

QUA-

14

núm. 14,
septiembre-diciembre 2002

DERNS

DEL



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

www.audiovisualcat.net

Globalización, industria
audiovisual y diversidad cultural



E-mail: quadernsdelcac@gencat.net

Editor:

Joan Manuel Tresserras

Consejo editorial:

Carles de Alfonso Pinazo, Joan Botella i Corral,
Victòria Camps i Cervera, Núria Llorach i Boladeras,
Félix Riera, Jaume Serrats i Ollé

Director:

Josep Gifreu

Jefe de redacción:

Martí Petit

Coordinación general:

Sylvia Montilla

Redacción:

Soledat Balaguer (Revista de Revistas y Revista
de Libros), Gemma Domènech (Revista Jurídica),
Mònica Gasol, Sylvia Montilla (Revista de Webs)

Maquetación:

Anna Puerto

Impresión:

Grinver, S. A.

Depósito legal: B-17.999/98

ISBN: 1138-9761

Índice

■ Presentación	2
■ Tema monográfico: Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural	
"Excepción cultural", políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo Divina Frau-Meigs	3
La "excepción cultural" en la Organización Mundial del Comercio (OMC): la base de la política audiovisual en Cataluña Ramon Torrent	19
Los retos culturales de la ronda de negociaciones de Doha de la OMC Pierre Sauvé	29
De la defensa de la "excepción cultural" a la promoción de la "diversidad cultural": la política cultural europea y el mundo árabe Dima Dabbous-Sensenig	37
"El Sur del Norte": las coordenadas culturales del sistema audiovisual australiano Stuart Cunningham y Terry Flew	51
México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural Laura Márquez Elenes	59
La televisión india en la era de la globalización: ¿unidad, diversidad o desigualdad? Mira Kapil Desai	65
La OMC, las negociaciones de Doha y los países en desarrollo Miguel Rodríguez Mendoza	77
Entrevista a Pascal Lamy, comisario europeo de Comercio Ramon Torrent	83
■ Observatorio	
Entrevista a Bertrand Tavernier Esteve Riambau	85
50 años de <i>Cahiers du Cinema</i> : cartas de navegación de una revista de cine Domènec Font	91
Una mirada al entorno documental Joan González i Herrero	97
■ Agenda	
Crítica de Libro	103
Revista Jurídica	109
Revista de Revistas	117
Revista de Libros	119
Revista de Webs	121

Consejo del Audiovisual de Cataluña

Presidente: Francesc Codina i Castillo

Vicepresidente: Xavier Guitart i Domènech

Consejero Secretario: Carles de Alfonso Pinazo

Consejero adjunto a la presidencia para asuntos
internacionales: Joan Botella i Corral

Consejeros: Victòria Camps i Cervera, Núria

Llorach i Boladeras, Félix Riera, Fernando

Rodríguez Madero, Jaume Serrats i Ollé, Joan

Manuel Tresserras

Secretario General: Jaume Tintoré i Balasch



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Generalitat de Catalunya

Entença 321

08029 Barcelona

Tel. 93 363 25 25 - Fax. 93 363 24 78

E-mail: audiovisual@gencat.net

Web: <http://www.audiovisualcat.net>

Presentación

Desde los laboriosos acuerdos de Marrakech de 1994, que dieron lugar al GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios) en el seno de la nueva Organización Mundial del Comercio (OMC), el audiovisual europeo ha vivido al amparo de la llamada "excepción cultural". En el nuevo marco de liberalización del comercio, la Unión Europea ha actuado mundialmente como actor cultural, consiguiendo un régimen de excepcionalidad para los servicios culturales y audiovisuales; régimen también adoptado por una gran mayoría de los Estados. Ahora, cuando termina el período de diez años previsto para la renegociación de los acuerdos, el tema de la excepción cultural está más vivo que nunca, y no solamente en Europa. En realidad, puede considerarse el gran tema de la agenda cultural que abre el siglo XXI.

