

**NACIONES UNIDAS**

**COMISION ECONOMICA  
PARA AMERICA LATINA  
Y EL CARIBE - CEPAL**



Distr.  
GENERAL

LC/G.1823  
14 de junio de 1994

ORIGINAL: ESPAÑOL

---

**LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA DINÁMICA DEL DESARROLLO Y LA MODERNIDAD:  
NUEVAS LECTURAS PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

Este documento fue preparado por la División de Desarrollo Social de la CEPAL.

94-2-225

## INDICE

	<u>Página</u>
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. CULTURA Y COMPLEJO INDUSTRIAL CULTURAL: CONSIDERACIONES GENERALES .....	5
III. PLURALISMO Y MESTIZAJE: DOS EJES EN LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO EN LA REGIÓN .....	9
IV. INDUSTRIA CULTURAL Y MODERNIDAD HETEROGÉNEA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE .....	13
A. Cultura y desarrollo con temporalidades cruzadas .....	13
B. El nuevo impulso de la industria cultural y la nueva imagen de lo moderno en América Latina y el Caribe .....	16
C. Activos y pasivos en el campo de la industria cultural .....	18
D. La difuminación de los límites en la industria cultural .....	20
E. Nuevos ímpetus de integración cultural y bajo nivel de integración social en América Latina y el Caribe .....	23
V. INDUSTRIA CULTURAL Y DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE .....	25
A. La cultura de expectativas frustradas en la región .....	25
B. La participación de la industria cultural en el desarrollo de la región .....	29
VI. ORIENTACIONES ESTRATÉGICAS .....	33
A. Posible contribución de la industria cultural a la integración social y la cultura participativa .....	33
B. La industria cultural y la difusión de los códigos de la modernidad .....	36
C. Políticas culturales y profundización de la democracia .....	40
BIBLIOGRAFÍA .....	45
Anexo 1 BRECHA DE EXPECTATIVAS EN LA REGIÓN .....	47
Anexo 2 BAJA DENSIDAD INFORMÁTICA RELATIVA EN AMÉRICA LATINA ...	48
Anexo 3 BAJO NIVEL DE DESARROLLO CIENTÍFICO Y TÉCNICO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE .....	49

## I. INTRODUCCIÓN

La dimensión cultural del desarrollo constituye hoy en día un tema de especial interés de los sectores políticos, académicos y técnicos de América Latina y el Caribe.

En lo político, hay diversos factores que explican la mayor presencia del tema. Por una parte, los problemas de legitimidad de los sistemas políticos han conducido a buscar nuevas formas y nuevos temas de diálogo con la sociedad civil. El tema de la cultura, al igual que el del medio ambiente, entre otros, es objeto de frecuente y primordial atención. De especial importancia ha sido la revalorización de la democracia política en toda la región y, con ello, la búsqueda colectiva de un fundamento ético de la política y la promoción de una cultura de respeto de los derechos humanos fundamentales. Esto implica, al menos indirectamente, poner de relieve el tema de la cultura en la política, tanto en lo que respecta a la cultura democrática como a los derechos humanos.

Por otra parte, los líderes políticos comienzan a reconocer la importancia que tienen el trasfondo histórico y las identidades culturales de los pueblos cuando se trata de emprender esfuerzos de modernización. La dimensión cultural rechaza el estilo populista y clientelista de articulación entre líder y masas, y se plantea como problemática relacionada con los nuevos desafíos de la modernización. Por último, el salto que las sociedades de la región deberán dar hacia la "**sociedad de conocimiento**" para incorporarse con mejores posibilidades en el nuevo patrón global de desarrollo, vincula el desarrollo cultural, que deja de ser un complemento u ornamento, al del desarrollo económico.

En el ámbito académico, la preocupación por la cultura y el desarrollo cultural tienen una larga historia en las universidades y en la literatura. La celebración de los quinientos años del descubrimiento de América ha contribuido, además, a dar mayor impulso a iniciativas orientadas a repensar la dimensión cultural de los escenarios en que se enmarca actualmente el desarrollo latinoamericano y caribeño. La agenda de conferencias y reuniones internacionales, y de intercambio intrarregional entre intelectuales, artistas y científicos permite apreciar cómo el tema cultural va adquiriendo una importancia primordial en la reflexión de la región sobre sí misma.

Varios organismos internacionales intentan explorar nuevas orientaciones, de carácter más integral y multidimensional, con una visión del desarrollo que trasciende las variables "**duras**" del crecimiento económico, e incorpora, desde una perspectiva sistémica, los temas de la ciudadanía política, la equidad social y la idiosincrasia e identidad de los pueblos.

La celebración del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural, que responde a una iniciativa de la UNESCO respaldada por la Asamblea General de las Naciones Unidas se inscribe, por lo tanto, en un momento histórico en que la dimensión cultural del desarrollo cobra mayor relieve. Los elementos mencionados contribuyen a esta situación en el caso de América Latina y el Caribe, aunque es probable que éstos se consideren razones "**blandas**"; las razones "**duras**" se derivarían de la reestructuración acelerada de las relaciones internacionales, la intensificación de las migraciones debido a transformaciones

políticas vertiginosas, y el impacto de la globalización económica y comunicacional en las poblaciones nacionales. En el mundo industrializado, sobre todo en Estados Unidos y Europa occidental, las migraciones internacionales no sólo aumentan el peso demográfico de las minorías étnicas, sino también su relevancia sociocultural y política. La globalización tiende a minar la identificación entre cultura y nación, socava la cohesión de muchas comunidades vernáculas e impacta a las culturas endógenas. La multiplicidad étnica intensifica el conflicto social tanto entre naciones, como dentro de los países industrializados y en las sociedades en desarrollo (véase el recuadro 1).

En un contexto de globalización de la economía, la comunicación y la cultura, y de transición hacia sociedades de información y de conocimiento, el desarrollo sostenido de la industria cultural se perfila como eje privilegiado de articulación. En América Latina y el Caribe la cultura atraviesa, desde hace al menos tres décadas, un proceso acelerado de exposición creciente a los medios de comunicación de masas. La industrialización de la producción cultural es el factor decisivo de muchos cambios culturales que viven nuestras sociedades. Más aún: la industria cultural se está convirtiendo en un factor de importancia estratégica de la competitividad, el empleo, la construcción de consensos, el modo de hacer política, y la difusión de información y conocimientos.

La globalización informativa y comunicativa expone al planeta a una experiencia continua de mestizajes y sincretismos culturales y, además, altera el ritmo y la orientación del intercambio económico, comercial y financiero. El vínculo entre desarrollo productivo y difusión de conocimientos adquiere cada vez más importancia. Recientemente se advirtió que "en la actualidad, el mundo vive una época de revolución científica y tecnológica" y que "en la articulación entre sistema de producción de conocimiento y sistema de producción de bienes y servicios reside la clave del éxito económico en el curso de esta revolución" (CEPAL/OREALC, 1992, p. 30).

La importancia creciente de la industria cultural tiene estrecha relación con su diversificación. Las innovaciones tecnológicas han provocado saltos en la industria cultural, que fuerzan a redefinir continuamente sus límites. En la categoría de la industria cultural cabe incluir, entre otras, a las industrias editoriales, cinematográficas, artesanales, fonográficas, de radio y televisión, de artes escénicas y de artes plásticas. Existen también importantes zonas de intersección entre la nueva industria de información y la industria cultural, que se ven afectadas por igual por los avances tecnológicos en la rama de la microelectrónica. Más aún, los vínculos entre la industria cultural y la industria informacional serían el factor tecnológico decisivo del paso hacia sociedades "informacionales".<sup>1</sup> Entre las innovaciones tecnológicas que configuran la revolución informática se cuentan también las que imprimen su dinámica a las telecomunicaciones. De esta manera, telecomunicación e informatización se potencian mutuamente y permean la sociedad.

---

<sup>1</sup> A partir del modelo de la sociedad japonesa, el sociólogo S. Hayashi postula que la sociedad informacional se caracteriza por lo siguiente: alto nivel de producción y consumo de información en todas las esferas, desarrollo tecnológico asociado al procesamiento de la información, valorización social creciente de la información, y crecimiento acelerado del valor agregado al producto que contiene información (Hayashi, 1987).

## Recuadro 1

**NUEVO EJE DE CONFLICTOS: DE LA IDEOLOGÍA A LA CULTURA**

+Tal como lo señalara Samuel Huntington, se ha producido un alarmante desplazamiento de los conflictos en el planeta del ámbito ideológico hacia el cultural. La guerra del Golfo Pérsico, la lucha en Bosnia y Herzegovina, la disputa entre armenios y azeríes, la rivalidad comercial entre Estados Unidos y Japón y la enemistad entre Paquistán y la India son todos choques de civilizaciones. Tras el final de la guerra fría, resurge la conflictiva interacción de occidente con otras civilizaciones que ingresan a la historia como protagonistas con sus propios referentes culturales. Según Huntington, en el futuro previsible no habrá, como puede pretender occidente, una cultura integrada a escala global, sino un mundo de diferentes civilizaciones, en el que cada una de ellas tendrá que aprender a convivir con las demás, y luchará por defenderse y propagar sus valores y principios.

De este modo la interacción global se ve atravesada por la tensión entre diversas civilizaciones (occidental, confuciana, japonesa, islámica, hindú, eslavo-ortodoxa, iberoamericana y posiblemente africana). Al mismo tiempo, existen las subcivilizaciones; por ejemplo Europa y Estados Unidos en la cultura occidental. En Europa la división principal se da entre la cristiandad occidental, por una parte, y la cristiandad ortodoxa y el islamismo, por otra. Otro foco de crisis es la rivalidad entre occidente y el Islam. China, principal depositario del confucianismo, mantiene conflictos con Estados Unidos y Japón, y este último tiene problemas culturales con los países del sudeste asiático, entre otros Filipinas y Corea.

Huntington advierte que el conflicto se bifurca en dos niveles: una nivel micro de lucha entre grupos culturales adyacentes, y un nivel macro, en el que naciones de distintas civilizaciones compiten por el control de organismos, recursos, poder militar y político, y promueven los valores de su propia cultura. Además, la creciente interacción entre individuos de distintas civilizaciones profundiza la conciencia cultural y la percepción de las diferencias entre culturas. Finalmente, los procesos de modernización económica de tipo occidental disocian a las personas de su identidad cultural y exacerbaban el papel de las religiones como referentes de identidad.

Fuente: El Mercurio, "La guerra de las civilizaciones", cuerpo D, Santiago de Chile, 24 de julio de 1993.

La industria cultural es relevante para los cuatro objetivos propuestos en la agenda del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural. En lo que respecta al objetivo de "reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo", la industria cultural es un elemento básico de la articulación entre dinámica cultural y dinámica productiva. Esto es evidente si se toma en cuenta el impacto que tiene, tanto en la actividad económica como en las relaciones sociales y en el imaginario social.

En cuanto al objetivo de "afirmación y enriquecimiento de las identidades culturales", el impacto de la industria cultural hace impensables tales identidades como tipos "puros", puesto que el pretender sustraerlas del efecto de los medios de comunicación de masas o de otras expresiones de la industria cultural es quitarles parte de su experiencia vital. Por ende, la afirmación de identidades pasa por la evaluación de la trama intercultural que nace del intercambio entre las culturas vernáculas y la cultura globalizada, que se recibe a diario a través de los canales de la industria cultural; esa misma industria cultural puede constituir, a su vez, el instrumento más eficaz para dar a conocer las identidades culturales y difundir la historia de los diversos grupos para que ésta sea conocida por otros actores y regiones.

Respecto al objetivo de "ampliación de la participación en la cultura", la industria cultural representa la vía más importante de acceso al espacio de lo público para amplios sectores que tradicionalmente se han visto privados de ese modo de expresión. La televisión, el vídeo, y las redes de información y telecomunicación constituyen herramientas cuyo costo relativo desciende día a día; esto permite que los excluidos comiencen a tener posibilidades de participar en el intercambio cultural, como consumidores y **también** como productores, en todos los niveles de la sociedad. La industria cultural podría jugar un rol en la democratización del intercambio cultural, siempre que el mercado no la someta a dinámicas de monopolio y exclusión.

Por último, el grueso de la "cooperación cultural internacional" está actualmente mediado por la industria cultural, en particular por las telecomunicaciones. La cooperación cultural horizontal en la región deberá aprovechar la posibilidad de establecer redes interactivas de información entre los gobiernos, y centros de investigación y organismos no gubernamentales que operan en distintos países de América Latina y el Caribe. Las teleconferencias y las bibliotecas a las que se acceda a distancia permitirán generar una nueva dinámica de **conexión permanente**, merced a la incorporación de nuevos avances en el campo de la industria de la información y comunicación.

## II. CULTURA Y COMPLEJO INDUSTRIAL CULTURAL: CONSIDERACIONES GENERALES

El concepto de cultura tiene dos connotaciones claramente diferenciadas. La primera la asocia al pasado, a las bellas artes y a las letras; al ámbito de las "grandes obras" del espíritu, de la producción intelectual, científica y artística de más alto nivel de una sociedad, y de su patrimonio arquitectónico y arqueológico. De acuerdo con la segunda noción, en cambio, la cultura son los modos de vida de un pueblo, sus sistemas de valores, la lengua y los códigos de comunicación, y las formas de reflexión y creación popular.<sup>2</sup>

En el presente documento se ha optado por la segunda noción, más general, por dos razones. En primer término, porque la relación estrecha entre las dinámicas culturales y del desarrollo se hace más evidente cuando se utiliza un concepto amplio de cultura; en segundo lugar, porque el impacto ejercido recientemente por la industria cultural sobre la sociedad tiene tan diversos alcances que obliga a recurrir a una visión general de la cultura.

Análogamente, el concepto de industria cultural también debe considerarse desde una perspectiva que permita correlacionarlo con el amplio universo de la cultura. Se ha propuesto distinguir entre **industria cultural liviana** e **industria cultural pesada**. La primera se refiere a "televisión, divulgación, lectura veloz, fotografía instantánea, diccionario de citas, **ready made**, escritura en serie, arte ocasional, religiones terapéuticas ...", mientras la industria cultural pesada es "aquella de las ideologías de larga duración: religiones milenarias, obras clásicas, educación formal, tabúes y sentido de culpa, autoridad, belleza, metodología, saber acumulado" (Brunner, 1988, p. 27). Esta clasificación puede parecer imprecisa para definir la industria cultural. Por ello, conviene tomar esta cita en un sentido ilustrativo y convenir en que la industria cultural tiene un rol protagónico tanto en el intercambio superficial y contingente de mensajes, como en la construcción de ideologías y saberes subyacentes que se desarrollan por lenta acumulación.

Se entiende por **complejo industrial cultural** el conjunto que incluye tanto la industria cultural liviana, orientada al consumo contingente y discontinuo, como la industria cultural pesada dirigida al

---

<sup>2</sup> Esto último concuerda con lo señalado por Federico Mayor, Director General de la UNESCO, en la conferencia que se celebró en el Instituto Canadiense de Asuntos Internacionales (Quebec) el 21 de septiembre de 1992. A su juicio, la cultura de "grandes obras" reposa sobre la cultura como lenguaje y comunicación. "Por un lado (la cultura es) una visión de mundo, es decir, un conjunto coherente de creencias sobre la realidad; y por otro una visión ética, es decir, una escala de valores que determina actitudes sobre el bien y el mal y un conjunto de normas o reglas sobre el comportamiento correcto de la gente ... muchos antropólogos consideran que las culturas, aparte de expresarse a través de un idioma, funcionan como idiomas o como programas" (CEPAL, 1993, p. 2).

**aprendizaje** de carácter sostenido y duradero. Se emplea el término **complejo**, debido a que actualmente ambos pilares de la industria cultural se encuentran en proceso de reestructuración, lo que lleva a que la línea divisoria entre los aspectos blandos y duros de la industria cultural se torne difusa.

La acelerada tendencia a la **desterritorialización** cultural, derivada de la globalización de las comunicaciones y la revolución de la telemática,<sup>3</sup> hace difícil mantener en este terreno visiones y categorías estancas: "La descentralización de las empresas, la simultaneidad planetaria de la información, la adecuación de ciertos saberes e imágenes internacionales a los conocimientos y hábitos de cada pueblo ... la deslocalización de los productos simbólicos por la electrónica y la telemática, el uso de satélites y computadoras en la difusión cultural, también impiden seguir viendo los enfrentamientos de los países periféricos como combates frontales con naciones geográficamente definidas ... La reorganización de los escenarios culturales y los cruces constantes de las identidades exigen preguntarse de otro modo por los órdenes que sistematizan las relaciones materiales y simbólicas entre los grupos" (García Canclini, 1990, pp. 288 y 289).

El complejo cultural industrial tampoco conoce límites territoriales o nacionales. Se argumenta, incluso, que las sociedades nacionales no son sino un segmento de mercados globales, y que esto es especialmente válido en el campo de la industria y el consumo cultural. Las diferencias radican en los códigos locales de recepción, que se dan en medio de un "movimiento incesante de circuitos de transmisión que cubren desde la publicidad a la pedagogía" (Brunner, 1988, p. 218). Si se acepta este enfoque, el universo cultural creado por el impacto conjunto de la telemática y la industria cultural se puede definir como una **cultura descentrada**, en que la heterogeneidad cultural no alude a la diversidad de expresiones locales y nacionales, sino a la "participación segmentada y diferencial en un mercado internacional de mensajes que 'penetra' por todos lados y de maneras inesperadas el entramado local de la cultura" (Brunner, 1988, p. 218).

