural como prioridad; de *formación cultural y laboral*, teniendo como base talleres de oficios y de creación artística. En tercer lugar, son espacios de *oferta cultural* (con servicios y programación permanente en espacios escénicos, galerías, bibliotecas, centros de documentación, ludotecas, salas de computadoras e Internet, libroclubes, etc.). El modelo de acción tiene como base el principio de unión entre las artes y los oficios, como dos elementos que se entretajan en una misma actividad: el desarrollo del arte pasa por aprender una técnica, para luego desarrollar el hecho creativo. A través del aprendizaje de oficios (carpintería, escenografía, iluminación, herrería, nuevas tecnologías, lenguaje sordomudo, diseño y costura de vestuario, vitrales, papel hecho a mano, hidroponía, horticultura, jardinería, etc.) y talleres de arte (teatro, música, literatura, danza, pintura, fotografía, escultura) se busca proporcionar actividades que representen formación, reconocimiento y retribución económica a los asistentes; igualmente se busca alentar el diálogo con la comunidad artística a través de residencias y experiencias de servicio comunitario.

Para convertir los *Faros* en espacios de libertad, seguridad y expresión, los talleres funcionan de manera abierta y flexible: no es obligatoria la inscripción ni la asistencia, no se emiten calificaciones. En un principio se pensó en los jóvenes como primer sujeto de atención. Sin embargo, también se han acercado padres y niños para los que se han desarrollado talleres específicos. Muchos de los jóvenes que acuden están sin empleo,

seguro social, acceso a la educación pública o a un servicio de salud. Se han apropiado del espacio y pasan en él todo el día en las actividades formales o simplemente leyendo, jugando y socializando.

El impacto de la labor de los *Faros* trasciende la comunidad circundante: hay trabajos artísticos que nutren desfiles y festividades comunitarias, formación de cuadros de activistas que han generado asociaciones y colectivos culturales (varios de ellos en el

Centro Histórico), legitimación de producciones culturales marginales, como graffiti urbano, a través de exposiciones en museos de la producción artística de los talleres (durante 2008, la Exposición Nacional Itinerante de Arte Urbano *Las calles nos están diciendo cosas*).

Cabe señalar que la relación de los *Faros* con las autoridades metropolitanas no ha estado exenta de conflictos, tanto por problemas presupuestales como por la designación de funcionarios (la experien-

cia comunitaria y de apropiación ciudadana del *Faro* ha derivado en mayores demandas de participación en la toma de decisiones).

Para convertir los *Faros* en espacios de libertad, seguridad y expresión, los talleres funcionan de manera abierta y flexible: no es obligatoria la inscripción ni la asistencia, no se emiten calificaciones.

## MODELOS DE CIUDADES CREATIVAS

Los proyectos que expuestos brevemente muestran modalidades diferentes al modelo de *Ciudades Creativas*, impulsado en ciudades como Barcelona, Bilbao, Miami o Nueva York y que fue agudamente delineado por Richard Florida. A la par del reconocimiento de sus éxitos, ha sido también cuestionado por propiciar gentrificación y segregación. Carles Guerra ha señalado cómo en Barcelona se dio prioridad a la puesta en valor del suelo por encima del bienestar humano (Carles Guerra, 2007:152) y a conclusiones semejantes llegaron en sus análisis Andrew Ross (2003) sobre el caso de Nueva York y George Yúdice (2008) en torno a Miami; esta ciudad fue catapultada como ciudad global por el impulso de las industrias de la moda, el entretenimiento, las comunicaciones, pero en medio de agudas tensiones raciales y de clases que el reconocimiento retórico de la diversidad no ha podido resolver.

Los proyectos de *ConArte*, *Territorios de Cultura para la Equidad* y la *Red de Faros* coinciden en reconocer la relevancia del impulso a la creatividad para la regeneración urbana, pero la articulan a políticas de inclusión que buscan restaurar el tejido social, generar espacios para la sociabilidad y, como ha señalado la Comisión de Cultura y Desarrollo de la Unesco, en su informe *Nuestra Diversidad Creativa*, recurren a la cultura para inventar nuevas formas de organizarse en sociedad y crear nuevos sentidos. Se trata de un modelo que ha sido aplicado en diversas ciudades latinoamericanas, como Medellín y Bogotá que desde mediados de la década de 1990 impulsaron iniciativas culturales para mejorar la sociabilidad, revertir el deterioro de lo público y enfrentar la creciente inseguridad y violencia. Su apuesta al desarrollo cultural como eje rector para la reestructuración del tejido social ha probado ser eficiente en términos de disminución de las tasas de criminalidad, aumento de los indicadores de calidad de vida así como de la transformación de valores y códigos para la convivencia y el diálogo entre los diversos.

Se trata de iniciativas que amplían la noción de *clase creativa* (con políticas dirigidas no solo hacia los creadores formales sino para todos los ciudadanos), en consonancia con la discusión impulsada por la Unesco<sup>4</sup> sobre la necesidad de que las políticas culturales ocupen un lugar central en las políticas públicas. Esta perspectiva ha implicado cambios notables en sus mecanismos de definición, pasando de considerar no solo a los artistas profesionales como los agentes clave de las políticas, sino también a los creadores no profesionales y comunitarios.

Una de las mayores dificultades que enfrenta este modelo es el haber sido aplicado en condiciones de emergencia, ante el fracaso de los programas de seguridad y en ocasiones la militarización del espacio público. Esto ha

tendido a favorecer un uso meramente instrumental de la creatividad, menospreciando su dimensión simplemente experimental y depositando en ella expectativas que de manera aislada no pueden ser cumplidas. Su mayor reto está en la continuidad, ya que se trata de apuestas cuyo fruto rinde en el mediano y largo plazos. Tal continuidad es frágil, depende de una permanente búsqueda de recursos y de posibilidades de negociación con un conjunto muy variado de instituciones. En los casos analizados, la dependencia en diversos grados de los financiamientos públicos fragiliza su autonomía operativa y sus propuestas programáticas, que obedecen a lógicas que no son las dominantes: apuestan, por ejemplo, a la formación de públicos como proceso permanente y en el largo plazo, frente a la lógica política que favorece las políticas culturales más espectaculares y de mayor rédito e imagen mediática (el caso del *Museo Nómada* que atrajo en tres meses y medio más de 8 millones de visitantes). Por otra parte, fomentan el reconocimiento y defensa de los derechos culturales, a diferencia de la búsqueda gubernamental de legitimación por otorgamiento o concesión.

Constituyen ejemplos de buenas prácticas que vinculan la creatividad a la convivencia, a la reconexión de la ciudad fragmentada y también a la construcción de ciudadanía. Están decididas a dificultar la conversión de nuestras ciudades en áreas enteramente libradas a las fuerzas del mercado, a modificar el declinante papel del espacio público como lugar de encuentro, socialización y formación para convivencia con la diversidad. Se trata, en última instancia, de un conjunto de esfuerzos que dirigen sus energías a que podamos seguir practicando la urbanidad, precisamente definida por Jerome Monnet como el arte de vivir juntos mediado por la ciudad. ●



## BIBLIOGRAFÍA

- Esquivel**, M. T., (1995) “Dinámica socioespacial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y patrones de segregación 1980-1990”, en *Anuario de Estudios Urbanos*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México, núm. 2, 1995.
- Guerra**, C., “Macba, un museo formado en la adversidad”, en Ch. Esche y B. Steiner (eds.), *Mögliche Museen*, Colonia, Walter Koenig Buchverlag, 2007.
- Holston**, J. y A. Appadurai, “Cities and Citizenship”, en *Public Culture*; 8(2), 1996.
- Monnet**, J., “Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos”, en *Alteridades*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 6(11), 1997.
- Nivón**, E., “Planeación cultural, la asignatura pendiente. El caso del Distrito Federal en México” (en prensa), 2009.
- Prévot Schapira**, M. F., “Fragmentación espacial y social: conceptos y realidades”, en *Perfiles Latinoamericanos*, año 10, núm. 19, diciembre, México, FLACSO, 2001.
- Ross**, A., *No-Collar: The Humane Workplace and Its Hidden Costs*, Filadelfia, Temple University Press, 2003.
- Salazar**, C., *Espacio y vida cotidiana en la Ciudad de México*, México, El Colegio de México, 1999.
- Unesco**, *Nuestra diversidad creativa*, París, Unesco, 1996.
- Yúdice**, G., “Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?”, en *Alteridades*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 18 (36), 2008.

Marcela Rebón y  
Equipo de Investigación

INTEGRADO POR JOSÉ TASAT  
(DIRECTOR), PABLO MENDES  
CALADO (ANÁLISIS PRESUPUESTARIO),  
JOSÉ BASUALDO (ANÁLISIS ORGANIZA-  
CIONAL), SILVANO MARTINEZ  
(TRABAJO TERRITORIAL) Y LORENA  
FIORE (GRUPOS FOCALES)

## INTRODUCCIÓN

El presente artículo se enmarca en el Proyecto de Investigación Políticas Culturales de Gobiernos Locales. La elaboración del mismo tiene como objetivo dar cuenta del proceso de construcción del marco teórico conceptual realizado por el equipo de investigación conformado por docentes y graduados de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Actualmente el proyecto de investigación se desarrolla en el marco de las actividades del Instituto de Políticas Culturales “Patricio Loizaga” y cuenta con el apoyo de las unidades cooperación e investigación de la Universidad.

Cuando en 2007 se inició el proyecto, la propuesta consistió en abordar los modelos de gestión cultural que adoptan los gobiernos locales a partir del estudio de caso de municipios del conurbano bonaerense.

El objetivo planteado era indagar la factibilidad en la gestión de las políticas culturales de los gobiernos locales explorando los alcances del conocimiento en la identificación-formulación, gestión y evaluación de las políticas culturales de nuestra época.

En ese marco, se trabajó con conceptos de los diferentes modelos de gestión derivados de los comportamientos organizacionales,

se construyeron estructuras de análisis de políticas culturales y se indagó sobre los alcances de magnitud de beneficiarios directos e indirectos.

Entre 2007 y 2013 el proyecto se nutrió del trabajo de campo aplicado en municipios del conurbano y del interior de la provincia de Buenos Aires y en el 2011 se incluyeron municipios de la provincia de Salta.<sup>1</sup>

## CONTEXTUALIZACIÓN DE LAS POLÍTICAS CULTURALES DE LOS GOBIERNO LOCALES

En las últimas décadas, la interacción de factores locales, nacionales, regionales e internacionales afectó el contexto y la dinámica interna de los gobiernos locales, produciendo un proceso de transformación en relación a las funciones y roles que deben desempeñar.

Los municipios, a partir de la globalización de la economía, las tendencias a la integración regional, la reforma del estado nacional y las distintas crisis económicas recurrieron a formas alternativas para gestionar la ciudad y, al mismo tiempo, asumieron el rol de promotores del crecimiento de la economía a nivel local. Esto último implica que los gobiernos municipales abandonan su rol de meros prestadores de servicios urbanos

<sup>1</sup> En los años 2007 y 2008 se trabajó en los municipios de Avellaneda, Morón y Vicente López; en el segundo semestre del 2008 y 2009 en los municipios de Florencio Varela, Moreno y Tigre; entre 2010 y 2011 en Berazategui, San Fernando, Tres de Febrero, Pergamino y Olavarría, Gral. Pueyrredón (provincia de Buenos Aires) y Salta capital y Metán (provincia de Salta) y durante los años 2012 y 2013 en los municipios de Ituzaingó, San Martín y Hurlingham.

como recolección de residuos, el alumbrado y el ordenamiento del tránsito para ocuparse activamente del desarrollo económico y social de manera equitativa y ordenada.

En este escenario de revalorización de la esfera local, los gobiernos municipales han asumido mayores responsabilidades en el campo de la cultura. Han creado y jerarquizado las áreas culturales, han emprendido programas de acción cultural y han avanzado en la definición de políticas culturales vinculadas con la democracia y la perspectiva de derechos.

En el mundo actual, la política cultural de los municipios es esencial para la creación de elementos que promuevan la integración de la sociedad en torno a los conceptos de equidad y democracia dado que la misma tiene impacto directo en el sistema de valores, tradiciones y creencias de la sociedad así como también sobre los espacios de expresión y el patrimonio de la comunidad.

Bajo estos conceptos, la intervención estatal de los gobiernos locales en el campo de la cultura ha logrado tener una entidad propia, diferenciándose de otras políticas sectoriales a las que tradicionalmente se encontraba subordinada. Sin embargo, en términos de institucionalidad, la política cultural no cuenta con el mismo grado de consolidación institucional alcanzado, por ejemplo, por las áreas gubernamentales de educación, salud o en menor medida desarrollo social.

Las políticas culturales implementadas por los gobiernos municipales no se pueden analizar sin tener en cuenta este escenario, así como tampoco el proceso de democratización iniciado en la década de 1980.

La construcción del fortalecimiento progresivo y colectivo de las instituciones de la democracia se vincula de manera directa con el hacer de las áreas de cultura de los gobiernos, especialmente de los locales que, por ser el nivel de gobierno más cercano a la población, presenta mejores capacidades institucionales para favorecer la participación ciudadana y el acceso a la cultura.

Las estructuras del análisis y evaluación de las políticas culturales tienden a priorizar

la factibilidad presupuestaria en un tiempo determinado, como así también los alcances de magnitud de beneficiarios directos e indirectos. Pero también es prioritaria la atención sobre la manera de involucrarse y relacionarse con los actores que intervienen en el diseño, formulación y gestión de los planes y proyectos culturales así como también la identificación de una visión compartida por los equipos de las áreas culturales de los gobiernos locales que permita potenciar el logro de los objetivos.

### LA INSTITUCIONALIDAD DE LAS POLÍTICAS CULTURALES

La institucionalidad se refiere al sistema de capacidades de poder, recursos disponibles, legalidad y legitimidad y consolidación de la política con que cuenta una política pública y se relaciona directamente con las funciones y competencias que se asignan a los organismos responsables de ejecutar la política cultural del municipio.

Las capacidades institucionales de los gobiernos locales adquieren suma importancia en relación al desempeño y a la efectividad de las políticas para el desarrollo.

Estas capacidades definen la posibilidad de alcanzar los objetivos políticos, económicos y sociales propuestos por el gobierno municipal.

Existe un fuerte reconocimiento de la relación existente entre los objetivos políticos de un determinado gobierno y el arco de las posibilidades de acción, que es función directa de la tarea de construcción institucional que se lleve a cabo. Esto remite a que tanto el alcance como la efectividad del logro de cualquier política pública dependa en forma directa de las capacidades institucionales que puedan ponerse en juego (Palermo, 1998).

La consolidación de las capacidades institucionales o la institucionalidad se manifiesta a través de leyes u otras normativas así como también en las reglas de juego informales que definen las capacidades de poder y los recursos con que cuenta una organización para efectivizar sus funciones y competencias.

En las últimas décadas, la interacción de factores locales, nacionales, regionales e internacionales afectó el contexto y la dinámica interna de los gobiernos locales, produciendo un proceso de transformación en relación a las funciones y roles que deben desempeñar.



En conjunto implican cierto ordenamiento de los recursos humanos, financieros, técnicos para, en este caso, promover una gestión factible y responsable en los municipios.

Un aspecto central en esta dimensión de análisis son las reglas de la administración pública que regulan el funcionamiento del aparato estatal, los procedimientos administrativos, la conformación y cambio de las estructuras organizativas y la inclusión de recursos humanos profesionalizados.

Así, cuando se hace referencia a la capacidad de las instituciones, se trata del modo en que la definición de roles y funciones, los procedimientos administrativos y los recursos humanos disponibles permite hacer frente a los problemas de gestión que se presenten (Repetto, 2003).

La consolidación del proceso de institucionalización de las políticas culturales en América Latina puede situarse en la década de 1960, en el marco de una transformación del esquema económico mundial basado en el desarrollo y la alianza para el progreso. Esta transformación fue acompañada en la mayoría de los países de la región por una serie de reformas del aparato del estado (básicamente administrativas) que incluyeron la institucionalización de las políticas culturales a nivel nacional.

En términos generales, esta institucionalización consistió en la agrupación bajo una misma organización estatal de los distintos dispositivos y organizaciones nacionales a través de las cuales se materializaban las acciones en materia de cultura por parte del estado, como teatros, bibliotecas, museos, entre otros.

Bajo el modelo francés del Ministerio de Cultura y Asuntos Culturales de 1959 y de la Unesco, órgano que vehiculiza la actividad de las Naciones Unidas en materia de educación y cultura, se crearon secretarías de Estado y ministerios nacionales que se estructuraron en función de tres grandes actividades propias de la política cultural: patrimonio,

artes y espectáculos y formación artística (Mejía, 2007).

La década de 1970 significó para el modelo institucional de las políticas culturales un período favorable para incorporación de nuevos contenidos en relación a la definición de los objetivos de la política cultural, a la formulación de políticas culturales nacionales

y al surgimiento de nuevos actores vinculados con el campo de la cultura. Así, se introdujo la idea de cultura como desarrollo humano, se plasmaron los primeros planes de desarrollo cultural y surgió la figura del gestor cultural (Mejía, 2007; Mendes Calado, 2006).

Más tarde, entrada la década de 1980, el tema que surge como eje principal para la estructuración de las políticas culturales es acerca de la identidad cultural. Además, en América Latina coincide con la apertura democrática en aquellos países que habían sido gobernados por dictaduras militares durante la década anterior.

En este período, las políticas culturales se orientan hacia el fomento de la participación de la ciudadanía en la vida cultural, procurando una mayor participación social. La identidad es concebida como un fenómeno histórico, de negociación permanente por parte

de toda la sociedad y se concibe la factibilidad de la unidad nacional a nivel político conjugada con la multiplicidad de pertenencias identitarias (Mendes Calado, 2006).

Todo esto tendrá una importante influencia sobre los gobiernos locales, identificados como el nivel de gobierno más cercano a la ciudadanía y por ende el que promueve las prácticas democráticas en mayor medida.

Por último, la crisis económica y fiscal de la década de 1990 llevó a los países de la región a implementar planes de reforma estructural que consistieron básicamente en la apertura de los mercados, la privatización de las empresas públicas de servicios, la reducción del aparato estatal y la descentralización de responsabilidades y funciones del gobierno central a los gobiernos provinciales y locales.



Esto último tendrá un fuerte impacto en la conformación y consolidación de las áreas de cultura de los municipios, dado que la descentralización llevó a los gobiernos locales a asumir nuevas funciones y a buscar nuevas alternativas para mejorar el desempeño de su gestión.

En este marco, las áreas culturales recibirán un fuerte impulso en cuanto a sus capacidades institucionales y adquirirán una mayor autonomía en relación a otras áreas sociales con mayor tradición en el ejecutivo municipal.

### LA GESTIÓN DE LA CULTURA COMO POLÍTICA PÚBLICA

La planificación de la gestión de las áreas culturales se transmite verbalmente, no existiendo soporte escrito al alcance de la investigación, como expectativas de logros posibles para un tiempo determinado, un trimestre, un año, un lustro, y sí observamos que la planificación se conceptualiza como el llenado de una agenda o el armado de un cronograma de actividades.

La sistematización de información generada en los propios procesos de desarrollo de las actividades eventuales y regulares del área cultural presenta escasa sistematización, concentrada en el orden de la magnitud (cantidad de eventos, de asistentes, de cursos) e inexistente en términos de procesos, productos y resultados.

Los objetivos de la política cultural no siempre son definidos con claridad; por lo general, se adhiere a un concepto amplio de cultura y objetivos difusos de las políticas culturales que se diluye ante la ausencia de un Proyecto Nacional de Cultura que guíe las políticas locales.

Se confunde la realización de espectáculos con la política cultural y, de este modo, queda reducida a la realización de espectáculos y eventos masivos. Acciones puntuales o sectoriales no configuran por sí mismas una articulación global de operaciones,

principios, prácticas y procedimientos que orienten esas actividades.

Por otra parte, la implementación de la política cultural del municipio puede encontrarse dispersa en distintas áreas de la estructura municipal, donde las acciones/proyectos/programas de carácter informal se encuentran en el área de cultura, mientras que las más formales se encuentran en el de educación.

Las políticas culturales están orientadas a dos tipos de destinatarios; aquellas dirigidas a los ciudadanos, consumidores y a las estrategias innovadoras de gestión de proyectos culturales.

Observamos una tensión entre las políticas públicas de los gobiernos y las que brindan ciertas organizaciones no gubernamentales que, alejadas de la hegemonía de gobierno, empiezan a vincular las acciones de la cultura y el arte como ejercicio posible de transformación social. Mientras las acciones de gobierno priorizan el dominio del gusto, otros, el dominio de la voluntad.

Las tendencias de las políticas culturales brindan espacios de expresión para el autoconvencimiento, autoevaluación y autorrealización, como senderos individuales del dominio del gusto. Los vínculos existentes entre las acciones culturales y la economía se realizan como posible desarrollo de un recurso en el entramado del desarrollo local del municipio.

En este marco, las políticas culturales quedan incluidas en los vientos de los sistemas políticos hegemónicos plasmándose en acciones que no constituyen dispositivos de planificación, seguimiento y monitoreo para la conducción de las voluntades organizadas en una sociedad, en el marco del diálogo y el entendimiento colectivo.

El gran descubrimiento, en el marco de la investigación, es la conceptualización realizada a partir de las palabras y acciones de los actores involucrados en las políticas culturales, en tres grandes metáforas: atelier,



clínica, proveeduría; apostando al capital cultural de los individuos.

La metáfora del atelier hace referencia a la posibilidad de expresión en lenguajes artísticos o culturales; la metáfora de la clínica la escuchamos en la acción terapéutica, tramitando el hecho cultural como mejora de la calidad de salud de los ciudadanos y rescatada por los funcionarios por su interrelación con otras áreas del gobierno (por ejemplo, secretarías de Salud o Desarrollo Social).

La metáfora de la proveeduría es un reflejo del sentimiento expresado por los funcionarios ante las demandas de los actores de las organizaciones de la sociedad civil, que obtiene los recursos existentes en las áreas de cultura de los gobiernos locales.

En el marco del desarrollo del proyecto de investigación que se presenta, se ha avanzado en las siguientes aproximaciones con respecto al conocimiento acerca de las políticas culturales de los gobiernos municipales.



## LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA CULTURAL

Las políticas culturales de comienzos del siglo XX, identificadas fuertemente con las políticas de educación, acompañaban la necesidad de sentar las bases para la construcción nacional que implicaba homogenizar e integrar a los inmigrantes europeos llegados al país. La cultura se identificaba con la expresión legítima de lo nacional o local.

Más tarde, la política cultural estuvo vinculada con el proceso de democratización política y con el desarrollo de los derechos culturales. La cultura se identificaba con la democracia cultural y con la democratización de la cultura respectivamente.

Hoy se ha perdido la homogeneización característica de la década de 1950. Los cambios en torno al mercado de trabajo y la relación estado-sociedad hacen que se produzcan nuevos riesgos y surja un nuevo contenido de la necesidad de cohesión social. La política

cultural cumple un rol esencial para sentar las bases de integración e inclusión social.

En la actualidad no se encuentran objetivos definidos con claridad, los conceptos relevados adhieren a un concepto amplio de cultura y objetivos difusos de las políticas culturales. A continuación se presentan alguno de ellos:

- Revitalizar los ámbitos de participación y práctica de la solidaridad, desarrollar la vida asociativa y fortalecer el tejido social.
- Atenuar la dispersión producida por la múltiple pertenencia a espacios sociales y económicos que afecta el sentimiento de pertenencia e identificación con la comunidad.
- General procesos de participación.
- Establecer un común denominador o sistema de referencia que cohesionen los valores de la sociedad interviniendo en los niveles de conflicto y promoviendo la cohesión social.
- La acción cultural del municipio cumple la tarea de conformar el tejido social, dinamizar el desarrollo cultural, consolidar la democracia y fortalecer el municipio.

Se define como políticas culturales “al conjunto de intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso para un tipo de orden y transformación social” (García Canclini). Sin embargo, las acciones realizadas por los municipios se concentran en ofrecer la posibilidad de acceder a diferentes servicios culturales, generalmente vinculados con la formación artística (talleres, escuelas, institutos) y con la producción de eventos y espectáculos (recitales, festivales, obras de teatro). En este contexto, la generación de valores locales, la validación de las políticas de gobierno y la legitimación del orden social actual no son apropiadas como objetivos

por los referentes de las áreas de cultura de los municipios.

Si bien los objetivos de una política pública son el resultado de la disputa y negociación permanente entre los actores que intervienen en el campo en cuestión –funcionarios, estructura burocrática, normativas vigentes, grupos de influencia, opinión pública, etc.– también es cierto que la sedimentación de experiencias, la tradición, el campo académico y otros factores impulsan la institucionalización de objetivos “básicos” que presumiblemente serían esperables de dicha política pública (Subirats, 1989).

En el terreno de las políticas culturales podemos decir que entre los más difundidos de estos objetivos “básicos” institucionalizados se hallan la consolidación de valores nacionales, la difusión universal de las manifestaciones culturales a la ciudadanía, la promoción de la producción artística, la preservación del patrimonio y, más recientemente, el respeto por la diversidad cultural y el empleo de la cultura como un factor paliativo para problemas sociales no tradicionalmente vinculados al campo cultural; así, hoy se entiende que desde las políticas culturales se puede aportar a la generación de empleo, a la inclusión social, a la fortificación de la ciudadanía, etc.

En el marco de la investigación, el dispositivo por excelencia diseñado para captar los objetivos de las políticas culturales municipales es la entrevista en profundidad realizada a los funcionarios de primera línea. De lo que estos manifiestan se desprende que participan de ese discurso generalizado respecto de lo que hemos denominado objetivos “básicos” que circula en el mundo occidental desde hace décadas.

En su análisis, tanto de los objetivos manifiestos por los directivos como de aquellos implícitos en sus gestiones, ha identificado lo que denomina los tres grandes ejes que orientan las políticas culturales locales: social, político y económico. Entre los objetivos sociales son de destacar la inclusión social, la reducción de las desigualdades y la mejor

distribución de los servicios culturales. En el eje político se pueden mencionar el fortalecer los valores democráticos de la sociedad y el reducir los niveles de conflictividad social. Por último, en el registro económico se trabaja en la generación de emprendimientos de base cultural, en la capacitación para la inserción en el mercado laboral y en el desarrollo de una oferta turístico cultural (Rebón, 2011).

## COMENTARIOS ACERCA DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A modo de cierre, podemos decir que el estado de situación de las agencias de cultura de los gobiernos locales en Argentina presenta una oportunidad para la generación de políticas de desarrollo, inclusión y generación de lazos sociales de base cultural; sin embargo, se observan algunas notorias deficiencias, que el sostenido desarrollo de la institucionalidad que estas áreas presentan en los últimos años hace pensar como un terreno propicio para los cambios reparadores.

Sin pretender ser exhaustivos, mencionaremos algunos de los factores que alimentan este diagnóstico. En primer lugar, debe destacarse el panorama alentador en términos de avance de la institucionalidad en cultura que ya hemos mencionado en varias oportunidades.

Parte del mismo proceso, pero que amerita una mención especial, es el grado de participación de una parte muy significativa de los funcionarios de cultura, actualmente en funciones, respecto de los que podríamos llamar el discurso generalizado de las políticas culturales.

Participar de esa base conceptual los hace entender a la cultura tanto desde un registro antropológico como estético, y partícipes de ideas tales como el respeto por la diversidad, la democratización del acceso a los servicios culturales, el aliento de la participación universal en el desarrollo cultural y de la idea de derechos culturales.

Entre los factores adversos no puede dejar de considerarse los déficits en materia

La consolidación del proceso de institucionalización de las políticas culturales en América Latina puede situarse en la década de 1960, en el marco de una transformación del esquema económico mundial basado en la alianza para el progreso

de herramientas de gestión que las agencias de cultura locales presentan, deficientes o inexistentes mecanismos de evaluación, desconocimiento y alteraciones de las estructuras presupuestarias, falta de planificación, entre otras.

Otro elemento a superar es la falta de comunicación con otros actores y el consecuentemente deficitario—cuando no ausente—trabajo asociativo. Las agencias de cultura de los municipios tienen un escaso diálogo con sus destinatarios, con instancias superiores (órganos de cultura, provinciales y/o nacionales, de cuyas políticas son destinatarios a su vez), con otras agencias del propio municipio, con la sociedad civil e incluso con otras agencias de cultura de otros gobiernos locales. Por último, las áreas de cultura municipales están en deuda con la generación de propuestas creativas e innovadoras que vayan más allá del taller de artes, el espectáculo o la preservación del patrimonio.

De conjunto, podemos decir que la generación de políticas públicas de cultura por parte de los gobiernos locales en Argentina ofrece el panorama de un presente respetable y de un futuro alentador, pero para el cual habrá que transitar una senda de trabajo y transformación.

El sentido de las políticas culturales se abordan desde la gestión y esta convoca siempre a la gesta, y no hay gesta sin otro con quien compartir el devenir de los días en sociedad. Construcción de sentido que depende de la posición de los actores intervinientes, funcionarios, empleados, artistas, ciudadanos.

Las políticas culturales observadas presentan características hegemónicas del sistema de gobierno que centraliza su decisión en una estructura clásica, diferenciándose en la gestión los cuadros políticos, técnicos y administrativos. Se han observado supuestos hegemónicos en estos tres sectores, como la necesidad de la existencia descentralizada de las políticas culturales a los barrios periféricos de las zonas centrales de los municipios,

generando escasa sistematización de la acción, la intuición del dominio del gusto de la ciudadanía y el estilo de gestión, con una inercia de ejecución del presupuesto municipal, una preinstitucionalidad de las áreas de cultura de los gobiernos locales.