Este número 14 de *Quaderns del CAC* quiere contribuir a situar y a evaluar los términos de la cuestión tanto en lo que concierne a Europa como en relación con el debate general en el mundo entero. Para este tema monográfico hemos reunido a un grupo muy cualificado de investigadores y expertos. Divina Frau-Meigs sitúa y repasa desde Francia todo el proceso de las negociaciones antes y después de los acuerdos de Marrakech. Las siguientes colaboraciones aportan estados de la cuestión y visiones particulares desde enfoques muy vinculados a las realidades diferenciales de cada área: Ramon Torrent desde Cataluña, Pierre Sauvé desde Canadá, Dima Dabbous-Sensenig desde el Líbano y la zona de los países árabes, Terry Flew desde Australia, Laura Márquez desde México y Mira Desai desde la India. Cierran el monográfico dos colaboraciones de destacados responsables internacionales en la liberalización del comercio: Miguel Rodríguez Mendoza, exdirector general adjunto de la OMC, y Pascal Lamy, comisario europeo de Comercio.

Josep Gifreu
Director

"Excepción cultural", políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo

Divina Frau-Meigs

- *Este artículo examina la crisis de la "excepción cultural" en el momento de la controversia del GATT, en el año 1993, y sus consecuencias en Francia y en Europa. Analiza la movilización diplomática y pública suscitada por el acontecimiento así como la evolución semántica del término "excepción" hacia el de "diversidad". Presenta los argumentos avanzados por los dos campos, los excepcionistas y los libre-cambistas, y desmonta sus mecanismos implícitos confrontándolos a la realidad de las políticas culturales, tanto del lado europeo como del lado norteamericano. Plantea que la crisis de la excepción cultural tuvo como consecuencia positiva, además de la toma de conciencia del peso identitario de las obras filmicas y audiovisuales, la promoción de lo contemporáneo y una democratización creciente de las industrias culturales en Europa.*
El artículo examina las estrategias futuras para la preservación de la diversidad cultural dentro del contexto de la mundialización y de los avances tecnológicos. Entre estas estrategias las más fructuosas son aquellas que apuntan a resolver las tensiones entre mundialización y pluralismo de los soportes, de los formatos y de los contenidos y a afianzar un frente común de los "diversitarios" tanto en Europa como en otras regiones del mundo.

Divina Frau-Meigs

Profesora universitaria, secretaria general adjunta de la Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR)

meigs@wanadoo.fr

Introducción

La "excepción cultural", fórmula lapidaria que tiene el mérito de la concisión y el inconveniente de la ambigüedad, apunta a legitimar la intervención reglamentaria y financiera de los poderes públicos con el fin de corregir las distorsiones internacionales que se desprenden de la economía de mercado. Aplicada en un primer momento a las películas y después a las obras audiovisuales, consiste en la aplicación de medidas de apoyo a la creación y a la producción local por parte de los Estados- nación, principalmente en Europa. La "excepción cultural" señala la toma en consideración de uno de los principales hechos culturales de después de la Segunda Guerra Mundial: la utilización de los medios de comunicación para las políticas de identidad (con la consiguiente instrumentalización de la ficción con finalidades de propaganda simbólica suave). En adelante se entiende como una medida política que busca preservar el espacio público y favorecer la diversidad cultural y el pluralismo democrático. No siempre ha sido así: en un principio, en 1993, sirvió para enfrentar dos bandos, los Estados Unidos contra la Unión Europea (y más especialmente Francia). Lo que sorprende es la emergencia tardía del debate y su corta duración, entre los meses de mayo y de diciembre de 1993, en relación con el conjunto del proceso del GATT. ¿Se trata, acaso, de un brote de conciencia nacional? ¿De un endurecimiento entre países en competencia directa? ¿O de un desacuerdo sociocultural profundo que perdura ?

1. La crisis de 1993: el primer enfrentamiento cultural de la posguerra fría

Las negociaciones multilaterales de la Ronda Uruguay (*Uruguay Round*), sobre la liberalización del comercio

internacional, comenzaron a partir de 1986; se tenían que concluir en 1990, pero, de hecho, no se terminaron hasta el mes de abril de 1994. Tomaron parte en ellas los 117 países representados en el *General Agreement on Trade and Tariffs* (GATT). Este Acuerdo, que se estableció después de la Segunda Guerra Mundial, prevé rondas de negociación debiendo integrar cada una de ellas nuevos sectores objeto de retirada de barreras aduaneras internacionales. La Ronda Uruguay introdujo los servicios y la propiedad intelectual en su circuito.

