

LA BATALLA DE LA DIVERSIDAD CULTURAL

Catherine Lalumière

Diputada francesa en el Parlamento Europeo

¿puede considerarse que la cultura es un bien como los demás, que puede regirse tan sólo por las leyes del mercado y la competencia? Francia cree que la cultura no puede reducirse a un producto comercial y por ello ha emprendido una batalla contra la uniformización y la estandarización del mundo, a fin de preservar la diversidad de la creación cultural. una cuestión tanto política como económica.

Los franceses han sido sin duda los primeros en introducir la noción de excepción cultural en las relaciones internacionales. Fue con motivo de las negociaciones del GATT¹ en los años 90, cuando se planteó la cuestión de saber si la liberalización de los intercambios -y después de las inversiones, con el AMI (Acuerdo Multilateral sobre la Inversión)- debía aplicarse a los bienes y servicios culturales.

La demanda de liberalización emanaba, y sigue emanando, de Estados Unidos, primer productor de bienes y servicios culturales, sobre todo audiovisuales. Francia, apoyada por otros países como Canadá, se inquietó ante el riesgo de que estos "productos" americanos invadieran su territorio, no sólo por razones económicas (el balance comercial francés ya era ampliamente deficitario) sino por razones culturales y de identidad, pues cabía el peligro de que los habitantes de Francia adoptaran la forma de pensar y vivir de los americanos.

En los acuerdos del GATS (Acuerdos sobre el Comercio de Servicios) de 1993, Francia obtuvo casi total satisfacción. Aunque no excluían los bienes y servicios culturales en la negociación, la Unión Europea, adoptando las tesis francesas, se negó a hacer una oferta de liberalización que autorizara la apertura de su mercado y la aplicación general de

tratamiento nacional. Fue lo que se llamó "la excepción cultural".

Desde entonces, esta no liberalización ha permitido conservar las políticas de cuotas de difusión nacionales y europeas (en la televisión y la radio) y de ayudas financieras (a la producción y la difusión), para proteger en particular la industria cinematográfica francesa.

Después del fracaso del AMI en diciembre de 1998 en la OCDE², fracaso ampliamente motivado por la inquietud de los medios culturales franceses frente a una excesiva y mal concebida liberalización de las inversiones, la cuestión volvió a plantearse durante las últimas negociaciones de la OMC³, celebradas a finales de noviembre de 1999 en Seattle, Estados Unidos⁴. Allí se manifestó la ofensiva americana sobre la liberalización de los nuevos servicios audiovisuales, por ejemplo los relacionados con Internet como el correo electrónico, etc. El problema no es nuevo, pero se ha agudizado mucho en este final de siglo. ¿Por qué?

La batalla -ya que, aunque sea pacífica, es una verdadera batalla- está relacionada con el hecho de que no se trata principalmente de comercio e industria. Lo que está en juego es algo mucho más difícil de aprehender, pero también algo mucho más profundo, es decir, la identidad de un pueblo y los individuos que lo componen.

Vivimos una época de mundialización, que tiende a uniformizar las ideas y los modos de vida, uniformización basada sobre todo en el modelo americano. Todos aquéllos que están apegados a su historia, sus tradiciones, su lengua, su filosofía o su religión, sienten angustia o rabia ante la amenaza que pesa sobre todo lo que toca a lo más profundo de ellos mismos.

Una toma de conciencia urgente

En este miedo hay una terrible fuerza, que deben tener en cuenta los responsables políticos, ya que puede suscitar

violentas manifestaciones de rebelión. Hoy en día, la gente achaca a la mundialización todo lo que inquieta y amenaza su vida. Es sin duda irracional y excesivo. Sin embargo, es cierto que los seres humanos no pueden aceptar la destrucción de su cultura sin reaccionar, ya que esto significaría no sólo empobrecerse sino perder su identidad y en última instancia su razón de ser.

No nos encontramos más que al principio de este fenómeno, del cual la mayoría de pueblos del planeta aún no ha tomado conciencia. Pero se observa que cada vez son más los que constatan que su cultura es frágil, su lengua cada vez se habla menos, su historia se olvida, sus creadores se desaniman... Esta toma de conciencia empieza a penetrar no sólo en los países ricos sino también en los países emergentes o en vías de desarrollo, cuya opinión pesará en las futuras negociaciones de la OMC.

Por otra parte, cada vez se habla más no de excepción cultural (la expresión es demasiado negativa y restrictiva) sino de diversidad cultural. Lo que se pretende es evitar la uniformización del mundo preservando la diversidad de las culturas, así como se defiende la biodiversidad para conservar la diversidad de las especies. La diversidad cultural es ante todo una cuestión política fundamental para el futuro de las generaciones de todo el planeta.

Evidentemente, también es una cuestión económica. Los bienes y servicios culturales ya no son actividades secundarias, en cierto modo marginales con respecto a la agricultura, a la industria pesada o los servicios financieros. Por el contrario, todo conduce a convertirlos en un sector particularmente dinámico en el futuro.

Por un lado, las nuevas tecnologías multiplican los medios de transmisión de la imagen y el sonido (por ejemplo la tecnología digital). Por otro, la evolución de los modos de vida (prolongación de la vida, disminución de la edad de la jubilación y de la duración del trabajo...) hacen que cada vez más personas desarrollen actividades culturales de ocio. En resumen, todo lo relacionado con los aparatos de

producción y transmisión de la imagen y el sonido se está desarrollando vertiginosamente. Lo mismo ocurre con la producción de "contenidos", películas, telefilms, discos... El volumen de negocios de las grandes empresas de este sector es impresionante.