Por parte de los funcionarios de estas áreas se expresa que el actor destinatario de las políticas culturales está construcción, que siempre se enuncia como asistentes de museos, de eventos-espectáculos o de talleres. En el relato de las acciones de las políticas culturales de los gobiernos locales, aparece también la designación de participantes, visitantes, espectadores, siempre referido a la asistencia, a la presencia en los eventos organizados por el municipio, pero su registro, sus anuarios, sus informes, dicen sobre el destinatario, la palabra asistente. Quedando el rol protagónico de las políticas culturales, al actor Gobierno y el rol secundario al Ciudadano, que asiste, y pasa a ausentarse, cuando no es convocado por las acciones de las políticas culturales locales.

La obtención de los datos que contengan información presupuestaria de gobiernos locales es un campo poco frecuente de la vinculación entre la ciencia y la gestión, ámbitos que constituyen senderos de entendimiento por dos lógicas diferenciales. Mientras la ciencia se arraiga sobre los procesos de validación, el campo de la gestión se arraiga sobre el proceso de evidencias visibles e invisibles en relación con la sociedad.

En este entramado, ¿qué lugar le queda a las políticas culturales?, ¿reproducir lo dado, estimular el dominio del gusto, *moldear un estilo hegemónico, o construir también senderos culturales comunitarios* donde la potencia de la voluntad, encause soluciones comunes? Generando las herramientas de gestión para sistematizar, planificar, implementar y evaluar el impacto de las acciones de las políticas culturales, en síntesis, la Profesionalización del área y de su capital humano. Para finalizar recordemos que, detrás de todo Yo, siempre está el Nosotros. ●

Las políticas culturales observadas presentan características hegemónicas del sistema de gobierno que centraliza su decisión en una estructura clásica, diferenciándose en la gestión los cuadros políticos, técnicos y administrativos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E., *Metodología y práctica de la animación socio cultural*, Buenos Aires, Editorial Humanitas, 1986.
- , E., *Desarrollo y política cultural*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 1992.
- Colombres, A., *Manual del promotor cultural*, Buenos Aires, Humanitas-Colihue, 1991.
- García Canclini, N. (ed.), *Políticas culturales en América Latina*, México, Editorial Grijalbo, 1987.
- Getino, O., *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Editorial Colihue, 1995.
- , *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración Mercosur*, Buenos Aires, Editorial Parlamento Cultural del Mercosur, 2006.
- Harvey, E., *Políticas Culturales en Iberoamérica y el Mundo*, Madrid, Editorial Tecnos, 1990.
- Kusch, R., *Obras Completas*, Rosario, Fundación Ross, 2007.
- Lewkowicz, I., *Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2004.
- Mejía Arango, J. L., “Apuntes sobre políticas culturales en América Latina 1987-2009”, en *Revista Pensamiento Iberoamericano*, núm. 4, Segunda Época, Madrid, Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, 1999.
- Miller, T. y G. Yúdice, *Política cultural*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2004.
- Puig Picart, T., *Animación sociocultural e integración territorial*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 1994.
- , “La gestión de la ciudad ante el próximo milenio”, en AAVV, *Nuevos paradigmas de la acción cultural. Agentes públicos, privados y sociales*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 1995.
- , *Ciudad y cultura en el siglo XXI. Un paseo por el bosque de la gestión; 605 ideas y un método*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 2000.
- Rebón, M., “El estudio de la institucionalidad de las políticas culturales de los gobiernos locales”, en *Anuario de Indicadores Culturales 2010*, Caseros, Eduntref, 2011.
- Repeto, F., “Capacidad estatal: requisito necesario para una mejor política social en América Latina”. Ponencia presentada en el VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, 28-31 Oct. 2003.
- Said, E., “Cultura, identidad e historia”, en *Teoría de la Cultura un mapa de la Cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Santillán Güemes, R. y H. Olmos (comp.), *Capacitar en cultura*, Buenos Aires, Subsecretaría de Cultura de la Provincia de Buenos Aires, 2001.
- , *El gestor cultural. Ideas y experiencias para su capacitación*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 2004.
- Subirats, J., *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*, Madrid, Editorial INAP, 1989.
- Tasat, J. y P. Mendes Calado, “Indicadores presupuestarios: Dispositivos para la gestión de los gobiernos locales”, en *Anuario de Indicadores Culturales 2009*, Caseros, Eduntref, 2009, Versión digital en: [www.untref.edu.ar/documentos/indicadores%202009/Indicadores%20-%20Jose%20Alejandro%20Tasat.pdf](http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores%202009/Indicadores%20-%20Jose%20Alejandro%20Tasat.pdf)
- , “El destinatario de las políticas culturales de los gobiernos locales”, en *Anuario de Indicadores Culturales 2010*, Caseros, Eduntref, 2011.
- Winocur, R., *De las políticas a los barrios. Programas culturales y participación popular*, Buenos Aires, Editorial Miño y Dávila, 1996.
- Wortman, A., “El desafío de las políticas culturales en la Argentina”, en D. Mato (comp), *Cultura, política y sociedad*, Buenos Aires, CLACSO, 2005.
- , (comp.), *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires, EUDEBA, 2009.

## Gustavo López

ABOGADO Y PERIODISTA. PROFESOR DE DERECHO PÚBLICO DE LA UBA. ACTUALMENTE ES SUBSECRETARIO GENERAL DE LA PRESIDENCIA. FUE PRESIDENTE DE SISTEMA NACIONAL DE MEDIOS PÚBLICOS, SECRETARIO DE CULTURA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES Y SECRETARIO GENERAL DE LA UBA

Estamos cumpliendo treinta años de la recuperación de la democracia, el período más prolongado desde 1916, en el que el pueblo se expresó a través del voto.

Mi mirada sobre estos años es parcial, y honesta al mismo tiempo. Como dice Leonardo Boff, “Todo punto de vista es la vista de un punto. Leer significa releer, y comprender, interpretar. Cada uno lee con los ojos que tiene, e interpreta a partir de donde sus pies pisan. Para entender como alguien lee, es necesario saber cómo son sus ojos y cuál es su visión del mundo. Eso hace de la lectura siempre una relectura”.

Pero como señala el periodista y novelista catalán Manuel Vázquez Montalbán: “No hay verdades únicas, ni luchas finales, pero aun es posible orientarnos mediante las verdades posibles contra las no verdades evidentes y luchar contra ellas. Se puede ver parte de la verdad y no reconocerla. Pero es imposible contemplar el Mal y no reconocerlo”. Desde ese lugar escribo esta nota.

Mi militancia política me ha permitido ser parte de esta época, en la que asumí compromisos, viví momentos de grandes esperanzas y de profundas frustraciones. Pero que sin lugar a dudas, al volver la mirada hacia atrás, puedo concluir que hemos ganado todos.

Lo que ha sucedido con los medios de comunicación y con los intentos de regulación, son el reflejo de lo que ocurrió en el país en los últimos treinta años.

## LA TRANSICIÓN

La salida democrática de 1983 fue la única no negociada en América Latina. Veníamos del horror, que a través del terrorismo de Estado había diezimado a una generación con el objetivo de imponer un modelo económico dependiente y de exclusión. Después de una guerra absurda, los militares, como ejército privado de grupos económicos, comenzaron a retirarse ante la llegada de la democracia.

Alfonsín va a saber interpretar los anhelos de ese momento histórico y recitando el Preámbulo de la Constitución convocará a concluir con 53 años de interrupciones políticas, violencia estatal y a construir una democracia con poder.

La elección de 1983 constituyó la primera ruptura con años de desavenencias y a partir de ese momento, a pesar de marchas y contramarchas, ya nadie piensa la Argentina por fuera del orden democrático.

Pero el mundo era otro. Con la voluntad democrática no iba a alcanzar y los medios iban a jugar un papel fundamental en la nueva configuración nacional y mundial.

Rodeado de dictaduras, con la crisis de la deuda externa y un país con el aparato productivo destruido, en la plataforma de los dos principales partidos políticos estaba el cambio de la Ley de la Dictadura. Los militares, a imagen y semejanza de su gobierno habían diseñado una norma de radiodifusión basada en la Doctrina de la Seguridad Nacional, que

[La Ley vino a discutir el poder para democratizarlo.](#)

consideraba enemigo interno a todo aquel sospechado de poner en peligro el sistema imperante. Por lo tanto, las universidades, las cooperativas, los sindicatos, las ONG estaban prohibidas. La radiodifusión era solo una mercancía, no se hablaba de derechos y era considerada una cuestión de seguridad.

Sobran listas negras, persecuciones y censuras explícitas y el órgano de conducción estaba a cargo de un representante del Poder Ejecutivo y un miembro de cada una de las fuerzas armadas y de los servicios de seguridad, es decir, estaba conformada por un general, un almirante, un brigadier y un espía. Lo más trágico, es que este esquema se mantuvo hasta 2009; por eso el COMFER estuvo intervenido desde el inicio de la democracia y no se lo podía regularizar: la ley no se tocaba.

Alfonsín propuso una nueva redacción al Consejo para la Consolidación de la Democracia. El trabajo se prolongó durante dos años y concluyó en 1987. El proyecto, que fue presentado en abril de 1988 al Congreso, mantenía la prohibición para los medios gráficos de ser titulares de licencias de radiodifusión para impedir la conformación de multimedios.

La presión de los grandes editores impidió la sanción de la ley, y de allí en adelante tuvimos que esperar algo más de 25 años para que el estado sancionara una regulación democrática que permitiera el acceso igualitario a la comunicación.

## LA DÉCADA DE 1990

El proceso de globalización neoliberal es consecuencia directa del cambio producido en la centralidad del modelo capitalista y en el que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación van a cumplir un papel central.

Producida la crisis del petróleo de mediados de la década de 1970, se reconfigura el modelo de acumulación de capital, que pasa en pocos años, del sistema productivo al financiero. La plata ya no se va a hacer trabajando, sino que se va a poder ganar, y mucha, sin producir bienes ni servicios. Para

eso será necesario un discurso (la escuela de Chicago y la teoría del derrame), una herramienta tecnológica al servicio de la interconexión del sistema financiero (intranet y la tecnología satelital) y grandes medios que convencieran a las mayorías en aplicar un plan económico en beneficio de las minorías, lo que Gramsci denomina el consenso hegemónico.

Esa reconfiguración, que se presenta como algo natural, derivada de los cambios tecnológicos, conformó un programa salvaje de desmantelamiento del sector público. Detrás de supuestos objetivos de racionalizar y hacer más eficiente la economía, se implementó un plan que debilitó las capacidades de la sociedad de regular los mercados. Este proceso, basado en la denominada teoría del libre mercado, no ha tenido influencia solo en lo económico. En las esferas de lo político, lo ideológico y lo social se forjó una sociedad injusta y una democracia muy débil que no logró frenar los procesos de exclusión social.

En materia de radiodifusión, históricamente habían existido límites a la cantidad de medios o porcentajes de mercado que una misma persona o grupo económico podían tener, con la intención de proteger la libertad de expresión.

Las legislaciones antimonopólicas tienen como objetivo “establecer marcos regulatorios democráticos, lo que significa, dotar a los países de mecanismos legales para frenar la concentración monopólica y la mercantilización, como así también actualizar normas para la concesión y fiscalización de licencias de radio y televisión” (Denis de Moraes, 2010:75).

En nuestro país, desde el primer reglamento de radiodifusión hasta el Decreto-Ley de la dictadura que impedía la participación de capital extranjero y que los prestadores de servicios de radiodifusión tuvieran relación con empresas periodísticas, tanto nacionales como extranjeras, se establecieron límites que fueron borrados a partir de 1989, generándose los grupos multimedia primero y una concentración nunca vista al finalizar esa década.

Estamos cumpliendo treinta años de la recuperación de la democracia, el período más prolongado desde 1916, en el que el pueblo se expresó a través del voto.



Pero el agravante a analizar, es que cada una de las modificaciones que tuvo la ley en la década de 1990 respondió al interés particular de un medio o grupo de medios, siendo las instituciones del Estado permeables a las presiones de dichos actores y en otros casos, facilitadoras de estos cambios.

Pasquali, Matellart, Beltrán y Reyes Mata sostienen que el Estado es cómplice del Poder Mediático y caracterizan al sistema de medios con dos términos: concentración (económica y geográfica) y dependencia (tecnológica y de contenidos).

Lo cierto es que en Argentina, la debilidad del sistema institucional en relación a estos grupos de presión (en términos de la ciencia política), ha hecho posible, por un lado, la conformación de una legislación a medida de los grupos, y en otro, la inacción administrativa frente al incumplimiento de la Ley.

Efectivamente, con la Ley 23696 de Reforma del Estado (artículo 65) se modifica el artículo 45 de la ley original, permitiéndose el ingreso como prestadores de radiodifusión a las empresas periodísticas del país, creándose las empresas multimedia.

Fueron estos sectores los que pugnaron durante años por esta modificación y lo lograron en un momento de transición política entre el primero y segundo gobierno democráticos, en momentos de crisis política debido a la hiperinflación.

A través de la misma ley se modificaron artículos quitando obligaciones a los prestadores de cubrir zonas de frontera y permitiendo que fueran prestadores las personas de existencia ideal que tuvieran más de un objeto social ingresando el sistema financiero como socio de medios.

Es decir que, con la ley de Reforma del Estado, las empresas periodísticas pudieron ingresar al mercado, favoreciéndose con las modificaciones a los grandes medios gráficos.

En 1998, a través del DNU 1062, se permitió la transferencia de acciones. Con la reforma se allanó el camino para facilitar las transferencias de cuota partes, eliminando el requisito de la

excepcionalidad y el del plazo de cinco años para poder pedir la autorización de venta. Esta modificación tuvo un único destinatario aunque muchos beneficiarios: Radio 10.

Luego, con el DNU 1005/99 se favoreció el proceso de concentración ya que se elevó el número de licencias por permisionario de un máximo de 4 a 24 (artículo 43); pero además se eliminó del artículo 45 la prohibición de transferencia completa de licencias, se permitió la constitución de redes privadas permanentes (artículo 68) y se modificó el cómputo de los minutos máximos de publicidad por hora.

La elevación del número de licencias y la constitución de redes privadas permanentes favorecieron al grupo CEI-Citicorp, conformado por Raúl Moneta del Banco República, Ricardo Handley del Citi Bank y Constancio Vigil de Editorial Atlántida, quienes conformaron un grupo económico con el objetivo de adquirir la cadenas de ocho canales de televisión accionistas de Telefé (canal 11 de Buenos Aires), luego transferida a Telefónica de España.

Es decir que, nuevamente, frente a la necesidad de un grupo económico, el gobierno a través de un DNU modificó la ley con un único destinatario y más tarde, múltiples beneficiarios.

En consecuencia, al finalizar la década mencionada, las empresas de medios habían diversificado su producción y se habían concentrado al mismo tiempo, el capital se había transnacionalizado, eliminándose en la práctica toda cláusula que impidiera la formación de monopolios u oligopolios. Sin límites para la explotación del cable y las señales, con un máximo de 24 licencias para servicios básicos de radiodifusión (tv abierta o radio) y con una ley deslegitimada para su aplicación, se llegó a un mapa absolutamente concentrado de medios.

### LA CRISIS 2001/2003

La debilidad del sistema político institucional que permitió la concentración, no se



detuvo en 1999, sino que continuó hasta la sanción de un nuevo marco regulatorio. Si bien el mapa de la concentración ya estaba delineado, continuaron las presiones y por ende los beneficios.

El 23 de noviembre de 2001, en plena crisis económica, los radiodifusores consiguieron a través de la sanción del Decreto 1522/01, la disminución del gravamen que debían pagar por su actividad.

La Ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales elaborada en 2002, fue sancionada en junio de 2003, en plena crisis económica y su intención fue la de proteger a un sector de las industrias culturales frente al endeudamiento externo. Es una ley que, por un lado, incorpora de manera moderna el valor estratégico de las industrias culturales y, por el otro, es cuestionada porque les otorgó ventajas a los beneficiados, al modificar la Ley de Quiebras.

Todos los grupos de medios nacionales se beneficiaron con la medida, especialmente el Grupo Clarín y el diario *La Nación* (este último sin intereses en radiodifusión), pero un agregado, inc. b del artículo 2 tiene un único destinatario, los grupos extranjeros que habían comprado medios con la prohibición de la norma anterior.

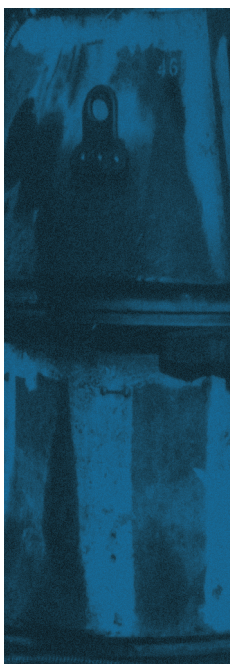
### LA RECUPERACIÓN DEL ESTADO

A partir del 25 de mayo de 2003, se produce –desde mi punto de vista– la segunda gran ruptura en estos treinta años de democracia. El ex presidente Néstor Kirchner la sintetiza en no dejar las convicciones “en la puerta de la Casa Rosada”, y tiene que ver con la recuperación de la soberanía popular como concepto central del sistema democrático. Los gobiernos son elegidos para gobernar.

No es motivo de esta nota hablar sobre la ruptura con el modelo neoliberal, la quita en la deuda externa o la mirada estratégica hacia América Latina, pero la política se convierte en el elemento central del cambio,

que incluye una batalla por la construcción de sentido, *la batalla cultural*.

Obviamente que esta no es lineal y que durante un tiempo, mientras se daban batallas centrales contra el hambre y la desocupación, los grupos de medios obtuvieron los últimos beneficios legislativos. En mayo de 2005 se sancionó el DNU 527/05 por el cual se suspendió “por el plazo de 10 años los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de radiodifusión o sus prórrogas”. En la práctica se prorrogó por ese período el plazo de vencimiento de cada una de las licencias.



Pero el enfrentamiento central de las democracias emergentes pos neoliberalismo ya estaba lanzado. Recuperado un nivel aceptable de gobernabilidad, los grandes grupos económicos pretendieron volver al esquema de la década de 1990: mientras el presidente maneja una Ferrari, ellos gobiernan. Esta vez no pudo ser y a partir de ese momento, la lucha entre democracia y corporaciones salió del ámbito de palacio para pasar a la tapa de todos los diarios. Como decía Jaroslavski, “los medios te

atacan como partido político y se defienden con la libertad de expresión”.

El corrimiento de buena parte de la oposición dejó lugar a una discusión entre los poderes formales y los grupos de poder. En ese contexto, la crisis del campo fue la primera exteriorización de un conflicto de poder que no va a terminar mientras las democracias sigan manteniendo el ejercicio de la soberanía popular.

### LA LEY DE MEDIOS

Desde el 10 de diciembre de 1983 se presentaron 73 proyectos que intentaron cambiar la ley de la dictadura para introducir el concepto de comunicación como un derecho humano básico. Tantos años y tantas frustraciones muestran la complejidad del tema y la resistencia a la regulación.

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner inaugura la etapa de instituciona-

lización de los cambios producidos desde 2003 y envía un proyecto de Ley de Medios al Congreso basado en tres pilares fundamentales: la comunicación como un derecho de todos los ciudadanos, dentro de la categoría de Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica), la defensa de la diversidad cultural (cuotas de producción de contenidos) y restablecimiento de cláusulas antimonopólicas como condición necesaria para garantizar el derecho a la información.

Después de un debate horizontal, plural, federal e inédito por los niveles de participación, el Congreso sancionó por amplísima mayoría la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Habían pasado 25 años y 10 meses desde la recuperación de la democracia. Como señala Samir Amín, “quien concentra las nuevas tecnologías, los flujos financieros, las armas, los recursos naturales y la comunicación, tiene el poder”.

La Ley vino a discutir el poder para democratizarlo.

Es conocido por todos el tránsito judicial para lograr la aplicación integral de la Ley. Primero se intentó impedir la sanción por el Senado, luego se impugnó el procedimiento de sanción y por último se consiguió un amparo que demoró el resultado durante 4 años y 19 días. En ningún país se demora tanto la resolución de un análisis constitucional, más que un mandato presidencial.

El fallo de la Corte Suprema debe ser analizado en tres dimensiones: una institucional, otra jurídica y la tercera, práctica.

La Corte resuelve la crisis entre los poderes fácticos y los poderes constitucionales. El desafío del grupo Clarín no era hacia el gobierno, sino contra el sistema en su conjunto. Los poderes constituidos, el Ejecutivo y el Legislativo habían impulsado y luego aprobado una Ley y un grupo económico

intentaba impedir su aplicación, que no hay que confundir con el legítimo derecho de acudir a la justicia, presionando sobre el Poder Judicial para que dilate la resolución del tema.

La Corte falló en base a derecho y colocó a un grupo económico por debajo de la Ley, de los poderes constituidos y en condiciones de igualdad con el resto de los ciudadanos.

La segunda dimensión, la jurídica, consagra la libertad de expresión como un derecho de las personas, de categoría superior a los derechos patrimoniales, estableciendo además que las leyes regulatorias garantizan el ejercicio de la libertad de expresión, que

podría estar afectado por posiciones dominantes de mercado. Y la dimensión práctica conlleva a la adecuación de todos los grupos de medios a lo que establece la ley.

El proceso de globalización neoliberal es consecuencia directa del cambio producido en la centralidad del modelo capitalista y en el que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación van a cumplir un papel central.

### TREINTA AÑOS DESPUÉS

Todo aniversario es útil para hacer balances y treinta años de democracia lo ameritan.

Después de todo este tiempo, uno puede afirmar que ahora sí, con la democracia se come, se cura y se educa. Superamos la crisis más

profunda en cien años y lo hicimos dentro del marco institucional. Fortalecimos un sistema de convivencia que hasta hace pocas décadas no era apreciado por el conjunto de la sociedad y pudimos devolverle a la democracia su capacidad de transformación de la realidad.

En materia de medios, terminamos con las prohibiciones, con la idea de seguridad, lo transformamos en derecho y comenzamos a desandar el entramado de la concentración para democratizar la circulación de la palabra.

Hemos crecido, sacamos la mayoría de edad y seguimos caminando hacia la construcción de los sueños. ●

### INTRODUCCIÓN

Como dice Raymond Williams, *cultura* es una de las dos o tres palabras más complicadas de la lengua, en parte debido a su intrincado desarrollo histórico en los idiomas europeos, pero principalmente porque se usa para conceptos importantes en varias disciplinas intelectuales y varios sistemas de pensamiento distintos e incompatibles.

No obstante, existe una relación intrínseca entre cultura, lenguaje, información y conocimiento, en la cual contenido y continente tienden a imbricarse. En el entorno digital los mensajes se solapan en los medios, y el lenguaje converge en una relación de oralidad-escritura. Si bien integran un espacio común, las expresiones literarias y artísticas se protegen por derecho de autor. Esto significa la existencia de un *derecho de propiedad* y la consecuente restricción de acceso, cuando estamos ante material protegido bajo dichas reglas. Lo cual genera una inevitable tensión entre los sistemas propietarios y el libre acceso a la producción cultural.

La cuestión debe ser objeto de un debate social amplio, sin caer en enfoques reduccionistas. Es evidente que no podemos desproteger a las industrias creativas, ni ponerle un candado al conocimiento. Tales soluciones son igualmente negativas en la medida que parten de hipótesis falsas y conducen a soluciones injustas. Por lo tanto, proponemos examinar los aspectos que deberían ajustarse en la legislación y práctica del derecho de

autor para lograr una adecuada adaptación del sistema de propiedad intelectual (PI) a la sociedad de la información, en contextos educativos, informativos, científicos, artísticos, creativos y críticos.

### SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El concepto *sociedad de la información* hace referencia a un paradigma que ha generado profundos cambios en la *sociedad*, y que la caracteriza como tal, impulsado principalmente por la disponibilidad para crear y divulgar información que proveen las tecnologías y redes digitales. Los flujos de información, las comunicaciones y los mecanismos de coordinación están digitalizándose masivamente, en un proceso que se traduce en la aparición progresiva de nuevas formas de organización social y productiva. La tecnología

digital ha creado el instrumento más poderoso de democratización del conocimiento desde la invención de la imprenta de tipos móviles. Esas tecnologías han dado paso a una reproducción perfecta de las obras culturales con costos marginales próximos a cero y una capacidad sin precedentes de distribución a velocidades asombrosas y a escala global.

A su vez, el concepto de *información*, como expresión comprensiva de conocimiento y cultura en el contexto digital, puede explicarse como un nuevo orden y a la vez desorden que experimenta la sociedad contemporánea.<sup>1</sup> Sus cualidades primarias

La velocidad de la innovación y aplicaciones tecnológicas, hacen que con frecuencia la noción de propiedad resulte ambigua.

<sup>1</sup> Scott Lash, *Crítica de la información*, Buenos Aires, Amorrortu, 2005.

## Mónica M. Boretto

PROFESORA TITULAR DE LA CÁTEDRA DE DERECHOS EDITORIALES Y DE AUTOR, CARRERA DE EDICIÓN, (UBA) Y DOCENTE REGULAR DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO, FACULTAD DE DERECHO, (UBA)

son el flujo, el desarraigo, la comprensión espacial y temporal, y las relaciones en tiempo real. De manera que la tecnología es —como siempre lo ha sido— un modo fundamental de comprender el mundo. En consecuencia, la información es una característica primaria de la sociedad y lo digital una condición actual de las tecnologías de la información y comunicación (TICs).

Esta circunstancia condiciona la forma de pensar y crear, generando nuevas formas de culturas en las cuales el medio es extremadamente relevante. Innis, Mumford y McLuhan señalaron la importancia de los medios de comunicación, sintetizado en el aforismo “el medio es el mensaje”.<sup>2</sup> Creadores de numerosos conceptos—hoy muy populares—acerca de la información, como *Galaxia Gutenberg* o la *Aldea Global*, impulsaron ideas tales como “somos lo que vemos” y “formamos nuestras herramientas y luego estas nos forman”. En esta línea, podríamos afirmar que los medios son más agentes de *posibilidad* que de *conciencia*, comparables con vías, antes que con obras de valor artístico o modelos de conducta a seguir.<sup>3</sup>

Los medios son fuentes a través de las cuales recibimos información. Sin embargo, para la concepción de McLuhan, cualquier tecnología es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser. Son herramientas de

extensión de las habilidades humanas, de las cuales las computadoras serían la extensión de nuestro sistema nervioso central. Lash lo ratifica al concluir que la palabra clave no es la *información*, sino la *comunicación*,<sup>4</sup> pues esta permite el alcance global. La comunicación es el vínculo conector entre lo informacional y lo global. De allí que nuestro objetivo de análisis sean las posibilidades de comunicación y no la información o el conocimiento en sí, y las relaciones de cómo los medios de comunicación influyen en el acceso al conocimiento, y las restricciones que —en determinados contextos— puede implicar el derecho de autor.

### PROPIEDAD Y MERCADO. LA ERA DEL ACCESO

La propiedad es una expresión creada por los romanos, en el sentido de poder directo e inmediato sobre un objeto o bien, por la que se atribuye a su titular la capacidad de disponer del mismo, sin más limitaciones que las que imponga la ley. Una concepción individualista de dominio, de naturaleza real, que faculta a un individuo “disponer” de una cosa a su voluntad. El origen romano implica un enfoque de la propiedad en sentido subjetivo, como sinónimo de facultad o atribución correspondiente a un sujeto.

<sup>2</sup> Véase la Escuela de Toronto en: <http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/toronto.pdf>.

<sup>3</sup> Harold A. Innis, *The Bias of Communication* (1951), 2º ed., University of Toronto Press, 2008, pág. 33 y ss.

<sup>4</sup> La primera generación de la sociedad de la información dio grandes empresas de información: la generación de Intel, Microsoft e IBM. La segunda generación ha producido las grandes compañías de comunicaciones, el crecimiento de las firmas del sector de la red como Cisco, Oracle, AOL, Netscape y Yahoo. Estas empresas proporcionan una infraestructura de comunicaciones para Internet. Cuando Lash escribía esto, en 2001, aun no se iniciaba la avanzada de Google. Lash, ob. cit., pág. 340.

Naturalmente el derecho evolucionó hacia una concepción social, y a criterios objetivos de la propiedad.

En el campo específico de la PI, nuestra legislación recoge una noción liberal y mixta —entre el derecho anglosajón acogido en el artículo 17 de la Constitución Nacional y el derecho continental— al establecer que “El derecho de propiedad de una obra científica, literaria o artística, comprende para su autor la facultad de disponer de ella, de publicarla, de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, de traducirla, de adaptarla o de autorizar su traducción y de reproducirla en cualquier forma” (artículo 2, Ley 11.723), sumado a facultades extrapatrimoniales dispersas en la Ley. La “facultad de disponer” es la que confiere derechos exclusivos al titular, quien, por ende, es el único autorizado por la Ley para autorizar el acceso.

Pero esa función tradicional de la *propiedad*, que regulaba la relación entre las personas y las cosas, propia de un mundo físico, está cambiando radicalmente. Por ejemplo, mientras que la *propiedad* y los *mercados* eran prácticamente sinónimos en la edad moderna, hoy asistimos al desplazamiento de la concepción tradicional de la propiedad por la del acceso. Por otra parte, la palabra *mercado* apareció en Inglaterra en el siglo XII y hacía referencia al espacio físico en que se intercambiaban bienes y ganado. Para finales del siglo XVIII el término ya era utilizado para describir el proceso abstracto de comprar y vender cosas. Actualmente la riqueza ya no reside en el capital físico sino en la creatividad humana. El capital intelectual, a diferencia del físico, raramente se intercambia, más bien se explota mediante licencias de uso limitadas en el tiempo. La

velocidad de la innovación y aplicaciones tecnológicas, hacen que con frecuencia la noción de *propiedad* resulte ambigua. Como señala Kifkin<sup>5</sup>, en la *era del acceso* los suministradores

las necesidades de la producción y el acceso al conocimiento y a la cultura, imponen la necesidad de adecuación del derecho de autor para no perder su relevancia.

que acumulan un valioso *capital intelectual*<sup>6</sup> comienzan a ejercer el control sobre los términos y condiciones del *acceso* al conocimiento y las tecnologías expertas resultan decisivas. Se evidencia un proceso de desplazamiento de la producción industrial a la cultural, en el cual el cambio es la única constante, en sentido de creación de valor en la sociedad de la información. Una economía global

sustentada en redes digitales impulsa y es impulsada por una tremenda aceleración en la innovación tecnológica, los procesos, dispositivos y servicios quedan rápidamente obsoletos. La *propiedad* a largo plazo se torna menos atractiva, promoviendo el acceso a corto plazo. El proceso es muy exigente y continuo.<sup>7</sup> De allí que la producción cultural, protegida por PI desde la invención de los procesos industriales de reproducción, fue adaptándose al devenir tecnológico hasta la superación del formato analógico. Tal como lo señalan los modelos del pensamiento clásico —Parménides y Heráclito—, el derecho de *acceso* a la información impone la necesidad de analizar el impacto tecnológico y determinar los elementos que deben permanecer y los que deben cambiar, para preservar su función primigenia de la PI en promoción del conocimiento, arte y cultura.

