

Elementos de reflexión acerca de las principales

INTERROGANTES POLITICAS EN TORNO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA LATINOAMERICANA

Eléments de réflexion sur les principaux

ENJEUX POLITIQUES AUTOUR DE L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE LATINOAMÉRICAINE

Por Alvaro Garzon

Director, hasta noviembre 1999 de la Sección del libro y las industrias culturales de la UNESCO, donde se originó la primera encuesta a nivel mundial sobre políticas nacionales de desarrollo del cine y el audiovisual cuyos resultados están próximos a publicarse.

Par Alvaro Garzon

Directeur, jusqu'en novembre 1999 de la Section du livre et des industries culturelles de l'UNESCO, d'où a été lancée la première enquête au niveau mondial sur des politiques nationales du développement du cinéma et de l'audiovisuel, dont les résultats seront bientôt publiés.

¿CULTURA = CONSUMO DE PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES?

Quiero comenzar con una observación de sentido común: hoy en día, un acto que puede calificarse de "cultural" se confunde la mayoría de las veces con el consumo del producto de alguna de las industrias culturales o industrias de la comunicación, o del entretenimiento, ya se trate de la lectura, de oír música, de ir a cine, de ver televisión o de escuchar la radio.

Por otra parte, también es posible observar que la producción masiva de soportes físicos y magnéticos del producto cultural o su difusión hertziana, digital o por satélite han democratizado el consumo de cultura y de paso han hecho de las industrias culturales un renglón de gran importancia económica en las balanzas de exportación de los países que han comprendido su valor estratégico.

Estos son los puntos de partida de esta reflexión.

LA DUALIDAD DE LOS PRODUCTOS CULTURALES

Los productos de las industrias culturales presentan una dualidad inherente a su esencia misma: por una parte son objetos de comercio y por otra son vehículos portadores de valores intangibles, de ideas, de significados. Es verdad que son "mercancías" pero no son exactamente mercancías como las demás. Debido al enorme volumen económico que representan en el comercio internacional se ha comenzado a aplicarles las reglas de las demás mercancías pero pronto se ha visto la distorsión que ello produce en su función cultural. Una batalla de envergadura mundial ha comenzado entre quienes pretenden aplicarles un criterio meramente económico y quienes piensan que debe prevalecer su carácter cultural.

CULTURE = CONSOMMATION DE PRODUITS DES INDUSTRIES CULTURELLES ?

Je souhaite commencer avec une observation guidée par le bon sens : un acte qualifié de "culturel" est souvent confondu, de nos jours, avec la consommation des produits d'une quelconque industrie culturelle ou de communication et de loisir ; qu'il s'agisse de la lecture de la musique, du cinéma, de la télévision ou de la radio.

Par ailleurs, il est possible d'observer également que la production de masse des différents supports physiques et magnétiques du produit culturel ou sa diffusion hertzienne, numérique et par satellite ont démocratisé la consommation de culture au point de transformer les industries culturelles en une des filières les plus importantes de l'économie à l'exportation, dans des pays qui en ont parfaitement compris la valeur stratégique.

Voici les points de départ de cette réflexion.

LA DUALITÉ DES PRODUITS CULTURELS

Les produits des industries culturelles ont une dualité qui est inhérente à leur propre essence : ils sont, d'une part objets de commerce mais ils véhiculent, par ailleurs, des valeurs intangibles, des idées, des significés. Il s'agit, bien sûr, de "marchandises", mais pas exactement de marchandises comme les autres. Le formidable volume économique qu'ils représentent dans le commerce international a fait que les règles des autres marchandises leur ont été peu à peu appliquées. Cependant, la distorsion que cela provoquait sur leur fonction culturelle a immédiatement été perçue et a provoqué une bataille d'envergure mondiale entre les défenseurs des critères purement économiques et les partisans de la priorité du caractère culturel.

LOS PELIGROS DE LA CULTURA GLOBALIZADA

El acceso a las expresiones culturales, en aras de su producción y difusión masivas ha dejado de ser privativo de una élite y se han vuelto de consumo planetario. El acoplamiento de la informática con la tecnología digital de las comunicaciones permite que las imágenes y los sonidos de manifestaciones culturales de todo género lleguen a los lugares más apartados de la tierra. Es lo que se ha llamado "la cultura globalizada". Este formidable mecanismo de difusión hubiera sido la mayor oportunidad que ha tenido el mundo de enriquecerse al contacto de la cultura de los demás e instaurar así una armoniosa diversidad cultural, si todos los pueblos de la tierra pudieran estar representados en ese torrente de información. Desafortunadamente la posibilidad de aportarle contenidos corre paralela con la posesión de medios económicos para producirlos y con el dominio de la tecnología de la comunicación, condiciones que escapan todavía a muchísimas sociedades del planeta.