Un mercado de mensajes que entra en el circuito del intercambio global y la aceleración temporal, de tal manera que los consumidores necesariamente deben tener algo de productores (al menos como **selectores**), transforma los límites de la cultura pesada y liviana, la alta y baja cultura, lo ilustrado y lo popular, lo nacional y lo exógeno. La cultura pasa a formar parte de un mercado —el mercado de mensajes o de **intercambio simbólico**— en que el grueso de los bienes y servicios quedan rápidamente obsoletos, y pasan de una mano a otra y de una ciudad a otra, al compás de la innovación tecnológica e informativa. El consumidor se convierte en un hermeneuta; "su función es seleccionar, reconocer y apropiarse de ese universo ... está condenado a ser él mismo intérprete de las interpretaciones que circulan a su alrededor, a traducir experiencias simbólicas que sin ser 'reales' en su propia biografía lo son sin embargo en su experiencia como consumidor de experiencias simbólicas producidas para él" (Brunner, 1988, p. 24).

La concentración en el aula se diluye debido a la fuerza dispersora de los medios de comunicación de masas. El mestizaje trasciende el ámbito étnico y se convierte en un evento cotidiano que afecta a todos; no hay identidades que resistan en estado puro más de unas horas ante la fuerza de estímulos que provienen de todos los rincones del planeta. La estética del **collage** y del **pastiche**, tan cara a la sensibilidad posmoderna, no es casual, sino que constituye una metáfora de esta continua recomposición de sensibilidades y mensajes culturales. Términos como "hibridez", "sincretismo", "tejidos

---

<sup>3</sup> Se entiende por telemática el efecto combinado de las tecnologías de telecomunicaciones e informática.

interculturales", "descomposición y recomposición de signos" se hacen cada vez más frecuentes en el análisis de los procesos culturales actuales. No hay, en este sentido, ni un límite claro que defina la industria cultural, ni una frontera que delimite las identidades culturales. Hay que situarse en esta dinámica de **disipación de fronteras** para entender tanto los procesos culturales como su estrecha articulación con el complejo industrial cultural.

La difusión de la industria cultural exagera, pues, la tensión entre **identidad y modernidad** en los procesos de desarrollo. Esta tensión cobra mucha fuerza en diversas sociedades, incluidas las de América Latina y el Caribe. A medida que la industria cultural se vuelve más amplia y penetrante, se reconfigura la tensión entre identidad y modernidad. Hoy parece improbable que pueda superarse en sociedades cerradas e impermeables a la modernidad. La nueva situación internacional se caracteriza por una exhaustiva globalización de los mercados y las comunicaciones, y por una inserción dinámica de las economías nacionales basada, cada vez más, en la incorporación y difusión del progreso técnico.<sup>4</sup>

Cabe recordar, además, que durante el último quinquenio precisamente desde que se diera inicio al Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural, el mundo ha registrado cambios políticos vertiginosos. Esta reestructuración del escenario político internacional ha sido contemplada, desde sus hogares, por una proporción considerable de la población mundial. Por lo tanto, la reestructuración de la política y de las relaciones globales ha tenido un mayor impacto debido a la **instantaneidad y exhaustividad** de la información y a la **diversidad de lecturas** que acompaña, cada vez más, a esta difusión a escala planetaria de los acontecimientos.

En este sentido, en el último quinquenio convergen un cambio **radical** en el mapa político internacional y una intensificación igualmente radical de la lectura de esos cambios por parte de los receptores en todas las latitudes. Las transformaciones son profundas, pero tanto o más profunda es su proyección hacia lectores de múltiples culturas y que manejan distintos códigos de interpretación. La incorporación de la telemática a la industria cultural ha permitido que todo el mundo se vea afectado por todo el mundo: los hechos difundidos por los medios de comunicación sirven de espejo o interpelan a muchas otras culturas y grupos que, en otros puntos geográficos, entran en tensión con esta nueva modernidad abierta al mundo.

La expansión de las libertades personales y públicas en vastas regiones del planeta, unida a las posibilidades de mirar por la "ventana" del televisor o del monitor cómo se expanden estas libertades en todas partes, da a la humanidad una infinita expresividad. Hay una libertad progresiva y una visibilidad progresiva, que otorgan un carácter más explosivo e intenso, a la vez, a los conflictos locales y regionales. Su impacto depende también del criterio jerarquizador de cada observador, independientemente de cuán cerca o lejos se encuentre del lugar en que se producen los acontecimientos.

La información es tan fácilmente accesible, inmediata, variada y detallada que cualquier lugar de observación se convierte en un punto omnisciente respecto del conjunto. La cultura tiende a convertirse en este contexto de cambios acelerados y difusión intensiva, en una suerte de **diálogo continuo de todo el mundo con todo el mundo**. La industria cultural puede definirse, en parte como metáfora y en parte en un sentido literal, como un juego de espejos que permite en todo momento resintetizar identidades por

---

<sup>4</sup> En relación con el caso de América Latina y el Caribe, véanse CEPAL (1990) y CEPAL/OREALC (1992).

medio de relaciones dinámicas con otras múltiples identidades con las que se entra en contacto a través de los medios de comunicación de masas, las redes informáticas, los comentarios en la calle y en el trabajo, y las consultas telefónicas.

Este patrón tiene un efecto dual y paradójico. Por una parte, se traduce en una extrema territorialización de los acontecimientos, pues cada lugar pasa a ser no sólo un lugar en el mundo, sino también un lugar para el mundo: todos conocen hoy en día el nombre de ex repúblicas soviéticas que ignoraban hasta hace muy poco, pueden ubicar a Etiopía y a Somalia en el mapa, y saben dónde viven los serbios y los croatas. Por otra parte, como se indicó, la globalización de los mercados y las comunicaciones produce una desterritorialización en todas las latitudes, precisamente por la permeabilidad creciente de todos los lugares y todos los grupos ante lo que les ocurre a otros grupos en otros lugares.

Esta combinación, en que las identidades culturales y territoriales se afirman y se permean a la vez, plantea dos temas de crucial importancia: la tolerancia a la diversidad y el nuevo mestizaje "cultural y comunicacional".<sup>5</sup> Vuelve a plantearse el tema de la aceptación del otro —distinto por etnia, historia, cultura— que ahora adquiere especial fuerza en esta nueva dinámica.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> En este caso, el concepto de mestizaje no tiene una connotación racial ni étnica, sino que se entiende como compenetración intercultural o asimilación activa de otras culturas, y de la cultura de la modernidad, desde el acervo histórico y cultural propio.

<sup>6</sup> El propio Director General de la UNESCO, Federico Mayor, fue enfático al hablar de este tema en la conferencia dictada en septiembre de 1992 como parte de las actividades del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural; en esa oportunidad señaló: "¿Tenemos, acaso, la voluntad de aceptar e incluso acoger al otro, sea cual sea su color, religión, lenguaje y cultura, si él se instala en el país vecino, o incluso en la casa vecina? Tocamos aquí el aspecto más problemático de la identidad cultural: cómo asegurar que la diversidad rime con el diálogo, que la diferencia no se presente como una amenaza sino como una fuente potencial de enriquecimiento" (Conferencia pronunciada en el Instituto Canadiense de Asuntos Internacionales, Quebec, 21 de septiembre de 1992).

### III. PLURALISMO Y MESTIZAJE: DOS EJES EN LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO EN LA REGIÓN

La relación conflictiva con el otro adquiere especial importancia en América Latina y el Caribe, donde su negación tiene una larga historia. Entraña, además, un doble rechazo del sentido más democrático de la modernidad: rechazo por parte de quienes asumen valores universalistas de modernización pero no los asocian con las identidades culturales específicas de la región sino que, por el contrario, las subvaloran; y, en el otro extremo, rechazo de la modernidad por parte de quienes la perciben como amenaza a las raíces culturales y se refugian en ideologías comunitaristas cerradas con una fuerte dosis de fundamentalismo, y que se oponen a los cambios y a la apertura al intercambio global.

En este contexto, en el último decenio se han configurado tendencias contradictorias en la región: por una parte, el efecto de la crisis y los ajustes ha producido una mayor exclusión en el ámbito socioeconómico, pero el desarrollo de la industria cultural, la apertura al mundo y la democratización interna han conducido a una mayor integración en el campo cultural o simbólico. Todo esto permite presumir que se producirá un desplazamiento de las expectativas de integración social, que ya no se limita al acceso a bienes materiales o a servicios básicos, sino que incluye también el acceso de múltiples grupos y etnias a información, conocimientos, decisiones, comunicación, representatividad política y visibilidad pública. Este acceso a bienes simbólicos se ve estimulado tanto por los actuales procesos de democratización, que abren canales de participación pública, como por el impacto cada vez más profundo de la industria cultural, que integra a la sociedad a partir del consumo simbólico.<sup>7</sup>

**La asincronía entre la mayor lentitud relativa de los procesos de integración socioeconómica (lentitud que se asocia a la crisis, el ajuste y la reconversión económica) y el ritmo más acelerado de la integración en el nivel simbólico y cultural (debido a la apertura política democrática y de la industria cultural) puede traducirse en los próximos años en un cambio significativo en el sentido del desarrollo de América Latina y el Caribe.**

Otro rasgo fundamental de la dimensión cultural del desarrollo en América Latina y el Caribe es el **mestizaje cultural**, entendido en los términos definidos anteriormente. La aceptación de la heterogeneidad intercultural propia de América Latina y el Caribe es el modo más auténtico de asumirse en medio de una modernidad signada por la coexistencia cada vez más intrincada de identidades culturales.

+ La permeabilidad intercultural cobra mayor fuerza con la expansión de la industria cultural en la región y, sobre todo, cuando dicha industria incorpora el nuevo potencial de la tecnología informativa

---

<sup>7</sup> Sin embargo, esta integración social y simbólica que permiten los mercados culturales es segmentada. No se puede afirmar que la industria cultural funcione en un mercado que se encarga de redistribuir equitativamente los bienes culturales. Si bien todos participan en el consumo cultural cuando la industria cultural ha alcanzado un cierto nivel de desarrollo y sus mercados se han masificado, las formas de acceso a ese consumo cultural están segmentadas desde el punto de vista social.

y comunicativa. Un fenómeno incipiente en las últimas dos décadas, que se intensificó notoriamente en el último quinquenio en muchos países de la región, es la difuminación de los límites entre lo culto y lo popular.<sup>8</sup>

El mestizaje es un proceso de permeabilidad o porosidad intercultural. América Latina y el Caribe es una región mestiza porque se ha caracterizado desde sus orígenes por el sincretismo expresivo. La "ladinización", el "creolismo" y la "cimarronería" son algunas de sus muchas expresiones históricas. Es, también, una región mestiza porque en ella coexisten y se mezclan lo moderno con lo no moderno, tanto en la cultura como en la economía, y porque la conciencia de la mayoría de la población está poblada de cruces lingüísticos y culturales.

Por lo tanto, el cruce de sensibilidades potenciado desde la industria cultural tiene sus bases en una larga tradición de cruce cultural. Por ello, el desarrollo de la industria cultural debiera poner en evidencia que la modernidad ya no significa "dejar atrás" las sensibilidades propias, sino conjugar, en un mismo presente, una vasta historia de signos culturales heterogéneos.

Desde esta perspectiva deberá superarse el prejuicio según el cual el mestizaje es el obstáculo que impide acceder a la modernidad. Con tanta frecuencia se ha querido interpretar la modernidad como un cambio de piel que no deja rastro de su propia mudanza que se ha dado la espalda a un elemento crucial de la modernidad, es decir, la capacidad para integrar dinámicamente la diversidad cultural y los mundos que nos llegan desde otras regiones, y elaborar nuestras propias síntesis. En América Latina y el Caribe, el mestizaje cultural ha sido siempre el modo de apertura cultural al intercambio con los otros y de incorporación de la modernidad. El reflejo más patente de esta situación se encuentra en las grandes metrópolis de la región, con sus cruces de estilos y de períodos arquitectónicos.

El mestizaje cultural también es un juego de espejos en que cada uno se define mediante la apropiación de la experiencia ajena y en este proceso se enriquece. Lo importante, por ende, es interpretar en sentido positivo la imagen de la "aldea global" que brinda la industria cultural al incorporar la dimensión telemática. Esta pone a prueba la capacidad histórica para mezclarse con lo ajeno, batir los ingredientes de modos siempre nuevos, hacer de la mudanza una forma de ser. El creciente acceso a los bienes y servicios de una industria cultural muy diversificada y transnacionalizada permite actualizar la tendencia histórica a mirarse en el reflejo que otros nos ofrecen.

Las señales de identidad no pueden ser anuladas en nombre del avance inexorable de la globalización de la economía y la información, no sólo por un principio ético de preservación de las culturas, sino también porque la experiencia histórica reciente demuestra que la relación entre cultura y desarrollo, en los países de mayor dinamismo, es de complementación y enriquecimiento recíprocos. Hay que considerar que "en los casos norteamericano y japonés —y recientemente en los otros países asiáticos, 'tigres' económicos— esas sociedades han desarrollado sus propios modelos productivos, sociales y políticos, partiendo de sus propias culturas e integrando en ellas conocimientos universales de la ciencia y la tecnología, y de elementos específicos de organización observados y analizados en diferentes naciones" (CEPAL, 1993, p. 8).

---

<sup>8</sup> "La tendencia prevaeciente es que todos los sectores mezclen en sus gustos objetos de procedencias antes separadas. No quiero decir que esta circulación más fluida y compleja haya evaporado las diferencias entre clases. Sólo afirmo que la reorganización de los escenarios culturales y los cruces constantes de las identidades exigen preguntarse de otro modo por los órdenes que sistematizan las relaciones materiales y simbólicas entre los grupos" (García Canclini, 1990, p. 288).

#### IV. INDUSTRIA CULTURAL Y MODERNIDAD HETEROGÉNEA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

El impacto del nuevo complejo industrial cultural varía ostensiblemente según las características de cada país. Las variables determinantes de esas diferencias son el grado de desarrollo alcanzado por la industria cultural; el peso de los distintos grupos étnicos en el perfil cultural del país; el grado de profundización democrática de la sociedad y la consiguiente libertad existente en el campo de la producción y el consumo culturales; el desarrollo educativo, el grado de difusión de los códigos culturales de la modernidad y los niveles de integración social de la sociedad, y el rol que juegan el mercado y el Estado en la política cultural y en el complejo industrial cultural. En el recuadro 2 se presentan las diferencias regionales en materia de educación y de desarrollo de la industria cultural.

En todos los países, el desarrollo reciente de nuevas ramas de la industria cultural recrea tanto la producción como el consumo culturales. Su impacto trasciende las fronteras convencionales del mercado cultural y empieza a configurar nuevas sensibilidades en las sociedades de la región. Tomando en consideración las diferencias existentes entre los países, a continuación se presentan los rasgos que ha ido adquiriendo este nuevo orden cultural a partir de la última década y que cobra mayor ímpetu en el actual decenio.

##### A. Cultura y desarrollo con temporalidades cruzadas

La mayor parte de los países de la región desarrolló y consolidó culturas propias de sociedades de masas durante el ciclo que comienza en la segunda posguerra y se prolonga hasta fines de los años setenta. La difusión a través de los medios de comunicación masivos (los periódicos y la radio primero, la televisión más tarde); la urbanización acelerada unida al incremento de la capacidad de consumo de sectores medios y medio-bajos de las ciudades, y la expansión de la educación, la alfabetización, y la capacitación productiva moderna permitieron echar las bases que hicieron posible el surgimiento de la sociedad de masas como parte de la dinámica modernizadora. Este orden cultural socavó el predominio de la cultura "ilustrada", reservada a unos pocos, que le daba perfil cultural a las sociedades coloniales, oligárquicas y premodernas en la región.

La sociedad de masas adquirió rasgos propios. El más significativo de la dinámica existente entre cultura y desarrollo es la **temporalidad cruzada**, vale decir, la coexistencia de sensibilidades y códigos culturales múltiples: premodernos y modernos, de "alta" y "baja" cultura, de integrados y excluidos, de transnacionalizados y nativos, etc. La industria cultural se desarrolló en un proceso en el que se fueron quemando etapas, tanto en la difusión de los medios de comunicación de masas como de la lectoescritura. Por lo tanto, "un proceso generalizado de racionalización y diferenciación de los modos de producción y participación culturales, frecuentemente ligados a movimientos de difusión y recepción de modelos provenientes de los países centrales y en particular de los Estados Unidos se combina, de las maneras más

## Recuadro 2

**DESARROLLO EDUCATIVO Y DE LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA REGIÓN.  
DIFERENCIAS ENTRE PAÍSES**

Para ilustrar las diferencias en materia de desarrollo educativo y de consumo cultural entre países de la región se han seleccionado algunos datos disponibles.

1. **Horas/año de programación televisiva:** los datos correspondientes a tres de los países más "televisivos" de la región muestran amplias diferencias: 2 903 575 horas/año en México (1985); 510 954 horas/año en Brasil (1985) y 161 654 horas/año en Argentina (1989).

2. **Tipo de programación:** en los tres países mencionados llaman la atención las siguientes diferencias: los programas informativos representaban el 33.7% de la programación total en Argentina (1989) y sólo el 10.2% en México; los avisos sumaban el 22.1% en Brasil (1985) y el 6.9% en México (1985), y los programas de entretenimiento constituían el 55.2% en Argentina (1989) y el 27.4% en Brasil.