## PROPIEDAD INTELECTUAL EN INTERNET

Como consecuencia de esa metamorfosis, en la actualidad, el derecho de autor genera intensos debates, aun con posterioridad a los

<sup>5</sup> Jeremy Rifkin, *The Age of Access*, New York, P.Tarcher/Putman Inc., 2000. Versión en *La era del acceso*, Trad.: J. Francisco Alvarez y David Teiras, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2000, pág. 85 y ss.

<sup>6</sup> Mariano Bernardes, *Capital intelectual*, Colección Global Business Press, Estados Unidos, AuthorHouse, 2008, pág. 25 y ss.

<sup>7</sup> Manuel Castels, “Information Age: Economy, Society and Culture”, vol. 1, en *The Rise of the Network Society*, Cambridge, MA, Blakwell, 1996, Trad.: “La era de la información: economía, sociedad y cultura”, vol.1, en *La sociedad red*, Madrid, Editorial Alianza, Madrid, 1999.

<sup>8</sup> Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) en [www.wipo.int/treaties/es/ip/wc/](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wc/); y Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT) [www.wipo.int/treaties/es/ip/wppt/](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wppt/); aprobados en Ginebra, 1996.

Tratados Internet de la OMPI.<sup>8</sup> Conformando una especie dentro del género PI, fue concedido para las necesidades de una sociedad industrial y sustentado en el modelo operativo de la copia y la distribución territorial. Dependiente del impulso tecnológico no escapa al cisma que produjo Internet y el desarrollo de las TICs. Bajo modelos de explotación perimidos, el derecho de autor revela el problema de la adaptación a la realidad y de la justificación en términos sociales. Como hemos expresado, la *tecnología digital* provee una capacidad de copias infinita y distribución global en tiempo real, a un costo ínfimo. Por lo tanto, las necesidades de la producción y el acceso al conocimiento y a la cultura, imponen la necesidad de adecuación del derecho de autor para no perder su relevancia.

La mayor tensión se expresa entre valores jurídicos igualmente legítimos y de rango constitucional, como el *derecho de propiedad*, que ampara la creación como un activo intangible y objeto de protección como bien privado; y el *derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información*, que confieren prevalencia al conocimiento como bien público. El modelo de negocio tradicional del sector editorial y de las industrias creativas, se ha fundado en la teoría de la escasez, como forma de establecer un valor del producto y de sustentabilidad de las mismas. De esta forma, y mediante derechos exclusivos, se promocionan creativas pero se restringen los usos no autorizados, calificados como usos infractores.

En efecto, la clave del sistema de PI está dado por los derechos exclusivos de autorizar o prohibir actos de explotación, con la finalidad de promover la creación y el beneficio del público en el disfrute del resultado de la misma. Es dicha exclusividad la que genera la escasez y provee valor en términos de mercado a las creaciones. Para equilibrar los intereses de los actores involucrados (titulares de los derechos de PI, los interme-

diarios y el público consumidor), los sistemas jurídicos han establecido ciertas limitaciones: a) duración limitada en el tiempo (plazo de protección o dominio privado), y b) catálogos de casos de libre utilización (derecho de cita, ilustración para la enseñanza, uso privado, etc.) o usos honrados (fair use); casos en los cuales las creaciones del intelecto pueden ser de libre uso (dominio público).

Ahora bien, Internet representa un paradigma de abundancia, de sistemas abiertos, de usos libres y compartidos, de interactividad, de redes sociales, de deslocalización, globalidad y autorregulación. En franca oposición a la concepción tradicional de la PI.

Por lo tanto, es lógico pensar en el cisma en la propiedad de la información (conocimiento y cultura), que genera el contexto tecnológico actual, en el cual la facilidad de acceso, reproducción y distribución en línea, induce al uso libre como práctica generalizada e instalada en la sociedad como legítima. Esto no significa que tal comportamiento sea legal, sino que es parte de la realidad y que debemos hacer algo al respecto. De hecho, es muy difícil el control de los contenidos que circulan en Internet una vez puestos en línea. Los problemas de observancia<sup>9</sup> y de responsabilidad de los intermediarios de servicios en Internet (ISPs) plantean cuestiones muy controversiales en las legislaciones y la jurisprudencia a nivel global, constituyendo uno de los puntos de debate más álgidos en la actualidad.<sup>10</sup>

## DERECHOS CULTURALES

Los derechos culturales son los derechos relacionados con la literatura y el arte, entendidos en una amplia dimensión. Son derechos promovidos para garantizar que las personas y las comunidades tengan acceso a la cultura y puedan participar en aquella que sea de su elección. Son fundamentalmente derechos humanos para asegurar el disfru-



<sup>9</sup> Acuerdo sobre los ADPIC, Parte III, Observancia de los derechos de propiedad intelectual, artículos 41-61.

<sup>10</sup> Véase las ponencias Congreso ALAI 2013, en: [alaicartagena2013.org/index.php/es/congress/papers](http://alaicartagena2013.org/index.php/es/congress/papers).

te de la cultura y de sus componentes en condiciones de igualdad, dignidad humana y no discriminación. Son derechos relativos a cuestiones como la lengua, la producción cultural y artística, la participación en la cultura, el patrimonio cultural, los derechos de autor, las minorías y el acceso a la cultura, entre otros.

El alcance de los derechos culturales depende también de la comprensión del término “cultura”.<sup>11</sup> Al no existir una definición vinculante, “cultura” puede entenderse de diversas maneras: estrecha, como actividades creativas, artísticas o científicas, o bien, en sentido lato, como una suma de actividades humanas, la totalidad de valores, conocimientos y prácticas. La adopción de la definición más amplia de “cultura” significa que los derechos culturales abarcan también el derecho a la educación y el derecho a la información. Por lo tanto, la lista es amplia. Por un lado, incluye la tutela del derecho de autor: “Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.” Por el otro, impone obligaciones al Estado: a) “Entre las medidas que el Estado deberá adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho, figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura”; y b) “Que el Estado se comprometa a respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora.”

Los derechos culturales están dispersos en un gran número de instrumentos, convencionales universales, aprobados por las Naciones Unidas, OEA y por los organismos especializados. La carencia de un tratado de codificación o declaración da lugar a diversas maneras de articulación. De allí la dificultad de legislar para establecer una norma ge-

neral *a priori*, en cuestiones tan ambiguas y dinámicas como la comunicación. El derecho anglosajón, pragmático y flexible por antonomasia, al atender las particularidades *ex post facto*, permite mayor adaptación a los cambios, y una aproximación al valor justicia en sentido material.

## PRODUCCIÓN CULTURAL Y REGULACIÓN EN EL ENTORNO DIGITAL

Dichos debates están signados por la condición de la cultura en el capitalismo cognitivo, reconfigurado a partir de las TICs. Los autores asumen que la cultura se ha integrado a los procesos de producción y valoración económica, porque el cambio tecnológico

está asociado, no solo a las formas dominantes de información, comunicación y conocimiento, sino a las transformaciones en la sensibilidad, la ritualidad, las relaciones sociales, las narrativas culturales y las instituciones políticas. En consecuencia, existe un cierto consenso en la necesidad de comprender la cultura actual como una realidad en construcción que se sitúa en el centro de nuestra propia experiencia de transformación, y en la cual la tecnología cumple un rol fundamental.

En este escenario, lo digital está imbricado como hipertextualidad en los distintos medios de comunicación y producción cultural, así como en los procesos de interacción social, en los significados compartidos que se dan dentro y fuera de Internet. Ambos espacios se combinan y potencian en la vida cotidiana. Lo digital integra la cotidianeidad, la creación intelectual bajo una lógica de interactividad, necesita una regulación flexible, para su adecuación a la realidad, y preservar el equilibrio de los intereses de los actores involucrados, sujetos a una dinámica comunicacional constante.



<sup>11</sup> Raymond Williams, *Keywords*, Londres, Harper Collins Publishers Ltd. UK, 1976, Trad.: Horacio Pons, *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Editorial Nueva Visión, 2000, pp. 87-93.



## DOMINIO PÚBLICO

Esta realidad exige una revisión del dominio público, que se define como aquellos contenidos que engloban bienes intelectuales que no tienen protección por derecho de autor o cuya protección ha caducado al haber vencido el plazo de la protección. La definición más precisa, está centrada únicamente en las obras en que ha caducado el plazo de protección del derecho de autor, y la más amplia, contempla también el uso de obras en el dominio privado, pero cuyo uso libre está legitimado por el ejercicio de una excepción o una licencia.<sup>12</sup> La ampliación del concepto de dominio público –de modo que incluya cualquier recurso cuya utilización esté libre de toda exclusividad– ha venido acompañada de un cambio de vocabulario. Así, la expresión de “dominio público” ha adquirido cierta ambigüedad y comenzado a sustituirse por los términos tales como “bienes en común”, “bienes públicos” o “contenidos de libre acceso”, fortaleciéndose la idea de utilización gratuita, y del carácter colectivo y compartido de dicha utilización. Se trata de un concepto que se construye por oposición al ámbito del derecho de autor.

Según este enfoque negativo del dominio público –que prevalece en la mayoría de los regímenes de derecho de autor que se regula y fomenta–, sus elementos por lo general, no están sujetos a reglas o protección alguna. Es necesario distinguir el material que pertenece al mismo, y el protegido por derechos de PI. Distinguir estos ámbitos es una tarea compleja en la cual deben cooperar los sectores público y privado. Actualmente –y por diversas razones– no siempre se dispone de instrumentos eficaces que faciliten el acceso a esa información a fin de verificar la validez de los derechos de PI y poder establecer con certeza si una obra está en el dominio público o privado, así como las condiciones de uso.

La finalidad del dominio público es que la utilización del acervo literario y artístico quede libre de toda exclusividad o propiedad. Esto

significa que una obra puede utilizarse con plena libertad y gratuidad. Todo régimen que se aplique al dominio público debe garantizar su uso gratuito. No obstante, el carácter de “dominio público” no garantiza por sí mismo la libertad de acceso a los contenidos creativos, la cual dependerá de muchos factores.

La protección por derecho de autor no afecta de por sí a la libertad de acceso a las obras por cuanto el conocimiento de su significado es una cuestión que no está supeditada al derecho de autor.

Cualquiera puede acceder al material con fines de conocimiento. La exclusividad que confiere el derecho de autor implica únicamente el control de actos de explotación pública de las obras, lo que abarca la reproducción, comunicación, distribución, el arrendamiento o préstamo. Los simples actos de ver, leer, escuchar o disfrutar de

una obra en un ámbito privado no debería considerarse una infracción al derecho de autor y ser libre. Mientras que un acto de explotación con fines comerciales, definido como uso o difusión pública, debe estar amparado por el derecho de autor durante el plazo de protección.

El derecho de autor nunca ha consistido en regular el acceso o la utilización de las obras. Pero para utilizar las obras es necesario disponer acceso al material. El mismo queda habilitado y regulado mediante el derecho de propiedad vinculado al conjunto de la obra o bien mediante un contrato de distribución para obtener legítimamente un ejemplar o copia. El alcance de la limitación impuesta por el derecho de PI dependerá del número de ejemplares que haya en circulación. Por otra parte, las obras de dominio público no siempre están exentas de pago. A nadie se le ocurriría argumentar a favor del derecho a llevarse gratuitamente un ejemplar del *Martín Fierro* o de la *Divina Comedia* de las librerías. El estatus de dominio público que han adquirido tales obras permite que se reproduzcan gratuitamente para su difusión, lo que se

La adopción de la definición más amplia de “cultura” significa que los derechos culturales abarcan también el derecho a la educación y el derecho a la información.

<sup>12</sup> P. Samuelson, “Challenges in the mapping of the public domain”, en *The Future the public domain*, Duke Law Journal, 2006, vol. 55, 111-169, pág. 9.

espera favorezca su distribución gratuita o a un bajo costo en el mercado, fomentando así nuevas manifestaciones creativas basadas en aquellas.

La falta de protección no puede imponer por sí misma el acceso gratuito a los ejemplares de las obras del dominio público, en la medida que irrogan costos industriales y comerciales. Circunstancia que forma parte, además de la lógica misma del dominio público, como un incentivo necesario para fomentar el libre acceso a tales obras.<sup>13</sup>

La garantía del acceso a las obras del dominio público en el entorno digital, viene de la mano de la creación de una base de datos y sistema registral, en el cual puedan identificarse las obras, titulares, plazos de protección y condiciones de uso (información relativa a la gestión de derechos).

#### DIGITALIZACIÓN MASIVA. EL PROBLEMA DE LAS OBRAS HUÉRFANAS, LA NECESIDAD DE REGISTRO (BASES DE DATOS) Y EL ROL DE LAS BIBLIOTECAS

Internet ha creado numerosas posibilidades de acceso a los conocimientos. Sin embargo, está pendiente la tarea de digitalización a gran escala de las colecciones de las bibliotecas más importantes a fin de ponerlas a disposición del público mundial.<sup>14</sup> Las consecuencias



y costos transaccionales no son menores, pero considerando los enormes beneficios que proveería, el esfuerzo es justificable.

Obras huérfanas. Un problema vinculado con la producción y acceso al conocimiento, es poder identificar al titular de los derechos de autor y en qué situación jurídica se encuentran las obras, hecho que puede impedir su difusión, aun cuando nadie reivindique la titularidad de los derechos, o el

titular no se oponga a ese tipo de usos, por el carácter exclusivo que reviste el derecho de autor. En el caso de las obras cuya autoría es desconocida, o respecto de las que no se puede identificar al titular (denominadas “obras huérfanas”; en inglés, *Orphan Works*), esa incertidumbre puede menoscabar el incentivo que ofrece la creación, imponiendo costos adicionales a los usuarios y creadores subsiguientes que deseen incorporar a nuevas creaciones el material extraído de obras preexistentes.<sup>15</sup>

Registro. En este sentido, debemos destacar la importancia que tiene el *registro* de las obras en el entorno digital, en constante evolución, además de las funciones tradicionales consistentes en facilitar el ejercicio de los derechos, por ejemplo, como medio para demostrar la existencia de la obra o su paternidad, e identificar las obras que han pasado al dominio público.

<sup>13</sup> Séverine Dusollier, “Estudio exploratorio sobre el derecho de autor y los Derechos conexos y el dominio público”, en: [www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/es/agenda/pdf/scoping\\_study\\_cr.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/es/agenda/pdf/scoping_study_cr.pdf).

<sup>14</sup> Mientras las grandes bibliotecas, e incluso *Google*, han digitalizado parte de sus colecciones que ya no están protegidas por derecho de autor, la digitalización legal y a gran escala de los materiales protegidos por derecho de autor sigue siendo un tema delicado. La Comisión Europea lleva desde 2005 tratando de franquear esos obstáculos jurídicos. Aunque la Directiva de 2012 sobre las obras huérfanas parece resultar útil para la digitalización de colecciones especializadas, sigue sin estar claro cuándo van a traducirse las actividades de la Comisión en legislación que respalde la digitalización masiva de obras del siglo XX protegidas por derecho de autor, colecciones que, huelga decirlo, se preservan en las bibliotecas y museos en gran medida a costa de los contribuyentes. Por otra, cuando se anunció en 2004 el Acuerdo Google, con varias grandes bibliotecas de investigación para digitalizar sus colecciones, Google fue acusado de escanear más de veinte millones de obras, habiendo entregado copias digitales a las bibliotecas participantes, creando una base de datos electrónica disponible en línea a través de la utilización de “fragmentos”. Muchos de los libros escaneados estaban protegidos por *copyright*, y Google no obtuvo el permiso de los titulares para estos usos. Como consecuencia de esto, en 2005, los demandantes interpusieron una acción de clase contra Google por infracción de *copyright*, que fue resuelta el 14 de noviembre de 2013 negativamente para Google [Case 1:05-cv-08136-DC Document 1088 Filed 11/14/13 Page 1 of 30]. Véase en [www.wired.com/images\\_blogs/threatlevel/2013/11/chindecision.pdf](http://www.wired.com/images_blogs/threatlevel/2013/11/chindecision.pdf).

<sup>15</sup> Los estudios apuntan a que, aunque la magnitud del problema de las obras huérfanas varía en función de cada caso, el número de obras afectadas a ese respecto podría ser bastante elevado, incluso en el caso de libros con un amplio historial de producción y distribución organizada y profesional. Por ejemplo, un estudio reciente financiado

Los *sistemas de registro* del derecho de autor y los *sistemas de información sobre la gestión de derechos* poseen una enorme capacidad de reconocer y localizar el contenido. Cada vez se utiliza más ese tipo de información en el entorno de redes digitales, lo que facilita las búsquedas de los usuarios, quienes pueden encontrar el contenido deseado y, cuando procede, suscribir acuerdos de licencia de uso con los titulares de los derechos. Por lo tanto, conocer el funcionamiento e importancia de los sistemas de registro, depósito y gestión de derechos (tanto en el sector público, como en el privado) y conformar *bases de datos* universales, de acceso libre y gratuito, deberían ser la base de políticas públicas. Una obligación fundamental del Estado.

La ausencia de un registro y una base de datos idónea e interconectada, que permita identificar las obras que han pasado a formar parte del dominio público, condena al anonimato las creaciones locales. Es importante comprender la manera en que se define directa o indirectamente el dominio público en distintas jurisdicciones y conocer las iniciativas e instrumentos jurídicos y tecnológicos que faciliten el acceso, el uso, la detección y la ubicación de material perteneciente a ese ámbito.<sup>16</sup>

En este sentido, la función de los registros nacionales de derecho de autor—además de la tradicional— debe ser la digitalización de la información relativa al plazo de protección en el país de origen de la obra y de la gestión de la información relativa a los derechos, conformando bases de datos interconectadas, a nivel endógeno y exógeno. Establecer una red de comunicación eficiente

y confiable para conocer la condición jurídica de las obras.

*Bibliotecas.* Son puertas de acceso al conocimiento y a la cultura. Desempeñan una función esencial en la sociedad. Los recursos y los servicios que ofrecen dan la oportunidad de aprender, sirven como apoyo a la alfabetización y a la educación, y ayudan a dar forma a las nuevas ideas y perspectivas que son vitales dentro de una sociedad creativa e innovadora. Asimismo, garantizan la existencia de un registro auténtico de los conocimientos creados y acumulados por las generaciones pasadas. Si no existieran las bibliotecas, sería difícil avanzar en la investigación y el conocimiento, así como preservar los acumulados y el patrimonio cultural para las generaciones futuras. Son un puente entre el pasado y el futuro.

Las *bibliotecas* son plenamente conscientes de que es necesario mantener el equilibrio entre la protección del derecho de autor y la defensa del interés público general. Las excepciones al derecho de autor que están siendo objeto de debate en la actualidad en el marco del Comité Permanente de la OMPI de derechos de autor y derechos conexos (SCCR), son parte integral de los sistemas nacionales de derecho de autor. Su papel resulta esencial para permitir la prestación de servicios bibliotecarios públicos y para conseguir los objetivos del sistema en cuanto al fomento de la creatividad y el aprendizaje.

Hoy, las bibliotecas enfrentan grandes desafíos en materia de PI y, en definitiva, no son más que un medio a nuestra disposición para acceder al conocimiento.

Otra cuestión significativa en la producción y acceso al conocimiento y la cultura es

El derecho de autor nunca ha consistido en regular el acceso o la utilización de las obras. Pero para utilizar las obras es necesario disponer acceso al material.

---

por la Unión Europea titulado “*Seeking New Landscapes*”, reveló que el 42% de una serie de monografías escogidas al azar y publicadas entre 1870 y 2010 eran obras huérfanas. En muchos países es ilegal utilizar esas obras sin la autorización expresa de los titulares de los derechos. En un informe que el gobierno de Francia ha remitido al Senado de su país en apoyo de la adopción de una legislación nueva que permita la digitalización masiva, se estima que el 57% de las obras publicadas en Francia desde 1900 son huérfanas, es decir, que no se puede identificar o localizar a sus creadores o titulares de derechos, o son obras que no están disponibles en los circuitos comerciales, con lo que la única forma de acceder a ellas es desde las bibliotecas.

<sup>16</sup> Véase los estudios y encuestas propuestos por la Agenda para el Desarrollo en el ámbito del registro de obras protegidas por derecho de autor, por ejemplo, el estudio de la legislación nacional sobre sistemas de registro voluntario del derecho de autor y los derechos conexos (SCCR/13/2) realizado a petición de los Estados miembros en noviembre de 2005, y el Seminario de la OMPI acerca de la información sobre la gestión de los derechos, de 2007.

la preservación de los contenidos literarios y artísticos, su libre difusión e intercambio.<sup>17</sup> El estímulo que nos lleva a compartir y reutilizar la información y los conocimientos adopta muchas formas. El más arraigado de los instintos del ser humano es el deseo de preservar nuestra cultura para las generaciones futuras.

Las bibliotecas son reservorios de conocimiento con enorme significado histórico y cultural. En algunos casos, incluso, únicos. Sin una *excepción del derecho de autor* que permita la *copia con fines de preservación*, y la posibilidad de digitalizar su acervo, las bibliotecas no podrán cumplir plenamente su función. Actualmente muchos contenidos son originados en formato digital y no están disponibles en papel u otros soportes materiales. De no ser por la existencia de medios jurídicos que permitan preservar y reemplazar las obras en distintos soportes y formatos, entre los que figuran la conversión de formatos y la migración de contenidos que se encuentren en formatos de almacenamiento obsoletos, los historiadores del futuro no podrían tener acceso a muchas de esas obras.

#### REGULACIÓN DE LAS EXCEPCIONES A FAVOR DE LAS BIBLIOTECAS Y LIBRE USO CON FINES DE ILUSTRACIÓN

Las bibliotecas son sinónimo de educación y ofrecen innumerables oportunidades de aprendizaje que pueden estimular el desarrollo económico, social y cultural. Además del préstamo de libros, realizan copias de material con fines de investigación o de estudio personal. Las *excepciones y limitaciones*, que son parte integral de muchos sistemas nacionales de derecho de autor, tienen una función vital, pues hacen posible que las bi-

bliotecas presten esos servicios. Por ejemplo, gracias a ello pueden realizar copias para los estudiantes y otros usuarios con fines de investigación o estudio de obras a las que, de otro modo, no se accede de forma directa. También hacen posibles los préstamos interbibliotecarios, con lo que facilitan el acceso de sus usuarios a materiales que, por lo general, se encuentran en bibliotecas distantes. Hace tan solo cinco años resultaba problemático aplicar el concepto de préstamo interbibliotecario a las obras digitales. No obstante, la disponibilidad general de plataformas electrónicas que controlan fácilmente el acceso a los contenidos, y el aumento de los préstamos bibliotecarios en línea por parte de algunas bibliotecas de investigación, hacen que, aunque todavía queden asuntos pendientes que debatir con las editoriales, esta cuestión está básicamente resuelta por la gestión automatizada de derechos. Por eso debemos trabajar en una excepción general a favor de las bibliotecas y los usos con fines educativos, artísticos, informativos, científicos y de investigación.

#### ASIMETRÍA LEGAL

Los tratados sobre derecho de autor establecen mínimos convencionales obligatorios para garantizar la observancia de los derechos exclusivos (estándares). Mientras que las excepciones o límites a esta exclusividad dependen de las legislaciones nacionales, son variadas y de interpretación restrictiva. En definitiva, mientras que las excepciones y limitaciones tienen carácter nacional y optativo, los derechos de los titulares gozan de exclusividad a nivel internacional.<sup>18</sup> La importancia de establecer estándares inter-

<sup>17</sup> Mahatma Gandhi reconoció la importancia cultural de compartir cuando dijo que “ninguna cultura podrá vivir si intenta ser exclusiva”. Ben White, “La función que desempeñan las bibliotecas para garantizar el acceso a los conocimientos”, en *Revista de la OMPI*, Ginebra, 2012, núm. 4 (Agosto), en [www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2012/04/article\\_0004.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/04/article_0004.html).

<sup>18</sup> La OMPI encargó en 2008 a Kenneth Crews (*Director, Copyright Advisory Office, Columbia University*) un estudio sobre las limitaciones y excepciones al derecho de autor que evidenció que la legislación en materia de excepciones para las bibliotecas difiere enormemente de un país a otro. Reveló que, de los 149 países analizados, 21 no contaban en sus legislaciones con excepciones del derecho de autor para las bibliotecas, entre los cuales se halla nuestro país. Y en aquellos que cuentan con excepciones, por lo general son anteriores a la irrupción de Internet, por lo que es necesario actualizarlas y adaptarlas al entorno digital. Véase en: [www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/es/sccr\\_17/sccr\\_17\\_2.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/es/sccr_17/sccr_17_2.pdf).

nacionales en materia de excepciones para las bibliotecas con fines de ilustración radica en posibilitar el acceso al conocimiento con un criterio uniforme, en un medio global.

De allí la necesidad de una codificación internacional en materia de excepciones y limitaciones del derecho de autor para bibliotecas con fines educativos, científicos, informativos, artísticos y críticos. De modo tal de equiparar su alcance con los derechos exclusivos, tipificándolas en un instrumento convencional de igual jerarquía normativa.

Es decir, establecer un enfoque común de las excepciones (estándar), que garantice el acceso en igualdad de condiciones a los conocimientos a nivel global, así como proporcionar a las bibliotecas los medios jurídicos necesarios a fin de preservar el patrimonio literario, artístico y científico de cada país, posibilitando el conocimiento y consulta a nivel mundial.

Otra opción, disponible actualmente sería incorporar al derecho nacional el criterio del triple test o de los tres pasos, consagrado en los tratados<sup>19</sup>, y que aplicaría favorablemente para las bibliotecas, y cualquier otro uso, en la medida que: a) se trate de ciertos casos especiales (uso extraordinario o de excepción); b) que no atente a la explotación normal de la obra; c) ni causen un perjuicio injustificado a los intereses legítimos del titular de los derechos de autor. Este criterio forma parte de nuestro derecho, pero solo se aplica en los casos internaciones cuyo país de origen no sea Argentina (artículo 5.3, Convenio de Berna). Entonces, en virtud del artículo 16 de la Constitución Nacional, se configuraría una violación al principio de igualdad, en cuanto deviene en un trato diferenciado para la obra extranjera respecto de la obra nacional, en perjuicio de los intereses del público en general, y en particular en la educación, la investigación y el acceso a la

En este escenario, lo digital está imbricado como hipertextualidad en los distintos medios de comunicación y producción cultural, así como en los procesos de interacción social, en los significados compartidos que se dan dentro y fuera de Internet.

información, como se refleja en el Preámbulo del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT, 1996). De allí la necesidad de adoptar criterios homogéneos en materia de limitaciones y excepciones al derecho de autor en el entorno digital, sea por transposición del criterio convencional en la legislación nacional (reforma legislativa), sea mediante la interpretación judicial hermenéutica que pondere el restablecimiento del razonable equilibrio que debe regir entre los intereses de los autores y del público en general, con fundamento en el principio de igualdad y no discriminación entre la obra<sup>20</sup> extranjera y la nacional según los principios fundamentales de nuestra legislación (artículos 16-17 de la Constitución Nacional).

## FUTURO DEL DERECHO DE AUTOR

La tentadora promesa del acceso universal a las obras culturales trae aparejado un proceso de destrucción de los modelos operativos de las industrias creativas anteriores a la era digital. Detrás de este proceso de cambio se plantea la cuestión fundamental de la normativa de derecho de autor. ¿Cómo puede la sociedad poner a disposición del público más amplio posible obras culturales a precios razonables y en condiciones de sustentabilidad económica digna en el entorno en que se desenvuelven? Esta cuestión entraña una serie de relaciones de equilibrio. Por una parte, la disponibilidad de las obras y, por otra, su control y su distribución a fin de extraer valor de ellas. Además, está el equilibrio entre consumidores y productores; entre los intereses de la sociedad y los de los creadores en particular; entre los intereses de los titulares de derechos y del público en general; y entre la gratificación a corto plazo del consumo inmediato y el proceso

<sup>19</sup> Artículo 9.2, Convenio de Berna (Acta de París del 24 de junio de 1971, ratif. Ley 25.140, B. O. 24.9.99); artículo 13, Acuerdo sobre los ADPIC (Ratif. Ley 24.425, B. O. 5.1.95); artículos 10, WCT y 16.2, WPPT (Ratif. Ley 25.140, B. O. 24.9.99).

<sup>20</sup> Se considera "obra" todo contenido creativo original en el campo literario y artístico.

a largo plazo de proporcionar incentivos económicos que recompensen la creatividad y fomenten una cultura dinámica.