Esta situación de desigualdad conlleva el riesgo de que, en las sociedades que juegan el papel pasivo de receptoras, se produzca una uniformización de gustos y criterios por la vía de la imitación de las imágenes que se reciben y el peligro de que las expresiones de la propia cultura pierdan consideración y vigencia, se alteren o se deformen y hasta desaparezcan con el tiempo.

LA BATALLA INTERNACIONAL DEL CINE

Desde 1948 el GATT (Acuerdo general de comercio y tarifas) reguló el comercio internacional de mercancías mediante unos mecanismos destinados a eliminar progresivamente toda barrera aduanera o sistema de protección de productos nacionales. Se llamó la "Ronda Uruguay" al ciclo de negociaciones del GATT que culminó en 1995 con dos hechos importantes que cambiaron la fisonomía del comercio de cara al siglo XXI: se creó la OMC (Organización Mundial del Comercio) para reemplazar al GATT y se incluyó el comercio de mercancías protegidas por la propiedad intelectual dentro de las reglamentaciones de la OMC.

La aplicación de las reglas destinadas a las mercancías en general no hubiera tenido mayor repercusión en los bienes culturales si no fuera porque:

- a) la "cláusula de la nación más favorecida" prohíbe a sus miembros conceder tratamientos de favor a un país dado, a menos que los extienda a todos los miembros de la OMC, y

LES DANGERS DE LA CULTURE GLOBALISÉE

L'accès aux expressions culturelles, la production et la diffusion de masse ne sont plus le monopole d'une élite et ont généré un domaine de consommation planétaire. La conjugaison de l'informatique et de la technologie numérique de la communication permet aux images et aux sons de manifestations culturelles de tous genres d'arriver jusque dans les coins les plus éloignés du globe. C'est ce qu'il est convenu d'appeler la "culture globalisée". Ce formidable mécanisme de diffusion aurait pu être le meilleur moyen pour le monde de s'enrichir au contact de la culture des autres et d'instaurer une harmonieuse diversité culturelle... si tous les peuples de la terre avaient pu être représentés dans ce torrent d'information. Malheureusement, la possibilité de doter de contenus cette avalanche évolue parallèlement à la possession des moyens de communications, conditions qui échappent encore à de nombreuses sociétés de la planète.

Cette situation d'inégalité risque de provoquer, dans les sociétés passives et réceptrices, une uniformisation des goûts et des critères par la voie d'imitation des images reçues. Le danger étant, par ailleurs, que les expressions de la culture propre perdant de leur considération et de leur pertinence, soient altérées ou déformées, pouvant aller jusqu'à disparaître avec le temps.

LA BATAILLE INTERNATIONALE DU CINÉMA

Depuis 1948, le GATT (Accord Général du Commerce et des Tarifs) règle le commerce international des marchandises par des mécanismes voués à éliminer progressivement toutes les barrières douanières ou tout système de protection des produits nationaux. La "Ronda Uruguay" est le cycle de négociations du GATT qui, en 1995, a culminé par deux faits importants qui ont changé la physionomie du commerce au seuil du XXI siècle : la création de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) remplaçant le GATT et l'inclusion, dans les réglementations de la OMC du commerce des marchandises protégées par la propriété intellectuelle.

L'application des règles destinées aux marchandises en général n'aurait pas eu de répercussions particulières sur les biens culturels, si ce n'est que :

- a) la "clause de la nation la plus favorisée" interdit à ses membres d'accorder un traitement de faveur à un pays donné, à moins que celui-ci ne soit étendu à tous les membres de l'OMC et,

- b) el principio del "tratamiento nacional" prohíbe toda medida proteccionista, ya se trate de subvencionar el producto nacional o de imponerle gravámenes al producto similar importado.