3. **Número de receptores de televisión por 1 000 habitantes:** alrededor de 1990 esta relación era de 4.6 en Haití, 52 en Guatemala, 83 en Ecuador, 130 en Jamaica, 139 en México, 163 en Bolivia, 205 en Chile, 213 en Brasil y 222 en Argentina.

4. **Tiraje de periódicos por 1 000 habitantes:** también alrededor de 1991 se observan los siguientes contrastes: 7 en Haití, 21 en Guatemala, 54 en Brasil, 55 en Bolivia, 63 en Jamaica, 87 en Ecuador, 124 en Argentina, 127 en México y 142 en Venezuela.

5. **Número de analfabetos:** en un extremo están países como Guatemala y Haití, con un 45% y un 47% de población iletrada, respectivamente, y Jamaica y Argentina, con un 2% y un 5% de analfabetos, respectivamente. La tasa de analfabetos mayores de 15 años asciende al 65.2% en Haití, al 36.8% en Bolivia, al 25.5% en Brasil, al 15.3% en Venezuela, al 12.4% en México, al 8.9% en Chile y al 6.1% en Argentina. Este amplio espectro demuestra que las posibilidades de consumo cultural son sumamente heterogéneas.

6. **Mayores de 25 años con cierto nivel de estudios secundarios:** 4.8% en Guatemala (1981), 7.2% en Haití (1982), 6.9% en Brasil (1980), 8.1% en Ecuador (1982), 12.7% en México (1990), 15.0% en Jamaica (1982), 22.3% en Venezuela (1981) y 26.9% en Chile (1982). Estos datos ponen de manifiesto las diferencias en cuanto a opciones de consumo cultural en la población adulta.

Fuente: UNESCO, Anuario estadístico, 1992, París, 1992.

sorprendentes, con los específicos 'rezagos' que se hacen presentes en el desarrollo de nuestras sociedades" (Brunner, 1988, p. 250).<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Este fenómeno de "desfase", como lo llama Vargas Llosa, o de "máscaras", según la designación de Octavio Paz en su Laberinto de la soledad, no es nuevo en la región. Se remonta a la transmisión realizada por las vanguardias culturales desfasadas desde Europa a América Latina y el Caribe. Ocurrió con la Ilustración, el pensamiento liberal y el modernismo, mucho antes de que existieran la cultura de masas y el complejo industrial cultural. "Tendríamos en consecuencia barroco sin contrarreforma, liberalismo sin burguesía, positivismo sin industria, existencialismo sin segunda guerra mundial, postmodernismo sin postmodernidad ... se trata, en síntesis, de una perspectiva que da pie a la hipótesis de la importación constante e indiscriminada de ideas" (Subercaseaux, 1988, pp. 127 y 128).

La escuela, la ciudad y la televisión constituyen los pilares en torno a los cuales se construye, en las últimas cuatro décadas, una cultura de masas, que tiene mucho de mezcla de culturas y de períodos culturales. Esta diacronía ha quedado de manifiesto en el salto que se produjo en el ámbito de la educación: el acceso de la clase media a la enseñanza superior cuando la mitad de los habitantes de la región mayores de 15 eran analfabetos.<sup>10</sup> En materia de urbanización acelerada y modernización del empleo, las masas pasan directamente de su fase folklórica y oral a participar de una vida social en la que se requiere el manejo de códigos absolutamente distintos, los de la racionalidad burocrática, la racionalidad técnica y la mentalidad abstracta. La velocidad de estos cambios lleva a la coexistencia, en múltiples gradaciones, de ambos extremos.

En cuanto a la irrupción de los medios de comunicación de masas, se ha dicho con frecuencia que este fenómeno conduce a la coexistencia del cosmopolitismo y el localismo, más todavía si se considera la velocidad y el carácter masivo de la difusión en América Latina y el Caribe de los distintos componentes de la industria cultural tradicional.<sup>11</sup> En el campo del acceso a la información esto significa que en los espacios locales, incluso los que en el pasado estuvieron sometidos a un aislamiento endémico, se abre una ventana por la que puede contemplarse lo que ocurre en el mundo.

El efecto de estos fenómenos puede ser aún más profundo en el caso del consumo simbólico, en el que una serie de nuevos códigos, sensibilidades, dramas pasionales, conflictos humanos y escalas de valores se exponen en largometrajes televisivos y radionovelas y llegan a públicos que han vivido durante siglos en un contexto de relaciones de reciprocidad, sincretismos religiosos de larguísima tradición, rituales ligados a los ciclos agrícolas y formas precarias de supervivencia. No sólo conviven tiempos distintos en el contraste entre los mensajes y el ambiente cultural en que son decodificados; en la misma programación de los medios conviven lógicas y sensibilidades que remiten a distintos "momentos" de la cultura. La telenovela latinoamericana y *Flash Gordon* se suceden sin cortes en la programación de una tarde cualquiera en La Paz o en Guatemala.

En los países de la región la modernidad es, precisamente, un tiempo nuevo que contiene muchos tiempos. Por consiguiente, es difícil proyectar hacia la región el supuesto de linealidad del tiempo histórico, fundado en la idea de un "relevo" de culturas, que forma parte de la idea clásica de modernidad en los países del hemisferio Norte. En América Latina y el Caribe, las culturas reflejan este síndrome

---

<sup>10</sup> Alrededor de 1950, América Latina era otro continente en materia de conformación cultural: el 61% de la población era rural; la tasa de analfabetismo de los mayores de 15 años alcanzaba a casi 50% y la tasa de escolarización bruta en el nivel secundario apenas llegaba a un 7%. Hoy en día las tasas brutas de escolarización son de 100% en la educación primaria y de más del 50% en la secundaria. La proporción de la población mayor de 25 años con educación postsecundaria asciende, en varios países, a 5%-7%, cifra comparable a la de Austria, Hungría e Italia (Brunner, 1990, pp. 11 y 31).

<sup>11</sup> En la región, "los receptores de radiodifusión aumentaron hasta cerca de 140 millones en 1987, con 332 por cada 1 000 habitantes, proporción que más que duplica al promedio de los países en desarrollo. Por su parte, el número de transmisores de televisión, que en 1965 era de 250, alcanza a 1 590 en 1987, en tanto que los receptores de televisión, que eran 8 millones en 1965, superan los 60 millones en 1987, elevándose así la participación desde 32 por mil habitantes a 147 por mil, siendo que en Asia es de 49 por mil y en África de 14 por mil ese último año" (Brunner, 1990, p. 32).

de modernidad tardía que consiste en la incorporación acelerada a mercados simbólicos exógenos y que, inexorablemente, se traduce en una cierta hibridez cultural.<sup>12</sup>

La heterogeneidad cultural no sólo se expresa en este juego de tiempos cruzados en que conviven los mensajes modernos y cosmopolitas con los símbolos premodernos y localistas. También se hace evidente en las segmentaciones culturales que se dan al interior de la sociedad de masas. Por ejemplo, un estudio muy interesante sobre consumo cultural en Chile permite establecer categorías de consumo cultural por nivel educativo y quintil de ingreso. A partir del análisis de datos recopilados en encuestas, se observa que existe una relación inversamente proporcional entre el ingreso familiar y el número de horas de consumo televisivo, al igual que en la relación entre consumo televisivo y nivel educativo.<sup>13</sup>

Esta correlación entre niveles de acceso a la modernidad (vía educación e ingresos) y patrones de consumo cultural permite afirmar que la sociedad de masas no implica una homogenización vertical de preferencias y sensibilidades. La masificación cultural corre a la par de la diferenciación de las pautas de consumo cultural. Coexisten distintas inclinaciones y racionalidades en el consumo cultural que, a su vez, reflejan distintos bagajes culturales y de socialización: consumidores de información y consumidores de dramas; consumidores racionalistas y consumidores emocionales, y consumidores selectivos y consumidores voraces. De esta manera, la heterogeneidad de tiempos culturales adquiere complejidad debido a la heterogeneidad de las pautas de consumo cultural.

#### B. El nuevo impulso de la industria cultural y la nueva imagen de lo moderno en América Latina y el Caribe

No existe una escala que permita jerarquizar a los receptores de los medios de comunicación de masas según el grado de modernidad del consumo cultural. ¿Con qué criterio se determina si es más moderno

---

<sup>12</sup> Esta hibridez cultural se analiza más en detalle en el libro ya citado de García Canclini sobre culturas híbridas en América Latina. La imagen más gráfica en América Latina pueden ser las ferias artesanales en las que junto a los tejidos y la alfarería tradicionales, se venden relojes digitales a muy bajo precio y zapatillas de marca, lo que expresa las temporalidades cruzadas a las que se ha hecho referencia. Ciertas ciudades fronterizas como Tijuana en México o Puerto Stroessner en Paraguay son claros ejemplos de esta hibridez. En una entrevista a Guillermo Gómez-Peña, editor de la revista bilingüe La línea quebrada/The Broken Line, que se publica en Tijuana y San Diego, se publica el siguiente diálogo: Reportero: "Si ama tanto a nuestro país como usted dice, ¿Por qué vive en California?" Gómez-Peña: "Me estoy desmexicanizando para mexicomprenderme ...". Reportero: "¿Qué se considera usted, pues?" Gómez-Peña: "Posmexica, prechicano, panlatino, transterrado, arteamericano ... depende del día de la semana o del proyecto en cuestión" (García Canclini, 1990).

<sup>13</sup> Conforme al estudio, sólo un 19.9% de personas que están cursando estudios básicos (o que sólo tienen educación básica) ven una hora o menos de TV al día, mientras que en la población con educación universitaria este índice alcanza a 46.9%. El estudio indica que la mayor parte del público masivo (con educación media e ingreso medio o medio-bajo) prefiere los programas de televisión tipo seriales y shows estelares; los más pobres prefieren las telenovelas, y los segmentos de mayor educación e ingresos ven más programas informativos. El estudio concluye con una tipología de las pautas de consumo cultural, que remite a modelos diferentes de visión de mundo: "Mientras la elite tiene una racionalidad de tipo instrumental e iluminista en el consumo, el polo marginal popular tiene una racionalidad simbólico-expresiva" (Catalán y Sunkel, 1990, p. 22.).

el televidente de la CNN que el de una telenovela brasileña, el lector de un diario de información política que el de una revista deportiva? A la luz de la experiencia, en la modernidad expuesta a los medios de comunicación de masas, **lo moderno es lo que puede darse a conocer a través de la industria cultural.** El grado de modernidad ya no se define por una jerarquización de los géneros, sino por la incorporación de tecnología y de valor intelectual agregado en la producción de mensajes. De esta manera, es más moderno un programa televisivo de espectáculos "banales" que un reportaje cultural, si el primero es capaz de incorporar simultáneamente a animadores y programas de otros países. O, a la inversa, un reportaje cultural es más moderno que una telenovela si logra introducir mayores contrapuntos, más variedad de planos discursivos, una mejor definición óptica y un mayor dinamismo en el análisis de un tema.

**Con los efectos más recientes de globalización comunicacional y diversificación tecnológica que inciden en los complejos industriales culturales, la idea de "cultura moderna" se desplaza de los contenidos a la "riqueza comunicacional".** Este fenómeno, exacerbado por el aumento exponencial de la oferta de la industria cultural (con el vídeo, la televisión por cable, los juegos de vídeo y de computación, las redes telemáticas y de fax, las antenas parabólicas) constituye un elemento que redefine la oposición convencional entre cultura tradicional y cultura moderna.

El escenario en que se incorporan nuevas y flexibles ramas de la industria cultural no es sólo una versión más desarrollada de la heterogeneidad de tiempos y pautas culturales a la que se ha hecho referencia. Ya hace un par de décadas que la difusión del consumo televisivo llevó a la tan citada proclama de que "el medio es el mensaje". En los últimos años la transformación ha sido aún más profunda. Dada la mayor competencia e internacionalización del medio televisivo, y la proliferación de nuevas alternativas de consumo y producción en el campo de la industria cultural, se ha modificado sustancialmente el concepto de lo moderno en el campo de la producción y consumo culturales.<sup>14</sup>

En el mercado cultural el nivel de modernidad se define cada vez más por la forma que por el contenido, más por el medio tecnológico que por el mensaje, más por el ritmo de innovación que por la "nobleza" del producto. Esta mutación inscribe signos nuevos en el imaginario cultural. Si, por una parte, mina las jerarquías convencionales de la cultura, por otra también mina las identidades culturales. Desestabiliza visiones del mundo y eleva el mestizaje cultural a niveles impensados, pero ya no el mestizaje como sincretismo o cruce de códigos culturales, sino como juego creativo, nuevo invento para el mercado cultural, combinación inédita que permite seguir innovando en el campo de la recreación.

La misma flexibilidad de imágenes, códigos, lenguajes y reglas que forma parte de la tecnología de los juegos de vídeo y de computación, o de la trasmisión de imágenes virtuales, desencadena una continua metamorfosis de imágenes, símbolos y tradiciones. Las combinaciones son inagotables. Ni siquiera hay escasez de espacio para ello, porque los espacios pueden reducirse casi al infinito en los microchips que contienen un sinnúmero de mundos. En lugar de una cancha de fútbol (o la calle para salir a jugar con los vecinos), hay miles de juegos dentro del monitor. El Nintendo es la versión infinita del

---

<sup>14</sup> Es más moderno, por ejemplo, en el campo del consumo cultural, un juego de nueva generación de Nintendo en el rubro cavernícolas que una serie convencional de televisión que transcurra en Nueva York. Es más moderna la novena sinfonía de Beethoven grabada en sistema láser digital que el "Bolero" de Ravel grabado en una casete convencional. Es más moderno un vídeo casero, por doméstico que sea su tema, que una superproducción de los años sesenta.

juego: no ocupa lugar, no se agota, es siempre nuevo y, a la vez, neutraliza incesantemente toda la intensidad de la novedad.

La cultura pasa de una condición mestiza a una recreación desenfundada del acto mismo de mestizaje. No se sabe claramente cuál es el impacto que estas nuevas tecnologías culturales ejercen en la visión del mundo de los niños que comienzan a conectarse a las nuevas olas de la industria cultural. ¿Qué ocurre en la cosmovisión de un alfabetizado de segunda generación, que todavía mantiene en su orden simbólico ciertas tradiciones y valores vernáculos, cuando entra en el vértigo de entrada-salida a mundos nuevos cada vez que se enfrenta a una pantalla de vídeo o de computadora? ¿Cómo influye en la capacidad selectiva, en la imagen del planeta y del lugar específico que cada cual ocupa en él, y en el almacenamiento intelectual de información de la gente, el hábito reciente de llegar al hogar por las tardes y empezar a pasar rápidamente de un canal a otro entre más de veinte canales de televisión de más de diez países?

No se pretende presentar una imagen apocalíptica, según la cual el impacto globalizado de la industria cultural aniquilaría los lazos sociales, las costumbres y los valores establecidos a lo largo de siglos de historia conflictiva en América Latina y el Caribe. Las nuevas formas que adopta la industria cultural no tienen necesariamente un signo negativo; no es por la carga sino por el alcance del signo que cabe detenerse a analizar el impacto de la industria cultural. No puede hablarse ya solamente de la incorporación de las masas al lenguaje moderno, a las ideas modernas y a las ocupaciones modernas; ahora se trata de incorporarse a las mutaciones de lenguajes, imágenes, ideas y ocupaciones.

Conviven, en síntesis, dos tendencias disímiles: la tendencia de la cultura de masas a la simultaneidad de tiempos históricos, que se consolidó a lo largo del período 1950-1980<sup>15</sup> y la del consumo cultural, mucho más reciente, a la **aceleración del tiempo histórico**. Cabe formular aquí un interrogante para el cual sólo cabe una respuesta conjetural. ¿Será posible que la simultaneidad de tiempos históricos, vale decir, el carácter "mestizado" que adoptó la cultura de masas en la región, haga posible un proceso de aprendizaje que capitalice positivamente esta reciente aceleración del tiempo histórico en el consumo cultural? Y si esta aceleración del tiempo histórico en el consumo cultural conlleva, como señalan los críticos de la cultura y del arte, un cierto travestismo de los símbolos y las imágenes que circulan en el mercado cultural, una tendencia a recombinar cada vez más las imágenes de distintos tiempos históricos para poder responder a la demanda de nuevas y nuevas síntesis, una ruptura con la secuencia lineal de la cultura tal como fue concebida en fases previas de la modernidad, ¿no significa esto que la práctica de habitar simultáneamente tiempos históricos diversos hace a las personas más receptivas y adaptables a este nuevo patrón de modernidad cultural?

### C. Activos y pasivos en el campo de la industria cultural

Las nuevas ramas de la industria cultural permiten una mayor compenetración entre productores y consumidores de cultura. La flexibilidad operativa, la reducción del tamaño de los componentes y del costo de los aparatos permite, desde hace algunos años, ampliar el campo de productores y establecer un vínculo horizontal entre los actores del mercado cultural. Pero esta tendencia depende también de la

---

<sup>15</sup> Obviamente, las fechas son aproximadas, pero abarcan el ciclo de "crecimiento sostenido" de la región, caracterizado por un aumento sustancial de la población urbana, la educación formal, la modernización del trabajo y la difusión del consumo cultural.

distribución de los nuevos bienes y servicios de la industria cultural entre distintos segmentos socioeconómicos. En la mayor parte de la región el poder de compra sigue estando concentrado en segmentos muy reducidos de la población, debido a lo cual la nueva industria cultural no ejerce todo el efecto de integración sociocultural que podría generar en otras condiciones distributivas.