La tecnología digital e Internet han presionado y seguirán haciéndolo sobre ese equilibrio. La ventaja tecnológica ha inclinado la balanza hacia el lado de la disponibilidad gratuita, del consumidor, del disfrute social, de la gratificación a corto plazo y de los intereses de los intermediarios (ISPs). La historia ha demostrado que es imposible dar marcha atrás en lo que atañe a las ventajas tecnológicas y los cambios que desencadenan. En lugar de poner resistencia, tenemos que aceptar la inevitabilidad del cambio y buscar con inteligencia la forma de abordarlo. No hay opción: el sistema del derecho de autor se adapta a la ventaja natural que se le presenta, o bien desaparece. La adaptación en este caso exige cierto grado de activismo. Una postura pasiva ante este proceso de evolución conlleva el riesgo del proceso darwiniano en el que se afirma la supervivencia del modelo operativo más apto, y que este no respete ese equilibrio. Es decir, esta cuestión no debería dejarse al azar de las posibilidades tecnológicas y de la evolución comercial. Es necesaria una respuesta política consciente. Según Francis Gurry,<sup>21</sup> con quien coincidimos y reproducimos, la misma debería regir la evolución de la normativa del derecho de autor y orientarse en base a los siguientes principios:

*Neutralidad ante la tecnología y los modelos operativos.* El objetivo del derecho de autor no es influir sobre las posibilidades técnicas de la expresión creativa o sobre los modelos operativos que surgen de esas posibilidades. Tampoco consiste en preservar modelos operativos creados por tecnologías obsoletas. Su objetivo consiste en servir a todas y cada una de las técnicas de producción y distribución de obras culturales y extraer valor de los intercambios que esas técnicas hacen posible para que lleguen a los creadores

y facilitadores del intercambio cultural mediante la utilización de la tecnología.

*Exhaustividad y coherencia en la respuesta normativa.* Es probable que la respuesta provenga de distintos elementos, a saber, el derecho, la infraestructura, el cambio cultural, la colaboración institucional y mejores modelos operativos:

*Derecho.* La legislación fue el método más adecuado de formular políticas

en materia de derecho de autor, pero se trata de un instrumento rígido y limitado en el entorno digital. En este ámbito, el volumen de tráfico existente, el carácter internacional de las relaciones jurídicas y la reglamentación imprecisa del sistema de nombres de dominio, que permite un alto grado de anonimato, convierten a la ley en una fuente de vigor debilitado. Las instituciones jurídicas y su ámbito de aplicación están atrapadas en la territorialidad, mientras que las prácticas económicas y tecnológicas han superado ese marco limitado. La cultura de Internet es de naturaleza tal que las plataformas y redes sociales influyen en el comportamiento de las personas más que la legislación. Reconocer las limitaciones de la legislación y su incapacidad

para proveer una respuesta a todos los problemas no significa desestimarla, sino que debe abordarse numerosas cuestiones jurídicas. Entre ellas, es fundamental la *cuestión de la responsabilidad de los intermediarios (ISPs)*. La posición de los intermediarios es esencial, pues son a la vez proveedores de servicios, socios, competidores e incluso clones perfectos de los creadores e intérpretes, así como de sus interlocutores comerciales; de ahí la dificultad que tenemos para alcanzar una posición clara sobre su función.

*Infraestructura.* Es tan importante como la legislación para solucionar el problema. La infraestructura en que se basa la gestión colectiva de los derechos está perimida. Basada en un complejo mosaico



territorial de representación recíproca de los titulares de derechos, es incompatible con el universo de explotación plurijurisdiccional de Internet en el que la expresión cobra existencia gracias a la tecnología digital. Las sociedades de autores tienen que ser diferentes y adaptarse. Es necesaria una infraestructura global que permita la concesión mundial de licencias de explotación de las obras culturales, de forma simple y legal en Internet, que sea tan fácil como la obtención ilegal de esas obras en la red. En este sentido, un *registro internacional* de obras literarias y artísticas, una *base de datos mundial* con todos los repertorios sería un paso valioso y necesario hacia el establecimiento de la infraestructura de concesión mundial de licencias. Para que tenga éxito, esta futura infraestructura debería funcionar en cooperación entre los sectores público y privado con las sociedades de gestión existentes. Debería proporcionar los medios necesarios de interconexión entre sí por medio de un sistema mundial, de la misma manera que el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) conecta a las oficinas de patentes de todo el mundo, sin necesidad de sustituirlas.

**Cultura.** Internet ha creado su propia cultura que, entre otras cuestiones, plantea la gratuidad inicial y automática de los usos sin fines comerciales. Este sentimiento que manifiesta, de aversión o falta de respeto por la propiedad intelectual, es ampliamente compartido y se evidencia en la incidencia de las descargas ilegales de música. Se podrá argüir acerca de la metodología adecuada que ha de utilizarse para evaluar ese fenómeno, pero no cabe ninguna duda de que la práctica ha alcanzado proporciones generalizadas. Para eso debemos reformular el concepto de piratería y la función del derecho de autor en Internet. Las personas no reaccionan favorablemente si se las tacha de piratas. De hecho, algunos incluso se enorgullecen del término. La

La ausencia de un registro y una base de datos idónea e interconectada, que permita identificar las obras que han pasado a formar parte del dominio público, condena al anonimato las creaciones locales.

reacción podría ser constructiva ante el desafío de compartir la responsabilidad de conformar una política cultural y concientizar sobre el peligro que se plantea a la viabilidad financiera de la cultura en el siglo XXI, puesto que eso es lo que sí corre peligro si no logramos formular una política eficaz y equilibrada en materia de derecho de autor.

**Colaboración institucional.** Se trata de una esfera muy delicada, en la que cualquier medida puede influir de manera desproporcionada en el combate que se libra por ganarse las simpatías del público a la hora de decidir cuál es la política adecuada en materia de derecho de autor. Asimismo, se trata de una esfera en cierto modo incoherente, en la que existen distintos planteamientos nacionales: en algunos países se hace hincapié en la adopción de medidas contra los usuarios que violan los derechos y en otros se responsabiliza a los intermediarios; además, existen enfoques plurilaterales previstos en el Acuerdo Comercial contra la Falsificación (ACTA) y algunas medidas prácticas o códigos de autorregulación por parte del sector. Necesitamos mayor coherencia para avanzar en este ámbito. Tenemos que definir racionalmente qué objetivos compartimos, empezando por los más básicos. Sin embargo, la falta de voluntad de algunos países para entablar debates o tomar medidas a escala internacional en este ámbito impone enormes limitaciones.

**Modelos operativos adecuados.** Hasta el momento el enfrentamiento entre nuestro mundo clásico del derecho de autor y el entorno digital está más cerca de ser una triste historia de resistencia a la innovación que un ejemplo de interacción inteligente.

**Simpleza y facilidad.** El derecho de autor tiene que ser más simple. Evidentemente, las generaciones futuras van a considerar estas cuestiones como un reflejo del pasado. Las obras digitales van a modificar las dimensiones existentes tal y como ya

observamos en el contenido creado por los usuarios. Lo mismo sucede en los ámbitos de la impresión tridimensional y los sistemas de fabricación aditiva, en los que el archivo digital constituye la tecnología y el lugar de fabricación. Todo esto entra en esa nueva dimensión, en la que esperamos podamos comenzar a poner a punto los instrumentos necesarios para explorarla desde la universidad que hoy nos acoge.

## CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Tener acceso a la información es un interés prioritario del ciudadano actual, que aumentará en el futuro. Aunque las universidades y bibliotecas disponen de fondos destinados a digitalizar colecciones y cuenten con consenso en la red, las dificultades que implica salvaguardar los derechos de autor, sumado a la extensión del dominio privado, obliga a limitar dicha tarea al material obrante en el dominio público. Por consiguiente, resulta indispensable hallar una fórmula legal adecuada para solucionar el problema de las obras huérfanas y establecer una excepción legal para fines educativos e informativos que posibiliten un acceso más amplio a la información.

El carácter exclusivo de los actos de reproducción y puesta a disposición del público de contenidos protegidos por derecho de autor en el entorno digital debería flexibilizarse, limitándose al acto de publicación, cumplido el cual los contenidos deberían ser objeto de diversos tipos de licenciamiento, incluido los obligatorios para determinados usos con fines no comerciales y bajo un sistema de excepciones uniforme. El criterio de los tres pasos en materia de limitaciones y excepciones al derecho de autor establecido en el derecho convencional ofrece una solución razonable por lo cual se aconseja su incorporación al derecho nacional. Este enfoque se aproxima al criterio del uso justo (*fair use*) del derecho anglosajón que favorece los intereses

del público en general, y en particular en la educación, la investigación y el acceso a la información. En este ámbito las bibliotecas cumplen un rol fundamental.

En el esfuerzo por mejorar el acceso efectivo a las obras de dominio público debería considerarse el acceso material a las obras y los medios para mejorar la disponibilidad pública de contenidos creativos, como bancos de datos y bibliotecas públicas. Cuantos más ejemplares (analógicos o digitales) estén disponibles, más eficaz será el dominio público.

El objetivo de toda iniciativa para fortalecer el dominio público debe salvaguardar el uso libre y gratuito de los recursos literarios y artísticos, al tiempo de potenciar su enriquecimiento dando a conocer las obras y facilitando el acceso. La función del registro, de las bibliotecas y su vinculación con el depósito legal, revisten particular importancia.

Es preciso crear un registro universal de obras y/o adaptar los registros de derecho de autor existentes, de modo que provean a la identificación y distinción de las obras en el dominio público, y a la información en relación con las limitaciones y excepciones al derecho de autor, abordando los aspectos jurídicos, conceptuales y prácticos de la cuestión. La cooperación entre los organismos gubernamentales locales e internacionales, tales como Unesco, OMPI y Cerlac, es fundamental en este proceso.

En un contexto en el cual lo digital forma parte de la cotidianeidad, la creación intelectual bajo una lógica de interactividad, necesita una regulación flexible para poder preservar el equilibrio de los intereses de los actores involucrados, sometida a una dinámica de cambio constante. El desarrollo tecnológico plantea el desafío acerca del papel que juega la legislación de derecho de autor como elemento propulsor de la innovación y la creatividad.

En síntesis, el derecho de autor debe ser un incentivo para el dinamismo cultural, en lugar de salvaguarda de intereses creados bajo modelos operativos del pasado. ●

La importancia de establecer estándares internacionales en materia de excepciones para las bibliotecas con fines de ilustración radica en posibilitar el acceso al conocimiento con un criterio uniforme, en un medio global.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acuerdo sobre los ADPIC**, Parte III, Observancia de los derechos de propiedad intelectual.
- Artículo 9.2**, Convenio de Berna (Acta de París del 24 de junio de 1971, ratif. Ley 25.140, B. O. 24.9.99).
- Artículos 10**, WCT y 16.2, WPPT (Ratif. Ley 25.140, B. O. 24.9.99).
- Artículo 13**, Acuerdo sobre los ADPIC (Ratif. Ley 24.425, B. O. 5.1.95)
- Bernardez**, Mariano, *Capital intelectual*, Colección Global Business Press, Estados Unidos, AuthorHouse, 2008.
- Caso Google** en [www.wired.com/images\\_blogs/threatlevel/2013/11/chindecision.pdf](http://www.wired.com/images_blogs/threatlevel/2013/11/chindecision.pdf).
- Castels**, Manuel, "Information Age: Economy, Society and Culture", vol. 1, en *The Rise of the Network Society*, Cambridge, MA, Blakwell, 1996, Trad.: "La era de la información: economía, sociedad y cultura", vol.1, en *La sociedad red*, Madrid, Editorial Alianza, Madrid, 1999.
- Congreso ALAI 2013**, en [alaicartagenaz2013.org/index.php/es/congress/papers](http://alaicartagenaz2013.org/index.php/es/congress/papers).
- Dusollier**, Séverine, "Estudio exploratorio sobre el derecho de autor y los Derechos conexos y el dominio público", en: [www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/es/agenda/pdf/scoping\\_study\\_cr.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/es/agenda/pdf/scoping_study_cr.pdf).
- Gurry**, Francis, Conferencia sobre la dirección futura del derecho de autor, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, dictada en *Queensland University of Technology*, Sydney, 25 de febrero de 2011, en [www.wipo.int/about-wipo/es/dgo/speeches/dg\\_blueskyconf\\_11.html](http://www.wipo.int/about-wipo/es/dgo/speeches/dg_blueskyconf_11.html).
- Innis**, Harold Adams, *The Bias of Communication (1951)*, 2º ed., University of Toronto Press, 2008.
- Lash**, Scott, *Crítica de la información*, Buenos Aires, Amorrortu, 2005.
- Rifkin**, Jeremy, *The Age of Access*, New York, P.Tarcher/Putman Inc., 2000, Versión en *La era del acceso*, Trad.: J. Francisco Alvarez y David Teiras, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2000.
- Samuelson**, P., "Challenges in the mapping of the public domain", en *The Future the public domain*", Duke Law Journal, 2006, vol. 55, 111-169.
- Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT)** en [www.wipo.int/treaties/es/ip/wc](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wc).
- Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT)** en [www.wipo.int/treaties/es/ip/wppt](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wppt); aprobados en Ginebra, 1996.
- White**, Ben, "La función que desempeñan las bibliotecas para garantizar el acceso a los conocimientos", en *Revista de la OMPI*, Ginebra, 2012, núm. 4 (Agosto), en [www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2012/04/article\\_0004.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/04/article_0004.html).
- Williams**, Raymond, *Keywords*, Londres, Harper Collins Publishers Ltd. UK, 1976, Trad.: Horacio Pons, *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Editorial Nueva Visión, 2000.
- [www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/es/sccr\\_17/sccr\\_17\\_2.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/es/sccr_17/sccr_17_2.pdf).



## EL SISTEMA MUNDIAL EN LA INMEDIATA POST-GUERRA FRÍA<sup>1</sup>

Fue al fin de la Segunda Guerra Mundial que Estados Unidos obtuvo una posición de *primacía* en el sistema capitalista: un estatus de poder sin rival. En ese marco, el país inició y trazó una *estrategia de alcance planetario: un rol hegemónico global*, una proyección de potencia a escala internacional<sup>2</sup>, por la época, en un contexto bipolar.

Una primacía que luego se exacerbó con el colapso soviético y el cese de la Guerra Fría. En efecto, prorrumpió un esquema geopolítico radicalmente transformado, de tipo *unipolar*, una noción acuñada por Charles Krauthammer en el artículo “The unipolar moment”, publicado por *Foreign Affairs* en 1990.<sup>3</sup> Un orden inédito en la historia, en el que Estados Unidos logró una preponderancia neta en todos los resortes de poder económico, militar, político, cultural, ideológico.<sup>4</sup>

A su turno, ese predominio sin par dio lugar a una *estrategia global renovada*: un globalismo de post-Guerra Fría,<sup>5</sup> trazado por George H.W. Bush (1989-1993), que persistió en las dos administraciones posteriores:

En cualquier caso, sea la caída absoluta o relativa, la tesis nodal es que se avicina el término de la primacía estadounidense a escala mundial.

William Clinton (1993-2001) y George W. Bush (2001-2009). Entonces, se trata de una estrategia externa bipartidaria, un consenso-base. Es decir, líneas de política exterior en común, y por eso sólidas y de largo aliento, yuxtapuestas con desavenencias y giros, muy intensos y también típicos del período. Su médula fue, precisamente, *afianzar esa primacía reforzada*. ¿Cómo? A través de una *proyección global de poder ampliada*. Para eso, se asentó en dos pilares.

- Por una parte, el *poder militar*: el resguardo de una fuerza bélica global y de potencia inigualable, pero también un *patrón intervencionista* agudizado que ya brotó en la era

Reagan y que redobló en la administración Bush después de los atentados terroristas de septiembre de 2001.

- Además, el fomento de un *orden mundial liberal*, económico y político: un *liberalismo transnacional*. Y en efecto desde 1990 tuvo lugar una expansión realmente notable del capitalismo en el orbe, un “pancapitalismo”, hoy dominante.

Sin embargo, ese consenso-base un tiempo después quedó bajo asalto. Así, y como asienta Josef Joffe, de la Universidad de

<sup>1</sup> La presente contribución retoma hipótesis expuestas por la autora en el libro *La era Obama. Estrategia de seguridad y política exterior*, Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2013.

<sup>2</sup> Stephen Brooks, John Ikenberry y William Wohlforth, “Lean forward. In defense of American engagement”, en *Foreign Affairs*, enero-febrero de 2013.

<sup>3</sup> Charles Krauthammer, “The unipolar moment”, en *Foreign Affairs*, número especial 1990.

<sup>4</sup> Erik Edelman, *Understanding America’s contested primacy*, Washington, Center for Strategic and Budgetary Assessments, 2010.

<sup>5</sup> Ana María Ezcurra, *El globalismo de post-Guerra Fría*, Buenos Aires, IDEAS-Red Latinoamericana, 1991.

## Ana María Ezcurra

PSICÓLOGA Y DOCTORA EN CIENCIAS POLÍTICAS. ES EXPERTA EN RELACIONES INTERNACIONALES, Y EN ESTUDIOS SOBRE EDUCACIÓN SUPERIOR. ES AUTORA DE NUMEROSOS LIBROS PUBLICADOS EN MÉXICO, BUENOS AIRES, NUEVA YORK, MADRID, GINEBRA, PARÍS, ENTRE OTROS.

Harvard, en Estados Unidos cada diez años afloran ciclos declinistas. Oleadas recurrentes que vienen y van. En ese marco, y con el derrumbe soviético, en la década de 1990 y a inicios del siglo XXI se dio un reflujo, el declinismo tomó un descanso.<sup>6</sup>

Empero, revivió con bríos hacia el final del gobierno Bush (2001-2009). Un brote muy potente, avivado por la crisis bursátil y económica que se desató en 2008. En esa línea, Walter Russell Mead, articulista en *The American Interest*, marca que antes de la debacle financiera el discurso declinista ya era omnipresente, pero que el crac lo afianzó, y así se propagó la idea de que el país no estaba en riesgo de declive, sino en plena agonía, la apertura de un tiempo pos-americano.<sup>7</sup> Ese talante sombrío cobró aún más vigor en 2011 con el agrio debate legislativo sobre la deuda pública, y se acentuó en agosto cuando la agencia Standard & Poor's bajó a Estados Unidos como pagador confiable de la primera categoría (AAA) en su *rating*.

Por supuesto, el flamante declinismo tiene variantes. En efecto, y como anota Edward Luttwak, del Center for Strategic and International Studies, hay quienes presagian una decadencia *absoluta* irreparable. Otros, en cambio, advierten un retroceso *relativo*, corolario del ascenso de otros países.<sup>8</sup> En

esta visión, algunos atisban una transición hegemónica inexorable hacia China.

En cualquier caso, sea la caída absoluta o relativa, la tesis nodal es que se avecina el *término de la primacía estadounidense* a escala mundial. Por eso, y en materia de políticas, se aboga por el *cese de su rol hegemónico global*, una retirada a gran escala del campo internacional, y sobre todo un repliegue castrense sustancial, un quiebre tajante con ese consenso de post-Guerra Fría. En suma, renació un ideario *post-hegemónico* y *anti-intervencionista*, muy fuerte, que por ahora sigue pujante en diversos entornos y domina en medios académicos,<sup>9</sup> aunque no logra enraizar en las elites políticas que prevalecen en los dos partidos mayoritarios, y tampoco en la gestión Obama.

### UN PREDOMINIO POR MENORES MÁRGENES. TRANSICIÓN DE PODER INTERNACIONAL Y TRANSICIÓN ESTRATÉGICA ESTADOUNIDENSE

Entonces, ¿declinación o primacía? En el sistema mundial, Estados Unidos retiene un poder notable. Es decir, conserva *primacía*, es la única superpotencia.<sup>10</sup> Perry Anderson, de la Universidad de California, animador de *New Left Review*, acuerda y alega que Estados

<sup>6</sup> Josef Joffe, "The default power. The false prophecy of America's decline", en *Foreign Affairs*, septiembre-octubre de 2009.

<sup>7</sup> Walter Mead, "Only makes you stronger: why the recession bolstered America", en *The New Republic*, 4 de febrero de 2009.

<sup>8</sup> Edward Luttwak, "The declinists, wrong again", en *The American Interest*, noviembre-diciembre de 2008.

<sup>9</sup> Stephen Brooks, John Stephen y William Wohlforth, "Don't come home, America. The case against retrenchment", en *International Security*, invierno 2012/2013.

<sup>10</sup> *A conversation with Michele Flournoy*, Council on Foreign Relations, Washington, abril de 2013.

Estados Unidos mantiene hegemonía en virtud de “su superioridad continua en armamento, riqueza e ideología”.<sup>11</sup> A su turno, Richard Haas, presidente del Council on Foreign Relations, indica que Estados Unidos sigue siendo primero entre desiguales, y que no se vislumbra un par competidor en el horizonte, y que por eso podría haber una segunda centuria estadounidense.<sup>12</sup> Por su lado, José Luís Fiori, de la Universidad Federal de Río de Janeiro, coincide y apunta que no hay evidencias de una crisis terminal de esta hegemonía.<sup>13</sup>

A la vez, y como ha sido copiosamente señalado, sí se da el firme avance de otros grandes poderes, y sobre todo, el proceso que Joseph Nye, de la Universidad de Harvard, llama la recuperación de Asia, que comenzó con Japón, siguió con Corea del Sur y otros Estados del Este de Asia, y continuó y persiste con China e India.<sup>14</sup> Por ende, se constata una *primacía por menores márgenes*: la brecha entre Estados Unidos y el resto, tan extraordinaria en la era unipolar,<sup>15</sup> se estrechó. Por eso se registra una *transición geopolítica*, una *transición de poder*, en palabras de Nye.

Un proceso que no entraña un traspaso hegemónico necesario a China. En esa línea, y en un aporte reciente, Nye afirma que China, por su crecimiento económico, se aproximará a Estados Unidos en recursos, pero que ello no implica que lo sobrepase como el país más potente.<sup>16</sup> ¿Por qué?

Es que Estados Unidos es la única nación con proyección global,<sup>17</sup> y aun guarda ventajas de peso en varios resortes de poder clave.

Entre ellos, el *militar*, con una supremacía abrumadora, aunque hay avances chinos que, según el Pentágono, podrían vulnerar aquella proyección mundial de fuerza bélica<sup>18</sup>, irrestricta en la era unipolar,<sup>19</sup> como se vio en las llamadas Operación Tormenta en el Desierto (Irak/Kuwait, 1990-1991), Operación Libertad Duradera (Afganistán, 2001) y Operación Libertad Iraquí (2003).

Hay otra esfera en la que Estados Unidos exhibe una superioridad aplastante: el *poder blando*, una noción muy influyente concebida por Joseph Nye.<sup>20</sup> Según el autor, el *soft power* es una facultad de cooptación: la habilidad para estructurar una situación de modo que otros países y actores desarrollen preferencias o definan sus intereses de manera consistente con los propios. Se contraponen al *hard power* (poder duro), de tipo coercitivo y afirmado en la fuerza militar y económica. Por eso, el *soft power* se basaría en la persuasión y la atracción: la capacidad de liderazgo y la pericia para suscitar colaboración, montar coaliciones y usar órganos internacionales, y para proyectar bienes, servicios y perspectivas culturales a escala planetaria.

En 2013, Joseph Nye agregó que en Estados Unidos el *soft power* es, en buena parte, producto de una sociedad civil autónoma, universidades, fundaciones, Hollywood y otras industrias culturales. Y adujo que “China y Rusia cometen el error de pensar que el gobierno es el principal instrumento de poder blando. En el mundo actual, la información no resulta escasa, pero sí la atención, y esta

En efecto, la primacía de Estados Unidos además depende de la voluntad política y de las políticas.

<sup>11</sup> Perry Anderson, “Algunas observaciones históricas sobre la hegemonía”, en *Crítica y Emancipación*, primer semestre de 2010.

<sup>12</sup> Richard Haas, “America can take a breath. And it should”, en *The New York Times*, 22 de junio de 2013.

<sup>13</sup> José Luís Fiori, *The global power, its formation, its expansion and its limits*, 2004. Traducido de José Luís Fiori (org.), *O poder americano*, Petrópolis, Editora Vozes, 2004.

<sup>14</sup> Joseph Nye, “The future of power”, en *Bulletin of the American Academy*, primavera de 2011.

<sup>15</sup> Charles Krauthammer, “The unipolar moment revisited”, en *The National Interest*, invierno 2002/2003.

<sup>16</sup> Joseph Nye, “American power in the 21st. century will be defined by the rise of the others”, en *The Washington Post*, 28 de junio de 2013.

<sup>17</sup> José Luís Fiori, “O poder global e a nova geopolítica das nações”, en *Crítica y Emancipación*, primer semestre de 2009.

<sup>18</sup> Se trata de las llamadas capacidades y estrategias militares anti-acceso y denegación de área (*anti-access/area-denial*, A2/AD).

<sup>19</sup> Department of Defense, *Joint Operational Access Concept*, Washington, enero de 2012.

<sup>20</sup> Joseph Nye, *Bound to lead: the changing nature of American power*, Nueva York, Basic Books, 1990.

depende de la credibilidad. La propaganda gubernamental raramente es creíble (...) El poder blando no funciona así”.<sup>21</sup>

A la vez, y como añade Nye, el *soft power* también radica en la política exterior. En especial, aunque no solo, en la aptitud para armar y liderar asociaciones inter-estatales. Al respecto, Estados Unidos detenta un *sistema de alianzas robusto y sin competidor*. Así, en Asia-Pacífico ostenta hegemonía regional, y por ende China sufre una desventaja geopolítica en el balance de poder en su propia área. Una hegemonía que, desde 2011, el gobierno de Obama busca vigorizar aun más con un giro de la estrategia externa hacia la zona, ahora jerarquizada como pieza capital de la política exterior. Por añadidura, retiene otra red de alianzas nodal, con Europa y Japón, “las dos entidades que poseen ingreso per cápita y economías sofisticadas similares a las norteamericanas, (...) y ello acarrea una gran disparidad en favor de la potencia neta de Estados Unidos”.<sup>22</sup>

Además, y como ya se expuso, impulsa una *visión ideológica universal*, un esquema planetario: un liberalismo transnacional, un núcleo bipartidario, reforzado desde la caída soviética. Se trata de un arquetipo *eficaz*, que logró gran influencia, sobre todo en la post-Guerra Fría, y por ahora un *modelo sin rival*: no existe un ideario competidor, aunque padece tropiezos y retrocesos, y levanta resistencias y antagonismos. En ese contexto, constituye un factor contundente del poder blando del país.



Estados Unidos detenta otras ventajas. Entre ellas:

- Vastas extensiones de tierras arables y agua en abundancia.
- Un boom energético, reciente: un resurgimiento excepcional de las reservas y producción de petróleo y gas natural, en base a hidrocarburos no convencionales (la llamada “revolución *shale*”<sup>23</sup>) factible por el arribo de tecnologías de perforación renovadas.<sup>24</sup> Un auge que, como plantea Tom Donilon, asesor de Seguridad Nacional hasta junio de 2013, ayuda a la recuperación económica, la seguridad energética y la posición geopolítica del país<sup>25</sup>, entre otros aportes, reduce la vulnerabilidad a la merma o cese de suministros y a *shock* de precios, y ya habría creado 1,7 millones de puestos de trabajo.<sup>26</sup> Por ende, sobrevino otra fortaleza estructural crítica, duradera, que apuntala el poder global de Estados Unidos.
- Liderazgo en investigación y desarrollo.<sup>27</sup>
- Una educación superior masiva y de calidad, si bien padece tasas de deserción muy elevadas que afectan, sobre todo, a franjas de población desfavorecidas en la distribución de capital económico y cultural, en rigor, un problema estructural mundial.<sup>28</sup>
- Virtudes demográficas; por ejemplo, la ratio entre la población en edad de trabajar y aquellos muy jóvenes o viejos para hacerlo sería una de las mejores del “mundo desarrollado”.<sup>29</sup>

<sup>21</sup> Joseph Nye, “What China and Russia don’t get about soft power”, en *Foreign Policy*, 29 de abril de 2013.

<sup>22</sup> Joseph Nye, “American power in the 21st. century will be defined by the rice of the others”, ob. cit.

<sup>23</sup> Roger Howard, “How shale energy reshapes American security”, en *The National Interest*, 3 de mayo de 2013.

<sup>24</sup> Mark Perry, *Energy milestone. US oil output increased by 2M barrels per day in just 2 years, completely reversing a 20-year decline*, American Enterprise Institute, 24 de julio de 2013.

<sup>25</sup> Tom Donilon, “Energy and American power”, en *Foreign Affairs*, 15 de junio de 2013; y *Remarks at the launch of Columbia University’s Center on Global Energy Policy*, Nueva York, 24 de abril de 2013.

<sup>26</sup> Robert Samuelson, “George P. Mitchell and the entrepreneurial edge”, en *The Washington Post*, 31 de julio de 2013.

<sup>27</sup> Joseph Nye, “The future of power”, en *Bulletin of the American Academy*, ob. cit.

<sup>28</sup> Ana María Ezcurra, *Igualdad en educación superior. Un desafío mundial*, Universidad Nacional de General Sarmiento, 2011.

<sup>29</sup> Richard Haas, “How to build a second American century”, en *The Washington Post*, 26 de abril de 2013.

Hay otra ventaja demográfica: la inmigración. En esa línea, Richard Haas recalca que Estados Unidos acepta más de un millón de inmigrantes por año, de modo permanente, más que cualquier otra nación. Y que ello comporta varios beneficios.<sup>30</sup> Al respecto, Joseph Nye remarca que la presencia de culturas diversas puede crear nexos con otros países, y también contribuir a una ampliación de perspectivas y actitudes estadounidenses en una época de globalización. En ese marco acentúa el rol eminente de los hispanos y advierte que se prevé que en 2050 los blancos no-hispanos serán solo una pequeña mayoría, mientras que los hispanos conformarán el 25% de la población y 8% los asiáticos.