La aplicación de estas normas a los productos protegidos por la propiedad intelectual: libros, música, cine, audiovisual, conllevan ciertos inconvenientes:

- a) las zonas delimitadas en función de su afinidad cultural e idiomática como Iberoamérica no corresponden con las zonas delimitadas en función del comercio cuyo criterio predominante es la distinción entre países industrializados y países en desarrollo.
- b) es inconcebible, cuando se enfoca el problema en términos culturales, someter a un país que cuenta con una industria cinematográfica incipiente, a la prohibición de subvencionar su cine frente a la inundación de cine extranjero o de aplicar gravámenes al cine importado, en aras de una ficticia igualdad comercial con otros miembros de la OMC.

Esta última consideración movió a los países europeos encabezados por Francia, a dar una batalla diplomática en las postimerías de las negociaciones de la "Ronda Uruguay". Este esfuerzo se saldó por lo que se ha llamado "la excepción cultural" que, aunque no se tradujo en derecho positivo, permite no aplicarle al comercio internacional del cine y el audiovisual las normas de la OMC que se aplican a las demás mercancías.

Pero la batalla no se ha ganado definitivamente: la nueva ronda de negociaciones de la OMC que se prepara, denominada la "Ronda del milenio" ha vuelto a incluir en su agenda estos aspectos candentes del comercio de la propiedad intelectual entre otros igualmente complejos como el comercio de los servicios, las inversiones, el medio ambiente.

Este proceso de globalización se ha topado por primera vez con la onda de choque de la inquietud ciudadana en las protestas de Seattle en diciembre 1999 (seguidas por Davos y Washington). Cuando la sociedad civil internacional se insurge en defensa de la diversidad cultural ello significa que crece la conciencia de que no se puede considerar la circulación internacional de bienes y servicios culturales a la luz de la sola lógica comercial, porque esta difusión desborda la lógica escuetamente económica para tocar otras esferas muy sensibles de la actividad humana y de la sociedad.

- b) Le principe du "traitement national" interdit toute mesure protectionniste, qu'il s'agisse de subventionner un produit national ou d'imposer des conditions préjudiciables à un produit similaire importé.

L'application de ces normes aux produits protégés par la propriété intellectuelle : livres, musique, cinéma, audiovisuel, comporte certains inconvénients :

- a) Les zones définies par leurs affinités culturelles et leur langue, comme l'Amérique Latine, ne correspondent pas aux zones délimitées suivant les critères du commerce qui répondent essentiellement à la distinction entre pays industrialisés et pays en voie de développement.
- b) Il est inconcevable, lorsque l'on aborde le problème en termes culturels, de soumettre un pays dont l'industrie cinématographique n'est que débutante, à l'interdiction de subventions pour son cinéma alors que le cinéma étranger inonde le marché et d'appliquer des conditions discriminatoires au cinéma importé, sous prétexte d'une égalité commerciale fictive avec d'autres membres de l'OMC.

Cette dernière approche a mené les pays européens, avec la France pour leader, à livrer une bataille diplomatique quelques temps après les négociations de la Ronda Uruguay. Cet effort s'est soldé par ce qu'il est convenu d'appeler "l'exception culturelle" qui, bien qu'elle n'ait pas adopté le statut juridique du droit positif, a évité que ne soient appliquées, au commerce international du cinéma et de l'audiovisuel, les normes de l'OMC applicables au reste des marchandises.

Mais la bataille n'a pas été définitivement gagnée : la nouvelle ronde de négociations de l'OMC, en cours de préparation : la "Ronda del Milenio" a repris à son ordre du jour ces aspects encore brûlants du commerce de la propriété intellectuelle, entre autres sujets tout aussi complexes comme ceux des services, des investissements ou de l'environnement.

Ce processus de globalisation s'est heurté, pour la première fois, à l'onde de choc de l'inquiétude citoyenne lors des manifestations de Seattle, en décembre 1999, (suivies de celles de Davos et Washington). Lorsque la société civile internationale s'insurge et défend la diversité culturelle, cela témoigne de la conscience de plus en plus aigüe de l'importance de ne plus considérer la circulation internationale des biens et services culturels sous le seul éclairage de la logique commerciale, car cette diffusion déborde en effet la logique étroitement économique pour s'étendre à d'autres sphères sensibles de la société et de l'activité humaine.

LAS POLÍTICAS NACIONALES DE DESARROLLO DEL CINE

Allí donde el cine ha florecido "sin muletas" coinciden dos circunstancias: una pujanza económica de consumo cohabita con una población muy numerosa que habla el mismo idioma. En Estados Unidos suena muy extraño hablar de subvenciones a la industria cinematográfica y más aún argumentar para ello razones culturales porque el cine es "consumido" y por lo tanto amortizado por millones de espectadores que lo consideran, al igual que sus productores, como un "entretenimiento".