El nuevo complejo industrial cultural combina, de manera paradójica, una mayor profesionalización y una mayor masificación de los emisores de mensajes. La profesionalización en el campo cultural aumenta a medida que se intensifica y se internacionaliza la competencia entre canales de televisión. Los operadores y transmisores se tecnifican y se mantienen dos frentes diferenciados compuestos por productores y consumidores. No obstante, la diversificación progresiva de la oferta televisiva fuerza al televidente a desarrollar, a su vez, una mayor selectividad y un protagonismo en su calidad de consumidor. Se da el "trabajo generativo de millones de receptores-consumidores que procesan, interpretan, se apropian y viven a su manera, individual y a veces colectivamente, esa masa de signos producidos y transmitidos" (Brunner, 1990, p. 36). La imagen apocalíptica que hace algunos años alertaba sobre la pasividad creciente de los consumidores de programas emitidos por los medios de comunicación de masas ha sido sustituida por la idea de un consumidor activo, decodificador, selectivo y procesador de la información. La vorágine de opciones y la competencia entre dichos medios obliga al consumidor a desarrollarse como **consumidor productivo**.

En los nuevos productos que la industria cultural difunde con gran velocidad y a precios cada vez más bajos se atenúa la división entre productores y consumidores. No se requiere ni muchos recursos ni muchos conocimientos para hacer vídeos caseros, manejar juegos de vídeo o de computadora, participar activamente en la difusión de mensajes a través de redes telemáticas o de teleconferencia y, lo más nuevo y sorprendente, cambiar de vida y de identidad por cinco minutos, metiendo cinco monedas en la ranura para entrar en el mundo infinito de las imágenes virtuales.<sup>16</sup>

La capacidad para intervenir activamente en las nuevas tecnologías puede verse facilitada por el aprendizaje de elementos de computación en la educación básica. El desplazamiento del profesionalismo a la masividad es evidente cuando se observa, en países industrializados, a millones de niños que entran y salen del mundo de las computadoras con una habilidad y una facilidad que hace algunos años parecían reservadas a los ingenieros y técnicos más especializados. Esta familiarización con la computadora y con sistemas integrados de información y comunicación constituye, precisamente, una nueva forma de alfabetismo. No deja de asombrar el hecho de que muchos niños puedan ya reprogramar un juego en el computador y de que sean hoy más capaces que un alto porcentaje de adultos de asumir roles interactivos en nuevas ramas de la industria cultural.

Sin embargo, en el caso de América Latina y el Caribe estos niños "informatizados" son una minoría. Ya sea porque estudian en colegios de élite o porque forman parte de familias en las que la computadora se ha incorporado a la vida de hogar, estos niños cuentan con una ventaja considerable respecto de tantos niños escolarizados que, en el mejor de los casos, cuentan con un monitor para toda una clase. Esto redefine, de manera novedosa e inquietante, el límite entre integrados y excluidos. Por cierto, la región se encuentra lejos de contar con un computador en cada hogar. Pero la nueva fuerza

---

<sup>16</sup> Ya no se trata, como en la célebre novela de Gabriel García Márquez Cien años de soledad, de la gran experiencia infantil que el coronel Aureliano Buendía evocaba, vivida cuando su padre lo llevó a una tienda de gitanos a conocer el hielo; ahora la experiencia virtual nos permite entrar en el hielo, viajar en su interior, mirarlo desde adentro.

adquirida por la industria cultural, con la incorporación de esta nueva gama de bienes, introduce en la interacción social la imagen de un computador al alcance de cualquiera. La relación con el trabajo, el estudio y el ocio, en el caso de los nuevos "alfabetizados", pasa por el trastocamiento radical de la comunicación y de la información.

En la región, se corre el riesgo de que este nuevo impulso de la industria cultural también exacerbe la brecha entre integrados y excluidos. Enchufarse o morir sería la imagen caricaturesca —pero ilustrativa— de este nuevo patrón de integración. Basta con comparar la infraestructura computacional de los colegios de elite con la falta de computadores en las escuelas públicas. La mentalidad de quienes estudian en los primeros se orienta cada vez más a nuevas formas de alfabetización, que les otorgan enormes posibilidades de diversificar sus opciones de juego en el presente y de trabajo en el futuro. Mientras tanto, las escuelas públicas y municipales siguen atrincheradas en un enciclopedismo anacrónico y de mala calidad. El peligro que se plantea a futuro, en caso de consolidarse esta brecha desde los primeros años de aprendizaje escolar, es que la región se enfrente a un ejército ampliamente mayoritario de "desinformatizados", que no sepa manejar la lógica de los lenguajes computarizados.

En los países industrializados, la difusión masiva de estos nuevos lenguajes y alfabetos ha sido absorbida como promesa de mayor desarrollo individual. A medida que la relación de los individuos con el entorno se mediatiza cada vez más a través de operaciones interactivas de información y comunicación, las posibilidades del individuo se expanden. Casi como en un juego, el despliegue técnico de la industria cultural permite traducir el avance tecnológico en realización personal.

En la región, en cambio, hay contradicciones que hacen difícil visualizar esta conciliación. En Brasil, el país que está a la vanguardia de la industria televisiva e informática en el continente, las promesas de desarrollo individual podrán hacerse realidad, con suerte, en el caso de un tercio de la población que se moderniza. En los otros dos tercios los niveles de ingreso y el escaso acceso a los beneficios de la modernidad constituyen un muro opaco contra el cual se estrellan las expectativas de desarrollo personal (véase el recuadro 3). En casi todos los países de la región, las exigencias de consolidación de los equilibrios macroeconómicos y de modernización de lo modernizable, sumada a la tradicional heterogeneidad productiva y social, imponen un signo de interrogación a la confluencia feliz de tecnificación de los mercados culturales y desarrollo individual de toda la población.

#### D. La difuminación de los límites en la industria cultural

La distinción entre industria cultural "pesada" y "liviana" resulta cada vez más difícil de sostener, a medida que avanza la integración sistémica de los instrumentos de información y comunicación. ¿Puede afirmarse, en la actualidad, que la formación religiosa deja huellas más hondas en la conciencia de un niño que el contacto con el televisor? ¿O que cala más hondo en la memoria de un niño la materia de un examen de historia que el reportaje cultural que, en un azaroso cambio de un canal de televisión a otro, mantuvo en la pantalla durante media hora? ¿Quién podría asegurar que un adolescente desarrolla una mayor capacidad de pensamiento lógico en una clase de sintaxis o de matemáticas en la enseñanza secundaria que en los juegos de ingenio que practica en la computadora cuando llega a su casa por las tardes?

## Recuadro 3

**INDUSTRIA CULTURAL Y POBREZA: LOS CONTRASTES DE BRASIL**

**Pobreza:** Alrededor de 1990 el 30% de la población urbana era pobre y el 10% era indigente en Brasil, y estas tasas ascendían al 62% y al 35%, respectivamente, en las zonas rurales. En el mismo año, el 33% de los hogares pobres carecía de agua potable y los miembros del 43% del total de hogares del país tenía un promedio de 0 a 3 años de educación formal. El producto interno bruto (PIB) por habitante en 1990 era equivalente al de 1979 (en dólares de los Estados Unidos de 1980), mientras el ingreso por habitante decreció en dicho período. El 59% de los ocupados de hasta 24 años de edad eran pobres, y lo mismo ocurría con el 55% de la población económicamente activa (PEA). La tasa de mortalidad infantil era de 58 por 1 000 nacidos vivos en 1991, en 1990 había un 19% de analfabetos y en 1988 había un 13% de niños desnutridos. Además, la distribución del ingreso, presenta grandes diferencias, puesto que el PIB per cápita es de 2 940 dólares al año, lo que aumenta a 3 820 en el estrato medio-alto, y salta a 20 570 en el estrato inmediatamente superior. Todos estos contrastes se agravan aún más cuando se consideran las desigualdades regionales, pues la pobreza, la desnutrición y la mortalidad infantiles en el nordeste de Brasil son inconmensurablemente superiores al promedio nacional.

**Industria cultural:** en el desarrollo de su industria cultural Brasil es un país pujante e integrado al mundo. La red O'Globo del Brasil es la cuarta red televisiva transnacional del planeta. En 1990, el país contaba con 213 aparatos de televisión por cada mil habitantes, lo que indica que en la mayoría de los hogares del país hay un receptor. Los datos de 1985 señalan que el total de horas de programación televisiva al año ascendían a 510 954, cifra que es bastante alta, pero que también es mucho menor que la actual. El 44.5% de los ingresos por exportaciones de Brasil correspondían en 1987 a manufacturas, lo que convertía al país en la octava potencia industrial del mundo. Las telenovelas brasileñas llegan diariamente a las pantallas de todos los continentes.

Los contrastes existentes al interior del país son extremadamente marcados, puesto que Brasil produce computadores, y exporta tecnología nuclear y bienes culturales, mientras la población del nordeste rural tiene una esperanza de vida de 16 años menos que la del resto del país, y se estima que entre 5 y 7 millones de niños viven en las calles.

---

**Fuente:** CEPAL, División de Estadística y Proyecciones Económicas; Banco Mundial, *Social Indicators of Development 1993*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1993 y UNESCO, *Anuario estadístico, 1992*, París, 1992.

La distinción entre bienes livianos y pesados pierde nitidez a medida que la difusión masiva de los nuevos bienes culturales precipita a nuestros países a la sociedad del conocimiento. Será cada vez más difícil jerarquizar los distintos campos de la industria cultural según la profundidad o duración de sus efectos en la conciencia de los individuos. No sólo porque la flexibilidad de los nuevos campos permite recombinar las distintas ramas del conjunto de la industria cultural, sino también porque su diversidad está conduciendo a que sean los individuos quienes seleccionen sus propios campos preferenciales para adquirir hábitos, destrezas y saberes.

El campo del consumo cultural se diversifica tanto que resulta muy difícil actualmente establecer los límites de la industria cultural. La lógica del software salta de la pantalla a la calle y se convierte en una nueva forma de procesamiento de la cultura. El consumo cultural adquiere una nueva forma, que sirve de envase a contenidos muy diversos, la del software, que cada cual contesta de acuerdo con sus

preferencias, situación u objetivos. El modelo del software cultural también impregna las actividades de reciclaje ocupacional, a través de talleres con apoyo audiovisual, retiros de fines de semana y programas de vídeo o computarizados sobre nuevas formas de gestión.

También en este consumo cultural tipo software, la industria cultural borra las fronteras que separan a productores de consumidores. Cuando el aprendizaje se agiliza y diversifica, se requiere poca capacitación para pasar de alumno a profesor o de consumidor a productor. Distinto es capacitarse para ser profesor de meditación en un monasterio de los Himalayas que en un módulo de desarrollo personal en una empresa; muy distinto es ser profesor de literatura en la universidad que serlo en un taller de vecinos. A medida que el consumo cultural va adquiriendo la modalidad del software, se hace también más sencillo entrar en la industria cultural en calidad de "oferente" de bienes o servicios. **Protagonismo y provisoriedad conviven en las nuevas culturas integradas a las recientes oleadas de modernidad.** La densidad del mercado cultural no es un factor de inmovilidad del consumo sino que, por el contrario, aligera los lazos. La vida privada se divide en muchas vidas con distintos grupos de referencia.

En la región esta combinación de protagonismo y provisoriedad de la cultura integrada se convierte en exclusión y precariedad en el caso de los pobres, en el que la ligereza se relaciona más con la fragilidad de la supervivencia que con la flexibilidad en el consumo de bienes culturales. La incertidumbre respecto del futuro obedece más al temor que a la diversidad de opciones de vida, a la inseguridad más que al dinamismo. La liviandad se transmuta en orfandad, la diversificación en fragmentación. El software también penetra allí, pero se confunde con la cultura de la supervivencia en las grandes urbes, donde la actividad de cada día se reprograma conforme a la posibilidad de generar un ingreso mínimo; ésta es estrategia del software como cultura de la precariedad, no de la provisoriedad.

En el panorama latinoamericano, integrados y excluidos aparecen, por una parte, unidos por la cultura televisiva y, por otra, reestratificados en los nuevos mercados culturales. En cuanto a la televisión, a medida que se amplía la oferta de todo tipo de programas, se borran los límites entre alta cultura y cultura popular. Pero mientras en la televisión las culturas se intersectan, la brecha sociocultural reaparece bajo nuevas modalidades en otros campos en los que la sociedad se divide en "enchufados" y "desenchufados" a la rápida circulación de información y lenguajes nuevos.

Por cierto, la rápida obsolescencia y creciente competitividad reduce rápidamente el costo de computadoras, filmadoras y reproductoras de vídeo, servicios de TV por cable y otros nuevos bienes culturales. Esto significa que los sectores medios pueden incorporarse con relativa rapidez al campo de los "enchufados", si bien con un cierto rezago en el ritmo de renovación. Pero un contingente muy grande, compuesto por los sectores de ingreso bajo y medio-bajo, permanece al margen de estos nuevos patrones de consumo cultural y de integración simbólica. Esto genera una convivencia de formas de integración simbólica general (vía televisión, educación básica generalizada, apertura de canales de participación política democrática) y de formas de segmentación en el consumo de la vasta gama de bienes que hoy componen la industria cultural.

En síntesis, la difuminación de límites en el campo cultural constituye un hecho a la vez relevante y reciente. Se borran las fronteras entre lo liviano y lo pesado en los canales de internalización de cultura; se diversifica notablemente el "menú" personal de bienes y servicios vinculados a la industria cultural; se reestructuran las pautas de integración y discriminación en el campo del consumo simbólico por efecto de los cambios acelerados en la industria cultural y se borran también los límites entre productores y consumidores, o entre agentes activos y pasivos en el campo de la oferta y el consumo de cultura.

Esta difuminación de límites por efecto de los cambios en la industria cultural no debe tomarse a la ligera, dado que tiende a afectar tan profundamente la cultura que incluso modifica la percepción de la vida cotidiana. Esta percepción se ve alterada en varios sentidos. En primer lugar, ya no es tan fácil asociar cotidianeidad y continuidad. Ya sea por provisoriedad o por precariedad, la materia de lo cotidiano se vuelve más aleatoria y dispersa. En segundo lugar, la dimensión reiterativa de lo cotidiano se desvanece, ya sea por inseguridad laboral, por aceleración del cambio técnico, por volubilidad de los roles tradicionales, o por la sensación de "túnel del tiempo" que provoca la explosiva oferta de la industria informativa y comunicacional. Finalmente, el horizonte de corto plazo tiende a imponerse sobre cualquier proyecto a largo plazo tanto por el efecto de lo precario en los sectores marginados y de lo provisorio en los más integrados como por la aceleración del cambio en todos los ámbitos del quehacer cotidiano.

#### E. Nuevos ímpetus de integración cultural y bajo nivel de integración social en América Latina y el Caribe

En sociedades con un bajo nivel de integración social, como muchas de la región, es posible que el aporte potencial de la industria cultural al desarrollo no se aproveche plenamente. El acceso segmentado a las nuevas formas de comunicación e información mantiene a gran parte de la sociedad en una posición de rezago relativo, lo que puede ahondar las brechas de productividad, acceso a nuevos mercados y desarrollo de las facultades intelectuales. Por una parte, el abaratamiento de los nuevos bienes de la industria cultural y su gran capacidad para penetrar en distintos ambientes socioculturales aparece como una promesa de mayor integración. Pero, por otra, las nuevas formas de analfabetismo se ciernen como una amenaza sobre amplios contingentes de latinoamericanos y caribeños que no acceden a ninguna forma de informatización.

Las tensiones entre identidad cultural y modernidad, que podrían superarse con efectos sinérgicos a través de las nuevas potencialidades de la industria cultural, también podrán presentar ribetes más conflictivos debido a los altos niveles de desintegración social. El impacto de la globalización sobre las culturas endógenas y sobre la relación de éstas con la cultura universalista que predomina en el intercambio global despierta incertidumbre con respecto al futuro. Es difícil saber si esta globalización de las comunicaciones permitirá reducir los niveles de desintegración social,<sup>17</sup> compensar la desintegración socioeconómica con mayores niveles de integración cultural y política, o bien desencadenar una suerte de esquizofrenia social, con una gran integración en el ámbito del consumo cultural y una notable heterogeneidad en los niveles de productividad y bienestar material.

Para conciliar los factores socioculturales propios de nuestras sociedades con el ímpetu universalista que la modernidad canaliza hoy mediante sus nuevos complejos industriales culturales debe existir un sector de ciudadanos modernos. La ciudadanía moderna es la existencia de actores sociales con capacidad de autodeterminación, expresión de sus intereses y demandas, y ejercicio de sus derechos individuales y colectivos jurídicamente reconocidos. En la medida en que esta ciudadanía moderna sea privilegio de sectores minoritarios de la sociedad, la integración simbólica que posibilita el complejo industrial cultural tendrá el doble efecto de producir integración en algunos campos y una mayor discriminación en otros.

---

<sup>17</sup> Por una parte, esta desintegración es característica de los procesos de modernización en la región, pero se agrava, a partir de los años ochenta, debido a la crisis, los ajustes y la reconversión productiva.