Entonces, un Estados Unidos con una honda impronta hispana. Añade que “cuando Lee Kwan Yew<sup>31</sup> (...) concluye que China no rebasará a Estados Unidos como la potencia líder del siglo XXI, cita como razón primordial la aptitud de Estados Unidos para atraer a los mejores y más brillantes del resto del mundo, y de unirlos en una diversidad cultural creativa”.<sup>32</sup>

Sin embargo, y a la vez, Estados Unidos afronta *restricciones internas*: dificultades arduas. Entre ellas, déficit fiscal y deuda pública altos, bajo crecimiento económico, creciente desigualdad en el ingreso y atasco político. Por eso, desde su inicio, la gestión Obama da prioridad al frente doméstico. Es decir, la órbita interna adquiere precedencia de cara a la global. En ese sentido, la Estrategia de Seguridad Nacional, un material oficial publicado en mayo de 2010, aprecia que “la seguridad nacional empieza por casa”. Y juzga que “lo que ocurre dentro de nuestras fronteras siempre ha sido el origen de la

fortaleza del país (...) Primero y ante todo, hemos de restablecer los fundamentos del poder norteamericano”.<sup>33</sup>

A su turno, y en política externa, ese foco interior trae consigo una óptica con eje en *acotar la implicación de Estados Unidos en la arena global. Una restricción estratégica*. Un principio rector, que estructura la postura internacional, a la vez, un coto exterior que desata disensos enérgicos en filas del partido Republicano, y por eso es una perspectiva potencialmente lábil, inestable.

En síntesis, esos límites domésticos e internacionales no son una determinación necesaria, al menos por ahora. En otros términos, no provocan por sí mismos, ineludiblemente, el fin de la supremacía estadounidense. Nada es forzoso, nada está escrito, como opina Charles Krauthammer en polémica con el declinismo.<sup>34</sup> En efecto, la primacía de Estados Unidos además depende de la *voluntad política* y de las *políticas*. Como argumenta Robert Lieber, la visión de la dirigencia es crítica: “los aspectos materiales del poder nacional son decisivos, sí, pero condicionan resultados solo en líneas generales, mientras que las opciones en asuntos de estrategia y políticas se tornan cruciales”.<sup>35</sup>

Por ende, el enfoque externo posee un papel concluyente. Es decir, el predominio estadounidense, además, es *fruto de su política exterior*. Al respecto, en ese país se dan cambios, una gran movilidad, en los dos partidos mayoritarios. Así, desde 2011 cobró ímpetu un proceso de revisión de posiciones, *estrategias en formación*. Por lo tanto, se yuxtaponen una *transición geopolítica* internacional y una *transición estratégica* estadounidense. ●

Es decir, el predominio estadounidense, además, es fruto de su política exterior. Al respecto, en ese país se dan cambios, una gran movilidad, en los dos partidos mayoritarios.

<sup>30</sup> Ídem.

<sup>31</sup> Primer Ministro de Singapur 1959-1990.

<sup>32</sup> Joseph Nye, *The future of power*, Public Affairs, Nueva York, 2011.

<sup>33</sup> White House, *National Security Strategy*, Washington, mayo de 2010.

<sup>34</sup> Charles Krauthammer, “Decline is a choice. The new liberalism and the end of American ascendancy”, en *The Weekly Standard*, 19 de octubre de 2009.

<sup>35</sup> Robert Lieber, “Staying power and the American future: problems of primacy, policy and grand strategy”, en *Journal of Strategic Studies*, agosto de 2011.

## BIBLIOGRAFÍA

- Anderson**, Perry, “Algunas observaciones históricas sobre la hegemonía”, en *Crítica y Emancipación*, primer semestre de 2010.
- Brooks**, Stephen, John **Ikenberry** y William **Wohlforth**, “Lean forward. In defense of American engagement”, en *Foreign Affairs*, enero-febrero de 2013.
- \_\_\_\_\_, John Stephen y William Wohlforth, “Don’t come home, America. The case against re-trenchment”, en *International Security*, invierno 2012/2013.
- Council on Foreign Relations**, *A conversation with Michele Flournoy*, Washington, abril de 2013.
- Department of Defense**, *Joint Operational Access Concept*, Washington, enero de 2012.
- Donilon**, Tom, “Energy and American power”, en *Foreign Affairs*, 15 de junio de 2013; y *Remarks at the launch of Columbia University’s Center on Global Energy Policy*, Nueva York, 24 de abril de 2013.
- Edelman**, Erik, *Understanding America’s contested primacy*, Washington, Center for Strategic and Budgetary Assessments, 2010.
- Ezcurra**, Ana María, *El globalismo de post-Guerra Fría*, Buenos Aires, IDEAS-Red Latinoamericana, 1991.
- \_\_\_\_\_, *Igualdad en educación superior. Un desafío mundial*, Universidad Nacional de General Sarmiento, 2011.
- Fiori**, José Luís, *The global power, its formation, its expansion and its limits*, 2004. Traducido de José Luís Fiori (org.), *O poder americano*, Petrópolis, Editora Vozes, 2004.
- \_\_\_\_\_, “O poder global e a nova geopolítica das nações”, en *Crítica y Emancipación*, primer semestre de 2009.
- Haas**, Richard, “How to build a second American century”, en *The Washington Post*, 26 de abril de 2013.
- \_\_\_\_\_, “America can take a breath. And it should”, en *The New York Times*, 22 de junio de 2013.
- Howard**, Roger, “How shale energy reshapes American security”, en *The National Interest*, 3 de mayo de 2013.
- Joffe**, Josef, “The default power. The false prophecy of America’s decline”, en *Foreign Affairs*, septiembre-octubre de 2009.
- \_\_\_\_\_, “The unipolar moment”, en *Foreign Affairs*, número especial 1990.
- Krauthammer**, Charles, “The unipolar moment revisited”, en *The National Interest*, invierno 2002/2003.
- \_\_\_\_\_, “Decline is a choice. The new liberalism and the end of American ascendancy”, en *The Weekly Standard*, 19 de octubre de 2009.
- Lieber**, Robert, “Staying power and the American future: problems of primacy, policy and grand strategy”, en *Journal of Strategic Studies*, agosto de 2011.
- Luttwak**, Edward, “The declinists, wrong again”, en *The American Interest*, noviembre-diciembre de 2008.
- Mead**, Walter, “Only makes you stronger: why the recession bolstered America”, en *The New Republic*, 4 de febrero de 2009.
- Nye**, Joseph, *Bound to lead: the changing nature of American power*, Nueva York, Basic Books, 1990.
- \_\_\_\_\_, *The future of power*, Public Affairs, Nueva York, 2011.
- \_\_\_\_\_, “The future of power”, en *Bulletin of the American Academy*, primavera de 2011.
- \_\_\_\_\_, “What China and Russia don’t get about soft power”, en *Foreign Policy*, 29 de abril de 2013.
- \_\_\_\_\_, “American power in the 21st. century will be defined by the rise of the others”, en *The Washington Post*, 28 de junio de 2013.
- Perry**, Mark, *Energy milestone. US oil output increased by 2M barrels per day in just 2 years, completely reversing a 20-year decline*, American Enterprise Institute, 24 de julio de 2013.
- Samuelson**, Robert, “George P. Mitchell and the entrepreneurial edge”, en *The Washington Post*, 31 de julio de 2013.
- White House**, *National Security Strategy*, Washington, mayo de 2010.

La música, la industria de la música, entendiendo a esta como una sucesión de eslabones de una cadena que atraviesa la producción, circulación y consumo de contenidos, está atravesando cimbronazos —a la vez que potentes estímulos— de toda índole en esta última década.

El disco, el objeto disco, ha salido del centro del negocio. Sus márgenes de venta son cada vez más estrechos, y esta crisis disparó una sucesión de cambios intensa y sin fin: compañías discográficas que dejan de desarrollar artistas y sellos que se vuelven promotores de shows, artistas que se dedican a producir y distribuir su obra de manera autónoma, superpoblación de festivales en todos los sitios del mundo, disquerías que cierran o que venden electrodomésticos, discos que acompañan la entrada a un show, canales de música que pasan reality shows.

En el ínterin, una certeza: la música está más presente que nunca en nuestras vidas, en esta, la sociedad de las pantallas. Así, la encontramos en el *timeline* de nuestras redes sociales, accedemos a ella de manera inmediata vía *streaming*, en instantes contamos con una musiteca ilimitada a través de sistemas prepagos. Cambió la forma de acceso, como así también la oferta, diversa y de nichos. La música está en todos lados. Las TICs están replanteando los términos y condiciones de la experiencia de la música en términos de producción, distribución y consumo. Y con el progresivo declive del “objeto disco”, las compañías discográficas

pierden su centralidad en el negocio, al tiempo que salen al mercado a capturar los “beneficios indirectos”.

La experiencia de la música ha devenido en comunidades de sentido. Perdió buena parte de aquel mensaje unívoco —un menú de temporada de artistas accesible a través de los

El disco, el objeto disco, ha salido del centro del negocio. Sus márgenes de venta son cada vez más estrechos, y esta crisis disparó una sucesión de cambios intensa y sin fin.

discos— que los medios musicales masivos componen, y progresivamente fueron desapareciendo los grandes artistas de estadio, generando una emergencia de nichos y artistas más pequeños, con redes de fidelización customizadas y propias.

La música se expresa en experiencias colectivas. Vivenciales, sí, y en el mundo virtual también. Han crecido de manera exponencial los

festivales de música y las salas de música se atreven a programar artistas cada vez más pequeños.

El tablero de la industria de la música es el que cambia. Entran nuevos actores y la habitual cadena de legitimación de la música ha sido complementada por otras maneras de acceder al público, construidas por canales alternativos o digitales. Una vez más, el dilema está en los intermediarios: los decodificadores; aquellos capaces de funcionar como filtro para indicar y legitimar el consumo.

Si MTV funcionaba para millones, hoy ya no están los canales de música para mirar videoclips; el campo de la música se completó con nuevos actores en sus instancias de creación, de promoción, de legitimación, de comercialización. Aparecen así con más fuerza que antes los *netlabels*, colectivos y pro-



### Nicolás Wainszelbaum

SOCIÓLOGO (UBA). DIRECTOR DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES, DOCENTE TITULAR DE LA CÁTEDRA DE PRODUCCIÓN DE EVENTOS CULTURALES EN LA CARRERA DE GESTIÓN DEL ARTE Y LA CULTURA Y DOCENTE DEL POSGRADO DE INDUSTRIAS CULTURALES, AMBAS DE LA UNTREF. TRABAJA DESDE HACE MÁS DE 15 AÑOS EN GESTIÓN CULTURAL PÚBLICA. DIRIGIÓ LAS PRIMERAS DOS EDICIONES DEL BAFIM, FERIA DE LA MÚSICA DE BUENOS AIRES Y EL FIFBA (FESTIVAL INTERNACIONAL FOLKLORE BUENOS AIRES)

ductores, blogs, festivales, tiendas digitales, y otros actores que se van acomodando en el nuevo campo de la música, conviviendo con actores más tradicionales como las disqueras multinacionales, la radio, la televisión o los críticos especializados.

Lo que está en juego, en todo caso, lo que vuelve a estar en juego, es la intermediación. Los intermediarios en tanto instancias específicas de consagración del campo.

En el campo hay, entonces, instancias de producción de sentido, instancias de circulación de contenidos y espacios e instituciones donde estos contenidos se legitiman. Lo que puso en evidencia la crisis del soporte es la “reinvención” de la mediación, invertir y consagrar mediadores. Allí se juega una pelea importante.

Con el declive de la industria discográfica, pasamos a hablar de la industria de la música. Ya no existe el sistema único y binario donde la trascendencia pública está dada por si tenés o no un disco en la disquería. La revolución digital es también una oportunidad para producir un disco, buscar canales propios de distribución y llegar a más bocas de consumo. Es que hay canales alternativos sobre los que la industria tradicional no opera ni construye, que buscan y construyen sus propias estrategias de legitimación. Los *trendsetters* (así se denominan estos nuevos mediadores) buscan tener impacto en el discurso musical. Y lejos de la experiencia de individuación que caracterizó el desarrollo comercial de la música durante los últimos cincuenta años (la escucha individual, del living al *walkman*), la experiencia musical está generando nuevas formas comunitarias de vinculación: a través de la

escucha compartida en un festival, a través de asociaciones regionales de productores y festivales, a través de la meritocracia en las redes sociales.

Dos de las columnas grandes que sostenían el negocio de la música entraron en caída libre: por un lado, el ya mencionado derrumbe estrepitoso de venta del disco en formato físico. El disco ha salido del centro del negocio de la música, no siendo reemplazado hasta el momento por otro modelo de negocios tan sólido. Encadenado a esto, la caída del “relato” tradicional del crecimiento de un artista, esto es, la discográfica que apuesta a largo plazo por una cantidad de artistas, emergiendo entre ellos artistas de escala global. Este es un proceso que —contando excepciones— ha perdido vigencia en esta década. Ya no hay camadas de nuevos artistas que llenen estadios y esa fórmula comenzó a ser reemplazada paulatinamente por el festival como formato de experiencia musical.

Por otro lado, en los últimos años se vivió en América Latina una explosión de oferta de festivales musicales y de shows en vivo. Consagrados, tradicionales, emergentes, ecológicos, gastronómicos, de vanguardia, internacionales, con mercado, de nicho; el universo de festivales —privados, públicos,

mixtos, pagos, gratuitos— se pobló de una súper oferta que, por el momento, encuentra repercusión y respuesta.

Pero no todo es lo mismo. Ni todos pretenden ofrecer lo mismo. Si desde el estado los festivales se valen de una impronta propia, de promoción de escenas o públicos, desde el sector privado muchas veces el asunto se torna en acción comercial que, al amparo de un espónsor que suele financiar buena parte de los costos, no se detiene en miradas curatoriales sino más bien en completar grillas o, en el mejor de los casos, situaciones que den prolijidad y cierta corrección externa.

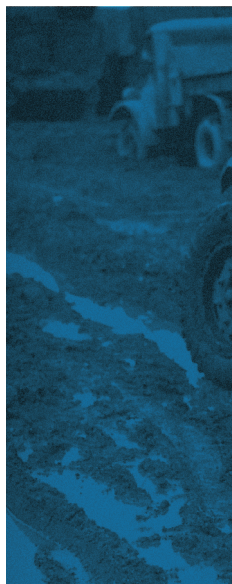
Como sea, la música en vivo se ha vuelto el gran negocio del sector. Un estudio del OIC de la Ciudad de Buenos Aires lo ha puesto de relieve: en los últimos años el negocio de la música en vivo duplica en facturación al de la industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires. Lo cual no es más que una demostración que el negocio, lejos de desaparecer, se reconvierte. Y a la vez que el vivo toma fuerza, no es menos cierto que conforma nuevos monopolios, relegando en términos del negocio a los locales de conciertos y festivales más pequeños.

### **MIENTRAS TANTO, CADA VEZ HAY MÁS MÚSICA**

Nunca fue tan fácil producirla, grabarla y ponerla a rodar. Ya no existe el impedimento de la edición discográfica: cualquier banda puede grabar sus canciones, convertirlo en audiovisual, echarlo a rodar en las redes sociales. Una parte del negocio pareciera comenzar a regirse por el poder de la creatividad y por estrategias novedosas para darse visibilidad. Tampoco existe el impedimento de la llegada a la batea. No hace falta ir a la tienda especializada de la calle Cabildo para enterarse de los últimos lanzamientos de *world music* o el rock: todos tenemos el mismo potente buscador.

Internet pone a disposición un menú —en apariencia— amplísimo de artistas. O

al menos la potencial posibilidad de ese acceso. Esta oferta es la que nutre festivales, demanda nuevos mediadores, creación de nuevas comunidades de circulación.



De lo que estamos hablando es de un nuevo mapa de actores, que reorganizan el campo desde otras variables económicas, culturales y sociales. Emergen así redes, comunidades, colectivos, y modos de intercambio que no están regidos estrictamente por la lógica de las compañías discográficas. Estos nuevos actores operan en todos los niveles del campo con una lógica distinta pero no opuesta a la de los sellos. Construyendo una lógica de trabajo de red. Festivales, comunidades, sitios y sellos digitales, artistas y creadores, construyen con sentido de red. Pero los vínculos ya no están sostenidos —al menos no únicamente— en el dinero sino en un tácito acuerdo de mutua cooperación. Es el caso de la Música Popular Alternativa en

México, detallado por Néstor García Canclini en *Cultura y desarrollo* (Paidós, 2012).

Pero entonces, ¿quién prescribe?, ¿quién recomienda? El sector independiente necesita visibilidad. Un buen sistema de mediadores; un circuito de lugares y festivales para tocar en vivo, un público fiel, un público afín y un público potencial.

El Estado debe convertirse en un buen mediador para el sector independiente. Esto es, crear plataformas de visibilidad, de apoyo, de vinculación, de redes; esto es, acompañar al sector independiente en su acceso al mercado. Y que el propio sector pueda crear o tenga el acompañamiento suficiente como para crear sus propias estrategias.

### **AQUÍ ES CUANDO ENTRAN LOS FESTIVALES**

El festival público, en este sentido, es una herramienta estratégica de las políticas públicas, en la medida que permite echar a rodar otras miradas, otras estéticas y sentidos al consumo de cultura, y no vincularlos exclusivamente a un andarivel determinado

de propuestas. Otro sentido del riesgo, digamos. Otra mirada posible. Y es estratégico en la medida que opera sobre múltiples cambios de manera sincrónica: construcción y convivencia de públicos, visibilidad para determinada escena, posicionamiento de una ciudad, miradas alternativas, nuevos negocios, equilibrio de la oferta, políticas de diversidad.

Pero, ¿cómo definimos los festivales?, o más bien, ¿cómo se define la sostenibilidad de un festival? Tenemos claro que la definición de un festival debe contener algunas variables insoslayables. Por un lado, una lectura precisa del sector musical sobre el que opero: problemáticas, dificultades, aspiraciones, horizontes. Y cierta vocación definida por avanzar en esa dirección.

Un diagnóstico preciso lleva consigo algunas preguntas y está en la gestión que lleva adelante el festival encontrar la mejor síntesis para poder responder a dichas demandas.

Usualmente los festivales trabajan sobre ciertas variables que Lluís Bonet acota en pocas líneas: la necesidad de posicionar determinada escena, la creación de un circuito local, la vinculación con el exterior, la creación de redes de trabajo y de música en vivo a nivel local, regional o internacional. Muchas veces estas plataformas van de la mano y es imposible delimitar estrictamente al festival en alguno de estos objetivos. Pero es fundamental tener claro hacia dónde va la plataforma.

Si pensamos en construir sostenibilidad, además de una acertada lectura de sector, la mirada sobre las audiencias es clave. Por un lado, desde la mirada estratégica en el diseño de comunicación, y cómo y desde dónde interpela nuestro dispositivo cultural. Y por el otro, yuxtapuesto a esto último, la mirada sobre los públicos seguros, los potenciales, y la construcción de dispositivos de creación de nuevos públicos.

Es imposible pensar en nuevas circulaciones si no pensamos en sus consumidores. Este punto –muchas veces no tenido en cuenta en las políticas de desarrollo de las Industrias Culturales– cobra sentido de manera incontrovertible cuando asistimos a cierres de

salas o espacios de exhibición, pequeños festivales, o el fracaso de proyectos independientes. Y pone en crisis –o al menos en cuestionamiento– modelos de financiación, apertura o programación de espacios que no tienen en cuenta las demandas locales o de las comunidades en que se inscriben y, por qué no, el propio diseño de algunas políticas de exhibición o visibilización.

Hay un desafío siempre pendiente en cultura y es cómo inscribimos nuestras acciones en el imaginario simbólico de una comunidad. Y los debates que suceden acerca de tensiones entre la masividad y el nicho, lo popular o la vanguardia y la idea de que el público solo busca la “repetición” de lo mismo.

Es decir, cómo operamos sobre los cursos establecidos, desde dónde y de qué manera un festival se permite generar un lenguaje disruptivo, heterodoxo, inclusivo. La idea de que el público solo busca más de lo mismo debe ser combatida. Quizá la clave está, justamente, en el uso de lenguajes, canales y códigos compartidos. Operar sobre ellos, sobre el imaginario construido y a partir del reconocimiento del otro, evitando extremos o situaciones de tensión. Trabajar en contextos y espacios reconocibles e identitarios, también. Y desde allí, suave y lentamente, llamar a la novedad. Brindar sobre todo espacios comunes. No hay innovación posible si el lugar desde el que soy convocado me es ajeno, no me interpela ni me identifica.

La revolución digital es también una oportunidad para producir un disco, buscar canales propios de distribución y llegar a más bocas de consumo.

## FESTIVAL COMO EMISOR DE SENTIDO

Es vital por otro lado, en la sostenibilidad del festival, legitimarse al interior del campo de la música. La creación de la marca y rasgos identitarios de un festival, la emisión de un mensaje claro y homogéneo, la construcción de un público determinado y otro potencial, la construcción de la percepción de dicho festival operara sobre la “legitimidad” del mismo que lo valida como un actor al interior del sistema.

El festival debe emitir un mensaje propio al interior de su campo, surcado por distintos

discursos que buscan su hegemonía interna: una cantidad enorme de actores (crítica especializada, festivales, asociaciones, sellos discográficos multinacionales e independientes, medios alternativos, *trendsetters*, organismos e instituciones).

Una vez que el festival logra posicionarse en el campo, que puede identificar una escena y acompañarla —desde la creación de circuitos, la exportación u otros objetivos—, que puede construir un discurso propio, que busca y define metas en el corto y mediano plazo, que logra una política sostenida de construcción y ampliación de públicos, es cuando se construye como un emisor *legitimado* dentro del campo.

Y la posición de festival como emisor de mensaje dentro del campo lo convierte también en creador de patrones de consumo y de miradas, posibilitador de enlaces y redes. Es indudable que aquí la mirada política alentará algunos consumos sobre otros, y la emergencia de algunas escenas sobre otras, la repetición o nuevas producciones de sentido. En el ínterin, el festival —y sobre

todo el festival público— no debería perder la posibilidad para poder exhibirse como un espacio de experimentación y novedad, sin por ello perder su aspiración de convertirse en un festival masivo o popular.

En este sentido, el festival debería definir en que “renglones” de la red posicionarse. Es decir, construir ese mapa de redes a partir de la cual constituirse como nodo. Esto significa

**El disco ha salido del centro del negocio de la música, no siendo reemplazado hasta el momento por otro modelo de negocios tan sólido.**

construir un mapa de alianzas con el sector, un posicionamiento con los festivales locales y, sobre todo, una buena lectura de los festivales internacionales con los cuales busca vincularse. Estas definiciones se darán en estricta relación a los códigos compartidos, intereses, posicionamiento, circulación bus-

cada, y ante qué actores y públicos busca construirse como instancia legitimadora.

El festival es, hoy, un nudo vital en el negocio, circulación y creación de audiencias en el mundo de la música. Desaparecido el CD, el festival debe consolidarse como el vehículo ideal para conocer y reconocer escenas, a partir del festival como experiencia; como espacio de encuentro. ●





Documentos

### Cumbre Iberoamericana de Panamá

Declaración de Panamá (XXIII Cumbre Iberoamericana). Ciudad de Panamá, 18 y 19 de octubre de 2013

Nosotros, las Jefas y los Jefes de Estado y de Gobierno de los veintidós países iberoamericanos, reunidos en Ciudad de Panamá, los días 18 y 19 de octubre de 2013, para discutir “El papel político, económico, social y cultural de la Comunidad Iberoamericana en un nuevo contexto mundial”, tema central de la XXIII Cumbre Iberoamericana, realizada en el marco de la conmemoración de los 500 años de la llegada de Vasco Núñez de Balboa al Mar del Sur, acontecimiento que contribuyó a la ampliación de las fronteras del conocimiento geográfico universal y otorgó al continente americano y muy especialmente a Panamá su particular condición de eje privilegiado de comunicación entre oriente y occidente, entre el Océano Atlántico y el Pacífico.

**REAFIRMANDO** nuestra voluntad de profundizar la discusión sobre la proyección de la Conferencia Iberoamericana, sobre la base de la identidad cultural, como foro de diálogo, concertación política y cooperación, en un marco de una profunda transformación de la economía mundial en la que nuestra Comunidad debe jugar un papel relevante ante los nuevos desafíos del crecimiento económico y el desarrollo sostenible, la gobernabilidad, la inclusión social, la justicia y el bienestar general de nuestros pueblos;

**RATIFICANDO** una vez más los valores de nuestro acervo político, económico, social y cultural sobre los que se asientan los principios de la Conferencia Iberoamericana en favor de la consolidación de la democracia y del Estado de derecho, la participación política de los ciudadanos, de promoción y protección de los derechos humanos, con inclusión y cohesión social;

**REAFIRMANDO** el enorme valor de nuestra cultura común como principal instrumento de integración de la Comunidad Iberoamericana y como factor determinante de la identidad y de la cohesión social de nuestros pueblos;

#### **ACORDAMOS**

En el ámbito político:

1. Mantener un diálogo fluido sobre temas de agenda internacional y buscar, siempre que sea posible, convergencias en los escenarios multilaterales; contrarrestar, de forma conjunta, la aplicación de medidas unilaterales que violen los principios del derecho internacional y puedan afectar la paz y a la seguridad internacional y los principios de soberanía y de libre determinación de los pueblos.
2. Fortalecer el diálogo de la Comunidad Iberoamericana con otras instancias de integración o concertación política, intrarregional o subregional, de las que nuestros países forman parte, conscientes de que esa multiplicidad de pertenencias es un factor propicio a la hora de buscar convergencias, promover sinergias, definir áreas de acción y encontrar soluciones a los problemas que nos son comunes.
3. Reafirmar nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo del Milenio, basados en el Programa 21 y en los resultados de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo, así como con la nueva agenda de Desarrollo Mundial Post 2015 que, con sus dimensiones económica, social y ambiental, pone especial énfasis en la inclusión, la erradicación de la pobreza y la reducción de las desigualdades, lo cual requiere una transformación hacia la sostenibilidad, la solidaridad y la cooperación, observando el principio de las responsabilidades comunes pero diferenciadas entre los Estados.

4. Fomentar una cooperación internacional para el desarrollo que esté alineada con las prioridades, enfoques, herramientas y estrategias nacionales de desarrollo económico, social y ambiental destinadas a promover un desarrollo sostenible, un crecimiento económico firme y equilibrado; apoyar el proceso de renovación de la cooperación iberoamericana con el fin de enfocarla hacia acciones prioritarias que permitan una mayor articulación de las políticas públicas nacionales, potenciarla en todos sus niveles para impulsar nuevas sinergias de integración regional y consolidar los avances logrados en la Cooperación Sur-Sur y la cooperación triangular.
5. Impulsar la agenda digital de la región, considerando, entre otras cosas, la promoción del m-gobierno (Gobierno móvil) y la reducción de la brecha digital, como estrategias complementarias a las iniciativas de gobierno electrónico ya en marcha en Iberoamérica, haciendo particular hincapié en el papel que pueden jugar las tecnologías de la comunicación y la información y en particular las tecnologías móviles por su mayor accesibilidad.
6. Destacar las iniciativas para el tendido de un cable submarino que una directamente América Latina con la Península Ibérica y permita la comunicación y el intercambio de información de manera rápida, económica y con garantías de confidencialidad entre Europa y América Latina, potenciando así también la profundización de la cooperación en las áreas de educación, ciencia y tecnología e investigación.

En el ámbito económico:

7. Profundizar los esfuerzos necesarios para promover desarrollo económico con inclusión social, impulsar la inversión en capital productivo y fortalecer los mercados nacionales, en pos del mayor bienestar de nuestros pueblos.
8. Trabajar de forma conjunta y coordinada para contribuir a la estabilidad y la reforma del sistema financiero internacional, *inter alia*, promoviendo una mayor participación de los países en desarrollo en la reforma de las instituciones financieras internacionales, así como el cumplimiento de los estándares internacionales para la mejora de la regulación de las entidades financieras y la adopción de medidas concretas para lograr una mayor transparencia en la gestión de los flujos financieros y establecer mecanismos para reducir la dependencia de las agencias de calificación crediticia.
9. Promover una mayor coordinación de las políticas públicas, en donde las prioridades sociales estén en el centro del diseño de la política económica de nuestros países, para prevenir y mitigar los efectos nocivos y las múltiples manifestaciones y consecuencias que las crisis económicas y financieras internacionales tienen sobre nuestros pueblos y nuestros Estados.
10. Aplicar mejores prácticas que fortalezcan la prevención y el control de acciones que erosionan las bases tributarias, evitando así la elusión, evasión y la planificación fiscal abusiva, mediante una estrategia integrada, coordinada y acorde con el nuevo escenario internacional.
11. Continuar desarrollando acciones que promuevan las inversiones productivas nacionales y extranjeras, en un marco de seguridad jurídica y con el derecho de cada Estado a regular dichas actividades en condiciones de independencia, respeto mutuo y equidad, a fin de asegurar el desarrollo sostenible y el crecimiento económico con inclusión social, que hagan posible la construcción y puesta en marcha de las infraestructuras necesarias para el desarrollo que fomenten la eficiencia energética, que contribuyan a la integración física, operativa y tecnológica de y entre los países y a la reducción de las asimetrías en los niveles de desarrollo entre los países.
12. Solicitar a las instituciones multilaterales monetarias y financieras que contribuyan a desarrollar instrumentos para responder a choques exógenos, económicos y de otro tipo, como puede ser el financiamiento de la inversión en políticas públicas y en proyectos de infraestructura, de forma que los programas de crecimiento de largo plazo no se vean interrumpidos.

13. Resaltar que un objetivo esencial de la movilización de recursos domésticos es generar recursos para el desarrollo y el crecimiento económico con inclusión social y que los procesos sostenibles de reestructuración de deudas soberanas promueven dicho objetivo al asegurar el repago de dichas deudas sin obstaculizar el flujo de recursos disponibles para financiar políticas que impulsen el desarrollo y el crecimiento económico.
14. Reconocer el esfuerzo hecho por Panamá para expandir el canal y promover, gracias a las oportunidades que ofrece su privilegiada posición geográfica, la conectividad entre los países de la región y de esta con el resto del mundo; y apoyar la oportunidad que representa esta mejora de la conectividad para atender la demanda de nuevos servicios, así como para desarrollar parques o zonas de actividad logística que permitan dar valor agregado a las mercancías y para ofrecer una efectiva articulación intermodal entre los diversos medios de transporte y con los servicios conexos. Destacar asimismo la importancia estratégica de las plataformas logísticas ibéricas para acceder a los mercados europeos.

