

II JORNADAS DE FILOSOFIA “LIBERTAD DE EXPRESION”. PONENCIA UNESCO y diversidad cultural en el mundo de la comunicación

Enrique Martínez de la Casa
Doctor en Periodismo

RESUMEN:

El empuje económico e ideológico de la industria norteamericana del entretenimiento se extiende por casi todo el planeta con carácter hegemónico. Este papel preponderante ha obligado a diversos países a legislar para proteger su industria cultural. En el mundo se está produciendo un debate económico entre los partidarios del libre comercio que supere las barreras arancelarias y los partidarios de la excepción cultural que defienden la idea de que las industrias culturales no son unas industrias como otras industrias productivas. La UNESCO, como organización de Naciones Unidas para la Cultura, ha debatido en profundidad sobre la necesidad de proteger las culturas autóctonas como elementos de riqueza en un mundo multicultural sin culturas hegemónicas.

PALABRAS CLAVE:

Industria, cultura, entretenimiento, comunicación, audiovisual, filosofía.

ABSTRACT:

Economic thrust and ideological of the American entertainment industry spans almost the entire planet with hegemonic character. This role has forced countries to legislate to protect its cultural industry. An economic debate between advocates of free trade exceed the tariff barriers and supporters of the cultural exception that defend the idea that cultural industries are industries as other productive industries is occurring in the world. As United Nations for culture, UNESCO has discussed in depth the need to protect

indigenous cultures as items of wealth in a multicultural world without hegemonic cultures.

KEYWORDS:

Industry, culture, entertainment, media, philosophy.

HEGEMONIA NORTEAMERICANA EN LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO

Poderosos elementos de comunicación como el cine, están implantado culturales foráneas en países diferentes. No hay nada más que fijarse a nuestro alrededor en propuestas culturales ajenas a la tradición española que van fijándose en el imaginario colectivo como tradición propia de una manera desideologizada y sin análisis sobre su oportunidad o mérito. Uno de los ejemplos más claros es ese Halloween que ha empaldecido nuestra celebración del Día de los Santos. Este hecho sólo es explicable sobre la base de la aculturación y colonización cultural que promueven los medios anglosajones de entretenimiento y, sobre todo, la industria audiovisual norteamericana.

El letrero que en la ciudad de Los Angeles proclama la existencia de un lugar mítico llamado Hollywood es la bandera donde se reconoce esa industria. Ese cartel, además de anunciar que en Los Angeles hay un lugar que es la cuna de los sueños, donde se producen películas que casi todos terminamos viendo, es también la marca de un poderoso ariete cultural que se extiende por todo el mundo bajo algunas premisas:

- 1.- Es una máquina de hacer dinero como industria.
- 2.- Es una máquina de hacer cultura y crear patrones culturales.
- 3.- Es una máquina de transmitir ideología.

Esta transmisión ideológica tiene unos condicionantes muy interesantes para las sociedades occidentales: transmite la idea libertad, la idea de democracia

representativa, la idea del liberalismo económico y se transmite la idea del sueño americano, la idea que cada uno es responsable de su prosperidad y de que no hay límites para lo que no quiere ser en la vida.

Esta transmisión de valores se hace en todo el mundo gracias a la poderosa maquinaria de su industria cultural. Dentro de la industria del cine, por ejemplo, hay que hablar de la MPAA (Asociación de Productores Cinematográficos Norteamericanos)¹. Aquí están agrupados los seis grandes estudios que copan el 90 por ciento de la producción cinematográfica que consumimos en occidente. Es una organización muy poderosa que con su dinero sostiene las campañas electorales presidenciales norteamericanas y es un lobby de presión muy importante: Es un gran creador de empleo y riqueza en Estados Unidos y esto hace que sus posiciones sean atendidas por el Congreso. Una de sus más importantes ocupaciones es la vigilancia contra la piratería en terceros países. Estos grandes estudios copan la cinematografía pero también tienen importantes intereses en la televisión, en las series y en la discografía.

Mucha gente ignora que Estados Unidos no es el mayor productor de películas del mundo. Este trono se lo disputan cada año la industria de producción de la India y la de Nigeria. ¿Cuántas películas indias o nigerianas ha visto un español medio? Una o ninguna².

Los grandes estudios norteamericanos más conocidos como “majors” han evolucionado desde su primigenio cometido como productores y distribuidores hasta convertirse en conglomerados financieros con intereses que exceden a la primigenia labor de producción cinematográfica. Los seis grandes son estos estudios:

-Viacom-Paramount

¹ Puede visitarse la página web de la Asociación para comprobar el tremendo despliegue de medios, influencia y participación en todos los lugares del mundo: <http://www.mpa.org/>

² Una muestra de este cine y de la industria nigeriana puede verse en el documental Good Copy Bad Copy en esta dirección: <https://www.youtube.com/watch?v=ZKiL17XFB9k>

-Time Warner

-Disney-ABC

-News-Fox

-Sony Columbia

-General Electric-Universal

Estos seis estudios son los que más recaudan en taquilla y derechos en todo el mundo, también en España donde ejercen un control casi monopolístico de la taquilla y de la ocupación de pantallas³.