El debate sobre la "excepción cultural" es una de las primeras crisis de la posguerra fría que pone a prueba la alianza entre los países de la esfera atlántica. Quizás sea eso lo que la hará pasar a la historia. Y es que, en efecto, la posguerra fría no puso en cuestión el poder político, estratégico y militar de los Estados Unidos; sin embargo, las tentativas de resistencia a la dominación norteamericana se dibujan en el eje diplomático y en el eje sociocultural. La excepción cultural constituye un ejemplo de ello: se trata de una estrategia de resistencia contenida, menos contra una América conquistadora que contra una América seductora, la América del síndrome HHMM, "Harvard and Hollywood, McDonald's and Microsoft Syndrome" (Joffe). Es la primera conflagración de tamaño natural entre la idea de mundialización y la de americanización.

La lentitud de la emergencia del debate tiene que ver, sin duda, con la dificultad que experimentaba la Europa de aquel momento (Europa estaba discutiendo los términos de su gobernación, la entrada de sus nuevos miembros, los detalles de su moneda única, etc.) para presentar un frente unido y para posicionarse en tanto que no norteamericana sin ser antinorteamericana. Su situación de dependencia y de expectativa respecto a los Estados Unidos, sin duda, inhibió sus reacciones, aún siendo legítimas, respecto a la defensa de determinados valores nacionales y de estructuras de justicia distributiva amenazados por la liberalización de los mercados. De repente, los referentes europeos se revelan en la "excepción cultural", con el rechazo de valores no europeos que acompañan al proyecto norteamericano: un mercado controlado, un papel manifiesto del Estado, un individualismo mezclado de vínculo social y de servicio público, una visión universalista de los derechos humanos —en definitiva, conceptos surgidos de una visión del mundo heredada de una religiosidad católica (incluso si está

laicizada en el caso de Francia) más que protestante (Frau-Meigs 2001 ; Venturelli 1999).

1.1 Los adversarios en presencia y sus argumentos

En mayo de 1993 se erigen dos bandos a consecuencia de la posición francesa de "excepción cultural" que rechaza la inclusión del cine (y en menor grado del audiovisual) en la lista de los productos o servicios por "liberar":

- los "librecambistas" (o hiperliberales según los europeos) que pregonan el abandono total de medidas de protección, capitaneados por los Estados Unidos (pero no únicamente);
- los "excepcionistas" (o proteccionistas según los Estados Unidos) que quieren el mantenimiento de las industrias nacionales sin que ello signifique cerrar herméticamente sus fronteras. A la cabeza se encuentra la Unión Europea, impulsada por Francia y con el apoyo de Canadá.

Según los excepcionistas, los Estados tienen el derecho de conducir políticas nacionales destinadas a dar vida a las industrias culturales en su territorio. Quieren, pues, mantener los dispositivos de apoyo implantados para las artes y la cultura, con una extensión que tenga en cuenta la última de las artes en nacer, el cine. No son partidarios, sin embargo, de un telón de acero, ya que conocen, con todo el pragmatismo, su dependencia respecto de las colecciones y de los catálogos norteamericanos y no se oponen a la innovación técnica o a la evolución económica.

Económicamente hablando, sin embargo, los excepcionistas consideran que el mercado mundial en cuestión es un falso mercado, dominado por un pequeño número de empresas multinacionales capitaneadas por Estados Unidos (o dicho de otro modo, empresas cuyos principales accionistas son los fondos de pensiones norteamericanos). Algunos incluso denuncian la realidad del proteccionismo de Estados Unidos, país que importa menos del 1% de la producción cinematográfica mundial. Culturalmente hablando, también se oponen a la percepción según la cual el cine (y el audiovisual) es una simple industria de entretenimiento, y lo conciben como un arte, que forma parte de un patrimonio.

Los librecambistas, en cambio, consideran que el cine es un entretenimiento con base industrial, igual que la bicicleta o los juegos de cartas; rechazan toda idea de protección de esta industria, arguyendo el hecho de que ellos mismos no

tienen una práctica concertada a escala federal respecto a la comunicación, la información y la cultura. Efectivamente en Estados Unidos no existe un ministerio dedicado a estas prácticas, las cuales se encuentran reunidas dentro del ministerio de economía y comercio. Sin ambigüedad ni aleatoriedad alguna, piden, por tanto, la abrogación de toda barrera aduanera y de todo subsidio del Estado destinado a estos productos.