En el ámbito social:

15. Resaltar la importancia de contar con Estados presentes y activos, conscientes de la responsabilidad social que les cabe y, en este sentido:
  - Continuar desarrollando políticas públicas sociales integrales, que incorporen un enfoque intercultural y de género que promuevan una protección social universal sostenida, equitativa y que establezcan condiciones para promover la igualdad y la inclusión social.
  - Dar respuesta sostenible a las nuevas demandas de la población.
  - Seguir promoviendo políticas públicas integrales sustentadas en el ejercicio efectivo de los derechos fundamentales del ser humano a fin de hacer frente de manera eficaz a los flagelos del hambre, la desnutrición crónica infantil, la pobreza y pobreza extrema.
  - Seguir incrementando, en el marco de los objetivos del Programa Iberoamericano Metas 2021, la eficiencia del financiamiento estatal para garantizar la calidad y la universalización de la educación.
  - Continuar promoviendo políticas inclusivas para grupos en situación de vulnerabilidad con un enfoque integral de derechos humanos, incluyendo entre otras, la perspectiva de discapacidad de manera transversal y el enfoque inter generacional, con el fin de garantizar su inclusión y protección social.
  - Celebrar la realización, por primera vez en el marco de las Cumbres Iberoamericanas, de una Reunión de Ministros de Asuntos Sociales, con el fin de abordar las políticas públicas del área social de manera integral e intersectorial, incorporando el enfoque de género y la perspectiva de discapacidad.
16. Desarrollar políticas y estrategias de formación y capacitación laboral que respondan más adecuadamente a las necesidades de un mercado laboral cada vez más exigente, cambiante y competitivo y continuar promoviendo la inserción laboral de la población desempleada, de los grupos en situación de vulnerabilidad y de quienes trabajan en el sector informal, bajo condiciones de igualdad.
17. Reconocer el aporte de las personas migrantes a las sociedades de origen y destino y reafirmar la importancia de seguir velando por la protección de sus derechos.
18. Reforzar la institucionalidad de las políticas y estrategias para la promoción de igualdad y promover políticas públicas multisectoriales que incorporen de manera transversal el enfoque de género en todos los niveles de acción gubernamental, que garanticen la equidad de jure y de facto entre hombres y mujeres, que favorezcan la paridad y el pleno ejercicio de la ciudadanía en igualdad de condiciones y contribuyan a prevenir, erradicar y sancionar la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en todas sus dimensiones.



19. Fortalecer las políticas de inclusión de los pueblos indígenas y de los afrodescendientes que posibiliten en el marco institucional interno su acceso y plena participación en la vida política y económica de nuestros países, el reconocimiento, la preservación y la valoración de su diversidad cultural y el fortalecimiento del diálogo en un marco intercultural de respeto, convivencia y articulación entre las diversas culturas.

En el ámbito de la cultura:

20. Dar un nuevo y mayor impulso a la Carta Cultural Iberoamericana y a su plan de acción, como referencia fundamental para el desarrollo de las políticas culturales destinadas a consolidar el Espacio Cultural Iberoamericano.
21. Articular, a partir del Informe elaborado por la SEGIB, sobre la base de los encuentros mantenidos con expertos en Madrid, Panamá y México, un Programa de Trabajo concreto para la consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano con el objetivo de preservar y difundir la diversidad cultural y los programas iberoamericanos de cooperación cultural.
22. Promover una economía iberoamericana de la cultura dinámica y con alto valor agregado, que potencie las industrias culturales, que desarrolle los mercados comunes y los sistemas de coproducción. Ampliar, asimismo, las inversiones públicas y privadas destinadas a fortalecer todos los eslabones de las diversas cadenas productivas de la economía de la cultura, teniendo en cuenta los retos y oportunidades que presenta el tránsito al ámbito digital del sector cultural y creativo.
23. Promover condiciones para una mejor regulación, protección y circulación de bienes, servicios y contenidos culturales entre nuestros países, que contribuya a establecer un mercado común iberoamericano de la cultura más competitivo.
24. Profundizar los esfuerzos conjuntos para hacer frente de manera efectiva al tráfico ilícito de bienes culturales, por ser un flagelo que afecta gravemente el patrimonio cultural de nuestros estados, así como la identidad, la interculturalidad y pluriculturalidad de los pueblos de la Comunidad Iberoamericana.
25. Impulsar los mecanismos iberoamericanos de cooperación cultural, que entre otros, incluya la formación, capacitación y protección de los derechos de creadores, artistas, gestores y técnicos.
26. Articular esfuerzos de diplomacia cultural para ampliar y profundizar la comprensión de la diversidad cultural, de los derechos culturales y de la relación de la cultura y la economía desde un enfoque intercultural y promover procesos de formación de capacidades y fortalecimiento institucional, en el diseño y desarrollo de la acción cultural en el exterior.
27. Desarrollar y reforzar las políticas públicas de turismo cultural con inclusión y accesibilidad, y promover una mayor colaboración entre los sectores público y privado para fortalecer las acciones de preservación y promoción de nuestro patrimonio cultural.

Nosotros, las Jefas y los Jefes de Estado y de Gobierno de los países iberoamericanos:

28. Acogemos los acuerdos alcanzados en la XV Reunión Iberoamericana de Ministros de la Presidencia y Equivalentes (RIMPE), la VI Reunión de ministros de Economía y Hacienda, la I Reunión de Ministros de Asuntos Sociales, la XXIII Conferencia Iberoamericana de Educación, la XVI Conferencia Iberoamericana de Cultura, y la VIII Reunión de Ministros de Infraestructura y Logística.
29. Tomamos nota con interés de las Declaraciones y conclusiones emanadas de los Foros, Seminarios y Encuentros preparatorios celebrados en el marco de la XXIII Cumbre Iberoamericana.
30. Acogemos con satisfacción el ingreso en la Conferencia Iberoamericana de Japón como Observador Asociado y de la Organización Internacional de Migraciones (OIM), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la Organización Internacional del

Trabajo (OIT), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Panamericana de Salud (OPS) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

31. Expresamos nuestro mayor agradecimiento a S.E. el Presidente Ricardo Martinelli Berrocal y al Gobierno Panamá, al pueblo panameño y a la ciudad de Panamá por la hospitalidad demostrada con ocasión de esta Cumbre.
32. Destacamos los esfuerzos llevados a cabo tanto por la Secretaría Pro Tempore como por la SEGIB en el desarrollo de los trabajos de la Conferencia Iberoamericana 2013 y en la organización de la Cumbre Iberoamericana de Panamá.
33. Reiteramos nuestro agradecimiento al Gobierno de México por su ofrecimiento de realizar la XXIV Cumbre Iberoamericana en Veracruz. De manera muy especial, manifestamos nuestra mayor y más profunda gratitud al Secretario General Iberoamericano, Enrique Iglesias, ahora que concluye su segundo período a cargo de la SEGIB, por la extraordinaria labor realizada durante estos ocho años y le pedimos que siga contribuyendo, mediante su visión privilegiada y experiencia única de Iberoamérica, a la consolidación de nuestra Comunidad.

Y suscribimos la presente Declaración de Panamá y el Programa de Acción, que forma parte integrante de ella, y la Resolución sobre la Renovación de la Conferencia Iberoamericana en dos textos originales en idiomas español y portugués, ambos igualmente válidos, en Ciudad de Panamá, el 19 de octubre de 2013 ●

## Declaración de la XVI Conferencia Iberoamericana de Cultura

19 de septiembre de 2013

Los Ministros y altos funcionarios de Cultura de los países iberoamericanos, reunidos en la ciudad de Panamá el 13 de septiembre de 2013, en la XVI Conferencia Iberoamericana de Cultura, convocada en el marco de la XXIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno.

### CONSIDERAMOS

Que la XXIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno que se llevará a cabo en la ciudad de Panamá, Panamá, los próximos 18 y 19 de octubre del 2013 bajo el lema “El papel político, económico, social y cultural de la Comunidad Iberoamericana en el nuevo contexto mundial”, ofrece la ocasión adecuada para profundizar por parte de esta XVI Conferencia en el rol que desempeña la dimensión cultural en el desarrollo sostenible de la Comunidad Iberoamericana y en su proyección en la comunidad global.

Que la cultura iberoamericana es diversa, plural, universalmente difundida y tiene un valor estratégico excepcional en nuestra región y contribuye de forma decisiva a la cohesión social, desarrollo económico, social y sustentable de la misma y que nuestro propósito de convergencia se sustenta no solo en un acervo cultural común sino, asimismo, en la riqueza de nuestros orígenes y de sus expresiones (Carta Cultural Iberoamericana).

Que guiados por la convicción de la importancia de consolidar el espacio Cultural Iberoamericano resulta necesario potenciar acciones que permitan una reflexión de futuro, a partir de nuestros procesos históricos, para la construcción de un proyecto inclusivo que considere las identidades y la solidaridad como valores estratégicos fundamentales para la definición de políticas públicas.

### ACORDAMOS

Valorar unánime y positivamente la presentación del excelente Informe sobre la consolidación del Espacio Cultural Iberoamericano según el mandato de la Cumbre de Cádiz. Dicho informe se acepta como documento de referencia y se propone asimismo que los países puedan realizar nuevas aportaciones para enriquecerlo como un Programa de Trabajo y que sea objeto de debate y reflexión en diferentes encuentros. En el Informe se resaltan, entre otros, las profundas raíces de la diversidad cultural iberoamericana, el valor geoestratégico del espacio cultural en la actual globalización, su inclusividad y cohesión social y su servicio a la integración regional. Un espacio, asimismo, de valores, en especial los relacionados con los derechos fundamentales, entre ellos los culturales, que mira al futuro y las nuevas generaciones. Agradecer la realización de los encuentros en Madrid, Panamá y México.

Afirmar la fortaleza simbólica de los bienes culturales en tanto manifestaciones de la diversidad cultural frente a los riesgos potenciales que implican la adopción de acuerdos económicos que condicionen las políticas de fomento y protección de la producción cultural.

Subrayar el papel transversal de la cultura como elemento clave para la realización de la igualdad y destacar las experiencias desarrolladas en diversos países con la creación y emplazamiento de espacios culturales en comunidades socialmente vulnerables.

Encomendar a la SEGIB que en el marco del V Congreso Iberoamericano de Cultura de Zaragoza, España, denominado “Cultura Digital, Cultura en Red”, impulse el debate junto con los Ministerios e instituciones culturales de Iberoamérica para el desarrollo de una Agenda Digital Cultural para Iberoamérica que entre otras acciones contribuya a la reducción de la brecha digital en la región y fomente el desarrollo cultural con el acceso equitativo a la creación y difusión de manifestaciones culturales en el ámbito digital.

Encomendar a la SEGIB la creación de un grupo de trabajo para abordar la reglamentación y metodología de los congresos iberoamericanos de cultura. Aceptar la propuesta de Costa Rica para abril del año 2014 con el título “Cultura viva comunitaria”. Asimismo saludar la vinculación del Fondo Indígena en esa edición.

Saludar la presentación realizada por Panamá del proyecto de la Ciudad de las Artes que el principal proyecto cultural de los últimos años que busca establecer un núcleo central de desarrollo artístico, que impulsa la transformación curricular en las carreras artísticas en los centros educativos de arte a nivel nacional. La iniciativa del INAC está inspirada en las ciudades creativas de la UNESCO que se basa en la idea que la cultura puede desempeñar un papel importante en la renovación urbana.

Valorar el trabajo realizado por la OEI con relación al programa sobre Teatro Iberoamericano Infantil y Juvenil” y apoyar la convocatoria del Festival Iberoamericano Infantil y Juvenil que se celebrará en la Ciudad de México, organizado por la OEI con el apoyo de CONACULTA, con motivo de la próxima Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura en el que se invitará a compañías de teatro de cada país, favorecer el intercambio de experiencias y ampliar las experiencias de los alumnos en este campo.

Animar a la OEI a que continúe con el desarrollo del proyecto de Cultura emprendedora: aprender a emprender en cada uno de los países y manifestar satisfacción por el éxito del concurso sobre Cultura emprendedora convocado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España junto con la OEI a cuyos ganadores de cada país se invitará a participar en el Congreso Iberoamericano de Cultura que se celebrará en Zaragoza los días 20 a 22 de noviembre de 2013.

Apoyar la propuesta de la OEI para el desarrollo de un programa de movilidad de artistas y gestores culturales en el espacio iberoamericano a iniciarse en el año 2014.

Apoyar la oferta de los cursos de formación a distancia de la Escuela de las Culturas del Centro de Altos Estudios de la OEI (CAEU) y animar a los países para que los consideren como propios y animen a la participación en ellos.

Reconocer los avances realizados por la OEI en colaboración con la Secretaría de Cultura de Argentina en la puesta en marcha del Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIBC), con la participación activa de los responsables de la información estadística cultural de cada país, y especialmente la de los diversos sistemas subregionales (SICSUR, CAN y SICA). Acordar la institucionalización del mismo, a través de la creación del OIBC, de su Consejo Rector que garantiza la participación de todos los países de la región y de su Consejo Ejecutivo que ayudará a la operatividad y la eficacia del OIBC.

Reconocer al Observatorio Iberoamericano de Cultura como un ámbito de trabajo en común que permitirá el fortalecimiento de las capacidades de los países para construir sus propios sistemas de información estadística, el desarrollo de estrategias de difusión de información y la elaboración de informes de actualización regional.

Reconocer los avances realizados por diversos organismos internacionales como el Convenio Andrés Bello y la OEA y los propios países, en la implantación de los sistemas de cuentas satélites de la cultura con metodologías comunes. Ello permitió inspirar un programa de actuación específico para un conjunto de países que recibirán el apoyo técnico y financiero de OEI y CEPAL a lo largo de los años 2013 y 2014 para impulsar el desarrollo de sus cuentas satélite y la realización de la segunda edición del estudio: “La cultura y su contribución al desarrollo económico en Iberoamérica”, que nos permitirá, en tanto el desarrollo de las Cuentas Satélites de los países alcanza el grado de madurez necesario, evaluar mejor el peso de la cultura en la región, y su contribución a la creación de empleo y de riqueza.

Saludar la iniciativa emprendida por la OEI, en colaboración con Latinobarómetro y los ministerios de cultura de la región, de realizar por primera vez a nivel regional, una encuesta de participación y consumo culturales, como primera visión de conjunto de las prácticas culturales en la región y de situar los datos de nuestros respectivos países en ese contexto.

Desarrollar y reforzar políticas públicas de desarrollo sostenible para la preservación, difusión, acceso y disfrute del Patrimonio Cultural, y considerar la importancia del vínculo entre cultura y turismo, establecer una mayor colaboración entre los sectores público y privado para poner en marcha planes nacionales de estos sectores, mismos que aportan de manera significativa a la economía de nuestros países y de la región en su conjunto.

Felicitar el aumento en la participación de países miembros en los Programas de cooperación cultural, coordinados por SEGIB, los avances en la búsqueda de sinergias inter-programas, la inclusión de indicadores de gestión y resultado y la aportación financiera de los mismos bajo el criterio de cuotas diferenciadas para el fortalecimiento del sistema de Cooperación Cultural Iberoamericano y cumplir con los objetivos y líneas de acción establecidos.

Encomendar a la SEGIB a que continúe con la realización de los talleres de comunicación, formación, gestión por resultados y sinergias inter-programas de Cooperación Cultural.

Destacar la constitución del Comité Intergubernamental de la Iniciativa de Cooperación Iberoamericana, la creación de su Fondo Financiero, la aprobación de su Reglamento y Programa Operativo Anual con lo que se contribuirá a alcanzar los objetivos establecidos. Agradecer a Colombia su esfuerzo al hacerse cargo de la unidad técnica de este programa e incentivar la adhesión y participación de más países para convertirse en Programa de Cooperación.

Destacar la puesta en marcha del Programa Iberoamericano de Cooperación Iberoamericana Sonora, a propuesta de México y SEGIB, que contribuirá a la preservación y difusión del patrimonio sonoro y audiovisual en la región. Adhirieron Argentina, Costa Rica, España, Panamá, Perú y la región centroamericana con cuota única.

Destacar el lanzamiento del Programa Iberoamericano de Fomento a política cultural de base comunitaria Ibercultura viva, propuesto por Brasil y saludar la adhesión manifestada por Argentina, Bolivia, Costa Rica, Chile, El Salvador, España, México, Panamá, Perú, Portugal, Paraguay, Uruguay y el Fondo Indígena.

Reiterar el apoyo a la propuesta de Brasil para la realización de un encuentro sobre diversidad lingüística en el primer semestre de 2014 con el objetivo de formular estrategias de fortalecimiento, protección y difusión de las lenguas de la región.

Saludar a la OEI por la incorporación como observadores y participantes de los países lusófonos de África y Asia en las iniciativas de la región.

Encargar a la SEGIB a que articule con las instituciones académicas y de formación en materia de Diplomacia Cultural de la región, la actualización de la currícula para atender las nuevas formas de gestión y diplomacia culturales y con ello fortalecer las relaciones multilaterales y bilaterales, los mecanismos de cooperación y los programas de cooperación iberoamericanos entre otros y saludar el encuentro celebrado en Panamá en el marco de la Cumbre.

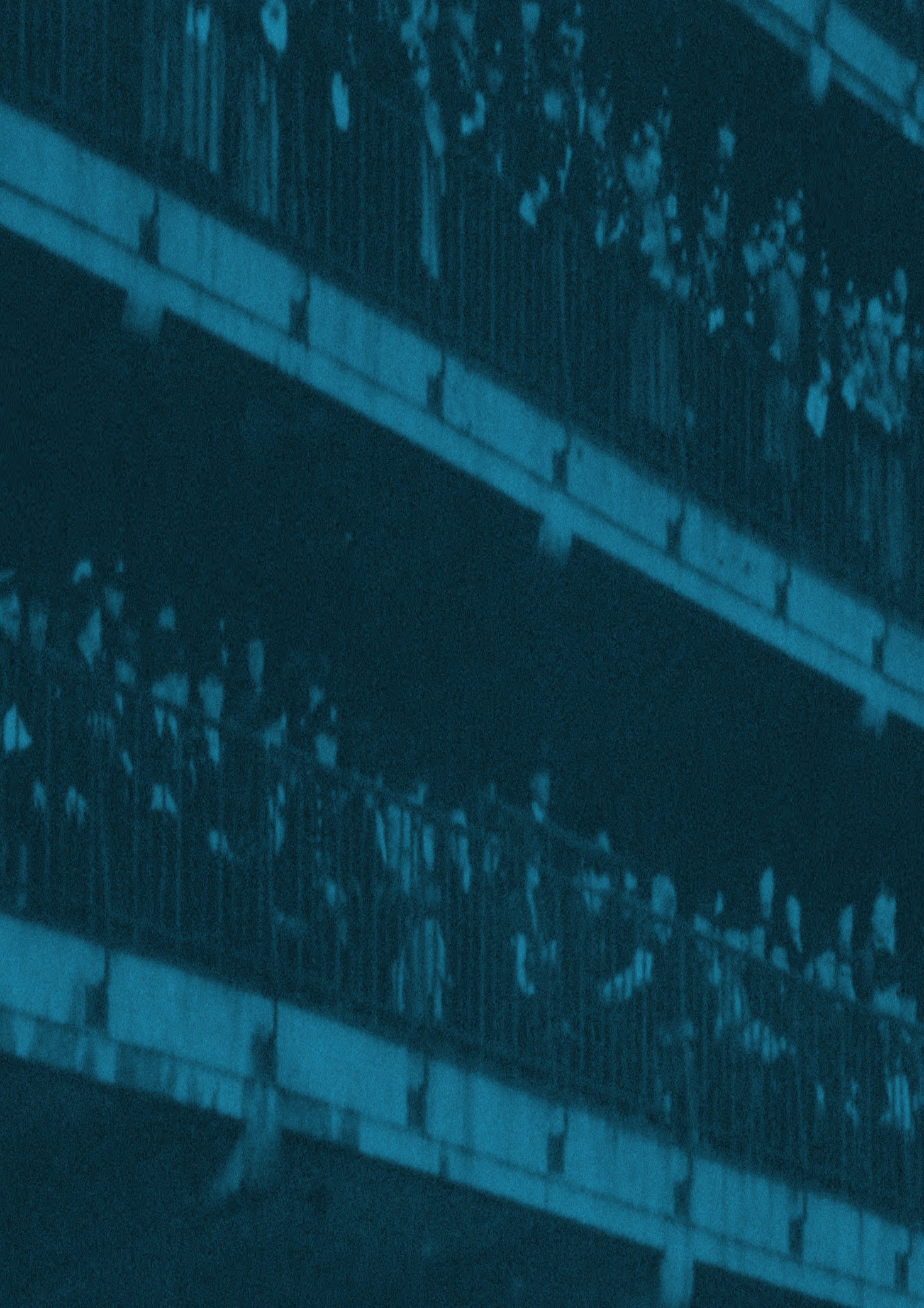
Reconocer el trabajo articulado entre SEGIB y OEI en el desarrollo programático que realizan en el ámbito cultural del espacio iberoamericano.

Saludar la invitación de Chile a participar en la 6ª Cumbre Mundial de las Artes y la Cultura que se llevará a cabo en Santiago de Chile del 13 al 16 de enero del 2014 en colaboración con IFACCA, la Federación Internacional de los Consejos de las Artes y Agencias Culturales.

Saludar la propuesta de México para realizar una reunión preparatoria previa a la XVII Conferencia Iberoamericana de Cultura a realizarse en México en 2014.

Saludar la participación de IFACCA, CERNALC y Convenio Andrés Bello en la Conferencia de Cultura de Panamá.

Felicitar al INAC de Panamá por la excelente organización y el desarrollo de la XVI Conferencia de Cultura celebrada en la Ciudad de Panamá. ●





Seminario de Psicología UNTREF 2013

---

Se trata de recibir al otro sin hacer ni hacerle ninguna pregunta; se trata de la posibilidad de ser anfitriones sin establecer ninguna condición

La hospitalidad resuena a palabra suave, acogedora, amplia en su extensión y honda en su pronunciación. Desde su origen mítico: sonido abierto y, a la vez, ambiguo. Dicha con el corazón deseoso de amistad: la casa abierta de par en par, dar lo que se tiene y lo que no se tiene. Pero a la vez: ¿cómo imaginar al otro que llega?, ¿cómo intruso, ajeno, huésped, extranjero, enemigo, aliado, adlátere? Extranjero supone: extraño, ajeno. La tensión aumenta cuando se pronuncia como intruso: “Es indispensable que en el extranjero haya algo de intruso, pues sin ello pierde su amenidad”, escribe Jean-Luc Nancy.<sup>1</sup> Quizá sea preferible enunciarla sin subrayar demasiado la virtud del anfitrión. Darla, no hacer de ella una estética pulcra de alojamiento. Referida a la educación: modo de nombrar lo que otros llaman de inclusión, pero desde un saber una experiencia del alma.

En su origen, todo acto de hospitalidad debía comenzar con una petición, con una súplica, con un deseo de acogida por parte del recién llegado. Al huésped, inmediatamente, se lo trataba con respeto y deferencia y se lo conducía hacia el interior del hogar. Se le ofrecía un baño, ungüentos y ropa limpia. Acodado en el trono *hospitalar*, se le servía comida hospitalaria, se rezaba a Zeus, dios de la hospitalidad, y se le daba la indicación de poder beber y comer a voluntad. En ese instante se realizaba el juramento de amistad. Poco después de comer y beber, y solo entonces, al huésped se le preguntaba sobre su nombre, su origen, sus propósitos y hacia dónde conduciría su viaje. Pero esto sería posible si se hubieran dado todas las atenciones. Establecida la conversación, los anfitriones ofrecían recitales de poesía y baile. En el momento de decidir partir, al huésped se le entregaban dones hospitalarios, regalos que recordarían el tiempo de la bienvenida y la señal de la simpatía desarrollada durante la hospitalidad.

Este acto, este ritual prototípico de hospitalidad, con más o menos atributos y detalles, es el que nos relata Ángel de la Guardia y Bermejo a partir de sus lecturas de Homero.<sup>2</sup> La existencia de ese ritual posee muchas versiones diferentes y es bien conocida a partir de diferentes mitos y fragmentos literarios. Incluso la definición latina del término hospitalidad (*hospitalitas, -ātis*) supone y se refiere a la virtud de quien hospeda a peregrinos, menesterosos y desvalidos, recogidos y prestándoles la debida asistencia en sus necesidades.

El propósito de su registro aquí no es otro que el de ilustrar la imagen invertida que la hospitalidad nos muestra en la vida contemporánea, una tarea que ya habían emprendido Benveniste y Jacques Derrida, entre otros. Imagen invertida, es decir: la hostilidad hacia el otro o la violencia que supone exigirle a los demás una ineludible transparencia identitaria: no dar hospitalidad sin preguntar la procedencia. Esto también querrá decir: ¿cuándo comienzan las preguntas que el otro deberá responder?, ¿pregunta el “yo” porque es dueño de casa —o del Estado, o de las instituciones educativas, etc.— o pregunta el otro?, ¿o no hay ninguna pregunta, sino relaciones de amistad y hospitalidad?

<sup>1</sup>Jean-Luc Nancy, *El intruso*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 2006, pág. 11.

<sup>2</sup>Ángel de la Guardia y Bermejo, “La hospitalidad en Homero”, en *Gerhin* núm. 5, 1987, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid.



## Carlos Skliar

DOCTOR EN FONOLOGÍA CON ESTUDIOS DE POS-DOCTORADO EN EDUCACIÓN. INVESTIGADOR INDEPENDIENTE EN EL CONICET E INVESTIGADOR PRINCIPAL EN FLACSO, ARGENTINA. SUS ÚLTIMOS LIBROS SON *DESOBEDIENCIAS DEL LENGUAJE* (2014) Y *HABLAR CON DESCONOCIDOS* (2014)

Si la más frecuente imagen del otro ya estaba teñida de una fantasmagoría y de una espectralidad cercanas a la amenaza, la violencia y la desaparición instantánea, de lo que hoy parece tratarse, además, es de una imagen no menos desteñida que intenta sujetar y confinar al otro a su aparente y única identidad. Así, cada otro debería ser el resultado de una ajena pero propia duplicación representativa. En esa pretendida duplicación cada otro debería estar obligado a ser representante fiel de uno u otro discurso sobre la diversidad, cada diverso debería quedar encerrado en el eufemismo de la diversidad, es decir: cada extranjero no sería otra cosa que su proverbial y mítica extranjería, cada miserable no sería sino su indeclinable miseria, cada violento viviría solo como el autor y el actor de su propia violencia, cada persona con discapacidad debería responder a una noción más o menos detallada de ausencia o falta o falla.

Pero, entonces: ¿hay relación de hospitalidad con el otro o hay una relación textual y temática que deja de lado la alteridad del otro, lo que es *otro* del otro?, ¿es acaso hospitalaria la convivencia cuando se fabrica la sustitución de aquello que el otro sería o estaría siendo por una torpe fijación identitaria?, ¿y cómo requerir del otro su lugar en la convivencia si ha sido deslocalizado, desestabilizado en su propia intimidad y en su misma existencia?

Si bien la hospitalidad puede ser presentada como la acción de recibir al otro en un acto desmesurado—es decir, de recibirlo más allá de toda “capacidad del yo”<sup>3</sup>—enseguida se deja tomar por una ambigüedad que le es constitutiva, como si se tratara de una capacidad que es al mismo tiempo ilimitada tanto como limitada, tanto incondicional como condicional. Y eso se ve reflejado en la distinción entre la Ley—mayúscula—y las leyes—minúsculas—de la hospitalidad.

Sí, la Ley de la hospitalidad es incondicional.

Se trata de recibir al otro sin hacer ni hacerle ninguna pregunta; se trata de la posibilidad de ser anfitriones sin establecer ninguna condición. Y no hay leyes en la Ley de la hospitalidad porque en ella se declara la abertura, el recibimiento, la acogida al otro, sin la pretensión del saber ni el poder de la asimilación. Y no hay leyes en la Ley de la hospitalidad porque apenas pronunciada ella ya no tiene más nada para decir, ya lo ha dicho todo, es decir, ya ofreció, ya donó, todo lo que podía y tenía que decir. A la Ley de la hospitalidad le sigue un silencio ético, porque es el otro el que decide si vendrá o no vendrá.

Sí, las leyes de la hospitalidad imponen condiciones.

Se formulan preguntas y se deja a los otros en una posición, apenas, de tener que responder; pues son los otros quienes deben pedir hospedaje,

<sup>3</sup> Jacques Derrida, *Adiós a Emmanuel Lévinas*, Madrid, Editorial Trotta, 1998, pág. 44.

quienes deben revelar sus intenciones como huéspedes, quienes tienen que presentar su documentación, decir sus nombres, hablar la lengua del anfitrión, aun siendo totalmente extranjeros a ella. De ese modo, todo puede ser preguntado o interrogado, todo acaba siendo ostentación de un poder peculiar que corresponde a quien establece las leyes de la hospitalidad: el poder de poner en cuestión al otro en nombre de la razón jurídica. El huésped se transforma, así, en un ser en cuestión, en un ser cuestionado. Y habrá siempre la necesidad de más y más leyes en las leyes de la hospitalidad porque en ellas se revelará una y otra vez la sospecha acerca de lo humano del otro a ser hospedado; y se multiplicarán, entonces, los meandros, los espejos y los laberintos que deberá recorrer el otro hasta poder ser lo más parecido al huésped mismo.