RESISTENCIAS FRENTE AL OLIGOPOLIO

El ímpetu norteamericano por copar la industria mundial del entretenimiento encuentra algunas resistencias. Hay resistencias de tipo político muy fuerte en países como Corea del Norte, Cuba, Irán y cautelas para la apertura del mercado en China.

Puede decirse que fuera de estos países, el cine norteamericano encuentra una gran aceptación y tiene un gran mercado. Y lo hace en países muy alejados culturalmente de los modos de vida americanos.

Pero dentro del mundo occidental nos norteamericanos encuentran resistencia a su producción. Los canadienses y la Unión Europea ofrecen resistencia a la colonización económica y cultural de este producto. ¿Por qué se oponen estos países a las peticiones de libre circulación del producto audiovisual norteamericano en su territorio. Porque se produce un tremendo choque de cultura, de intentos de proteger la industria

³ Este dominio queda contrarrestado algunos años con estrenos de cine español. La saga Torrente o el caso de Ocho apellidos vascos, con unas de las pocas excepciones que pueden señalarse frente al monopolio norteamericano. Por poner un ejemplo, la película “Gnomeo y Julieta” recaudó en España seis millones de euros, cantidad a la que llegan pocas películas españolas.

audiovisual y, en el caso de España y Francia porque existe un intento bastante potente de proteger la lengua.

Las causas de la hegemonía norteamericana en el mundo del audiovisual pueden resumirse en⁴:

- Capacidad de elaborar un producto estético-conceptual estandarizado para una población heterogénea, lo que permite la universalización de su mercado.

- Empeño en exportar un modelo de libre mercado basado en la primacía del esfuerzo individual que obtiene recompensa.

- Universalización del producto mediante técnicas comerciales agresivas y costosas que ejerce tanto en su país como en el extranjero.

Volviendo al concepto de industria cultural debemos recordar que a lo largo del siglo XX la cultura dejó de ser una forma artesana de expresión para convertirse en una industria de reproducción masiva. Por tanto la cultura deja de ser un bien artesanal para adquirir el concepto de “reproductibilidad”. La Escuela de Frankfurt lanza el concepto de cultura de masas en contraposición de la cultura “verdadera”. Para Horkheimer, Adorno y compañía la industria cultural es “producción intelectual bajo los imperativos de la forma de la mercancía”⁵.

La industria cultural del audiovisual, analizada desde el punto de vista económico está sometida a una polémica comercial desde hace años como ya he señalado anteriormente. Ese escenario de enfrentamiento que se viene desarrollando en las negociaciones arancelarias de la Organización Mundial del Comercio, tiene un escenario también en Naciones Unidas a través de su organización para la cultura, la UNESCO. Dos de los informes más famosos de la UNESCO tienen que ver con la libertad de expresión

⁴ Sánchez Ruiz, E. “Hollywood y su hegemonía planetaria. Una aproximación histórico-estructural” en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug28/babel28.pdf>

⁵ Horkheimer, M y Adorno, T.: (1988) La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En “Dialéctica del iluminismo”. Buenos Aires. Sudamericana.

en el mundo, el conocido Informe McBride y otra iniciativa tiene que ver con la protección de las culturas minoritarias.

El interés de la UNESCO por proteger la diversidad cultural tiene que con que la diversidad se ha convertido en una prioridad política para la mayoría de los gobiernos europeos y de los países en desarrollo.

La producción industrializada permite una reproducción en serie de bienes y servicios culturales. Este hecho permite economías de escala (aumentar el mercado para abaratar el coste de cada unidad producida). Como consecuencia, el sector de la cultura ha visto la expansión de las mercancías provenientes de las potencias industriales que ha dado lugar a una fuerte concentración en el sector. Esto ha provocado un desequilibrio entre Estados Unidos y el resto del mundo. Si hacemos un somero reparo al mercado del audiovisual en su relación comercial entre Estados Unidos y España, por ejemplo, salta a la vista el enorme desequilibrio entre lo que compramos a los norteamericanos y lo que les vendemos.

En este escenario, se ha producida una larga negociación dentro de lo que se conoce como Ronda de Uruguay (1986-1994) y su sucesora, la Ronda de Doha (1994-2014). En estas negociaciones dentro de la Organización Mundial del Comercio países como Francia, Bélgica y Canadá, alarmados por el dominio abrumador de Estados Unidos en materia audiovisual, pidieron a la OMC que se permitiesen las ayudas nacionales a la industria cultural para compensar el desequilibrio. Esta posición, asumida por la Unión Europea, ha conseguido que hasta la fecha los productos audiovisuales hayan quedado al margen de las políticas de libre comercio impulsadas por la OMC. A esto se ha llamado la “excepción cultural”.