El impacto del complejo industrial cultural sobre sociedades con bajo nivel de integración social no es, pues, unívoco. Cabe prever el surgimiento de nuevas relaciones de exclusión debido a una tendencia inercial. Por ejemplo, la división entre trabajadores formales e informales podrá encontrar un relevo parcial en la brecha entre informatizados y desinformatizados; la segmentación en modernos y tradicionales podrá desplazarse, en el campo cultural, hacia una nueva distinción entre activos y pasivos, y la brecha entre ilustrados e iletrados dará lugar a la división entre desempeño de alta y de baja calidad.

Finalmente, los planos temporales cruzados que han dado su identidad mestiza a la cultura de la región deberán entrecruzarse aún más a medida que la industria cultural se expanda, sin por ello desintegrar los modos de vida y visiones de mundo de las comunidades andinas, caribeñas, selváticas y afrobrasileñas. Esta exacerbación de tiempos distintos en un solo tiempo no debe tener, necesariamente, un signo negativo; también pone de manifiesto un tejido cultural de alta complejidad, riqueza y belleza, que puede concebirse incluso como un activo para el futuro, dado el carácter cada vez más heterogéneo del intercambio simbólico en el marco de las nuevas modalidades del complejo industrial cultural.

## V. INDUSTRIA CULTURAL Y DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

En las secciones anteriores se describe el amplio abanico de posibles efectos recientes de la industria cultural en la sensibilidad de los habitantes de la región, en sus formas de relacionarse con la técnica y con el conocimiento, en sus patrones de jerarquización cultural y en sus sistemas de adquisición de destrezas y saberes. Tal vez éste sea un diagnóstico panorámico pero ello obedece a que la velocidad e intensidad de las mutaciones que se dan en el complejo industrial cultural impide todavía realizar evaluaciones precisas de sus efectos sobre las sociedades latinoamericanas y caribeñas.<sup>18</sup>

En esta sección se intenta trascender la visión panorámica mediante consideraciones más específicas. En primer lugar, interesa retomar el tema de la brecha entre las expectativas creadas por la industria cultural y las limitaciones que imponen la crisis económica, los ajustes y las concesiones (trade-offs) de la reconversión productiva a la mayoría de los latinoamericanos y caribeños. En este contexto, se intenta profundizar en una cultura de expectativas frustradas en escenarios nacionales con bajo nivel de integración social.

En segundo lugar, se analizarán los efectos socioculturales del complejo industrial cultural en la propia industria cultural como rama de actividad económica. Interesa destacar la pujante participación de esta industria en la actividad productiva de la región y el modo en que incide, o puede incidir, en una agenda de desarrollo endógeno de las sociedades que la integran.

### A. La cultura de expectativas frustradas en la región

Toda sociedad que aspira a modernizarse genera expectativas en sus actores. Esto no sólo es inevitable, sino también necesario para movilizar las energías sociales y orientarlas al desarrollo. Estas expectativas se satisfacen en distintos grados, dependiendo de la capacidad de la sociedad para conjugar altas tasas de crecimiento económico con niveles progresivos de equidad social.

En América Latina, durante las tres décadas de crecimiento sostenido (1950-1980) la distribución del ingreso se caracterizó por una gran inequidad. Mientras el crecimiento anual del producto bruto superó en ese período el registrado por Estados Unidos y Europa occidental, con un promedio del 5.7%, la pobreza sólo se redujo del 50% al 33% de la población total y, además, se produjo una distribución regresiva por estratos de ingresos. A lo anterior se sumaron el crecimiento demográfico en dicho período y el efecto negativo de la crisis durante la "década perdida", debido a los cuales hoy en día hay un mayor número de pobres que hace cuarenta años.

---

<sup>18</sup> Esto sin considerar las profundas diferencias existentes entre países o subregiones en cuanto a la magnitud y el carácter del impacto de la industria cultural en América Latina y el Caribe.

Esta situación de exclusión genera una frustración de expectativas. Las sociedades siguen postergando su "promesa histórica de desarrollo" y observan con desconcierto cómo otras regiones que antes destacaban por su retraso escalan posiciones y las superan con sorprendente rapidez. Si las expectativas nacionales de desarrollo se ven frustradas de manera recurrente, mucho mayor es la frustración de quienes padecen realmente los rezagos, es decir, los sectores que tienen menor acceso a los beneficios de la modernización.

Hay otro factor de orden sociocultural que incide en la cultura de las expectativas. Con la transición de las sociedades oligárquicas al modelo desarrollista de la segunda posguerra, se difundió una cultura con valores como la movilidad social, el ascenso laboral, la participación política y el acceso a niveles más altos de consumo de bienes y servicios.<sup>19</sup> Finalmente, la apertura a los mercados externos y la tendencia a emular las pautas de consumo prevalecientes en los países industrializados (ampliamente difundidas por los medios de comunicación de masas) también contribuyeron a alentar estas expectativas, cuya satisfacción fue muy segmentada. Por una parte, los sectores más altos de la sociedad, que han absorbido una mayor porción de los frutos del crecimiento, han logrado diversificar sus hábitos de consumo e incorporar las pautas de los países del hemisferio norte. Por otra parte, los sectores de ingreso medio-bajo y bajo han visto ensancharse la brecha entre expectativas y medios materiales para satisfacerlas. En esto coinciden la injusta distribución de los frutos del crecimiento, el mayor impacto regresivo de la crisis de los años ochenta en los trabajadores de salarios medio y bajo, y un contacto visual permanente con el despliegue de bienes de consumo a través del televisor.

El desarrollo en la región pareciera, pues, marcado por la frustración de expectativas. Se interiorizan las promesas de la cultura del desarrollo y las aspiraciones que despierta, pero no se accede a la movilidad y al consumo que éstas suponen. Esto es particularmente agudo en el caso de los jóvenes, víctimas de la peor de las combinaciones: mayores dificultades para incorporarse al mercado laboral de acuerdo con sus niveles educativos; un previo proceso de educación y aculturación en que han introyectado el potencial económico de la propia formación, desmentido luego cuando ingresan con escasas posibilidades al mercado del trabajo, y mayor acceso a la información y al estímulo relacionados con nuevos y variados bienes y servicios a los que no pueden acceder y que, a su vez, se convierten para ellos en símbolos de movilidad social. Por lo tanto, no es una casualidad que en muchas ciudades latinoamericanas, tanto la violencia política como la delincuencia tengan a jóvenes desempleados o mal empleados como protagonistas.

Como se señala en un documento de la CEPAL y la UNESCO, "la década pasada deja como herencia una fuerte tensión, generada por el desequilibrio entre aspiraciones cada vez más homogéneas en cuanto al acceso a bienes, servicios e instituciones modernas (ilustradas por la disponibilidad generalizada de medios masivos de comunicación) y la reducción del poder de compra efectivo de los sectores de menores ingresos, que ven así disminuidas sus posibilidades reales de adquirir los bienes y servicios tan intensamente deseados" (CEPAL/OREALC, 1992, p. 28).

Una cultura de expectativas frustradas surge de la brecha existente entre expectativas y logros. En la medida en que éstas se encauzan en los canales de movilidad social y de acceso al consumo y al empleo moderno, no llegan a sedimentarse en una cultura; más bien mantienen su papel funcional y forman parte de la mecánica de la expansión de la economía. Una cultura de expectativas es, sobre todo, una cultura

---

<sup>19</sup> Esto último incluso se consideraba necesario para consolidar un mercado interno que permitiera aplicar una estrategia de desarrollo por vía de la sustitución de importaciones.

de expectativas frustradas, vale decir, que se ha estructurado en torno a la acumulación sostenida de expectativas que no tienen posibilidades objetivas de satisfacción.

Por cierto, es imposible determinar el grado de frustración de expectativas existente en una sociedad, pero hay datos que al menos ofrecen cierta información al respecto. A esto parece oportuno agregar una consideración que permite distinguir diversos aspectos de la industria cultural, que inciden de distinta manera en la cultura de las expectativas, a fin de demostrar la relación directa que existe entre consumo televisivo y esta cultura.

La televisión es el elemento de la industria cultural que más influye en la generación de expectativas. En primer lugar, porque se financia por vía de la publicidad, lo que hace que los televidentes sean objeto de una constante seducción o persuasión para adquirir una vasta gama de bienes y servicios que se ofrecen a través de la pantalla en forma extremadamente atractiva. En segundo lugar, porque es muy alta la tasa de televidentes y son muchas las horas semanales de teleaudiencia, lo que implica un volumen muy alto de "horas-hombre" de exposición al bombardeo publicitario. En tercer lugar, porque el vínculo con la televisión es meramente receptivo, lo que implica que el televidente "acumula" estímulos sin canalizarlos o re proyectarlos.<sup>20</sup> Por último, la televisión es la ventana al mundo que permite ver más allá de lo que ven los propios ojos y, por lo tanto, expone al televidente, **independientemente de su condición socioeconómica**, a la circulación de una vasta y creciente gama de bienes materiales y simbólicos, y construye a la vez toda una jerarquía valórica-social en función del acceso a dichos bienes.

Si se considera, por lo tanto, la influencia del consumo televisivo (y de otros medios de comunicación de masas anteriores, como la radio) en la generación de expectativas y se compara, por otro lado, con las recientes tendencias de regresión y estancamiento del crecimiento, además de la distribución estructuralmente inequitativa de los frutos del desarrollo en la región, se puede inferir que en América Latina y el Caribe existe una cultura muy arraigada de expectativas frustradas. Si se compara con otras regiones del mundo, cabe concluir, por las razones que se enumeran a continuación, que en ésta la cultura de expectativas frustradas es especialmente significativa.

En primer lugar, las regiones del mundo con mayor tasa de consumo televisivo tienen niveles de desarrollo bastante más elevados (su ingreso per cápita equivale por lo menos al triple del promedio de América Latina y el Caribe) y en ellas la distribución del ingreso es más equitativa. Por lo tanto, son mayores las posibilidades del conjunto de la sociedad de encauzar en la práctica la cultura de las expectativas. Tanto en el plano del consumo como en el de los ingresos y la participación en el sistema moderno de producción, la posibilidad de incorporar al grueso de la población es muy superior a la observada en nuestra región. En términos de brecha de expectativas, la región presenta una combinación explosiva: aumento sostenido del consumo televisivo y de la educación media y superior, y estancamiento en niveles medianos de ingreso (véase el anexo 1).

En segundo lugar, en las regiones del mundo cuyo nivel de desarrollo es similar al de América Latina y el Caribe la tasa de consumo televisivo es inferior. También hay un arraigo más fuerte de la población a valores y tradiciones culturales y religiosos, y un menor grado de secularización en el campo cultural, lo que contribuye a mitigar las expectativas de consumo. Cuanto mayor sea el apego a las

---

<sup>20</sup> Como señala Baudrillard, se crea una suerte de "obesidad" de estímulos en este "éxtasis comunicacional" (Baudrillard, 1985 y 1986, pp. 187-198).

religiones vernáculas, las relaciones tradicionales de autoridad y las pautas comunitarias de acción, menos se acude al consumo moderno como expediente de valoración y de status social. Eso es lo que sucede en muchos países asiáticos, árabes y africanos. En América Latina y el Caribe, la secularización ha impregnado la sociedad junto con los procesos acelerados de urbanización, la expansión de la educación formal y la formación de una cultura de masas. Con ello, los mecanismos de reconocimiento social se han desplazado de los lazos comunitarios tradicionales a las expectativas de consumo e ingreso.<sup>21</sup>

En tercer lugar, en nuestra región, más que ninguna otra desde la última guerra, el desarrollo ha sido discontinuo. Los países del sudeste asiático progresaron notablemente y superaron el nivel de desarrollo latinoamericano, junto con lograr una distribución más equitativa. Hace ya más de una década que los grandes "milagros" de desarrollo productivo del mundo no industrializado se producen lejos de la región; desde Japón se desplazaron hacia otros países del Asia y ahora marchan hacia la China y la India, países cuyos grados de subdesarrollo, hasta hace muy poco, despertaban aprehensión. Mientras tanto, en los países de América Latina se ha exacerbado la tendencia histórica de extrema irregularidad en el comportamiento económico. De esta manera, una introyección histórica de expectativas se ha estrellado contra una discontinuidad histórica en el crecimiento y la integración necesarios para satisfacerlas, que se prolonga en la actualidad.

En cuarto lugar, el tipo de bienes de la industria cultural que más contribuyen a canalizar expectativas tienen un consumo relativamente bajo en la región.<sup>22</sup> Se trata del consumo cultural en que el receptor tiene un papel activo, lo que se da en los juegos de vídeo, el intercambio lúdico e informativo con la computadora, la conexión con redes de información, la filmación de vídeos caseros, la participación en radios comunitarias, la producción de periódicos comunitarios o de empresas, y el acceso a formas participativas de gestión cultural. Todos estos campos, en los que la cultura de las expectativas podría, al menos parcialmente, sublimarse en una incipiente cultura de la interacción y la creatividad, siguen estando muy poco desarrollados en nuestros países y sólo acceden a ellos los estratos alto y medio-alto de la población. Si se comparan las tasas de participación en estos campos de la industria cultural con las que se registran en sociedades industrializadas o de industrialización acelerada se observa un rezago mucho mayor de América Latina en los campos interactivos que en los

---

<sup>21</sup> Sobre todo en la región andina y mesoamericana, con mayor densidad de población indígena, este cambio en las pautas de reconocimiento social no es evidente, puesto que aún existen lazos comunitarios y de reciprocidad, y un fuerte apego a las tradiciones y a la tierra. Pero también es cierto que, si se compara en términos proporcionales la población "secularizada" de la región con la de los países árabes, africanos y de gran parte del Asia, América Latina presenta un índice mucho más alto. Ocurre, además, que hay planos temporales cruzados, por lo que la secularización convive con formas tradicionales de comportamiento, sensibilidad y expresión.

<sup>22</sup> Los datos presentados en el anuario estadístico de 1992 de la UNESCO indican que el consumo televisivo de la región representa un porcentaje más alto del total mundial que la población. De hecho, en 1990 la población de América Latina y el Caribe constituía el 8.4% del total. En cambio, en la región se encontraba el 9% de los aparatos de televisor y el 7.8% de los receptores de radio, y se publicaba el 7.2% de los periódicos diarios y el 5% de los libros (ejemplares y títulos). Además, el 3.1% de los científicos e ingenieros dedicados a actividades de investigación y desarrollo provenía de la región y los recursos financieros destinados a éstas sólo representaban un 0.6% del total.

receptivos.<sup>23</sup> La densidad informática en América Latina y el Caribe es sumamente baja en términos relativos (véase el anexo 2).

En resumen, en América Latina y el Caribe la industria cultural impacta a la cultura de las expectativas mediante la promoción de una mayor integración sociocultural. Esta une y moviliza a amplios estratos sociales en torno a deseos comunes de acceso a nuevos bienes y servicios y a patrones más compartidos de consumo simbólico, pero también agudiza la segmentación social y la frustración de las expectativas, pues gran parte de éstas depende, para su satisfacción, de las condiciones materiales.

### B. La participación de la industria cultural en el desarrollo de la región

La industria cultural tiene un dinamismo espectacular. Si se considera a la industria de las comunicaciones y la información como parte de este complejo industrial cultural, es el sector de actividad económica que presenta el ritmo más alto de expansión.<sup>24</sup> También en América Latina y el Caribe los mercados culturales tienden a crecer como componente de la actividad económica y, a su vez, la cultura se ve cada vez más permeada por la racionalidad mercantil. Las nuevas formas de articulación entre lo económico y lo cultural se traducen en dos fenómenos complementarios: "Primero, en lo relativo al predominio cada vez mayor de la categoría 'mercancía' y, por tanto, de los procedimientos de creación, distribución y consumo 'mercantil-industrial', en un número cada vez mayor de obras y procesos culturales, incluso en aquellos que, tradicionalmente, se definían como espacios libres de tal contaminación, como la alta cultura y las llamadas formas tradicionales de cultura popular. La segunda evidencia de esta nueva articulación la hallamos en el fenómeno inverso, es decir, en el reconocimiento del cada vez mayor carácter cultural de lo económico, y en la importancia cuantitativa que adquiere el sector cultura (medios, entretenimiento, industria discográfica y del espectáculo, etc.) dentro de las economías nacionales" (Capriles, Hernández y Safar, 1988, pp. 107 y 108).

En el campo de la industria cultural, que es el de mayor peso en la actualidad y está vinculado a la comunicación e información, el comportamiento económico no es homogéneo. En los países centrales destaca porque tanto su productividad como su participación en el producto y en el empleo crecen más rápido que las de otros sectores de la economía, mientras que sus precios van disminuyendo en términos comparativos.

---

<sup>23</sup> Incluso algunos países cuyos ingresos per cápita son muy inferiores al promedio de América Latina, entre otros la India, presentan un complejo industrial cultural más avanzado, no sólo porque es el principal productor cinematográfico del mundo, sino sobre todo por su empuje actual en campos tales como el diseño de programas computarizados y la investigación en el campo de la informática.

<sup>24</sup> "El sector de la información y las comunicaciones incluye los medios masivos de producción, circulación y consumo de mensajes; las telecomunicaciones; y las actividades de almacenamiento, procesamiento y recuperación de información" (Roncagliolo, 1988, p. 4). Más adelante, el autor advierte que a este sector "corresponden el complejo industrial audiovisual (cine, televisión, vídeo); el complejo del sonido (radio, disco); y el complejo de los medios impresos (diarios, revistas, libros), cada uno de los cuales tiende a una creciente conglomeración interna, así como a la integración con los otros dos. Televisa de México y Red O'Globo de Brasil son ejemplos ilustrativos de esta tendencia" (Roncagliolo, 1988, p. 8).