Pero, ¿se debe preguntar o no?, ¿se debe saber o no?, ¿se debe conocer el nombre del otro o no? Todo esto se lo pregunta insistentemente Jacques Derrida: “¿La hospitalidad consiste en interrogar a quien recién llega? ¿Comienza por la pregunta dirigida a quien recién llega? (...) ¿Es más justo y más amoroso preguntar o no preguntar? (...) O bien la hospitalidad se ofrece, se da al otro antes de que se identifique, inclusive antes de que sea sujeto, sujeto de derecho y sujeto nombrable por su apellido?”.<sup>4</sup>

Si la Ley de la hospitalidad no es una pregunta ni nada pregunta, la razón jurídica vuelve exigible y torna explícita una pregunta que, tal vez, sea impracticable y que no tiene respuesta posible, a no ser el abandono mismo de la relación. Si, la Ley de la hospitalidad sugiere un modo ético de convivencia –pues solo sabe seguir una responsabilidad que obedece al otro, es decir, que está *dictada* por la existencia del otro– la razón jurídica supone una relación de desigualdad comandada por la altura elevada de un *yo que hospeda* y que establece los tiempos y los espacios de su hospedaje. Si la Ley de la hospitalidad pone en juego un acto de donación que nada pide a cambio, la razón jurídica determina una larga secuela de endeudamiento del otro –ya que deberá, en consecuencia, acatar la ley de la morada ajena, aprender a asemejarse y saber la lengua del hospedero en que las leyes están formuladas–. Algo de todo esto decía Ambrose Bierce, irónicamente, en su *Diccionario del Diablo*, al definir hospitalidad como: “Virtud que nos induce a alojar y alimentar a personas que no necesitan alojamiento ni alimento”.<sup>5</sup>

Pero habría que atreverse, todavía, a una contradicción que no cesa, que no puede dejar de ser incesante. La pregunta en sí por la hospitalidad trae consigo una humareda de idealización y, en su mismo movimiento de proclama, conlleva el ocultamiento de aquello que porta inexorablemente: la hostilidad. Porque aquí ya no es cuestión de una oposición didácticamente plausible entre una Ley mayúscula y unas leyes minúsculas de hospitalidad, sino la de una afirmación, aunque endeble, que sea capaz de sostener y soportar una dualidad indómita que nunca reconocerá su unidad en “este mundo” y con los lenguajes que están y nos son disponibles.

Entonces, a no ser que sean vistas como una vulgar oposición de valores, o como vagas alternancias de estados del espíritu, la hospitalidad y la hostilidad configuran lo que es humano en lo humano, en el sentido de su inscripción misma en el escenario de la diferencia: es aquello que difiere lo que posibilita la entrada a la conversación, lo que pone en juego la fidelidad y la infidelidad a propósito de la herencia, lo que traza el semblante del anfitrión y del huésped, de la tradición y la transmisión. Renunciar a ello, esto es, renunciar a la diferencia, es renunciar a lo que todavía hay para decirse –por poco o mucho, por trascendente o banal, por lánguido o exacerbado que fuere–, a lo que aún



<sup>4</sup> Jacques Derrida, *De la hospitalidad*. Anne Dufourmantelle invita Jacques Derrida a hablar de la hospitalidad, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 2000, pág. 34.

<sup>5</sup> Ambrose Bierce, *Diccionario del Diablo*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2005, pág. 213.

es posible tocar en el límite del otro, a aquello que todavía no ha sido una despedida ya anunciada y definitiva. Y es que, como dice Ricardo Forster:

Solo manteniendo esa hostilidad en la hospitalidad, ese deseo de entramarse y de diferenciarse, de dar y recibir pero también de reconocer las fronteras infranqueables que han nacido de biografías imprescindiblemente otras, es que hay, que queda algo por decirse todavía entre dos personas. Lejos de toda seguridad, experimentando muchas veces la intemperie propia de una época destemplada, la única garantía de permanecer en lo humano nace de esta paradoja hospitalaria.<sup>6</sup>

El estar-juntos es hospitalario y hostil a la vez y, por eso mismo, hay convivencia, hay relación con el otro, hay relación de alteridad; y por eso quizá haya que vencer la tentación de esa pobre imagen de convivencia como mera ecuación del estar-juntos –y, entonces, como lo ecuánime, como lo equivalente, como lo equitativo–: “Existe el poder porque la coexistencia no es pacífica porque es competitiva y hostil al mismo tiempo que cooperativa y fraterna. Esta ambivalencia es aquella de la negatividad que compartimos”.<sup>7</sup>

Si la obsesión por el otro pronuncia esa lengua atiborrada de sospechas, de desconfianza, recelo, peligrosidad, hostigamiento, miedo, burocratización de la vida del huésped, vigilancia de las fronteras, alternancia de la exclusión y la inclusión, exigencia de la documentación, sujeción a los archivos muertos de la herencia, el lenguaje de la ética prefiere susurrar su lenguaje en términos de responsabilidad, de estar alerta, de vigilia, de una preocupación, un gesto de recibimiento, de atención, de desvelo, en fin, la acogida al otro.

La hospitalidad y las relaciones de alteridad se inscriben en una responsabilidad ética, es decir, en una relación no interesada y no cimentada en una falta, en una carencia del “yo”: “La relación de alteridad no expresa ninguna ‘necesidad’ del sujeto, porque si no fuese así, la relación con el otro sería una relación interesada”.<sup>8</sup>

Es que no se trata, solo, de un reconocimiento del otro y de una inversión de cuestionamiento, es decir, de quién cuestiona a quién. No se trata, apenas, de una respuesta que salve al yo de su propio pecado o de la ausencia de toda virtud. No ocurre, simplemente, como una obligación que proviene, obligada y certera, de una cierta ley de la convivencia.

Así, la responsabilidad ética se dirige a lo humano y no a algún sujeto-otro determinado, materializado y entonces especificado, revelado con nombre *extranjera* propio y al que se le atribuye una identidad precisa y casi definitiva. No es una responsabilidad que responde diferente según la edad, la generación, la lengua, la sexualidad, la nacionalidad, la raza, la clase social, el cuerpo del otro. La responsabilidad ética no tiene límite en su vigilia ni fronteras en su capacidad de recibir. Se trata de una responsabilidad sin fondo; de una responsabilidad que, como bien lo dice Jacques Derrida, se extiende: “ante los fantasmas de aquellos que todavía no han nacido o de quienes ya han muerto”.<sup>9</sup>

La responsabilidad ética no tiene límite en su vigilia ni fronteras en su capacidad de recibir

<sup>6</sup> Ricardo Forster, “Transmisión, tradición: entre el equívoco y la incomodidad”, en Jorge Larrosa (ed.), *Entre nosotros. Sobre la convivencia entre generaciones*, Barcelona, Fundació Viure i Conviure, 2007, pág. 42.

<sup>7</sup> Jean-Luc Nancy, *La comunidad enfrentada*, Buenos Aires, Ediciones La Cebra, 2007, pág. 45.

<sup>8</sup> Joan-Carles Mèlich, *La ausencia del testimonio: Ética y pedagogía en los relatos del Holocausto*. Barcelona, Anthropos, 2001, págs. 66-67.

<sup>9</sup> Jacques Derrida, *Espéctros de Marx*, Madrid, Editorial Trotta, 1995, pág. 73.

## BIBLIOGRAFÍA

Bierce, Ambrose, *Diccionario del Diablo*, Barcelona, Galaxia Gutemberg, 2005.

Bolaño, Roberto, *Entre paréntesis*, Barcelona, Anagrama, 2004.

de la Guardia y Bermejo, Ángel, "La hospitalidad en Homero", en *Gerhin*, núm. 5, 1987, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid.

Derrida, Jacques, *Adiós a Emmanuel Lévinas*, Madrid, Editorial Trotta, 1998.

\_\_\_\_\_, *Espectros de Marx*, Madrid, Editorial Trotta, 1995.

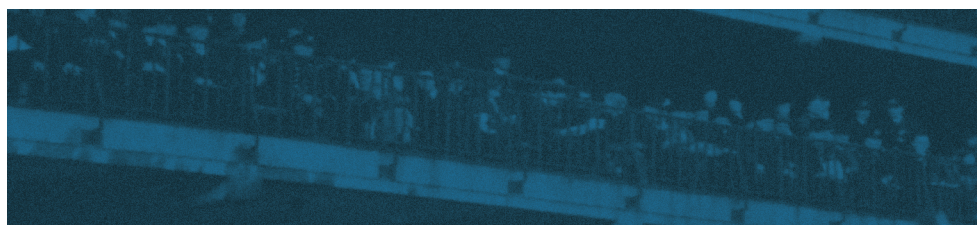
\_\_\_\_\_, De la hospitalidad. Anne Dufourmantelle invita Jacques Derrida a hablar de la Hospitalidad, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 2000.

Forster, Ricardo, "Transmisión, tradición: entre el equívoco y la incomodidad", en Jorge Larrosa (ed.), *Entre nosotros. Sobre la convivencia entre generaciones*, Barcelona, Fundació Viure i Conviure, 2007.

Mèlich, Joan-Carles, *La ausencia del testimonio: Ética y pedagogía en los relatos del Holocausto*, Barcelona, Anthropos, 2001.

Nancy, Jean-Luc, *El intruso*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 2006.

\_\_\_\_\_, *La comunidad enfrentada*, Buenos Aires, Ediciones La Cebra, 2007.



### Intriga y melodrama en *Boquitas pintadas* de Manuel Puig

#### Marcelo Percia

LICENCIADO EN PSICOLOGÍA, PROFESOR REGULAR DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA (UBA). AUTOR DE *NOTAS PARA PENSAR LO GRUPAL, UNA SUBJETIVIDAD QUE SE INVENTA, CLÍNICA DEL CRACK-UP-FICCIONES PSICOANALÍTICAS, DELIBERAR LAS PSICOSIS, ALEJANDRA PIZARNIK, MAESTRA DE PSICOANÁLISIS Y INCONFORMIDAD: ARTE POLÍTICA PSICOANÁLISIS*. FORMA PARTE DEL COMITÉ DE REDACCIÓN DE LA REVISTA *PENSAMIENTO DE LOS CONFINES*

#### GLOSA

El psicoanálisis encuentra en Manuel Puig a un protagonista inesperado: el autor de *Boquitas pintadas* trama sus novelas con argumentos freudianos. Ricardo Piglia (1992) recuerda que Puig decía que “el psicoanálisis tiene la estructura de un folletín”.

Las sesiones de terapia parecen episodios en los que un misterio se devela por entregas: un sentido siempre diferido por fórmulas como “dejamos por hoy aquí” o “seguimos con esto la próxima”. Folletín, también, como novela rosa de la cultura de masas: género del corazón, escuela de sentimientos en la que aprendemos a representar lo que nos pasa.

Manuel Puig pone en escena el *bovarismo* psicoanalítico entre nosotros. La idea de que “el psicoanálisis tiene la estructura de un folletín” guarda relación con la proposición de Borges (1941), clave para la literatura argentina de mediados del siglo XX, que dice: “Los metafísicos de Tlön no buscan la verdad ni siquiera la verosimilitud: buscan el asombro. Juzgan que la metafísica es una rama de la literatura fantástica”.

#### No soy teatro, soy fábrica

Suele decirse que con el psicoanálisis asistimos a un teatro pasional en la interioridad en el que ya no son los dioses del mundo griego quienes gobiernan en las acciones humanas sino deseos inconscientes que intervienen como si fueran fuerzas divinas; sin embargo, apunta Deleuze (1988), en una visión menos teológica y más capitalista, que “El inconsciente no es un teatro, no es un lugar en el que están Edipo y Hamlet interpretando eternamente sus escenas. No es un teatro, es una fábrica, es producción. El inconsciente produce. Produce, no deja de producir”.

El siglo XX respira psicoanálisis. Los tiempos del capitalismo son, a la vez, espacios de multitudes y de interioridad. El psicoanálisis difunde la idea de que se puede tener una vida interesante, incluso algo que decir aunque no se lo sepa. Proyecta teatros íntimos en los que cada uno protagoniza deseos escabrosos y torrentes pasionales. El personaje no individual ni interior de esa maravillosa máquina de relatar se llama *inconsciente*. Para Puig, no se trata

tanto del *sujeto del inconsciente*, sino del inconsciente como figura que ocupa el lugar de *sujeto* narrativo.

### Dice el Psicoanálisis: “Tu inspección siempre será burlada”

Para Cioran (1952), desde que Schopenhauer introduce la sexualidad en la metafísica y Freud piensa una metapsicología del deseo, todos se sienten obligados a contar proezas y fracasos, orgasmos y pesadillas. Opina que el hombre, devastado por la introspección, se abre paso en la anemia de sus noches y sus días, a través de la exageración de sus desfallecimientos y triunfos.

### ¿A que no sabés quién?

Del *Ulises* de Homero al de Joyce ocurre lo que Derrida (1999) presenta como pasaje de la *odisea* a la *egodisea*.

Puig se interesa por el relato de pequeñas conciencias comunes que asisten, divididas, a lo que les pasa. Aventuras de quienes se compadecen o complacen de sí: el *autochisme*, como peripecia moderna, *el hablar sobre mí* como consagración de celebridad. El *yo siento* como enunciado de banalidades que engrandecen mínimas acciones diarias.

La tapa de diciembre de 2006 de la revista *Time*, que consagra al personaje del año, ilustró la portada con una computadora en la que la pantalla, hecha con un material de espejo, reflejaba el rostro del lector con el pronombre *you* sobreimpreso: algo así como “el personaje del año eres tú”.

El psicoanálisis difunde la idea de que se puede tener una vida interesante, incluso algo que decir aunque no se lo sepa

### ¡Haré de ti alguien interesante!

La *egodisea* en *Boquitas pintadas* es melodramática antes que epopéyica. Sus protagonistas no son héroes, ni siquiera tienen la nobleza de la introspección: asisten a eso que los piensa como extras. Uno de los encantos del melodrama reside en la lucha desigual: la superioridad de las determinaciones sobre la libertad. El psicoanálisis intensifica ese interés desnudando las desventajas del yo: la contundencia de lo no sabido sobre lo sabido. Hendidura, fractura, división, en la que al yo se le escurre su pretensión de *sujeto*. El yo, en Puig, es un personaje secundario. El lugar de *sujeto* no lo ocupa la conciencia (tampoco un inconsciente sustancial), sino el habla de los personajes o el mundo que habla en ellos como si les hablara.

### Te daré un motivo que mande sobre tu vida

En Homero se da por hecho que los dioses intervienen en la vida de los héroes (la epopeya es una acción noble interferida por fuerzas divinas muchas veces contradictorias); en Puig, eso que sus personajes llaman *suerte*, se presenta como capricho inconsciente frente al que casi no pueden hacer nada.

### No es lo que parece, ignora lo que lo piensa

Puig aprovecha la idea de que la vida de un personaje es gozada por un *fantasma* que lo atropella.

En *Boquitas pintadas* anticipa el curso de cada historia desparramando insistencias que anuncia desde el comienzo. El lector quiere saber qué va a pasar o por qué ocurrió lo que sucedió, Puig se reserva un dato o desliza pistas apenas perceptibles.

En *Boquitas pintadas* lo escurridizo se sugiere en la caligrafía vacilante de una carta, en una agenda con listas de conquistas y ocurrencias, en las inscripciones

de un álbum de fotografías, en signos de una clase social estampados en el dormitorio de una señorita que esconde una revista en la que hizo una consulta sentimental, en pensamientos enredados con acciones comunes, en letras de tangos y boleros, en secuencias de películas, en voces de radioteatros, en lo no dicho en una confesión, en declaraciones a medias ante un juez, en una tirada de cartas que revela destinos que el protagonista no alcanza a interpretar, en un sueño relatado de un modo freudiano.

En *Boquitas pintadas* el yo es el territorio de la intriga. Intriga que no importa como historia de enredos, sino como suspenso. Puig sabe que el yo, después de Freud, es un decapitado que sigue hablando con la cabeza cortada.

### Estoy a la vista sin ser visto

En una voz interior conversan multitudes. La interioridad está repleta de exterioridad. Cada personaje exhibe cosas que ignora. Puig aprovecha la idea de significativo: eso que se transporta como saber no sabido, como eslabón que no conoce en qué cadena enlaza, como pieza que no entiende en dónde encaja, como trozo de papel desprendido de un mapa que ni imagina. Aprendió el recurso del cine: el protagonista lleva consigo algo—una marca extraña grabada en su piel, un signo enigmático colgando del cuello o un pequeño cuero con trazos raros que recibió como regalo— que no tiene, para él, otro sentido que el de *ser* su portador.

### Soy el movimiento que mueve tu vida

En *Boquitas pintadas*, como en otras de sus novelas, narra películas. El cine se presenta como catálogo de emociones sinceras y falsas, como muestrario de cómo se habla y calla, ama y odia, de cómo se reconoce la felicidad y la tristeza. El cine, también, como salida del aturdimiento: narrativas posibles para percibir y entender lo que nos pasa.

Los personajes de Puig aprenden a vivir mirando una pantalla: Mabel—que sueña con casarse con un estanciero inglés, para convencerlo de que contrate a su amante (un joven que padece una enfermedad contagiosa) como administrador de los campos— comprende la vida a través de la película sobre una hermosa dactilógrafa neoyorquina que seduce a su patrón obligándolo a divorciarse de su esposa, para luego dejarlo por un viejo banquero que le ofrece matrimonio en París.

Relata Puig: “En la última escena se ve a la dactilógrafa frente a su mansión parisiense bajando de un suntuoso automóvil blanco, con un perro danés blanco y envuelta en boa de livianas plumas blancas, no sin antes cambiar una mirada de complicidad con el chofer, un apuesto joven vestido con botas y uniforme negros. Mabel pensó en la intimidad de la rica ex dactilógrafa con el chofer, en la posibilidad de que el chofer estuviera muy resfriado y decidieran amarse con pasión pero sin besos; el esfuerzo sobrehumano de no besarse”.

Eso que el psicoanálisis piensa como *fantasma* toma cuerpo cuando los personajes de Puig asisten a las figuras que los gobiernan como si estuvieran en una película.

### Mi secreto: reposar en lo insignificante

Los fantasmas acampan en cosas triviales. La profundidad no es un buen escondite.

En un fragmento en el que la Raba escucha pensamientos que la piensan mientras lava la ropa, Puig deja entrever un asesinato confundido con accio-



nes, fantasías, tangos tristes, recuerdos, insinuaciones de cosas que ella no comprende del todo.

Pensamientos que se piensan en los huecos de una voluntad entregada al automatismo de separar las prendas blancas de las de color. Vértigo de sensibilidades que se diseminan en actos que proliferan en imágenes que difunden voces que se conectan con frases hechas.

Puig vislumbra una subjetividad sin *sujeto*, en la que los nombres, las referencias, las etiquetas, que llevan puestas las cosas, dan idea de realidad. Los sustantivos aparentan una solidez que el mundo no tiene. Así lo viviente se abre paso entre pañuelos, calzoncillos, corpiños, camisetas, palangana, lavandina, agua.

Se lee: “Junio de 1939. Los pañuelos blancos, todos los calzoncillos y las camisetas, las camisas blancas, de este lado. Esta camisa blanca no, porque es de seda, pero todas las otras de este lado, una enjabonada y a la palangana, un solo chorro de lavandina ( ) primero de todo los calzoncillos y las camisetas porque no son de color, los pañuelos blancos y este corpiño ¿cómo me voy a aguantar hoy sin verlo a mi nene? que es por el bien de él, guacha fría que está el agua”.

Sin esas palabras que nombran a las cosas como si fueran sustancias, Antonia Josefa Ramírez, también llamada por algunos Rabadilla y, por otros Raba, la sirvienta, se disolvería en el aire.

### Te dará la ilusión de un nombre, de una identidad, de una misión

En *Boquitas pintadas* el cuerpo viviente en el que los pensamientos hablan no necesita de la idea de *sujeto*, sino la de actor que no domina lo que le pasa ni maneja los hilos de lo que está representando.

Asistimos al relato de la singularidad como acontecimiento (sin unidad, sin esencialidad, sin fundamento).

### Pienso sin auditor

A lo largo de la novela emplea el monólogo interior o fluir de la conciencia como necesidad y capricho de conexiones que no dicen todo. La totalidad es el anzuelo de la intriga.

William Faulkner, Virginia Woolf, James Joyce son, para Puig, maestros de ese discurrir de pensamientos que acontecen en *quién* adviene siendo pensado por esos pensamientos que cree que piensa.

### Que no salga de tu boca

La invitación a que el analizante diga todo lo que le está pasando por la cabeza (invitación que no obliga bajo amenaza, pero apela a la confianza en el abandono), el fluir libre de asociaciones, se parece a lo que Derrida observa como “el derecho que tiene la literatura a decirlo todo”. Tal vez eso tiene en común el psicoanálisis con la literatura: no espera obtener la confesión de una verdad (*jura decir la verdad, toda la verdad, nada más que la verdad*), sino el hallazgo de la ocurrencia, la sorpresa de lo inesperado, el silencio hueco y respetuoso de lo no sabido en lo sabido.

### Soy lo que suspende el destino

Puig sugería que un relato es como un *streeptease*: debe hacerse despacio. Lo mismo puede decirse de la vida: si se revelara de una vez y de un solo golpe, carecería de interés. El encanto de la intriga reside en la irresistible atracción

Puig sugería que un relato es como un *streeptease*: debe hacerse despacio. Lo mismo puede decirse de la vida: si se revelara de una vez y de un solo golpe, carecería de interés



de lo que no se termina de mostrar. En lo indeterminado se aloja lo secreto: no como algo que el personaje conoce y guarda, sino como un posible no sabido.

El secreto dice: *hay algo que ni dios (que todo lo sabe) ha visto, algo que te hace único, algo que no le dirás a nadie, que ni siquiera tú mismo sabes.*

### **Mi cuerpo brilla en la noche**

La quinta entrega de *Boquitas pintadas* comienza con este epígrafe de Alfredo Le Pera: “dan envidia a las estrellas, yo no sé vivir sin ellas”.

Una canción popular conjuga sensibilidades con una historia, cuerpos vivos con un mundo hablado. A veces, esa voz mayúscula auxilia en un naufragio.

### **Soy un caso particular de lo banal**

En *Boquitas pintadas* los personajes trazan semejanzas, hacen agregados, identifican detalles, proponen sustituciones, para dar idea de lo único. La metáfora más trillada triunfa en la novela rosa. El pensamiento se rinde ante trivialidades cuando intenta decir lo incomparable.

### **El soñante no me tiene**

Puig admira la astucia del inconsciente cuando elige caminos no previsibles para deslizar sus mensajes, por eso siente vergüenza por apelar a un sueño para dar a entender contenidos reprimidos que gravitan en la vida de sus personajes. Dice en una entrevista (1972):

No hay muchos monólogos en *Boquitas pintadas*, porque sus personajes están inconscientes de los hilos que los mueven. Todos han aceptado las reglas de la sociedad en que viven, respetan en todo momento los cánones de la clase a que pertenecen. Por lo tanto, los conflictos no afloran con facilidad a nivel consciente. Es decir son personajes que logran engañarse a sí mismos, logran sofocar sus necesidades internas para no faltar a las reglas del juego. ( ) Las mentiras que Juan Carlos cuenta en sus cartas, por ejemplo, me ayudaban a dar ese “desfasaje”, porque a la distancia, él podía proyectar a su novia una imagen ideal –falsa– de sí mismo. Pero hubo un momento en que cierto cambio de él, muy íntimo (en el capítulo 8), no salía a la luz en las cartas y después de muchas pruebas tuve que echar mano a un recurso bochornoso para dar el contenido inconsciente suyo: un sueño.

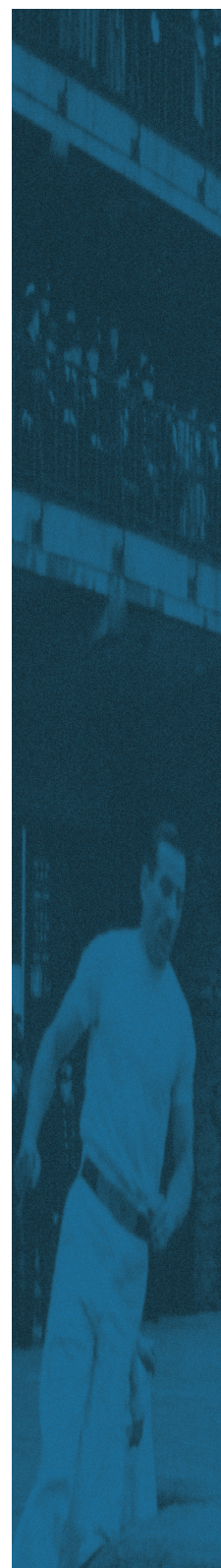
Puig modela un deseo, luego borra sus huellas y lo rodea de lugares comunes para que el protagonista no advierta eso que manda en su vida. No diseña sus personajes como amos de la novela, sino como súbditos.

### **Amo la ocurrencia**

La potencia de la palabra vive en la evocación, cada término arranca pensamientos y los lanza a los espacios abiertos de la memoria. Las palabras evocan sensaciones y estos recuerdos y, así, otras sensaciones que, a veces, se interrumpen por una pregunta: “¿por qué la habrá dejado el novio a esa chica del taller?”.

### **Te contaré tu vida**

No se tiene una memoria, ella nos tiene: produce a la vez el recuerdo, el olvido y el yo que recuerda. Ante la pregunta sobre qué recordamos, leyendo *Boquitas*



*pintadas* se entiende que la memoria no recuerda lo vivido, colecciona escenas disponibles en un horizonte social.

Nené besa varias veces el recorte de la revista *Nueva vecindad* en el que se cuenta que (“una joven esbelta y encantadora de veinte años”) fue elegida Reina de la Primavera de 1936. “El día más feliz de mi vida” es la fórmula de la celebración de sí.

### Soy la posesión de todas las posesiones

Las mujeres de Puig sueñan con la *luna de miel*: momento excepcional, antes de adentrarse en el matrimonio, de pertenecer a un lugar romántico, lejano, exótico. En la foto, jóvenes, lindos, sonrientes, disfrazados de esquidores, parecen estrellas de cine.

### Conmoveré tu rutina

Puig comprende que la trivialidad no es un defecto de vidas sin importancia, sino condición de las existencias sociales.

En *Boquitas pintadas* germina el *sentido común*: ositos a los que nos abrazamos cuando sentimos miedo o necesidad de una cercanía que calme la soledad. *Sentido común* que se repite, se reproduce y actúa por su cuenta llenando huecos en los que, si no, anidan angustias.

Puig aprovecha del psicoanálisis la indicación de que lo singular espera en cualquier parte. En su novela, los personajes difieren del lugar común rozados por el melodrama.

### Dice el cine: Soy tu oráculo

Las protagonistas de Puig hacen preguntas implícitas en un psicoanálisis: ¿cómo ser feliz?, ¿felicidad es estar enamorada?

Nené se pregunta qué poseer para sentirse realizada: ¿una familia, dos hijos sanitos, un departamento más grande para tomar una sirvienta con cama, ir a bailar, al teatro, al cine, a comer a restaurantes caros, viajar en avión, excitarse con las caricias de un marido?

Casi al final, Mabel, de visita en la casa de Nené de pronto pregunta:

—¿Sos feliz?

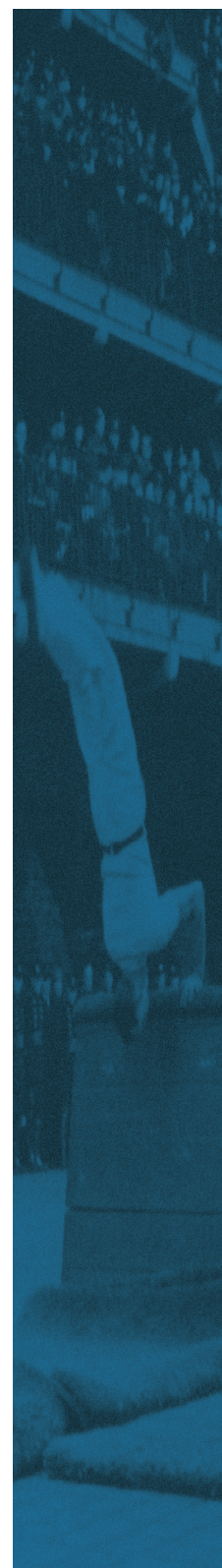
Nené sintió que un contrincante más astuto la había atacado de sorpresa. No sabía qué responder, iba a decir “no puedo quejarme”, o “siempre hay un pero”, o “sí, tengo estos dos hijitos”, mas prefirió encogerse de hombros y sonreír enigmáticamente.

### Enseñó el camino

Para Puig, la felicidad es una figura que asedia el corazón de las mujeres: un cuento en el que siempre le pasa a otra lo que una quiere para sí.

Celina en una carta, en la que se hace pasar por su madre, urde una mentira para provocar la envidia de Nené:

Yo también necesito alguien en quien confiarme, Nené, porque mi hija me tiene tan preocupada. Resulta que ha venido el Dr. Marengo, un médico joven que era de Buenos Aires, y está acá trabajando en el sanatorio nuevo, un muchacho muy simpático y de mucho porvenir, y buen mozo que todas las chicas lo persiguen, bueno, y el otro día vino a pedirme la mano de Celina. ( )



Ojalá sea un buen muchacho, porque entonces Celina se casará con uno de los mejores partidos del pueblo ( ) ¡casada con un médico! Lo que todas las chicas sueñan.

### Tu mundo interior

Puig describe el interior de las casas como si fotografiara estados de deseo no personales que sobrevuelan a las clases sociales.

La casa de Nené en Buenos Aires: la cocina iluminada por la nueva barra fluorescente, los rombos multicolores del hule que cubre la mesa. Los platos sucios amontonados en la pileta como estampa del agobio y su tristeza.

Las composiciones que aparecen en *Boquitas Pintadas* recuerdan las ilustraciones que Grete Stern realizó para *La serie Sueños* a partir del relato de sueños enviados por las lectoras de la revista *Idilio* a la sección “El psicoanálisis le ayudará” (1948-1951); fotomontajes que iban acompañados por interpretaciones freudianas firmadas con seudónimo por Gino Germani.

### Te diré cómo debes ser

Puig no pone en escena un inconsciente social y menos un universo de arquetipo.

El habla que manda en sus personajes es un habla de clase.

En su novela, *el destino* teje argumentos con los fantasmas de las clases medias.