1.2 Los puntos de fricción

Son varios los mecanismos de ayuda pública que constituyen el núcleo central de la crisis de 1993 y ello explica la dureza del enfrentamiento entre los Estados Unidos, por un lado, y Francia y Canadá, por el otro, (a pesar de que también se apunta a la Unión Europea en su conjunto). Francia, a partir de 1948 se dotó de una ley de ayuda al cine. Esta ley crea una tasa satisfecha por toda persona que va a una sala de cine (está incluida en el precio de venta de la entrada). El producto de esta tasa alimenta un fondo gestionado por el Estado, y va a parar a los productores de películas franceses. Además, desde 1958, bajo el mandato de Adré Malraux, el cine fue incorporado al Ministerio de Cultura, lo cual muestra que no se considera una industria sino un arte, no se considera un producto intermediario sino un objeto final. Se beneficia de la creación del "adelanto según ingresos", que es un préstamo sin intereses (que se salda sólo si se vende un número de entradas suficiente).

El enfrentamiento de 1993 instigado por los Estados Unidos tiene que ver con estas medidas, que son percibidas como una violación del libre cambio y como una subvención de Estado que va en contra de una competencia leal. Los norteamericanos consideran que las películas norteamericanas (y, por lo tanto, las empresas norteamericanas) pagan por el cine nacional francés.

Hay otros mecanismos que contrarian a los norteamericanos, principalmente el de las cuotas de difusión, aplicadas sobre todo por Canadá y Francia, aunque también (de manera no oficial) por otros países europeos, especialmente desde la directiva "Televisión sin fronteras" del 3 de octubre de 1989. Esta directiva establecida por la Comunidad Europea formula, concretamente en sus artículos 4 y 5, objetivos de producción independiente y de programación de una mayoría de programas nacionales o

de (co)producción europea "cuando pueda hacerse"; da cuotas indicativas del 50%, aplicables según los países (sin sancionar al apoyo).

Los norteamericanos consideran que estas medidas son demasiado proteccionistas e impiden la penetración de sus programas en las difusiones nacionales. Adoptan una posición muy radical, con tres reivindicaciones: aplicación del principio de no discriminación (libre acceso al mercado, lo cual implica la supresión de cuotas), trato nacional (las firmas y los programas norteamericanos tienen que beneficiarse de las mismas ayudas que las que se dan a las firmas y programas nacionales) y añaden la cláusula del país más favorecido (conceder a todos los países la ventaja más favorable ya concedida a otro país para multilateralizar cláusulas concedidas bilateralmente en el pasado).

1.3 Los resultados de la negociación: el silencio después de la tormenta

En 1994 se firmó en Marrakech un compromiso de última hora que no resolvió nada.

El acuerdo inscribe las producciones cinematográficas y audiovisuales en la lista de los "servicios" a los cuales se puede aplicar las normas del GATT. Con todo, las disposiciones previstas para los servicios permiten toda suerte de derogaciones a las reglas ordinarias del GATT. En este compromiso conviven, pues, las nociones de excepción (posición francesa) y de especificidad (posición europea). Los europeos finalmente optaron por la idea de la excepción —la cual permite a los servicios derogar determinadas obligaciones. La ausencia de acuerdo decisivo significa que nada obliga a la Unión Europea a tomar iniciativas de liberalización y que las políticas culturales pueden seguir basándose en subsidios y cuotas. Por otro lado, la directiva "Televisión sin fronteras" puede ser aplicada; y es que, además, se ha visto reforzada con la llegada de los nuevos soportes (cable, satélite, televisión digital terrestre). La preferencia comunitaria queda, pues, preservada y la libertad de integrarse a su propia velocidad en la evolución del libre cambio se deja abierta.

La utilización de la palabra "servicios" pone de manifiesto también que se ha evitado definir qué eran las obras audiovisuales (¿películas? ¿documentales? ¿programas de plató? ¿juegos?) y definir su nacionalidad (¿según el idioma de la película? ¿el origen del realizador? ¿el lugar de

rodaje?). Se conservaron fórmulas muy poco definidas y muy flexibles para que cada cual las interpretara a su manera. Eso permite a la Unión Europea mantener su posición, es decir, que las obras fílmicas y audiovisuales no constituyen servicios a partir de mercancías corrientes, ya que son de naturaleza cultural, y ello autoriza a adoptar disposiciones particulares respecto a ellas.