En los países de la región, la tendencia de este sector ha sido bastante distinta (Roncagliolo, 1988, pp. 6 y 7). Pese a esfuerzos aislados, hasta hace muy poco la incorporación de la región al consumo era proporcionalmente muchísimo mayor que su incorporación a la producción, lo que añadía así nuevos sectores productivos a la división entre países productores y exportadores y países importadores y consumidores de nuevas tecnologías. La escasa inversión en industrias vinculadas a la comunicación y la información concuerda con la baja participación de la región en el campo de la investigación y el desarrollo; dichas industrias tienen una baja participación en la actividad mundial y en el PIB nacional (véase el anexo 3).

Lo anterior acentúa la dependencia de la región en una actividad que a escala global crece con mayor dinamismo que el conjunto de la economía, y no se aprovecha el potencial de este sector para la generación de empleos en áreas modernas de actividad. En cambio, se incrementan los niveles de analfabetismo tecnológico, lo que tiene consecuencias regresivas en materia de estratificación social y de acceso a ocupaciones mejor remuneradas. Esta situación difícilmente podrá invertirse mientras no se adopten políticas de innovación tecnológica que racionalicen las decisiones relativas a este campo y las sometan a un debate democrático.

El desarrollo de la industria cultural es, hoy más que antes, un núcleo estratégico para dar impulso a un modelo endógeno de desarrollo. Por ello, el patrón recién descrito representa un obstáculo que puede impedir el desarrollo "desde dentro" a nivel regional, incluso a mediano plazo. No se trata, empero, de aplicar una receta de sustitución de importaciones al campo de la industria cultural y, dentro de este campo, a los sectores más dinámicos, como las comunicaciones y la difusión de información; es necesario fomentar un mayor dinamismo interno para ocupar un espacio productivo en los mercados dinámicos, integrados y transnacionalizados.

Para expandir los márgenes de desarrollo endógeno, son fundamentales la producción y adquisición de conocimientos, y el control de la comunicación y la información. Las industrias culturales no pueden desaparecer por la simple falta de ventajas comparativas. Se debe asumir, para lograr efectos de movilización y concertación, que "sin industrias culturales no existe una cultura nacional y en tal sentido (la política cultural) debe encarar la producción de marcos económicos, financieros, jurídicos y organizacionales que promuevan el desarrollo de dichas industrias ... en materia cultural la promoción debe estar orientada a la generación de condiciones empresariales de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios culturales" (Rama, 1991, p. 91).

La importancia estratégica de la industria cultural en el desarrollo endógeno se deriva de tres factores. Ante todo, del aporte de dicha industria al dinamismo general de una economía moderna; en segundo término, del carácter esencial, en una economía competitiva dentro de los mercados globalizados, del acceso eficiente a conocimientos e información; y en tercer lugar, de la contribución cada vez mayor que puede hacer la industria cultural a la estimulación o desestimulación de las culturas nacionales.

Respecto de este último punto cabe preguntarse qué significa para las culturas "endógenas" el hecho de que muchos países de la región importen más de la mitad de sus programas de televisión (Rama, 1991, p. 91).<sup>25</sup> No se puede negar que la apertura al mundo en el campo de la industria cultural no sólo es inexorable, sino también enriquecedora. Pero no debiera confundirse el nuevo paradigma económico y cultural de una sociedad abierta al intercambio global con la "inercia centrífuga" de una cultura que ha renunciado a sí misma.

---

<sup>25</sup> Aunque cabe reconocer, por otra parte, el desarrollo de grandes conglomerados industriales de la comunicación, como Televisa de México y O'Globo de Brasil. El primero produce anualmente unas 7 000 horas de programas, sobre todo telenovelas, y exporta alrededor de 20 000 horas. El problema, en este caso, no es la falta de dinamismo del sector, sino el contenido de sus programas. En el caso de O'Globo de Brasil, se trata, ni más ni menos, de la cuarta red de televisión del mundo.

## VI. ORIENTACIONES ESTRATÉGICAS

### A. Posible contribución de la industria cultural a la integración social y la cultura participativa

Tal como se señaló en la sección anterior, el vínculo entre cultura y desarrollo endógeno depende en importante medida de la adaptación de las potencialidades de la industria cultural. Su estructura de versatilidad creciente y costos decrecientes es, objetivamente, un elemento del nuevo complejo cultural industrial que puede utilizarse para fomentar una mayor integración social y un mayor desarrollo cultural. Las posibilidades de acción y protagonismo de etnias y actores socioculturales dispersos, que no han tenido acceso a los beneficios y códigos de la modernidad, aumentan en forma sustancial si se movilizan adecuadamente los recursos de la industria cultural. Esta movilización sinérgica de recursos de información, comunicación e interacción puede ayudar mucho a invertir la actitud resignada, pesimista y fatalista que se difundió en América Latina y el Caribe durante las dos décadas recientes respecto de la viabilidad del desarrollo endógeno y del despliegue de las culturas nacionales.<sup>26</sup>

En el campo de la industria cultural, bajan los costos y se flexibilizan las posibilidades técnicas de incorporación de actores socioculturales poco integrados al intercambio público de mensajes. Esto debiera permitir un mayor aprovechamiento de los resquicios del complejo industrial cultural para actividades de pequeña escala, orientadas a la promoción y defensa de las culturas autóctonas que acceden sólo precariamente a los beneficios de la modernización.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> En esas décadas se produjo el derrumbe de las utopías y la desaparición de muchas tensiones en la región; por otra parte, los modelos precedentes de desarrollo perdieron vigencia, se redujeron las posibilidades de ascenso social a corto plazo y se perdieron en parte los avances logrados en la elevación del nivel de vida de amplios sectores de la población.

<sup>27</sup> "Durante las últimas cuatro décadas, el costo real de 'hardwares' ha ido declinando sostenidamente a un promedio de alrededor del 20% por año. Las más sofisticadas tecnologías del pasado reciente son cada vez más accesibles (si no para todos, al menos para más gente cada año). Un metro de cable de fibra óptica que costaba 3.50 dólares de los Estados Unidos en 1977 cuesta ahora unos 25 centavos de dólar, y esta baja en el costo se ha visto acompañada por una mejoría notable en calidad" (Annis, 1991, p. 94). Según la CEPAL, "La difusión de tecnologías en la esfera de la telemática (la convergencia de las telecomunicaciones y la informática) abre grandes posibilidades (...) los precios decrecientes, los componentes cada vez más pequeños y más portátiles, la progresiva sencillez en el uso de estas tecnologías y su fácil incorporación en usos muy diferentes, permiten su aprovechamiento con fines de articulación entre agentes muy diversos y dispersos" (CEPAL, 1992a, p. 249).

Por este motivo, preocupa el hecho de que hayan surgido tan pocos proyectos de este tipo en la región en el contexto del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural,<sup>28</sup> más aún si se considera que en este campo ya se están realizando acciones que pueden servir de referentes. Desde hace algunos años se están llevando a cabo actividades que fomentan el establecimiento de lazos horizontales más estrechos entre sectores pobres y dispersos en la región, gracias al uso de información electrónica.

A medida que baja el precio de los componentes, más pueden articularse horizontalmente las comunicaciones. Los sistemas integrados —teléfonos que conectan computadores, bases de datos, y unidades de telex y fax— tienen tantos puntos de entrada que el acceso a ellos también puede beneficiar a actores socioculturales de bajos recursos.<sup>29</sup> Al mismo tiempo, gracias a que los componentes son cada vez más livianos y fáciles de transportar, es posible transmitir información a lugares remotos, precisamente donde más se conservan, aunque aisladas, las identidades culturales autóctonas.

La región debe consolidar la segunda etapa de desarrollo de la industria comunicacional y asegurar la transición a una tercera etapa, que fortalezca el desarrollo endógeno y el protagonismo sociocultural (Annis, 1991). En la primera el uso de la televisión y la radio se orientó a la venta de productos comerciales. En la segunda, que actualmente empieza a tener efectos positivos, se adaptó creativamente la tecnología publicitaria al "marketing social", que incluye campañas de educación sobre el medio ambiente, de prevención de epidemias, de información política, y otros temas que construyen la ciudadanía moderna. La tercera, todavía muy incipiente, abarca desde la fase de recepción activa a la de intercambio horizontal entre agentes comunicativos.

De lo anterior puede inferirse que las estrategias de desarrollo de la industria cultural se enfrentan en la región a un reto enorme y atractivo. **El fortalecimiento del desarrollo endógeno exige una cultura participativa, una ciudadanía con vocación protagónica y actores socioculturales que se incorporen a la modernidad en el intercambio horizontal de símbolos y mensajes.** La consolidación de la segunda generación de mercados comunicacionales e informativos y la transición a la tercera generación pueden llegar a constituir un elemento esencial de ese proceso.

La segunda generación se relaciona con formas modernas del ejercicio de la ciudadanía, que aluden al protagonismo de los actores sociales en áreas de preocupación ciudadana (prevención de epidemias, campañas de alfabetización coordinadas por los medios de comunicación de masas, cuidado del medio

---

<sup>28</sup> De los 67 proyectos reconocidos como actividades del Decenio en América Latina en el bienio 1990-1991, 28 se relacionaban con la preservación del patrimonio cultural; 17 con la participación en la vida cultural y el desarrollo; 10 con el reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo; 8 con el estímulo de la creación y la creatividad en el campo de las artes; 3 con el vínculo entre cultura, ciencia y tecnología, y sólo uno con el vínculo entre el hombre y los medios de comunicación de masas (UNESCO, 1991).

<sup>29</sup> Valga el siguiente ejemplo de lo que promete el teléfono: la **Nippon Telegraph and Telephone Company**, empresa en la que trabajan 3 000 científicos dedicados a la investigación y el diseño tecnológicos, espera crear y difundir en todo el mundo un teléfono portátil del tamaño de una calculadora o un reloj digital, de muy bajo costo de adquisición y de uso, que podrá servir para comunicarse con cualquier punto del planeta y ver por el mismo aparato a la persona que recibe el llamado. Además, las llamadas no tendrán interferencias y los interlocutores podrán contar con servicios de traducción simultánea en caso de que el idioma constituya un problema. Esto se conocerá como "Servicios de comunicación personal inteligentes y visuales" (El Mercurio, 1993).

ambiente y del hábitat urbano, acciones de prevención del tráfico y el consumo de drogas, etc.). La televisión permite coordinar acciones de la ciudadanía y motivar a la población a asumir un rol activo en materias de inquietud común. Una cultura de preocupación y acción ciudadanas ayuda a romper las barreras estamentales y a interesar al conjunto de la sociedad en problemas comunes que se dan a conocer (es decir, se hacen públicos) a través de los medios de comunicación de masas.

La tercera generación constituye un salto adicional en la construcción de una cultura interactiva a gran escala. Los sistemas de teleconferencias, redes informatizadas y conexiones integradas (teléfono-fax-computador-fotocopiadora) pueden aprovecharse para dar voz a quienes no han contado con posibilidades para hacerse oír en los espacios públicos. De hecho, estos nuevos sistemas de comunicación, integrados a su vez a los medios de comunicación de masas, tienen un gran potencial de ampliación de los espacios públicos de comunicación. Un vasto conjunto de demandas sociales, provenientes de actores dispersos o subordinados, podría empezar a ocupar un lugar en la difusión pública de mensajes.

La tendencia a la descentralización de la emisión de mensajes en la industria cultural puede contribuir a la democratización de las sociedades en la región. Si ya se ha alcanzado la democracia política, la profundización democrática, fundada en el protagonismo de una vasta gama de actores sociales, podría recibir un impulso favorable de la difusión de las nuevas formas de la industria cultural y comunicacional. Existen hoy casos ilustrativos en distintos países de la región, en lo que el uso de los nuevos bienes de la industria cultural y comunicacional ha permitido una conexión horizontal entre diversos grupos víctimas de segregación sociocultural. Estos ejemplos pueden nutrir a nuevas actividades, tales como la construcción de redes para incorporar demandas de sectores dispersos, la mayor conexión de etnias indígenas entre países de la región, la producción de programas de difusión de culturas autóctonas gestionados por los propios protagonistas y otros (véase el recuadro 4).

Las posibilidades que ofrece el nuevo complejo industrial cultural, en cuanto a los costos decrecientes y a la flexibilidad de combinación y articulación sistémicas, le plantean a la sociedad un desafío de creatividad e inteligencia. **Hay que desarrollar la capacidad creativa y de adaptación, tanto a partir de la política cultural del Estado como entre los distintos actores de la industria cultural, para capitalizar el potencial de integración social y cultural del nuevo complejo industrial cultural.**<sup>30</sup> Los círculos virtuosos que puedan crearse en torno a este complejo, gracias a las innumerables combinaciones de uso y articulación de componentes, dependen también de la flexibilidad e inteligencia combinatoria que desarrollen los gobiernos. Esto también implica flexibilidad e inteligencia combinatorias para la articulación de las políticas estatales con los agentes económicos privados que se desempeñan en el campo de la industria cultural.

---

<sup>30</sup> En un sentido más específico y vinculado a la cultura, son promisorias las actividades destinadas a aprovechar los nuevos bienes de la industria cultural para conformar redes de información actualizadas, que vinculan a organizaciones interesadas en el tema de la cultura en América Latina y el Caribe. Cabe mencionar, por ejemplo, el Proyecto Regional de Información Cultural de Latinoamérica y el Caribe, en el que se utilizan bases de datos computadorizadas para enriquecer el intercambio de experiencias en materia de promoción y gestión culturales en los países de la región.

## Recuadro 4

**NUEVOS USOS DE LA INDUSTRIA CULTURAL PARA FOMENTAR  
EL PROTAGONISMO SOCIAL**

Los nuevos bienes culturales ofrecen, por su flexibilidad, sencillez de uso, facilidad de traslado y bajo costo, posibilidades inéditas de ampliar la comunicación horizontal en distintos grupos sociales y culturales, y entre ellos. Sectores que por razones de rezago socioeconómico, exclusión cultural o dispersión espacial se han visto históricamente privados del acceso a espacios de interlocución pública, tienen hoy mayores opciones debido a estos nuevos bienes. Los teléfonos pueden usarse sin operadores, las computadoras sin programadores, las bibliotecas sin bibliotecarias, las estaciones radiales sin ingenieros; además, los vídeos pueden filmarse sin técnicos y los boletines noticiosos pueden imprimirse sin imprentas.

Algunas actividades realizadas en América Latina y el Caribe han dado interesantes resultados en este sentido, aunque aún están en una etapa preliminar. En Guatemala, campesinos indígenas envían por fax mensajes sobre violaciones de los derechos humanos a las organizaciones no gubernamentales internacionales, aunque no saben usar una máquina de escribir. En la Amazonia brasileña, indios analfabetos intercambian videocintas para difundir sus costumbres vernáculas. Las organizaciones reivindicativas vecinales de México han multiplicado su presión en espacios públicos para que se responda a sus demandas, con el apoyo de computadoras, bases de datos propias y redes informativas intervecinales. En el mismo país, las federaciones campesinas crearon una base de datos autónoma para controlar mejor los programas de crédito rural. En Veracruz, varios grupos ecologistas locales lograron impedir la instalación de una planta de energía nuclear, gracias a que recibieron información oportuna de los ecologistas de Estados Unidos y dieron a conocer los peligros que suponía a la prensa. En Chiapas, las asociaciones de pequeños productores de café se comunican con grupos de pares de Centroamérica y el Caribe para compartir información sobre transporte, mercados, precios internacionales, técnicas de producción y negociaciones internacionales.

Estos ejemplos ilustran el potencial de las nuevas ramas de la industria cultural (de información y de comunicación) para incrementar el protagonismo de actores socioculturales dispersos. Este potencial se hace evidente en la amplia gama de opciones que se abren en términos de acceso a información (sobre servicios, derechos y demandas comunes), de influencia en la opinión pública (a través de estaciones de radio, del acceso a redes informatizadas, de la difusión de videocintas, etc.) y de superación de barreras de discriminación y censura, mediante redes horizontales de circulación de información.

Fuente: Sobre la base de CEPAL, *Equidad y transformación productiva: un enfoque integrado* (LC/G.1701/Rev.1-P), Santiago de Chile, abril de 1992, p. 249. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.92.II.G.5 y Sheldon Annis, "Giving voice to the poor", *Foreign Policy*, N° 84, Washington, D.C., 1991, pp. 93-106.

**B. La industria cultural y la difusión de los códigos de la modernidad**

La articulación de educación, conocimiento y desarrollo productivo exige el acceso universal a los códigos de la modernidad (CEPAL/OREALC, 1992, pp. 157-169): "toda la población debe estar capacitada para manejar los códigos culturales básicos de la modernidad, o sea, el conjunto de conocimientos y destrezas necesarios para participar en la vida pública y desenvolverse productivamente en la sociedad moderna" (CEPAL/OREALC, 1992, p. 157). Se especifica, asimismo, que estas habilidades incluyen las requeridas para el manejo de las operaciones aritméticas básicas; la lectura y comprensión de un texto escrito; la comunicación escrita; la observación, descripción y análisis crítico del entorno; la recepción e interpretación de los mensajes de los medios de comunicación modernos, y la participación en el diseño y la ejecución de trabajos de grupo.