Una unión indispensable

Por lo tanto, este sector tendrá una influencia importantísima en la creación de riqueza y empleo. Ningún país puede permanecer indiferente ante esta cuestión⁵. Los franceses lo han comprendido, pero todavía les queda mucho por hacer. En primer lugar, deben convencer a otros socios, primero dentro de la Unión Europea, puesto que en las próximas negociaciones de la OMC será la Comisión, por mandato del Consejo de Ministros, la que represente a Francia. Aunque la regla de la unanimidad permita que, en estas materias, Francia pueda bloquearlas, sin embargo es preferible que los Quince estén unidos en esta lucha.

Pero los aliados de Francia pueden venir de otros lugares del mundo⁶. Canadá tiene una experiencia notable en este campo. Si hay un país que sabe lo que es la diversidad cultural es Canadá, sobre todo en Quebec, donde ha demostrado hasta que punto quería defenderla. Los países de América Latina también están intentando emanciparse de un vecino demasiado poderoso. Incluso en Estados Unidos, la existencia de importantes minorías (por ejemplo hispana) está haciendo que muchos americanos comprendan la necesidad de proteger la diversidad cultural, que es tanto una riqueza como una garantía de paz civil.

En segundo lugar, también debemos hacer nuestra "mea culpa". Si Francia se siente fragilizada y teme que su cultura y su lengua sean amenazadas, es también porque ha sido negligente. Tal vez por orgullo o por inconsciencia, creía que su patrimonio era tan rico, antiguo y brillante que era inagotable e indestructible. No vio venir el peligro que representaban los métodos de producción y distribución

industriales que no sólo se iban a aplicar a la metalurgia, al sector textil y demás bienes materiales, sino que también llegarían a la cultura y al arte. El caso del cine es, desde este punto de vista, ejemplar.

Francia creó el cine hace más de un siglo. Pero en los años 30-40, lo consideró como una actividad de distracción, marginal desde el punto de vista económico. En esa misma época, se construía en Estados Unidos Hollywood y las bases de lo que se convertiría en una formidable industria audiovisual, con circuitos de distribución integrados.

Pasar a la ofensiva

Hoy en día, con la excepción cultural, Francia intenta sobrevivir resguardada en sus fronteras. Pero esto no es suficiente. Debe llevarse a cabo una política ofensiva, no sólo por parte de los poderes públicos, franceses y europeos, que ya han comenzado a actuar, sino por parte de los profesionales del sector. Hay que producir de forma competitiva y, lo que es esencial, distribuir.

Es cierto que saber producir y saber vender no significa que se creen automáticamente obras de arte. Pero no podrá haber bellas creaciones de forma duradera sin construir antes una poderosa industria y circuitos de distribución eficaces. Esto no significa que las unidades de producción tengan que ser de grandes dimensiones, ni todas las obras banales y destinadas al gran público.

Frente a la cultura americana, que cuenta con formidables medios de producción, sobre todo en el sector audiovisual, los franceses no pueden contentarse con luchar en inferioridad de condiciones. La cultura francesa necesita organizarse y promoverse con dinamismo y modernidad.

¿Resulta sorprendente este tipo de discurso, por ser contrario a la esencia misma de la cultura francesa humanista y refinada, contrario a la noción misma de bien cultural? Sin duda menos sorprendente que privar la cultura francesa de

los medios con los que cuenta la cultura americana. La actividad económica bien organizada puede estar al servicio de la creación cultural, aportando los medios que permiten su desarrollo y difusión.

¿Se puede acaso creer razonablemente que se preservará mejor la diversidad cultural creando barreras alrededor de cada cultura que dando a cada cultura los medios de crear, vivir y exportarse? En realidad, las dos actividades son necesarias: establecer barreras para recobrar el aliento y organizarse; y, en cuanto sea posible, pasar a la ofensiva sin complejos y con vitalidad, tanto dentro como fuera de las fronteras.

1. El acuerdo general sobre tarifas aduaneras y comercio rige, desde 1947, la organización del comercio internacional y ha permitido liberalizar los intercambios comerciales a través de numerosos ciclos de negociaciones comerciales y multilaterales. Fue sustituido en 1995 por la OMC.
2. La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, lanzada en 1995 para suceder al OCEC creado en 1948, reúne hoy en día a 29 miembros (la mayoría de los países desarrollados). Su objetivo es "desarrollar la economía de mercado y contribuir al crecimiento de los países miembros así como de los países en vías de desarrollo".
3. La Organización Mundial del Comercio, creada en 1995 tras las negociaciones del GATT del ciclo de Uruguay (1986-1994) reúne a unos 130 países. Su vocación es promover el libre intercambio y el desarrollo, así como servir de marco para la resolución de contenciosos comerciales.
4. Véase [el artículo de Béatrice Marre](#).
5. En la perspectiva de las negociaciones de la OMC, los representantes de asociaciones de cineastas de 23 países (Alemania, Australia, Canadá, Francia, Gran Bretaña, Nueva Zelanda...) adoptaron el 20 de noviembre de 1999 un texto que defiende la "excepción cultural" en el marco del Foro Mundial de los Cineastas.

6. La VIIIª Conferencia de la Francofonía, que se celebró en Moncton (Canadá) el 5 de septiembre de

Selección bibliográfica

- *La fin de l'exception culturelle?*, de Joëlle Farchy, col. Communication, ed. CNRS, París, 1999.
- *La mondialisation de la culture*, de Jean-Pierre Warnier, ed. La Découverte, París, 1999.
- **"Du cinema au multimédia. Une brève histoire de l'exception culturelle"**, de Laurent Burin des Rozières, *Les notes de L'IFRI*, Institut français des relations internationales, París, n°5, septembre de 1998.
- *Rapport sur les négociations commerciales multilatérales*, de Catherine Lalumière y Jean-Pierre Landau, julio de 1999, disponible en Internet, www.finances.gouv.fr