La fragilidad del compromiso se comprobó unos meses después de los acuerdos del GATT, en el marco de la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico (OCDE), que reúne a una treintena de países más desarrollados. Se produjeron nuevos enfrentamientos en torno al Acuerdo Multilateral sobre la Inversión (AMI), que confirmaron la dureza de las posiciones de las dos partes presentes. El proyecto de la OCDE era menos global pero tan liberal como el del GATT: se trataba de permitir a las empresas de los distintos Estados miembros que invirtieran libremente en los otros países miembros sin un trato preferencial a las empresas locales. Todos los sectores de la economía, sin excepción, tenían que estar abiertos a los inversores. Los adelantos, los préstamos con intereses preferenciales, las desgravaciones fiscales así como todas las demás políticas nacionales de apoyo a la producción se debían abandonar. El AMI, al contrario que el GATT, principalmente preveía sanciones financieras para los Estados recalcitrantes. Aplicadas al cine y a la televisión, las normas del AMI habrían significado, por lo tanto, el final de las diferentes políticas culturales y de los mecanismos de apoyo de los Estados europeos y del Canadá. Los acuerdos del AMI fracasaron tras una fuerte removilización de los profesionales y de las personalidades políticas. Algunos países opusieron una fuerte resistencia a estos acuerdos y seis países miembros (Bélgica, Canadá, España, Francia, Grecia e Italia) obtuvieron la exclusión de los bienes culturales del acuerdo.

2. Los distintos tipos de movilización en el año 1993, y desde entonces

Desde 1993, librecambistas y excepcionistas se han mantenido en sus posiciones. Entre los distintos bandos, los argumentos se han afinado en lo que se refiere a algunas dimensiones. Estos argumentos alimentan los

debates diplomáticos y públicos, con un cierto endurecimiento. Y es que más aún que la relación entre arte y dinero, la excepción cultural toca problemas identitarios profundos, que enfrentan a Estados Unidos y Francia (Frau-Meigs, 2001). Desde 1993, se ha producido un cierto cambio, con la doble toma de conciencia que la mundialización se hace a través del mercado pero que también tiene que pasar por una visión de la sociedad. En este nuevo contexto, la excepción representa no tanto el combate entre dos hegemonías (la norteamericana contra la europea) sino la necesidad de distinción y de afirmación de puntos de vista minoritarios y regionales sobre la identidad, que afectan al conjunto de los países del planeta.

El debate se caracteriza por el choque de dos conjuntos de argumentos que se oponen y se declaran incompatibles; se basan más en profesiones de fe que en datos contrastados, con postulados de partida antagónicos que se refieren a temas de civilización. El discurso de la diversidad se opone al discurso de la prosperidad mediante el progreso técnico. El rechazo a la uniformización de los contenidos y de las normas se opone al rechazo al proteccionismo nacionalista. Todo esto en torno a un objeto común, el cine, y en nombre de la libertad, que es el valor básico compartido y reivindicado por los dos bandos, lo cual hace que a veces sus argumentos sean reversibles y pueda entrecruzarse el espectro de su incoherencia y el riesgo de disolución de estos argumentos.

2.1 La movilización diplomática: ¿un diálogo de sordos?

En ambos casos, los posicionamientos han sido extremos, sin duda con el fin de poder dar lugar a la discusión y eventualmente al compromiso. Al margen del acceso de su producción al mercado europeo, el objetivo de los norteamericanos en 1993 era doble: hacer pesar una amenaza creíble sobre los países que practican las ayudas públicas y privadas, como Francia y Canadá; presionar a los otros países, como los países en transición de la Europa del Este o los países asiáticos, para que no adopten este tipo de política. Respecto a la Europa Occidental, los Estados Unidos sin duda se hubieran dado por satisfechos con la instauración de una fase transitoria de supresión de las ayudas, es decir una promesa de "congelación" de las

prácticas en curso (Gournay).