El acceso universal a los códigos de la modernidad, según la definición presentada en el párrafo precedente, exige un intenso esfuerzo para lograr la cobertura universal de la educación básica, y su perfeccionamiento y modernización, como también el fortalecimiento y la adecuación de programas de educación y capacitación de adultos. La educación no sólo debe transmitir conocimientos útiles; como se ha sugerido más arriba, también debe enseñar a recabar y analizar información. Tal exigencia parece ser prioritaria si se aspira a que las nuevas generaciones tengan mayores oportunidades de acceder a los beneficios de la sociedad informatizada y responder con mayor eficacia a sus retos.

En la propuesta que la CEPAL y la UNESCO presentaron a los gobiernos de la región, se insiste en la necesidad de aplicar un enfoque sistémico, que movilice a agentes e instrumentos diversos, para la difusión equitativa de conocimientos, que permitan responder a las nuevas exigencias productivas y comunicativas de la modernidad. Valga la extensa cita con fines explicativos: "En la sociedad moderna, los conocimientos están contenidos en múltiples fuentes (bibliotecas, bancos de datos, manuales, prensa y revistas, medios de comunicación social, expertos, etc.), y el individuo podrá acceder a ellos en la medida en que haya aprendido a usarlos. La educación debe establecer 'relación de acceso' con el conocimiento mediante la incorporación de todas esas fuentes como diversas formas de material educativo ... El uso de los medios modernos de comunicación, como la radiodifusión, la televisión y, crecientemente, la computación, tiene especial relevancia, dado que su difusión en la región ha avanzado y lo sigue haciendo con tal celeridad que conviene considerarlos en cualquier estrategia educacional futura" (CEPAL/OREALC, 1992, p. 162).<sup>31</sup>

La difusión de conocimientos que permitan acceder a los nuevos códigos culturales de la modernidad, que facilitan tanto el desempeño productivo como comunicativo en una sociedad "de conocimiento", debe tener al menos dos aspectos (CEPAL/OREALC, 1992, p. 162):

i) El uso de medios de comunicación para crear canales más o menos formales de enseñanza a distancia para niños y adultos, lo que permitiría el acceso a los códigos culturales de la modernidad a la población dispersa, de bajos recursos y con escasa capacitación.

ii) El aprovechamiento de los mensajes y las técnicas de los medios modernos de comunicación para realizar programas con fines formativos, mediante su integración a los procesos de aprendizaje y como apertura de la escuela a la comunidad. Para ello también se requieren actividades complementarias en las escuelas, que preparen a los televidentes para recibir e interpretar los mensajes de los medios de comunicación de masas con una actitud crítica y selectiva (véase el recuadro 5).

---

<sup>31</sup> En otro documento de la CEPAL se ha insistido en lo dramático que puede ser el patrón de exclusión en el campo de las telecomunicaciones, debido al efecto multiplicador que dicho campo es capaz de ejercer en el bienestar y la cohesión social. En dicho documento se hace hincapié en que, en el caso de países con baja densidad telefónica de la región, la instalación de teléfonos públicos y rurales, con tarifas preferenciales para zonas apartadas, constituye una política de equidad social (CEPAL, 1992b). Esta política puede ser aún más decisiva si se incluye la integración al sistema telefónico de otros "bienes comunicacionales" como el fax, la radio y distintos servicios de información.

## Recuadro 5

**USOS DE LA TELEVISIÓN CON FINES FORMATIVOS EN AMÉRICA LATINA**

El programa "Telesecundaria" fue creado en México a fines de los años setenta como instrumento para ofrecer servicios educacionales en zonas aisladas y de escasa población, en las que el costo de establecimiento y mantención de una escuela secundaria tradicional es prohibitivo. "Telesecundaria" transmite las clases correspondientes a las ocho asignaturas de los grados 7° a 9° de la enseñanza media. Las clases, que duran aproximadamente 17 minutos, se transmiten en forma alternada, de modo que cada grupo de alumnos pueda volver a mirar una determinada clase cada 50 minutos. En el intermedio, los maestros (denominados "facilitadores") repasan las lecciones y supervisan el trabajo, mediante textos escolares y ejercicios proporcionados a los alumnos por la Secretaría de Educación Pública. Las clases de las escuelas de "Telesecundaria" tienen entre 15 y 50 estudiantes, y un solo televisor. Durante el año escolar 1989-1990, casi medio millón de niños participó en "Telesecundaria", lo que es muy significativo, porque 10 años antes lo habían hecho apenas 70 000. Una escuela de "Telesecundaria" se crea en una determinada localidad cuando no hay un establecimiento cercano de enseñanza secundaria formal y existe una demanda mínima de 20 niños egresados de la educación primaria. La principal atracción del programa es su bajo costo, ya que éste es un 43% inferior al de una escuela secundaria general y un 60% inferior al de una escuela secundaria técnica. Los salarios de los docentes, los libros y los gastos administrativos son los principales rubros de gasto, pues el costo fijo es bajo (apenas 10% del total).

Por otra parte, la evaluación de los programas educativos por televisión ha permitido comprobar que se ha impartido mucha educación no formal, en forma simultánea y sin propósitos explícitamente educativos, por medio de los programas de televisión comerciales, que en apariencia son únicamente de entretención. Al parecer, los diversos géneros de espectáculo y las actividades lúdicas tienen un gran valor educativo.

La evolución del concepto de educación no formal se ha visto facilitada por experiencias exitosas de uso educativo de algunos géneros televisivos habituales. En los últimos diez años, en Chile ha habido al menos tres casos promisorios desde el punto de vista de la satisfacción de necesidades culturales, mediante programas de televisión de diversos géneros. El primero de ellos es la teleserie "Sentencia", en la que el formato dramático fue utilizado para la representación de problemas legales que afectan cotidianamente a la población urbana de escasos recursos. El segundo fue el de "TELEDUC", que, tras haberse iniciado con un formato muy similar al de la educación formal, fue evolucionando hacia la motivación del aprendizaje mediante elementos lúdicos. El tercer caso fue la campaña de comunicación masiva destinada a dar apoyo al plan de educación sobre amamantamiento realizado por el Consejo Nacional para la Alimentación y Nutrición (CONPAN); los mensajes de radio y televisión elaborados para esta campaña se produjeron luego de una muy cuidadosa investigación, después de la cual se presentaron programas pilotos a los destinatarios de la campaña. En este caso, el estudio de la mentalidad, la cultura y los códigos de comunicación del destinatario fueron aportes decisivos a la definición de los mensajes y de su estructura, así como de los elementos lingüísticos que debían emplearse, los personajes que debían aparecer como fuentes autorizadas y, por ende, dignas de crédito, la escenografía y la ambientación.

---

Fuente: CEPAL/OREALC, Educación y conocimiento: eje de la transformación productiva con equidad (LC/G.1702/Rev.2-P), Santiago de Chile, abril de 1992, p. 163. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.92.II.G.6.

La política cultural deberá responder al desafío de la transición a sociedades de conocimiento. Por ello, debe tender a formar parte del núcleo "duro" de la política social, dado que tiene el poder de movilizar los instrumentos del complejo industrial cultural que permiten difundir los mensajes necesarios para lograr una mayor integración sociocultural y productiva en la incipiente sociedad de conocimiento.

Para ello es fundamental promover la máxima flexibilidad, creatividad y adaptabilidad en torno a los ejes de estas sociedades incipientes, a saber:

i) La comunicación, vinculada a la industria cultural, el mercado cultural, los medios de comunicación de masas y las distintas formas en que hoy se integran los eslabones de la industria cultural y comunicacional.

ii) La gestión, cada vez más ligada a las redes interactivas de información, y cada vez más importante como parte de las capacidades productivas en los nuevos modelos de organización y de empresa.

iii) El consumo, que exige una mayor capacidad de discriminación, selección, procesamiento y respuesta por parte de los consumidores.

El complejo industrial cultural es agente y producto de las nuevas dinámicas de difusión y uso de códigos culturales de la modernidad. Agente, por cuanto los encargados de la adopción de políticas, empresarios y operadores de la industria cultural deben capitalizar una amplia gama de alternativas, combinables con gran flexibilidad, a fin de optimizar conjuntamente el acceso a los códigos de la modernidad. Y es producto, porque se necesitan los códigos culturales de la modernidad para optimizar el aprovechamiento de la industria cultural, tanto en el consumo como en la gestión y la participación en el intercambio de mensajes en dicho ámbito.

Esto conduce a una nueva paradoja. Por un lado, la industria cultural favorece la difusión de los códigos de la modernidad al conjunto de la sociedad y, por esa vía, incide positivamente en la integración social. Por otra parte y en la medida en que requiere de los códigos culturales de la modernidad para ser recibida productivamente, genera mayor segregación entre los posibles usuarios. Quienes tengan mayor capacitación para el manejo y la selección de información, habilidad lingüística y matemática, y dominio de los sistemas de gestión y organización flexibles estarán siempre en mejores condiciones para capitalizar la oferta del complejo industrial cultural.

Por lo mismo, en la aplicación de una estrategia integrada en el campo del sistema industrial cultural habrá que considerar las dos caras de esta moneda: movilizar la industria cultural para democratizar los saberes que requiere la vida moderna y usarla también para enseñar a usar, sobre todo en el umbral de la ya mencionada tercera generación, cuando se abre la posibilidad de crear vínculos más horizontales e interactivos en el uso de nuevos bienes culturales. Para ello la región debe no sólo aplicar las experiencias exitosas acumuladas en la última década, sino también recurrir a actividades que, en el campo de la difusión de los códigos de la modernidad, han dado buenos frutos en otros lugares.

Finalmente, la capacidad de discernimiento y de elaboración simbólica no sólo tiene una utilidad funcional relacionada con el desempeño de los individuos en un hábitat moderno. También tiene una dimensión ético y política relevante, pues en las sociedades de conocimiento las funciones ciudadanas y el desarrollo de las personas exigen dicha capacidad de discernimiento. Ampliarla es "aumentar por lo tanto la capacidad de disposición y de elaboración de la información cultural, que es lo que le permite

enriquecer, multiplicar o expandir su capacidad de decisión, esto es, sus dominios de libertad ... recusa la existencia de una solución única o total a cualquiera de los grandes dilemas de la existencia humana ... instituyendo socialmente el derecho al ensayo y al error" (Bravo, 1991, p. 16).

### C. Políticas culturales y profundización de la democracia

El desarrollo cultural de la sociedad no depende exclusiva ni mayoritariamente de las políticas culturales. La cultura opera principalmente en el campo de lo cotidiano y en el ámbito privado, espacios de la sociedad civil que un régimen democrático debiera respetar. Los intentos de condicionar la cultura cotidiana y privada desde la política estatal siempre llevan implícita una dosis de autoritarismo o totalitarismo.

Por otra parte, muchas políticas que rebasan el ámbito limitado de la política cultural también inciden en la cultura de un pueblo y en su desarrollo cultural, como sucede con las políticas educacionales en la educación formal y la capacitación, que habitualmente se consideran separadas de las políticas culturales;<sup>32</sup> las políticas industriales que influyen en las modalidades de trabajo y el comportamiento económico del complejo industrial cultural; las políticas sociales que contribuyen a disminuir la pobreza e indirectamente modifican la cultura de los pobres y las políticas comerciales o arancelarias que regulan el impacto de las formas exógenas de consumo material y simbólico.

Por las razones señaladas, resulta riesgoso suponer que las políticas culturales son capaces de modelar culturalmente una sociedad. Esta misma relativización permite reconocer su real dimensión. A este respecto, se ha propuesto una clasificación basada en el supuesto de que en un régimen democrático éstas tienen un carácter formal: no contienen disposiciones sobre el contenido (para evitar intervenciones de corte autoritario o totalitario), sino sobre arreglos institucionales que puedan optimizar una justa distribución de oportunidades, impedir discriminaciones ideológicas o culturales, y sancionar todo intento de manipulación monopólica. Por lo tanto, las políticas culturales pueden agruparse en las siguientes categorías (Brunner, 1988, pp. 276-281):<sup>33</sup>

i) Políticas de desarrollo institucional (creación de universidades, teatros nacionales, fondos para la promoción cultural, orquestas sinfónicas municipales o nacionales, editoriales estatales, etc.).

ii) Régimen de censura, que históricamente se ha aplicado a expresiones culturales por razones morales, étnicas, políticas o ideológicas.

iii) Mecanismos para ampliar el acceso al mercado de bienes culturales, tales como concesión de subsidios a actividades culturales en sectores de recursos insuficientes o fijación de precios bajos a los bienes culturales que son de acceso limitado (libros sobre todo).

---

<sup>32</sup> En este caso, también se ha hecho una distinción entre política cultural y política de educación y capacitación.

<sup>33</sup> El mismo Brunner advierte, quizás con excesiva cautela, que "si se trata de definir el carácter general de una política cultural para la democracia, lo único que de ella puede postularse es que debe producir unos arreglos institucionales básicos tales que permitan la expresión de los intereses sustantivos de los individuos y grupos que componen la sociedad" (Brunner, 1988, p. 375).

iv) Políticas de financiamiento de actividades culturales, que incluyen decisiones sobre becas y patrocinios, exenciones tributarias o aumento de la participación de la cultura en el presupuesto público.

Si bien no es exhaustiva, esta tipología permite clasificar la política cultural en cuatro tipos de acciones, que deben analizarse, a su vez, a la luz de dos consideraciones esenciales: la voluntad de las sociedades y los gobiernos de construir una cultura democrática y un orden de libre expresión para el desarrollo cultural; y las nuevas articulaciones entre un orden industrial cultural, de carácter globalizado, y la ciudadanía en general.

Así, por ejemplo, en el campo del desarrollo institucional se puede pensar en la creación de servicios públicos nuevos que ofrezcan conexión a redes informatizadas a sectores dispersos, en instituciones nacionales que den apoyo a la producción de vídeos populares y programas de radio comunitarias, en la creación de escuelas de educación de adultos orientadas a difundir códigos para el uso y consumo de los nuevos bienes del mercado cultural y en redes de conexión entre bibliotecas públicas y terminales instalados en hogares, escuelas y universidades.

Tanto la globalización de la industria cultural como la defensa de los valores de la democracia tienden a reducir la censura al mínimo. Pese a que ésta es objeto de un fuerte rechazo en la región, cabría esperar mayor debate y acción en torno a dos esferas de censura. En primer lugar, una mayor discusión pública sobre cómo reglamentar los mensajes de los medios de comunicación de masas con una gran dosis de violencia, sexo y corrupción, previa investigación exhaustiva del impacto real de los mensajes televisivos en el comportamiento de los consumidores. Este problema no es nuevo, pero su solución es muy delicada pues los límites entre criterios de salud y criterios intervencionistas no son claros. En segundo lugar, será necesaria una legislación específica que proteja la privacidad de las personas, no sólo por el potencial efecto invasor que puedan tener los medios de comunicación de masas, sino también por el acceso incontrolado a información confidencial mediante redes computarizadas que se conectan con bancos de datos de hospitales, prisiones, centros psiquiátricos, tribunales de justicia, medios de comunicación y otras instituciones.

Los mecanismos para ampliar el acceso a mercados culturales y las políticas de financiamiento de actividades culturales pueden aplicarse en forma complementaria. Dados los avances de la tercera generación en el campo de la industria comunicacional, ambos campos tienden a confluir, pues el consumidor de cultura se convierte también en un generador de mensajes. La acción coordinada entre ambos campos puede ofrecer un amplio abanico de posibles políticas y programas, en los que se aprovechen la flexibilidad y el alto grado de integración de los nuevos bienes del complejo industrial cultural.

En este sentido, se puede desplegar una notable imaginación y creatividad en la **gestión cultural**. Dicha gestión consistiría en la combinación de instrumentos financieros, tributarios, comerciales y de selección tecnológica para optimizar el acceso de distintos segmentos socioeconómicos y socioculturales a los canales de difusión de mensajes en la sociedad. La reducción creciente de los costos y del tamaño de los nuevos equipos que hacen posible el consumo y la comunicación culturales, y la reducción de los costos de operación y el espacio que ésta requiere permiten un amplia gama de acciones de democratización del acceso al intercambio cultural.

En este ordenamiento de políticas culturales no se puede dejar de lado un problema de persistente importancia que plantea la relación entre cultura y democracia y que forma parte de una discusión que no por reiterada ha perdido su relevancia: la del "Nuevo orden informativo internacional". Muchos estudios sirvieron de base a la denuncia del carácter poco democrático de este paradigma transnacional, y de la contradicción entre éste y las agendas de desarrollo endógeno.<sup>34</sup> No obstante, se puede argumentar que el control de la información mundial por parte de unas pocas agencias multinacionales de noticias ha perdido, posiblemente, gravedad ideológica luego de los cambios políticos acaecidos en el mundo y que la reciente diversificación de fuentes y canales contribuye al mayor pluralismo ideológico de la difusión de noticias. Sin embargo, el poder de comunicación sigue estando muy concentrado, lo que se refleja en un cierto alineamiento de los medios de comunicación de masas, ante conflictos étnicos y regionales, y en confrontaciones o tensiones en las zonas de influencia de las grandes potencias económicas e industriales.