Pero en los países en donde esas condiciones no se dan, incluyendo a los países europeos, fragmentados por las diferencias idiomáticas y los latinoamericanos unidos por una misma lengua pero económicamente débiles, si se quiere preservar el cine como expresión de una manera particular de concebir la vida y reflejo de una identidad, es necesario instrumentar una serie de medidas que conformen una política coherente en donde los dos grandes protagonistas son el Estado y los profesionales del cine del sector privado.

Esa política tiene dos aspectos íntimamente ligados: las medidas de carácter nacional y el manejo de las condiciones internacionales de comercialización y distribución.

LOS ASPECTOS NACIONALES DE LA POLÍTICA

Es obvio que, en el caso de la América Latina, las medidas nacionales, cristalizadas en una legislación de fomento, contemplen, entre otras, la subvención por parte del Estado a ciertas producciones cinematográficas. El problema es que la tendencia que se observa actualmente en los Estados latinoamericanos, bajo la presión de sus acreedores internacionales que los incitan a disminuir el gasto público y a aumentar los impuestos, es la de descargarse paulatinamente de las responsabilidades que antaño parecía natural que fueran de su competencia, como la educación, la salud y la cultura, para abandonarlas al vaivén de las privatizaciones sin que este cambio que suprime su carácter social y las vuelve un negocio, parezca conmoverlos mayormente.

Pero hay otros componentes de una política nacional que hay que tener en cuenta: una estrategia inteligente de atracción a las inversiones locales o foráneas, la regulación de los circuitos de distribución en especial de las "cotizaciones por boletería", el sistema de cuotas y el tratamiento impositivo y de todo orden a los recursos humanos que conforman el sector del cine.

LES POLITIQUES NATIONALES DE DÉVELOPPEMENT DU CINÉMA

Là où le cinéma a fleuri "sans béquilles", deux circonstances convergent : la poussée économique de la consommation cohabite avec une population nombreuse parlant la même langue. Aux Etats Unis, il est toujours surprenant d'entendre parler de subventions à l'industrie du cinéma et, plus encore, de brandir, pour justifier celles-ci, des arguments relevant de raisons culturelles. Le cinéma est en effet "consommé" et par conséquent amorti par des millions de spectateurs qui le perçoivent, comme le font ses producteurs, comme un "loisir".

En revanche, dans les pays où ces conditions ne sont pas réunies – pays européens fragmentés par les différences de langues ou pays latinoaméricains qui partagent la même langue mais qui sont économiquement faibles - si l'on veut préserver le cinéma comme l'expression d'une manière particulière de concevoir la vie et comme le reflet d'une identité, il faut instrumentaliser une série de mesures en une politique cohérente dont les deux grands rôles sont tenus par l'Etat et les professionnels du cinéma du secteur privé.

Cette politique a deux aspects intimement liés : les mesures à caractère national et l'intervention sur les conditions internationales de commercialisation et de distribution.

LES ASPECTS NATIONAUX DE LA POLITIQUE

Il est évident que, dans le cas de l'Amérique Latine, les mesures nationales, cristallisées en une législation de soutien et d'aide, prévoient notamment la subvention par l'Etat de certaines productions cinématographiques. Le problème qui se pose actuellement dans les Etats Latinoaméricains, est que ceux-ci, sous la pression des créanciers internationaux qui les incitent à diminuer les dépenses publiques et à augmenter les impôts, ont tendance à se décharger peu à peu des responsabilités qui, jusqu'alors, semblaient relever naturellement de leur compétence, au même titre que l'éducation, la santé et la culture, pour les abandonner aux aléas des privatisations sans que ce changement qui supprime leur caractère social ne paraisse les émouvoir autre mesure.

Il y a, cependant, d'autres composantes d'une politique nationale qu'il convient de prendre en compte : une stratégie intelligente d'attraction des investissements locaux ou étrangers, la réglementation des circuits de distribution et en particulier, les "cotisations de billetterie", le système des quotas ainsi que le traitement fiscal - et de tous ordres - des ressources humaines qui donnent corps au cinéma.