En el ámbito diplomático, su estrategia consistía en tratar bilateralmente, discriminando entre los países. Apuntaban, pues, a diferentes tipos de países: Francia y Canadá por sus cuotas basadas en una política pública declarada; los otros países de la Unión Europea que seguían la directiva "Televisión sin fronteras"; los otros países del GATT susceptibles de imitar a Europa. Su oposición tenía, por lo tanto, un valor disuasivo principalmente para aquellos países que quisieran ser aceptados en la OMC, como los de la Europa del Este y de Asia (principalmente China), dos zonas de mercado que interesan a los Estados Unidos por la ausencia de industrias nacionales de cine y de audiovisual capaces de hacer la competencia a Hollywood. Con un maniqueísmo rotundo tildaron de mal absoluto todas las ayudas nacionales para la producción y la difusión. Tomando a Francia y Canadá como chivos expiatorios señalaron con el dedo las cuotas diciendo que eran el peor ejemplo de mala práctica comercial, un ataque a la libre competencia y una perversión de la libertad de expresión.

Los objetivos de los europeos y los canadienses, por su parte, consistían en hacer pasar el mensaje que no se oponían a la liberalización del mercado (contrariamente a lo que avanzaron los medios de comunicación) sino que la liberalización no se podía hacer sin tener en cuenta las distintas velocidades regionales y las expectativas nacionales. Su oposición tenía un valor demarcativo. En el terreno económico, se trataba de protegerse de la invasión demasiado fuerte y demasiado rápida de productos cinematográficos y audiovisuales norteamericanos. En el ámbito político, se trataba de afirmar la propia autonomía y la propia diferencia respecto a los Estados Unidos. Al discurso maniqueo norteamericano, los europeos contrapusieron un discurso del matiz, en el cual el audiovisual y el cine, en tanto que arte más que en tanto que industria, pueden encontrar un espacio derogatorio de la exclusiva ley del mercado.

Los europeos se querían mostrar dispuestos a la negociación pero no a aceptar las condiciones draconianas exigidas por los norteamericanos. El contenido de las concesiones varió según los países, en el seno mismo de la Unión, ya que mientras que algunos tienen fórmulas de ayudas complejas y variadas, otros las tienen simples y no

declaradas. Se trataba de evitar que se acentuaran las diferencias dentro de la Unión, de aquí deriva la prudencia de los Estados miembros y el mantenimiento de una cierta ambigüedad sobre la noción de excepción (y la propuesta de fórmulas alternativas como la especificidad o la exención).

De hecho, los objetivos europeos son simétricos a los objetivos norteamericanos: competitividad internacional, balance comercial, preservación de lugares de trabajo, desarrollo de las industrias culturales, descentralización de los medios de producción artística. No deja de ser irónico que los Estados Unidos hayan sido los únicos tenedores de estos argumentos durante mucho tiempo; de repente aparecían como los tenedores de una posición dominante a defender, razón por la cual han alimentado un cierto antiamericanismo, dando la impresión de que negaban a otros aquello que se permitían a ellos mismos. La única disimetría —aunque bastante importante— es que para los europeos, el punto de partida es sociocultural mientras que para los norteamericanos es económico. Estas posiciones a priori sobre la naturaleza de las producciones mediáticas oponen irreductiblemente a los defensores del cine en tanto que bien cultural con aquellos para los que se trata exclusivamente de un bien mercantil. Para los franceses (y en menor grado para los europeos) existe una separación entre esfera cultural y esfera mercantil, cosa que niegan los norteamericanos, rechazando iniciar el debate desde el terreno de la cultura.

2.2 La movilización de la opinión pública: una cuestión de identidad

La opinión pública francesa y europea se ha comprometido en el terreno de la cultura donde la fórmula de "la excepción" ha tenido un gran impacto mediático ya sea para desacreditarla, o para ensalzarla. Han contribuido al debate distintos tipos de actores, como los dirigentes de empresas vinculadas a los medios de comunicación, las organizaciones sindicales y profesionales (ADAMI, SACD, PROCIREP, etc.), los políticos, los intelectuales, etc. Los posicionamientos han sido muy marcados, y las oposiciones vivas, tanto en el momento de la negociación como largo tiempo después.

Los excepcionistas, con portavoces como Jack Lang o Daniel Toscan du Plantier, hacen valer un cierto número de

derechos: la lógica del mercado por si misma no puede garantizar la diversidad; los medios de representación de la identidad de un país no se pueden dejar a un tercero; la defensa del pluralismo es una forma de defensa de la libertad de expresión; las obras de la mente no son una mercancía cualquiera; cada pueblo tiene derecho a su propia cultura; la libertad de creación tiene que ser plural y pluralista. Por la vía de la consecuencia, determinados derechos incumben a las naciones: los poderes públicos tienen el deber de reequilibrar los extremos del mercado; los Estados están habilitados para proteger a las industrias mediáticas por el hecho de que corren riesgos financieros más importantes; las medidas de discriminación positiva (como las cuotas) ayudan a superar el hándicap nacional ante Hollywood.