La relación conflictiva entre este "paradigma transnacional" y la democratización de la cultura no implica, bajo ningún concepto, que las sociedades de la región deban cerrarse a las nuevas dinámicas de interconexión global. El desafío que se plantea es compatibilizar las relaciones de poder informativo a escala global con dinámicas internas de diversificación de las fuentes comunicativas, un mayor uso de tecnologías de intercambio horizontal y un mayor espacio para la producción endógena.<sup>35</sup>

Hoy en día la democracia cultural implica necesariamente una democracia comunicacional, vale decir "la posibilidad de que los distintos agentes sociales y culturales del país se expresen, que estén presentes en el imaginario colectivo: en el modo como nos concebimos y representamos" (Subercaseaux, 1992, p. 27). A mediados del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural, la región ya ha desarrollado una vocación pluralista y democrática en el ámbito de la cultura. Tanto los procesos de democratización política que se dieron en el curso de la década de 1980, como el impacto progresivo de los mercados comunicacionales e informacionales y el mayor intercambio cultural que surge de ellos ejercen un profundo impacto; otorgan especial importancia, en América Latina y el Caribe, a la articulación entre las innovaciones en el complejo industrial cultural, por una parte, y la democratización de las sociedades y del acceso a la cultura, por otra. La resistencia al dirigismo estatal y elitista lleva a reconocer la necesidad de promover en la sociedad civil un vasto espectro de iniciativas para democratizar el intercambio cultural.

---

<sup>34</sup> Un grupo de expertos reunidos hace cuatro años por la UNESCO coincidió en destacar "la vigorosa presencia del 'paradigma transnacional' que exhibe como característica fundamental un acceso muy restringido de grupos y actores sociales a la producción y difusión de mensajes plurales, lo cual plantea el desafío clave de la democratización real y efectiva", que debía contrarrestarse "por medios no sofisticados y sistemas de comunicación alternativos que promuevan intercambios horizontales entre grupos social y culturalmente diferenciados" (UNESCO, 1989, pp. 8-11).

<sup>35</sup> Roncagliolo (1988, p. 22) propone líneas de acción más drásticas que las presentadas aquí: "Urge investigar las medidas propuestas o adoptadas por los Estados, así como las razones de su incumplimiento, a fin de proponer políticas viables en este aspecto. Por ejemplo, leyes de exhibición obligatoria, fondos de fomento, políticas arancelarias, estímulos a la exportación, y otras formas de establecer regímenes de 'proteccionismo cultural'".

Da la impresión de que la segunda mitad del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural podría resultar particularmente fecunda si, en el caso de América Latina y el Caribe, sus aportes se estructuraran en función de los valores que se han destacado: mayor autonomía y horizontalidad en el intercambio simbólico en la sociedad; democratización del acceso a los mercados culturales (comunicacionales y de información) y a los códigos culturales de la modernidad; mayor presencia pública de las reivindicaciones y expresiones de los grupos socioculturales menos integrados a las dinámicas modernizadoras y, sobre todo, un máximo aprovechamiento de la flexibilidad y una amplia cobertura de la industria cultural para potenciar el vínculo virtuoso entre cultura, democracia y desarrollo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Annis, Sheldon (1991), "Giving voice to the poor", Foreign Policy, N° 84, Washington, D.C.
- Baudrillard (1986), "El éxtasis de la comunicación", La posmodernidad, Hal Foster (comp.), Barcelona, Kairós.
- \_\_\_\_\_ (1985), Las estrategias fatales, Barcelona, Editorial Anagrama.
- Bravo, Germán (1991), "Transición a la democracia y política cultural", Documento de trabajo, Santiago de Chile, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), octubre.
- Brunner, J.J. (1990), "Tradicionalismo y modernidad en la cultura latinoamericana", Documento de trabajo, Santiago de Chile, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- \_\_\_\_\_ (1988), El espejo trizado: ensayo sobre cultura y políticas culturales, Santiago de Chile, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Capriles, Oswaldo, Tulio Hernández y Elizabeth Safar (1988), "Comunicación, creatividad y participación", Reunión de Consulta sobre Comunicación. Informe final, Caracas, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), febrero.
- Catalán, Carlos y Guillermo Sunkel (1990), "Consumo cultural en Chile: la elite, lo masivo y lo popular", Documento de trabajo, Santiago de Chile, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1993), Cultura, conocimiento y modernidad: pueblos indígenas y actores sociales (LC/R.1257), Santiago de Chile, febrero.
- \_\_\_\_\_ (1992a), Equidad y transformación productiva: un enfoque integrado (LC/G.1701/Rev.1-P), Santiago de Chile, abril. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.92.II.G.5.
- \_\_\_\_\_ (1992b), Información y telecomunicaciones: vector de la transformación productiva con equidad. Un libro verde de la CEPAL (LC/R.1102/Rev.1), Santiago de Chile, julio.
- \_\_\_\_\_ (1990), Transformación productiva con equidad. La tarea prioritaria del desarrollo de América Latina y el Caribe en los años noventa (LC/G.1601-P), Santiago de Chile, marzo. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.90.II.G.6.

CEPAL/OREALC (Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe) (1992), Educación y conocimiento: eje de la transformación productiva con equidad (LC/G.1702/Rev.2-P), Santiago de Chile, abril. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.92.II.G.6.

El Mercurio (1993), "Revista Siglo XXI", Santiago de Chile, 5 de agosto.

García Canclini, Néstor (1990), Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, D.F., Editorial Grijalbo.

Hayashi, S. (1987), Nihon Gata No Joho Shakai: The Japanese Model for the Information Society, Tokyo, University of Tokyo Press.

Rama, Claudio (1991), "Las industrias culturales ante el desafío del Mercosur", Cultura Mercosur (Política e industrias culturales), Hugo Achugar (coord.), Montevideo, Fundación Friedrich Ebert (FESUR)/LOGOS.

Roncagliolo, Rafael (1988), "América Latina: Las comunicaciones en el año 2000", Reunión de Consulta sobre Comunicación. Informe final, Caracas, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), febrero.

Subercaseaux, Bernardo (1992), "Democratización y democracia cultural", Revista de crítica cultural, N° 5, Santiago de Chile, julio de 1992.

\_\_\_\_\_ (1988), "La apropiación cultural en el pensamiento y la cultura de América Latina", Estudios Públicos, N° 30, Santiago de Chile.

UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (1991), Tendencias y prioridades, proyectos. Decenio en América Latina y el Caribe: 1990-1992, documento presentado al Primer Encuentro de los Comités Nacionales para el Decenio de América Latina y el Caribe, París.

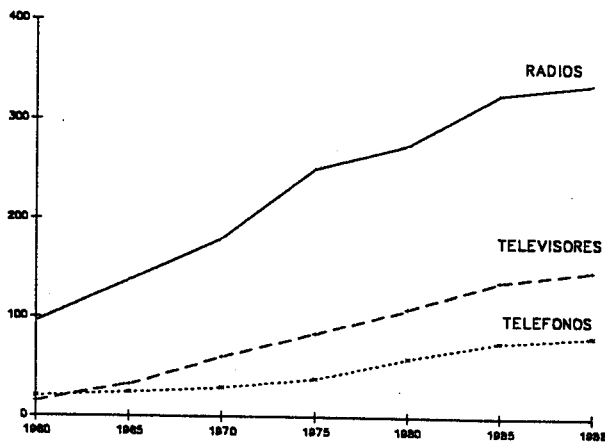
\_\_\_\_\_ (1989), "América Latina hacia el año 2000", serie Estudios y documentos URSHSLAC, N° 9, Caracas.

## Anexo 1

## BRECHA DE EXPECTATIVAS EN LA REGIÓN

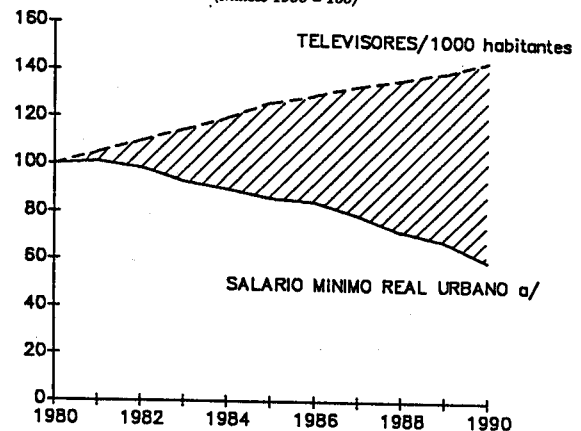
Como se observa en los índices de dotación de equipos de comunicación (véase el gráfico 1) el ritmo de incremento del consumo supera notablemente el aumento en el ingreso per cápita promedio en los países de la región. Esta desproporción es aún más marcada en una franja muy amplia de la población (de ingreso medio, medio-bajo y bajo), que se benefició de manera significativa del acceso al consumo de material proveniente de los medios de comunicación de masas, pero cuyos ingresos reales aumentaron levemente y cuya participación en el ingreso global de la sociedad se redujo en los últimos 20 a 30 años. Esto permite llegar a la conclusión de que la brecha de expectativas se ha ampliado, debido a las diferencias existentes entre las tasas de aumento del consumo proveniente de los medios de comunicación de masas y del PIB per cápita.

AMERICA LATINA: EQUIPAMIENTO EN BIENES DE COMUNICACION, 1970-1988  
(Número de unidades por 1000 habitantes)



Fuente: División Conjunta CEPAL/ONUDI de Industria y Tecnología, sobre la base de UNESCO, Anuarios varios años

AMERICA LATINA Y EL CARIBE: SINTESIS  
(Índices 1980 = 100)



Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras oficiales.

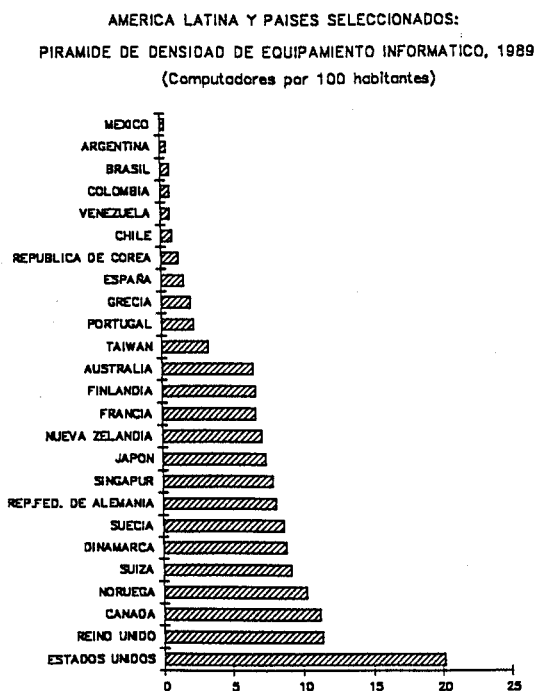
\*Promedio ponderado de 11 países. Para mayores detalles sobre cobertura y otros aspectos técnicos véase CEPAL, *Balanc preliminar de la economía de América Latina y el Caribe, 1991* (LC/G.1696), Santiago de Chile, diciembre de 1991.

**Fuente:** CEPAL, Información y telecomunicaciones: vector de la transformación productiva con equidad (Un libro verde de la CEPAL) (LC/R.1102/Rev.1), Santiago de Chile, 9 de julio de 1992, p. 67 y CEPAL/Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe, Educación y conocimiento: eje de la transformación productiva con equidad (LC/G.1702/Rev.2-P), Santiago de Chile, abril de 1992, p. 29. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.92.II.G.6.

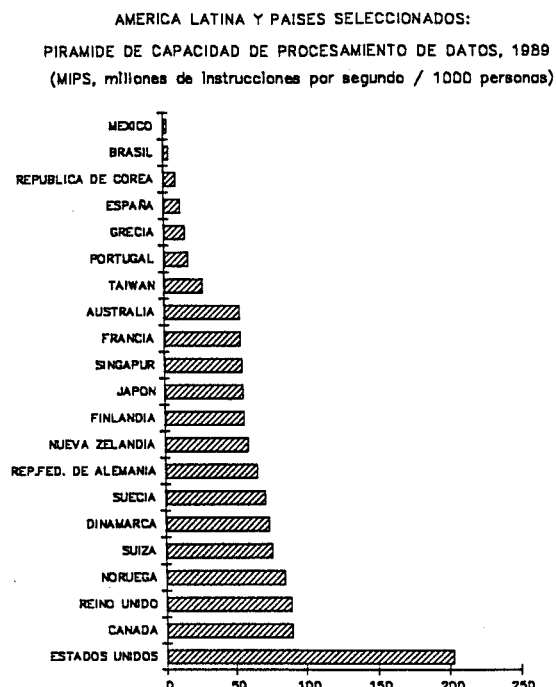
## Anexo 2

## BAJA DENSIDAD INFORMÁTICA RELATIVA EN AMÉRICA LATINA

Como se observa en las dos pirámides presentadas, los países de mayor densidad de equipos de informática en la región mantenían hasta 1989, en términos relativos, índices muy inferiores a los de los países más desarrollados de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), y mucho menores que los de los países menos desarrollados de la OCDE. La disponibilidad de computadoras por cada 100 habitantes y la capacidad de procesamiento de datos (medido en millones de instrucciones por segundo por cada 1 000 habitantes) resultan elocuentes. Si se compara, por ejemplo, la densidad de televisores (aparatos por cada 100 habitantes) con la densidad informática, se observa que es mucho mayor la brecha informática entre países industrializados y los países de nuestra región que la relativa al consumo televisivo. El promedio de consumo televisivo en Brasil, por ejemplo, es comparable al de países desarrollados de la OCDE, mientras que en el caso de la densidad de computadoras la relación es de 1 a 10, en el mejor de los casos. Esta situación corrobora nuestra tesis sobre la brecha de expectativas: mientras el consumo televisivo genera expectativas que no se canalizan, el vínculo con los bienes informáticos es más interactivo y dinámico y permite, por ende, canalizarlas.



Fuente: División Conjunta CEPAL/ONUDI de Industria y Tecnología, sobre la base de K. Jullussen and E.Jullussen, The Computer Industry Almanac, 1991



Fuente: División Conjunta CEPAL/ONUDI de Industria y Tecnología, sobre la base de K. Jullussen and E.Jullussen, The Computer Industry Almanac, 1991

Fuente: CEPAL, Información y telecomunicaciones: vector de la transformación productiva con equidad (Un libro verde de la CEPAL) (LC/R.1102/Rev.1), Santiago de Chile, 9 de julio de 1992, pp. 89 y 90.

## Anexo 3

### BAJO NIVEL DE DESARROLLO CIENTÍFICO Y TÉCNICO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

El cuadro siguiente pone en evidencia el rezago que padece la región en materia de desarrollo científico y técnico. Si bien el porcentaje del PNB latinoamericano consagrado a investigación y desarrollo (I y D) ha aumentado del 0.2% en 1960 al 0.6% en 1985, sigue siendo comparativamente muy bajo en relación con el porcentaje de la población mundial que vive en la región. Mientras América Latina y el Caribe tenía el 8.3% de la población mundial en 1985, apenas realizaba el 1.3% del gasto mundial destinado a investigación y desarrollo, sólo contaba con el 4.3% del total de ingenieros y científicos del mundo, producía el 1.1% de las publicaciones científicas (1984) y tenía un 2.3% de las patentes registradas (1984).

#### AMÉRICA LATINA: ALGUNOS INDICADORES DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

	1960	1970	1975	1980	Alrededor de 1985
<b>Ingenieros y científicos</b>					
- miles				3 514	746
- porcentaje del total mundial				4.4	4.3
<b>Científicos e ingenieros dedicados a I y D</b>					
- miles	15 <sub>a/</sub>	38	59	91	120 <sub>b/</sub>
- porcentaje del total mundial		1.5	1.8	2.4	
<b>Gastos destinados a I y D</b>					
- millones de dólares	200 <sub>c/</sub>	498	1 686	3 745	4 000 <sub>b/</sub>
- porcentaje del total mundial	..	0.8	1.5	1.8	1.3 <sub>b/</sub>
- porcentaje del PNB de América Latina	0.2 <sub>c/</sub>	0.3	0.4	0.5	0.6 <sub>b/</sub>
<b>Población</b>					
- porcentaje del total mundial	7.1	7.7	7.8	8.1	8.3
<b>Publicaciones científicas<sup>1/</sup></b>					
- porcentaje del total mundial	..	..	1.0	1.1	1.1 <sub>d/</sub>
<b>Autores científicos<sup>2/</sup></b>					
- porcentaje del total mundial	..	1.2 <sub>e/</sub>	1.1 <sub>f/</sub>	1.3	1.8 <sub>d/</sub>
<b>Patentes<sup>1/</sup></b>					
- porcentaje del total mundial	..	..	..	2.3 <sub>g/</sub>	2.3 <sub>d/</sub>
<b>Solicitudes de patentes<sup>1/</sup></b>					
- porcentaje del total mundial	..	..	..	4.5 <sub>g/</sub>	2.9 <sub>d/</sub>

**Fuente:** División Conjunta CEPAL/ONUDI de Industria y Tecnología, sobre la base de informaciones de la UNESCO, Anuario estadístico, varios años.

<sup>1/</sup> BID, Informe Económico para América Latina, Washington, D.C., 1988.

<sup>2/</sup> Francisco Sagasti, Tiempos difíciles: ciencia y tecnología en América Latina durante el decenio de 1980, Lima, GRADE, 1985.

<sub>a/</sub> 1985. <sub>b/</sub> Estimado. <sub>c/</sub> 1963. <sub>d/</sub> 1984. <sub>e/</sub> 1973. <sub>f/</sub> 1976. <sub>g/</sub> 1981.