Es importante que esas medidas tomen en cuenta las particularidades del sector del cine. Un ejemplo: contrariamente a lo que sucede en otros sectores, en el cine no existen empresas permanentes para producir el resultado final tal como se conciben en otras industrias culturales: Los protagonistas de una realización cinematográfica (guionista, productor, director, actores, camarógrafos, apuntadores, auxiliares, montadores, etc) forman un equipo fugaz que se deshace al fin de la filmación para rehacerse con diferentes integrantes en la próxima. Realidades a tener en cuenta a la hora de concebir una política de formación de recursos humanos, de estabilidad laboral, de seguridad social.

Il est important que ces mesures prennent en compte les particularités du secteur du cinéma. Un exemple : contrairement à ce qui arrive dans les autres secteurs, il n'y a pas, dans le cinéma, d'entreprises permanentes dont l'objet serait de produire le résultat final recherché, comme c'est le cas dans d'autres industries culturelles : les protagonistes d'une réalisation cinématographique (scénariste, producteur, metteur en scène, acteurs, caméraman, scripts, monteurs, etc) sont une équipe fugace qui se désintègre à la fin du tournage pour en reconstituer une autre, différente, si l'occasion le requiert. Réalités dont il faut tenir compte lorsqu'il s'agit d'adopter une politique de formation de ressources humaines, de stabilité dans le travail, de sécurité sociale.

LOS ASPECTOS INTERNACIONALES DE LA POLÍTICA

Dadas las características de la inversión necesaria a la producción y montaje de una película que suelen representar un costo financiero importante que debe ser desembolsado en el curso de pocos meses, la vía internacional de las co-producciones ha sido una de las soluciones a la penuria local. Es muy importante igualmente explorar los programas institucionales que a nivel internacional contemplan una política de fomento como es el caso de Ibermedia.

La apertura internacional de política del cine debería contemplar también una estrategia frente los "majors" de la distribución ante los cuales, para ser realista, con frecuencia se tiene escasa capacidad de negociación dado que las redes de salas de exhibición les pertenecen.

Hay un aspecto de la acción internacional que reviste gran importancia y que es una responsabilidad insoslayable del Estado: se trata las gestiones para que un país pueda ejercer plenamente los privilegios y las excepciones a que tienen derecho los países en desarrollo en el marco de la OMC.

En efecto, el conjunto de privilegios, excepciones y tratamientos de favor de que gozaban los países en desarrollo en el marco del antiguo GATT sigue vigente en la nueva estructura de la OMC. En especial los relacionados con los dos principios básicos de la "nación más favorecida" y el "tratamiento nacional".

Los países latinoamericanos, desde luego, utilizan algunos de esos privilegios. Por ejemplo, es ejerciendo la excepción al tratamiento nacional como es posible firmar acuerdos económicos regionales como la ALADI, el Pacto Andino o MERCOSUR, que crean entre sí zonas privilegiadas de mercado con aranceles comunes hacia terceros, excluyentes de los demás miembros de la OMC.

LES ASPECTS INTERNATIONAUX DE LA POLITIQUE

Etant données les caractéristiques de l'investissement nécessaire à la production et au montage d'un film – qui représentent en général un coût financier important devant être déboursé sur peu de mois – la voie internationale des co-productions a été l'une des solutions à la pénurie locale. Il convient également d'explorer les programmes institutionnels qui prévoient, au niveau international, des politiques de soutien ; c'est le cas, par exemple, de Ibermédia.

L'ouverture sur l'international de la politique du cinéma devrait envisager l'adoption d'une stratégie opposable aux "majors" de la distribution vis à vis desquels, si l'on est réaliste, la capacité de négociation est souvent très faible étant donné que les réseaux des salles de projection leur appartiennent.

Il y a un aspect de l'action internationale qui revêt une grande importance et qui relève incontournablement de la responsabilité de l'Etat : les démarches à suivre et les mesures à prendre pour qu'un pays en voie de développement puisse exercer pleinement les priviléges et les exceptions auxquels il a droit dans le cadre de l'OMC.

L'ensemble des priviléges, des exceptions et des traitements de faveur dont jouissaient les pays en voie de développement dans le cadre de l'ancien GATT restent en effet en vigueur dans la nouvelle structure de l'OMC. En particulier pour ce qui a trait aux deux principes de base de la "nation la plus favorisée" et du "traitement national".