DIVERSIDAD Y PLURALISMO

Si nos fijamos en otro frente que tiene que ver con la protección de culturas que patrocina la UNESCO, podemos hacer hincapié en que la multiplicación de canales y sistemas de información no ha comportado una mayor oferta disponible en el mercado. La propiedad de los medios del sistema comunicativo siguen estando en pocas manos y

esto para la UNESCO, no garantiza per se, una diversidad de contenidos, ni con respecto a géneros ni con respecto a lenguas y culturas. Esta diversidad de pantallas donde consumir producto audiovisual no se ha correspondido con la diversidad. Hay más canales de televisión, más oferta de películas, más acceso a Internet, pero la oferta sigue siendo básicamente la misma.

La diversidad cultural también propicia un choque evidente entre cultura y derechos humanos, entendiendo los derechos humanos como la gran aportación laica a la convivencia. ¿Podemos consentir que haya culturas que desconozcan los derechos humanos? ¿Qué alguien pueda argumentar que los derechos humanos no forman parte de su cultura y por tanto no los aplicarán? Es un debate complejo para los sociedades de corte occidental basadas en los principios de la democracia representativa nacida de la Revolución Francesa que sostienen que los derechos humanos son positivos. El audiovisual y su industria hegemónica hacen lo posible para que esta visión se implante con carácter universal.

A raíz de este conglomerado de conflictos, enfrentamientos, puntos de vista diversos sobre la cultura audiovisual, su universalidad y la industria que lo sustenta, la UNESCO tuvo que hacer una declaración en torno al año 2001 para intentar encontrar un consenso mundial. La UNESCO lo que pretende es que se reconozca que las sociedades actuales están muy diversificadas e interconectadas. Según la Declaración Universal de la UNESCO aprobada el 2 de Noviembre de 2011⁶:

La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y las sociedades que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es, para el género humano, tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivos.

⁶ http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas. Las políticas que favorecen la inclusión y la participación de todos los ciudadanos garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz.

La diversidad cultural amplía las posibilidades de elección que se brindan a todos; es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria.

Al tiempo que se garantiza la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, hay que procurar que todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer.

Frente a los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas perspectivas para la creación y la innovación, se debe prestar una atención particular a la diversidad de la oferta creativa, a la justa consideración de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, en la medida en que son portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados como mercancías o bienes de consumo como los demás.

Las fuerzas del mercado por sí solas no pueden garantizar la preservación y promoción de la diversidad cultural, condición de un desarrollo humano sostenible. Desde este punto de vista, conviene fortalecer la función primordial de las políticas públicas, en asociación con el sector privado y la sociedad civil.

La UNESCO lo que pide a los países que se realicen políticas de respeto a la minoría cultural y se trabaje para la armonía entre culturas entendiendo que cuantas más fuentes y raíces culturales existan en el mundo más rica es la vida de las sociedades. Como quiera que el choque entre culturas se está produciendo, la UNESCO lo que pide es que establezcan unas bases de convivencia armónica y para que esto se produzca, dice la UNESCO, no se puede entender la cultura sólo como un conflicto industrial de tipo económico sin mercantilarla: “Al tiempo que se garantiza la libre circulación de las

ideas mediante la palabra y la imagen hay que procurar que todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer⁷”.

Este es el panorama en el que se desenvuelve al mundo en el problema de la colonización económica y cultural de la industria audiovisual.

BIBLIOGRAFIA

ÁLVAREZ, J.M. y LÓPEZ, J. (2011). *El audiovisual español: Nuevas oportunidades en el exterior* en E. Bustamante (Coord.), Informe sobre la cultura española y su proyección global. Madrid. Fundación Alternativas.

<http://www.falternativas.org/content/download/19342/515853/version/4/file/Informe+sobre+la+cultura+espan%CC%83ola.pdf>

BUSTAMANTE, E.: (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital . Barcelona Gedisa

Declaración Universal de la UNESCO sobre diversidad cultural:

<http://portal.unesco.org/es/ev.php->

[URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Horkheimer , M y Adorno, T.: (1988) La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En “Dialéctica del iluminismo”. Buenos Aires. Sudamericana.

MARTEL, F.: (2011). Cultura Mainstream. Madrid. Taurus

MASTRINI, G. (2011) “Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina”. Lección de Portal de Comunicación de Incom/UAB: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/65_esp.pdf

⁷ Declaración Universal de la UNESCO citada.

PETIT, M.: (2012). Por un mercado inteligente: Diversidad cultura, mercado y regulación.
Barcelona. Erasmus Ediciones.