### Mundos privados

En *Boquitas pintadas* se disfruta, entre otras cosas, de la estética psicoanalítica, empleada para relatar vidas de un pequeño pueblo de provincia. No importan tanto los contenidos que elige para situar el drama de cada personaje (asuntos reconocibles en el horizonte de una época y sus territorios sociales), sino la potencia compositiva que el psicoanálisis tiene en la escritura de Puig. Interesa cómo ensambla ingredientes o concibe la formación de los motivos que cautivan una vida.

En Puig, eso que todavía suele llamarse *subjetividad no es*, fluye como fabula de sí en cosas que se escuchan en películas, novelas de la radio, canciones populares, revistas femeninas, en una carta íntima o en pensamientos que se piensan mientras los personajes se levantan, se lavan la cara, se arreglan el pelo, comen algo, andan por el pueblo, trabajan, miran la luna o comentan el clima.

En Puig, eso que todavía suele llamarse *subjetividad no es*, fluye como fabula de sí en cosas que se escuchan en películas, novelas de la radio, canciones populares, revistas femeninas

### ¡Tocada!

Puig encuentra en la idea de inconsciente una fuente de ficción.

En un argumento que se llama “Un destino melodramático”, una maestra, que explica a su alumna el significado de la palabra *melodrama*, dice “cada personaje tiene su propio carácter, con defectos y virtudes, y de ahí surgen los dramas, porque se trata de gente diferente entre sí, y por eso chocan. En cambio en el melodrama lo que origina el conflicto es alguna intervención del destino, como en “Puerta cerrada”, que Libertad Lamarque pierde todo en la vida porque un cartero entrega el telegrama a alguien que salía en ese momento de la casa de ella, que era tan buena”.

Puig explora el melodrama no solo como exageración emocional, sino como relato de lo incontrolable, de lo intervenido por golpes de suerte que afectan a mujeres buenas. “Señorita, una tía de mi mami se quedó soltera también por eso, un golpe de la mala suerte: le prestó el vestido a una amiga que entró

en la casa de un soltero, y el novio de la tía de mami se creyó que era ella, y la esperó hasta que salió y la mató y se escapó, y nunca nadie supo más de él. Y la tía de mami nunca jamás salió de la casa. ¿Pero qué culpa tuvo ella?”.

Puig compone melodramas con argumentos del psicoanálisis: en lugar del destino o la malicia de alguien que provoca una fatalidad evitable, aprovecha la intervención de la figura de *inconsciente* como choque melodramático: la experiencia de ser gozados por obsesiones inmanejables como acción de una desgracia de la que no sabemos, no queremos, no podemos escapar.

### Te daré dichas y pesares

El melodrama se apodera de la tía de la mamá de la niña, impone su regla, goza (de ahí en más) de su vida; pero, ¿qué culpa tuvo ella? No se trata de culpa en el sentido moral, sino de encantamiento. El melodrama envuelve sus días y sus noches, desde entonces, nunca más sale de su casa; el melodrama se posesiona en su vida: la enaltece de sufrimiento y de pena.

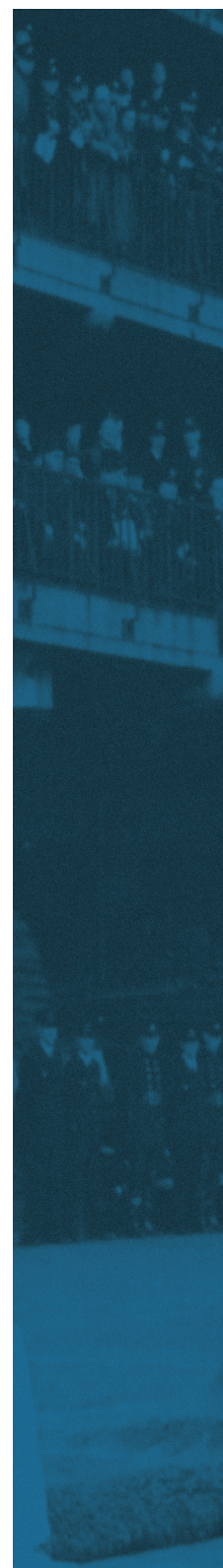
¿Hay placer en la tía? El placer del sufrimiento no está en la tía que sufre, sino en el melodrama. Convendría pensar en un goce melodramático: pero, ¿quién goza? El poder de una historia triste y fatal capaz de encantar la vida de la tía.

La mala suerte no es un atributo personal de la tía, sino fuerza melodramática que se empodera de sus días, la convierte en víctima, la justifica en su desgracia, la confina a un relato. El melodrama la saca del fastidio de una existencia en la que, si no, no le pasaría nada.

### Déjate conducir por mí

Lo que se llama *placer del sufrimiento* no debería pensarse como el placer del que sufre sino como el sufrimiento, tomando las riendas que goza la vida de alguien.

La pregunta siempre será ¿cómo hace *eso* que goza de una vida para que su destinatario se vuelva un sirviente encantado? ●





Publicaciones Eduntref

**Actores, representaciones e imaginarios** Homenaje a François-Xavier Guerra

Peire, Jaime (Compilador)

**América Latina. El inicio del nuevo milenio**

Couffignal, Georges (Compilador)

**Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo XX. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales**

Barbero, María I. | Regalsky, Andrés M. (Editores)

**Análisis situacional de las organizaciones. Matriz de Factibilidad Organizacional**

Tasat, José Alejandro

**Aplicaciones de software estadístico a la investigación social. Utilización del SPSS**

Oliva, Miguel

**Antonio Berni. Lecturas en el tiempo presente**

Rossi, Cristina

**Argentina: la persistencia de una promesa**

Mundt, Carlos

**Arte abstracto. Cruzando líneas desde el Sur**

Gradowczyk, Mario H.

**Artes e Industrias Culturales**

Moreno, Oscar

**Arte y psicoanálisis. Los trastornos de la cultura**

Accarini, Irene (Coordinadora)

**artista en el siglo XXI, El. La era de la globalización**

Morgan, Robert C.

**Borobudur. El santuario búdico más grande del mundo**

Svanascini, Osvaldo

**Carta de los derechos sociales europeos**

Świątkowski, Andrzej Marian

**China. Perspectivas del presente, desafíos del futuro**

Cesarin, Sergio | Moneta, Carlos (Compiladores)

**choque digital, El**

Fischer, Hervé

**CiberPrometeo. Instinto de poder en la edad digital**

Fischer, Hervé

**Cine Expandido**

Youngblood, Gene

**Cine por cineastas. Hecho, verdad y relato en la cinematografía contemporánea**

Tcherkaski, Osvaldo (Editor)

**comercio internacional argentino y el papel moneda inconvertible 1880-1900, El**

Williams, John H.

**construcción de la profesión de psicólogo, La**

Avelluto, Osvaldo Daniel

**Convergencia y nuevos contenidos audiovisuales.**

**Resultados obtenidos por las productoras de contenidos en la Ciudad de Buenos Aires**

Puente, Stella | Arias, Fernando (Coordinadores)

**Democracia local. Clientelismo, capital social e innovación política en la Argentina**

Amaral, Samuel | Stokes, Susan C. (Compiladores)

**democratización de la educación superior en América Latina, La. Límites y posibilidades**

Fernández Lamarra, Norberto | Costa de Paula, Maria de Fátima

**Desierto verde. Entrevistas seleccionadas**

de la Orden, Ulises | Starosta, Mariano

**Derecho internacional privado del trabajo de la Unión Europea**

Świątkowski, Andrzej Marian

**derechos, las pasiones, la utilidad, Los**

Dávila, Beatriz

**desafío digital en la argentina, El. Comunicación, conflictos y dilemas**

Nemirovski, Osvaldo

**Desarrollos teórico-prácticos de los métodos de resolución de conflictos.**

**Concurso 2009, Primer y segundo premio**

Calcaterra, Rubén | Carbajal, Liliana

**Diccionario de africanismos en el castellano del Río de la Plata**

Ortiz Oderigo, Néstor

**Difusión y protección del patrimonio religioso en América Latina**

Ramos de Balcarce, Carmen María | Malnis de Bestani, Susana

**Diplomacia del contubernio. Los desvíos oligárquicos del sistema internacional**

Badie, Bertrand

**Documental / Ficción. Reflexiones sobre el cine argentino contemporáneo**

Diana Paladino (Editora)

**dominio del Eje en la Europa ocupada, El**

Lemkin, Raphael

**Don Segundo Sombra**

Guiraldes, Ricardo | Svanascini, Osvaldo (Ilustraciones)

**Economía y Hermenéutica**

Olivera, Julio

**Educación superior. Convergencia entre América Latina y Europa.**

**Procesos de evaluación y acreditación de la calidad**

Ginés Mora, José | Fernández Lamarra, Norberto (Coordinadores)

**Educación superior y calidad en América Latina y Argentina. Los procesos de evaluación y acreditación**

Fernández Lamarra, Norberto

**Ejercicios de Memoria. Reflexiones sobre el horror a 30 años del Golpe (1976-2006)**

Golder, Gabriela | Denegri, Andrés (Compiladores)

**era Obama, La. Estrategia de seguridad y política exterior**

Azcurrea, Ana María

**Escritos sobre el lenguaje**

Gramsci, Antonio

**Esquema de la música afroargentina**

Ortiz Oderigo, Néstor

**Estado argentino. Transformación de las relaciones laborales**

Rial, Noemí (Compiladora)

**Estudiantes y profesionales en la Argentina**

Jozami, Anibal | Sánchez Martínez, Eduardo (Compiladores)

**Etnografía de la comunicación**

Saville Troike, Muriel

**Evita capitana. El partido peronista femenino, 1949-1955**

Barry, Carolina

**Figuras del psicoanálisis**

Assouin, Paul Laurent

**Fundamentos de bioacústica**

Tieso, Santos

**Fundamentos del psicoanálisis**

Assouin, Paul Laurent

**Fútbol y sociedad. Prácticas locales e imaginarios globales**

Godio, Matías | Uliana, Santiago

**Futuro de la profesión académica, El. Desafíos para los países emergentes**

Fernández Lamarra, Norberto | Marquina, Mónica

**Género y trabajo: asimetrías intergéneros e intragéneros**

**Áreas metropolitanas de la Argentina, 1992-2002**

Eguía, Amalia | Piovani, Juan Ignacio | Salvia, Agustín (Compiladores)

**Genocidio. La administración de la muerte en la modernidad**

Feierstein, Daniel (Compilador)

**gestión universitaria frente a la crisis, la integración regional y el futuro, La**

Exposiciones del III Coloquio Internacional sobre Gestión Universitaria en América del Sur

**Golpe o revolución. La violencia legitimada, Argentina 1966/1973**

Ollier, María Matilde

**Hayden White, la escritura del pasado y el futuro de la historiografía**

Tozzi, Verónica | Lavagnino, Nicolás (Compiladores)

**hedor de América, El. Reflexiones interdisciplinarias a 50 años de la América Profunda de Rodolfo Kusch**

Tasat, José Alejandro | Pérez, Juan Pablo (Coordinadores)

**Historia y memoria después de Auschwitz**

LaCapra, Dominick

**Historia y sociología del genocidio. Análisis y estudio de casos**

Chalk, Frank | Jonassohn, Kurt

**Historias de la Ciencia Argentina I.**

**Selección de ponencias de las Primeras Jornadas de Historia de la Ciencia Argentina**

Lorenzano, César (Editor)

**Historias de la Ciencia Argentina II.**

**Selección de ponencias de las Segundas Jornadas de Historia de la Ciencia Argentina**

Lorenzano, César (Editor)

**Historias de la Ciencia Argentina III.**

**Selección de ponencias de las Terceras Jornadas de Historia de la Ciencia Argentina**

Lorenzano, César (Editor)

**Historias de la Ciencia Argentina IV.**

**Selección de ponencias de las Cuartas Jornadas de Historia de la Ciencia Argentina**

Lorenzano, César (Editor)

**Huellas y legados de la esclavitud en las Américas. Proyecto Unesco La Ruta del Esclavo**

Pineau, Marisa (Compiladora)

**Identidades desaparecidas. Peleas por el sentido en los mundos de la desaparición forzada**

Gatti, Gabriel

**Ideologías, prácticas y discursos. La construcción cultural del mundo social, siglos XVII-XIX**

Peire, Jaime | Di Pasquale, Mariano | Amadori, Arrigo (Compiladores)

**Inclusión digital y calidad educativa. El programa conectar igualdad entre 2010 y 2011**

Fontdevila, Pablo A. | Díaz Rato, Sabrina

**Imágenes del peronismo. Fotografías**

Amaral, Samuel | Botalla, Horacio

**Indicadores culturales 2001**

Lóizaga, Patricio (Editor)

**Indicadores culturales 2002**

Lóizaga, Patricio (Editor)

**Indicadores culturales 2003**

Lóizaga, Patricio (Editor)

**Indicadores culturales 2006**

Lóizaga, Patricio (Editor)

**Indicadores culturales 2007**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Indicadores culturales 2008**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Indicadores culturales 2009**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Indicadores culturales 2010**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Indicadores Culturales 2011**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Indicadores Culturales 2012**

Piñón, Francisco José (Editor)

**Introducción a la formulación y evaluación de proyectos**

Lischinsky, Bernardo

**Latitudes africanas del tango**

Ortiz Oderigo, Néstor



**Manual sobre solución de controversias en la Organización Mundial del Comercio (OMC)**

Gabilondo, José Luis Pérez

**Mañana es San Perón. Propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946/1955)**

Plotkin, Mariano Ben

**Marta Traba. Una terquedad furibunda**

Verlichak, Victoria

**Martín Fierro**

Hernández, José | Svanascini, Osvaldo (Ilustraciones)

**mercado de trabajo para los egresados universitarios recientes, El**

Gómez, Marcelo

**Mercados, inversores y élites. Las inversiones francesas en la Argentina 1880-1914**

Regalsky, Andrés

**Metatheoria. Revista de Filosofía e Historia de la Ciencia. volumen 1 | número 1**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Metatheoria. Revista de Filosofía e Historia de la Ciencia. volumen 2 | número 2**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Metatheoria. Revista de filosofía e historia de la Ciencia. volumen 2 | número 1**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Metatheoria. Revista de filosofía e historia de la Ciencia. volumen 2 | número 2**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Metatheoria. Revista de filosofía e historia de la Ciencia. volumen 3 | número 1**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Metatheoria. Revista de filosofía e historia de la Ciencia. volumen 3 | número 2**

Lorenzano, César | Lorenzano, Pablo (Editores)

**Mi abuelo no era nazi. El nacionalsocialismo y el Holocausto en la memoria familiar**

Welzer, Harald | Moller, Sabine | Tschuggnall, Karoline

**Modelos de simulación para la planificación de políticas educativas**

Radi, Mohamed | Chang, Gwang-Chol

**migraciones actuales en Argentina, Las.**

**Memorias de las jornadas realizadas el 18 y 29 de junio de 2011, Bs. As., Argentina**

Griffa, Norberto Luis (Compilador)

**Momentos y perspectivas. La Argentina en el mundo y en América Latina**

Peña, Félix

**Montoneros del barrio, Los**

Salcedo, Javier

**Nuevas miradas sobre la universidad**

Adelman, Clifford | Cabrera, Alberto F. | La Nasa, Steven M. | Lubinescu, Edward | Gines Mora, José | Ratcliff, James L.

**Para una política del lenguaje en Argentina**

Varela, Lía (Editora)

**película manda, La. Conversaciones sobre el montaje cinematográfico en Argentina**

Ponce, Alberto

**pensamiento continuo, Del. Apuntes de/sobre Norberto Griffa**

Zuzulich, Jorge (Compilador)

**Pensar la comunicación**

Wolton, Dominique

**Pensar lo psicomotor. La constructividad corporal y otros textos**

González, Leticia

**Perón: del exilio al poder**

Amaral, Samuel | Plotkin, Mariano Ben

**Perón y el mito de la nación católica. Iglesia y Ejército en los orígenes del peronismo (1943-1946)**

Zanatta, Loris

**peronismo, El. 1943-1955**

Waldmann, Peter

**peronismo, en la provincia de Buenos Aires, El. 1946-1955**

Aelo, Oscar H.

**Perspectivas del psicoanálisis**

Assoun, Paul-Laurent

**Planeta Hiper. Del pensamiento lineal al pensamiento en arabesco**

Fischer, Hervé

**Política, planeamiento y gestión de la educación. Modelos de simulación en Argentina. (Unesco)**

Fernández Lamarra, Norberto (Compilador) | Jallade, Lucila | Chang, Gwang-Chol

**Política y violencia en Israel / Palestina. Democracia versus régimen militar**

Grinberg, Lev Luis

**Políticas del Exilio. Orígenes y vigencia de un concepto**

Burello, Marcelo G. | Ludueña Romandini, Fabián | Taub, Emmanuel (Editores)

**Realidad, método y representación en economía**

Blaum, Luis (Compilador)

**Régimen de jornada y descansos en América Latina. Panorama de Argentina, Uruguay, Brasil, Paraguay, Chile, Perú, Venezuela, Costa Rica, Guatemala y México**

Grisolía, Julio A. | Peliza, Eleonora

**Régimen de Pol Pot, El. Raza, poder y genocidio en Camboya bajo el régimen de los Jemeres Rojos, 1975-1979**

Kierman, Ben

**Resolución de conflictos. Historia, fundamentos y clínica**

Avelluto, Osvaldo Daniel (Compilador)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 1**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 2**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 3**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 4**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 5**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 6**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 7**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 8**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista de estudios sobre genocidio volumen 9**

Feierstein, Daniel (Editor)

**Revista Nuevo Pensamiento y Sociedad. Aportes de Posgrados. Educación**

Norberto Fernández Lamarra (Editor)

**Revista Nuevo Pensamiento y Sociedad. Aportes de Posgrados. Epistemología e Historia de las Ciencias**

Norberto Fernández Lamarra (Editor)

**ruta del esclavo en el Río de la Plata , La**

Pineau, Marisa (Compiladora) (Unesco)

**segunda línea, La. Liderazgo peronista 1945-1955**

Rein, Raanan | Panella, Claudio (Compiladores)

**sindicatos, el Estado y el surgimiento de Perón 1930/1946, Los**

Horowitz, Joel

**Sudeste asiático, El. Una visión contemporánea**

Piovani, Juan Ignacio | Baglioni, Sebastián (Compiladores)

**Sufragio Femenino. Prácticas y debates políticos, religiosos y culturales en Argentina y América Latina**

Barry, Carolina. (Compiladora)

**Tejiendo redes. Estrategias de las empresas transnacionales asiáticas en América Latina**

Carlos Moneta | Sergio Cesarín (Editores)

**Temas de Investigación en psicomotricidad**

González, Leticia (Compiladora)

**Terrorismo de Estado y genocidio en América Latina**

Feierstein, Daniel (Compilador)

**Tomás Maldonado. Un moderno en acción**

Gradowczyk, Mario H. (Editor)

**Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina. Volumen I**

Baldasarre, María Isabel | Dolinko, Silvia (Editoras)

**Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina. Volumen II**

Baldasarre, María Isabel | Dolinko, Silvia (Editoras)

**Tutorías universitarias. La experiencia de la Comisión de Tutorías de la Red de las Universidades Nacionales del Conurbano Bonaerense**

Runcob (Editora)

**Una guerra negra. Investigación sobre los orígenes del genocidio ruandés (1959-1994)**

Péries, Gabriel | Servenay, David

**Unión Europea y la integración regional, La. Perspectivas comparadas y lecciones para las Américas**

Roy, Joaquín | Lladós, José María | Peña, Félix (Compiladores)

**Universidad, sociedad e innovación. Una perspectiva internacional**

Fernández Lamarra, Norberto (Compilador)

**Veinte años de educación en la Argentina. Balance y perspectivas**

Fernández Lamarra, Norberto

**vieja guardia sindical y Perón, La. Sobre los orígenes del peronismo**

Torre, Juan Carlos

**Vida, libertad, propiedad. Reflexiones sobre el liberalismo clásico y la historia**

Gallo, Ezequiel

**MUNTREF**

Libros de arte

**Alberto Heredia**

Heredia, Alberto | Buccellato, Laura

**Alejandro Puente. Un recorrido por su obra**

Puente, Alejandro | Moreno, Oscar

**ánima, El**

Schvartz, Marcia | Levinas, Gabriel

**Antonio Asís. Un universo vibrante**

Wechsler, Diana B. | Rossi, Cristina (Coordinadoras)

**Berni. La mirada intensa**

Antelo, Raúl | Plante, Isabel | Wechsler, Diana B.

**Boltanski Buenos Aires**

Wechsler, Diana B. (Editora)

**Buenos Aires, mi ciudad. Fotografías de Sameer Makarius**

Makarius, Sameer | Makarius, Carlos Marcos

**David Lamelas. Buenos Aires**

Herrera, María José

**Esteban Lisa (1895/1983). Abstracción, mundo y significado**

Lisa, Esteban | Gradowczyk, Mario H.

**Fútbol. El juego sólo acaba cuando termina**

Hug, Alfons (Curador)

**Horacio Zabala, desde 1972**

Fernando Davis (Curador)

**Imágenes Sudamericanas**

Moreno, Oscar

**Itinerarios 1957-2007**

Gorriarena, Carlos | Wechsler, Diana B.

**Melé. Una vocación constructiva**

Perazzo, Nelly

**Miradas insobornables. Imágenes en presente continuo**

Hug, Alfons (Curador)

**Noé. visiones / revisiones**

Noé, Luis Felipe

**Picasso. La mirada del deseo**

Carmona, Eugenio | Moreno, Lourdes | Wechsler, Diana B.

**pintura de un maestro, La**

Urruchúa, Demetrio

**Plataforma UNTREF. 2ª muestra de arte electrónico en MUNTREF**

Taquini, Graciela (Compiladora)

**Quinquela entre Fader y Berni. En la colección del Museo de Bellas Artes de La Boca**

Wechsler, Diana B.

**Santoro: realidad, sueño y elegía**

Santana, Raúl

**Seoane**

Buccellato, Laura

**Sur polar. Arte en Antártida**

Juan, Andrea

**Sur Polar III. Arte en Antártida**

Juan, Andrea

**Torres García. Utopía y tradición**

Peluffo, Gabriel | Malosetti Costa, Laura

**Víctor Magariños D. Presencias Reales**

Rossi, Cristina

Catálogos de arte

**Artista de su tiempo**

Castagnino, Juan Carlos

**De la utopía a la antiutopía, 1946-2005**

Iommi, Ennio

**Ejercicios de memoria. Reflexiones sobre el horror a 30 años del Golpe (1976.2006)**

Aravena, Cifuentes, Dal Farra, Endress, Galuppo, Hanono, Marino, Minsburg, Molinari, Nuñez, Pons, Schianchi, Taquini, Trilnick, Varchausky, Yeregui

**“estar” de América, El | Chale, Gertrudis**

**Eva Perón. La mujer en el arte hoy**

Antoniadis C., Aslan N., Barreda F., Bigio R., Burton M., Cancela D., Cohen C., Correas N., Doweck D., El Azem K., Esteves M., Hakim P., Harrington E., Iniesta N., Jozami D., Juan A., Maza Z., Messing A., Orloff L., Papadopoulos M., Pérez C., Pertovt G., Piceda C., Rasjido M., Ruiz Guiñazú C., Schapiro M., Schoijett R., Socolovsky P., Streb G., Tomsig C., Trotta L., Vega I. Invitada: Heinrich, Annemarie

**Hay Máquina**

Golder, Gabriela

**Hay que comer**

Alonso, Carlos

**Hlito, las reglas del juego**

Hlito, Alfredo

**Imágenes de la década peronista, 1945.1955**

**Muestra antológica. Obras de colección**

Presas, Leopoldo

**Obra gráfica**

Berni, Antonio

**Obra gráfica**

Seguí, Antonio

**Obra pictórica 1959-1968**

Grupo Espartaco

**Premio Braque 2013**

## UNTREF SONORO

Cd's

### **Antología Arizaga. Obras sinfónicas y de cámara de Rodolfo arizaga**

Arizaga, Rodolfo

### **Cadapaju. Terra da inocência**

Ríos, Adriana

### **Conversaciones desde el arrabal amargo**

Iaies, Adrián | Fumero, Horacio

### **Disco**

Melero, Daniel

### **Dúo. Recordando a Baby**

Navarro, Jorge | López Furst, Baby

### **Es decir callar**

Valverde, Gabriel

### **Hemisferios Cruzados**

Chikiar, Jorge | King, John

### **Manolo Juárez cuarteto**

Juárez, Manolo

### **Incidental**

Juárez, Manolo

### **Obras electroacústicas**

Iglesias Rossi, Alejandro

### **Orquesta de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologías**

Iglesias Rossi, Alejandro (Director)

### **Solo Piano**

Manzoni, Alejandro

### **Tongos. Tangos improbables**

Schissi, Diego

### **Untref Sonoro. Obras premiadas**

Alumnos de las licenciaturas en Artes Electrónicas, Música y Maestría en Creación Musical, Nuevas Tecnologías y Artes Tradicionales

## DE PRÓXIMA APARICIÓN 2014 / 2015

### **1973 y 1983. Dos elecciones que rompieron el cerco que impedía la voluntad popular**

Ferrari Etcheberry, Alberto

### **Construcción de software: una mirada ágil**

Fontdevilla, Diego (Editor)

### **Culturas locales y diversidad cultural. Desde un enfoque geocultural**

Tasat, José (Compilador)

### **Escenarios de integración Sudeste Asiático-América del Sur. Hacia la construcción de vínculos estratégicos**

Moneta, Carlos | Cesarín, Sergio (Editores)

### **Imágenes del Peronismo. Los afiches**

Amaral, Samuel

### **Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina**

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía | MUNTREF

### **poesía en la época de su reproductibilidad digital, La**

Link, Daniel

### **Psicomotricidad. Perspectiva francesa. Compilación**

González, Leticia (Compiladora)



## Posgrados UNTREF

### Programa en Políticas y Administración de la Educación

- ◀ Doctorado en Política y Gestión de la Educación Superior
- ◀ Doctorado en Educación
- ◀ Maestría en Gestión y Evaluación de la Educación
- ◀ Maestría en Políticas y Administración de la Educación
- ◀ Carreras de Especialización: Gestión y Evaluación de Instituciones Educativas / Planeamiento y Gestión de la Educación / Orientación Vocacional y Educativa / Gestión y Docencia para la Educación Superior
- ◀ Diplomatura Superior en Análisis Institucional y Organizaciones Educativas

### Programa en Estudios Internacionales

- ◀ Maestría en Relaciones Comerciales Internacionales
- ◀ Maestría en Integración Latinoamericana
- ◀ Maestría en Derecho del Trabajo y Relaciones Laborales Internacionales
- ◀ Especialización en Economía y Negocios con Asia del Pacífico e India
- ◀ Maestría en Políticas y Gestión de las Migraciones Internacionales
- ◀ Especialización en Gestión Logística y Comercio Internacional con Orientación en Alimentos (opción cursos)
- ◀ Especialización en Políticas Agroalimentarias

### Programa en Metodología Científica y Epistemología

- ◀ Maestría en Metodología de la Investigación Social
- ◀ Doctorado y Maestría en Epistemología e Historia de la Ciencia
- ◀ Maestría en Generación y Análisis de Información Estadística

### Programa en Ciencias Sociales

- ◀ Doctorado y Maestría en Historia
- ◀ Maestría en Análisis Político
- ◀ Maestría en Diversidad Cultural

- ◀ Maestría en Periodismo Documental
- ◀ Maestría y Especialización en Políticas Sociales Urbanas
- ◀ Maestría en Derechos Humanos, Estado y Sociedad
- ◀ Especialización y Diplomatura en Derechos Humanos
- ◀ Maestría en Estudios Literarios Latinoamericanos
- ◀ Maestría en Escritura Creativa
- ◀ Especialización en Gestión de Lenguas
- ◀ Especialización en Gestión Pública

### Programa en Salud y Seguridad Social

- ◀ Posgrado en Tratamiento de Adicciones (Tóxicas y no tóxicas)
- ◀ Especialización en Intervención y Gestión Gerontológica

### Programa en Artes

- ◀ Doctorado en Teoría Comparada de las Artes
- ◀ Maestría en Creación Musical, Nuevas Tecnologías y Artes Tradicionales
- ◀ Maestría en Tecnología y Estética de las Artes Electrónicas
- ◀ Maestría y Especialización en Curaduría en Artes Visuales

### Programa en Ciencias de la Gestión

- ◀ Especialización en Gestión de la Tecnología y la Innovación
- ◀ Especialización en Gestión para la Defensa
- ◀ Posgrado en Economía Social y Dirección de Entidades sin Fines de Lucro
- ◀ Especialización en Tributación Local
- ◀ Posgrado en Administración Tributaria Subnacional
- ◀ Diplomatura en Negociación y Métodos Adecuados de Resolución de Conflictos Laborales
- ◀ Curso de Posgrado en Negociación
- ◀ Curso de Posgrado en Industrias Culturales
- ◀ Curso de Posgrado en Gestión Cultural y Territorial

► Sede Centro Cultural Borges ►



*Indicadores Culturales 2013* dedica su bloque temático al espacio cultural iberoamericano.

Ese espacio cultural al que nos referimos, no es otra cosa que aquello que experimentamos como sensación de pertenencia a una tradición histórica cultural común. Un espacio que se constituye como contraparte de ese complejo fenómeno que ha dado lugar a sociedades intensamente híbridas, en las que coexisten y se amalgaman las raíces indígenas y afroamericanas, la herencia ibérica, europea, árabe, judía y asiática. Cuyo resultado ha sido sociedades de temporalidades mixtas y yuxtapuestas en las que confluyen una mezcla incesante de mundos.

Se trata entonces de un espacio en el que la diversidad cultural y la heterogeneidad estructural dan forma a una matriz de identificación colectiva –abierta y dialógica–, una unidad en la diversidad cuya fecundidad radica en el mestizaje. Un espacio, finalmente, que desborda los límites territoriales de la unidad geopolítica que enmarca a América Latina, España y Portugal, e incluye a los millones de latinoamericanos residentes, al menos, en el resto de Europa y en Estados Unidos.

ISBN 978-987-1889-49-5



9 789871 889495