Les pays latinoaméricains, font jouer, il est vrai, certains de ces priviléges. C'est en exerçant, par exemple, l'exception au traitement national que la signature d'accords économiques régionaux comme l'ALADI, le Pacte Andin ou MERCOSUR, qui établissent des zones privilégiées de marché, des droits de douane communs à l'égard des tiers, exclusion faite des autres membres de l'OMC, devient possible.

Pero se muestran tímidos o ignorantes cuando se trata de ejercer las excepciones al tratamiento nacional que los autoriza a subvencionar un producto nacional en virtud de su debilidad económica o, con mayor razón, de sus contenidos culturales. Es posible que ello se deba a las presiones de la dinámica internacional que lo desaconsejan, pero sucede también que, en la práctica, en las reuniones donde se negocian los acuerdos comerciales de la OMC, se crea una "zona de nadie" para los productos culturales, debido a que el Ministro de Economía que asiste a ellas debe atender generalmente otras prioridades relacionadas con las materias primas, los energéticos, las inversiones, y el Ministro de Cultura o desconoce las reglas del comercio internacional o considera que la OMC es un coto vedado de la economía y no es el lugar más apropiado para llevar a cabo su tarea de fomento de la cultura nacional.

El resultado es que sólo aquellos países que miran la cultura como una estrategia ideológica o de mercado encuentran en ese medio todo un arsenal para desarrollar sus pequeñas o medianas industrias culturales.

CONCLUSIÓN

Hasta hace 30 años en los países latinoamericanos se consideraba la cultura como algo suntuario, elitista, poco digno de distraer los presupuestos estatales destinados a las urgencias de la pobreza.

En las dos últimas décadas las nuevas tecnologías de la comunicación y la informática masificaron el consumo cultural y convirtieron al cine y las demás industrias culturales en "pesos pesados" del comercio internacional.

Este fenómeno, que comenzó en los países industrializados, propició la inclusión del comercio de bienes culturales dentro de la reglamentación general de las demás mercancías. Ello ha cambiado el tipo de desinterés por la cultura: antes cenicienta de los presupuestos estatales, ahora en razón de su potencial económico, abandonada al vaivén de las privatizaciones.

La cultura, como patrimonio y como creación, sigue dependiendo de la acción conjunta del Estado y del Sector privado. Ante el modelo dominante de la desregulación, los países latinoamericanos deben prevalecerse de sus privilegios en tanto que países en desarrollo si quieren evitar la desaparición de su cine nacional y la absorción de sus industrias culturales por la lógica puramente comercial.

Antes deben convencerse de que la economía no puede ser el único criterio aplicable a la construcción de una identidad latinoamericana y de que, ni para el desarrollo de sectores tan básicos como la educación o la

Ceux-ci s'avèrent cependant timides ou ignorants lorsqu'il s'agit d'exercer les exceptions au traitement national les autorisant à subventionner un produit national en vertu de leur faiblesse économique ou, à plus forte raison, de son contenu culturel. Cela est peut-être dû aux pressions de la dynamique internationale qui déconseillent ces usages, mais il arrive également que, dans la pratique, lors des réunions de négociation des accords commerciaux de l'OMC, un "no man's land" des produits culturels soit créée car le Ministère de l'Economie qui y assiste a généralement d'autres priorités portant sur les matières premières, les énergétiques, les investissements... quant au Ministère de la Culture, soit il méconnait les règles du commerce international, soit il estime que l'OMC est une chasse gardée de l'économie et que ce n'est pas l'endroit opportun pour jouer son rôle de soutien à la culture nationale.

Le résultat étant que, seuls les pays qui abordent la culture comme une stratégie idéologique ou de marché, sont à même de trouver, dans ces mesures, un arsenal leur permettant de développer leurs petites et moyennes entreprises.

CONCLUSION

L'on estimait, il y a 30 ans, dans les pays latinoaméricains, que la culture n'était que secondaire, élitiste. Elle ne justifiait pas que les budgets de l'Etat destinés aux urgences de la pauvreté lui fussent attribués.

Dans le courant des deux dernières décennies, les nouvelles technologies de la communication et l'informatisation ont massifié la consommation culturelle et ont fait du cinéma l'une des industries culturelles qui comptent parmi les "poids lourds" du commerce international.

Ce phénomène – qui a commencé dans les pays industrialisés – a favorisé l'inclusion du commerce des biens culturels dans la réglementation générale des autres marchandises. Cela a permis de faire évoluer cette espèce de détachement ressenti à l'égard de la culture : la cendrillon des budgets de l'Etat de l'époque est aujourd'hui livrée, du fait de son potentiel économique, aux aléas des privatisations.

La culture, en tant que patrimoine et création, dépend encore aujourd'hui de l'action conjointe de l'Etat et du secteur privé. Face au modèle dominant de dérégulation, les pays latinoaméricains doivent faire prévaloir leurs priviléges de pays en voie de développement, s'ils veulent éviter la disparition de leur cinéma national et l'absorption de leurs industries culturelles, dans le mouvement d'une logique purement commerciale.

Ils doivent, auparavant, se convaincre que l'économie ne peut pas être le seul critère applicable à la construction d'une identité latinoaméricaine et que la logique de marché ne peut garantir, à elle seule, l'indispensable diversité

salud, ni menos para la cultura, la lógica del mercado alcanza a garantizar la necesaria diversidad que es la condición esencial de toda vida democrática.

Durante mucho tiempo la apertura, sobre todo la cultural, constituyó el medio privilegiado para dejar atrás el espíritu de campanario, las identidades reductoras, las fronteras limitantes, con el fin de acceder al progreso en todas sus dimensiones. Hoy en día cuando la OMC e Internet han perfeccionado la figura de la aldea global, cabe preguntarse si esta apertura ha traído consigo la emancipación de los marcos forzados de la identidad cultural o simplemente ha facilitado la globalización de las tecnologías y de los mercados.

Parece llegado el momento de reflexionar para atrevanos a pensar que la identidad no es una limitación. Que la identidad no constituye obstáculo o freno a la apertura y a la comunicación sino que, por el contrario, es una condición sin la cual ninguna apertura es posible. Entre más intensos y numerosos sean los intercambios y las interacciones más se torna necesario preservar la existencia simultánea de identidades. De otra manera la apertura se convertirá en un formidable factor de desorden.

Ya lo dijo con su sabiduría el Mahatma Gandhi :

"No quiero que mi casa quede totalmente rodeada de murallas, ni que mis ventanas sean tapiadas. Quiero que la cultura de todos los países sople sobre mi casa tan libremente como sea posible. Pero no acepto ser derribado por ninguna ráfaga".

Biarritz, 29-30 septiembre 2000

(qui est la condition essentielle de toute société démocratique), ni pour le développement de secteurs de base comme l'éducation et la santé, ni - et beaucoup moins - en matière de culture.

Pendant très longtemps, l'ouverture et surtout, l'ouverture culturelle, a été perçue comme l'outil privilégié qui allait permettre d'abandonner l'esprit de clocher, les identités réductrices, les frontières rétrécissantes, dans le but d'accéder au progrès sous toutes ses formes. Aujourd'hui, l'OMC et Internet ont délimité le profil du hameau global et il faut se demander si cette ouverture a vraiment permis l'émancipation des cadres imposés à l'identité culturelle ou si elle n'a fait que favoriser la globalisation des technologies et des marchés.

Le moment semble être venu de réfléchir et d'oser penser que l'identité n'est pas une limite et une contrainte. Que l'identité n'est pas un obstacle ou un frein à l'ouverture et à la communication. Qu'elle est au contraire, une condition sans laquelle aucune ouverture n'est possible. Plus les échanges seront intenses et nombreux, plus il faudra protéger l'existence simultanée des identités, sous peine de voir l'ouverture devenir un formidable vecteur de désordre.

Mahatma Gandhi, dans sa sagesse, disait :

"Je ne veux pas que ma demeure soit entourée de murailles et que mes fenêtres soient murées. Je veux que la culture de tous les pays souffle sur ma maison aussi librement que possible. Mais je n'accepterai qu'aucune rafale ne me renverse".

Biarritz, 29-30 septembre 2000

BIBLIOGRAFÍA REFERENCIAL RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- > García Canclini Néstor
La globalización imaginada, Paidos México 2000.
- > Garzón Alvaro, Alonso Guiomar, Poussin Georges
Culture, trade and globalization, UNESCO April 2000.
- > Maalouf, Amin
Identidades asesinas, Madrid Alianza, 1999.
- > Manuel María Carrilho y Dominique Wolton
Pour un manifeste de la diversité culturelle Horizons.
Débats et analyses. Paris, avril 2000.
- > Robin Jean Pierre
Les clés de la mondialisation, Le Figaro économie.
Jeudi 3 avril 2000.