Los librecambistas, principalmente por boca de Jack Valenti, presidente de la muy poderosa Motion Pictures Association of America (MPAA), emiten críticas más dictadas por el pragmatismo de la lógica económica: la excepción es una aproximación elitista y que pertenece al pasado; el proteccionismo es una contravención a la libertad de expresión y de consumo; la influencia del Estado en la cultura no crea el talento y niega el arte; la excepción favorece el desarrollo de una mentalidad de asistidos de la creación, constituye un obstáculo a la competencia y una perversión del mercado; el rechazo a la reducción de costes amenaza la mejora del nivel de vida del conjunto del planeta; la ineficacia del proteccionismo lleva al malgasto de los fondos públicos; el determinismo tecnológico convertirá en caducas todas las políticas nacionales por efecto de la digitalización (que inevitablemente provocará la diseminación de los productos norteamericanos).

Desde 1993, debido a la presión de la opinión pública, la identidad nacional se ha situado en el centro del debate de los excepcionistas, con una evolución semántica (y diplomática) de la noción de excepción hacia la noción de diversidad: los medios de representación y los elementos del imaginario se han presentado como las herramientas para hacer que una nación se conciba a si misma y para garantizar su cohesión social. Las obras audiovisuales y cinematográficas contribuyen a la socialización de los individuos en su cultura; la aculturación sólo con producciones norteamericanas no puede responder a esta necesidad de enraizamiento identitario. El debate se sitúa,

pues, no tanto en la calidad de la producción artística —la percepción de la excepción como una oposición entre la cultura alta gama (francesa) y la cultura popular de baja gama (norteamericana) — sino en la necesidad de una toma en consideración de las necesidades de inserción de la población nacional (un punto avanzado por los canadienses más que por los franceses).

El argumento más fuerte a este respecto es el de la diversidad cultural en tanto que contrafuego ante la homogeneización de las visiones del mundo en una única visión, la de la dominación norteamericana, que borra las asperezas nacionales, el pluralismo de los puntos de vista, y favorece el mínimo común denominador entre los gustos de los jóvenes, la población a la cual apunta la política del ocio de los Estados Unidos, principalmente a través del cine y de las series televisivas (Frau-Meigs 2003a). Otro argumento que gana terreno es el que favorece el desplazamiento semántico de la noción de excepción hacia la de diversidad: incita a los Estados Unidos (y a la Unión Europea) a dar apoyo dentro del propio territorio a las culturas minoritarias no reconocidas hasta el momento, ya sea a las regiones (caso de Cataluña en España), ya sea a la de las antiguas colonias (caso de el Reino Unido con sus minorías indias y caribeñas, o de Francia con sus minorías magrebíes y africanas).

Los librecambistas responden a esta política de la identidad denunciando un nacionalismo temeroso y retrógrado, próximo al chovinismo y al aislamiento cultural, que sólo puede condenar un país al declive. Más sutilmente, emiten la sospecha de que una cultura con vivacidad no necesita defenderse: si lo hace, entonces es un reconocimiento de debilidad, o sea, de impotencia. El argumento nuevo por su parte consiste en avanzar que la excepción es un obstáculo para la expansión internacional de las producciones nacionales (principalmente francesas). Eso explica el último lance imprevisto que constituyen las declaraciones de Jean-Marie Messier, entonces presidente del grupo Vivendi Universal, en diciembre de 2001, en Nueva York : "The Franco-French exception cultural is dead". A lo cual añadió su propia definición de la diversidad: "Estamos en un periodo de diversidad cultural. ¿Qué quiere decir eso? Quiere decir que tenemos que ser globales y nacionales a la vez. Actualmente el interés de Vivendi es tener una presencia fuerte en el mercado norteamericano

asi como tener Canal-Plus y Studio Canal como pilares de la industria cinematográfica francesa" (*New York Times*, 17/12/2001).

La controversia en torno a las palabras de Messier señala claramente el problema de la evolución semántica de excepción hacia diversidad: a largo plazo puede provocar un debilitamiento de las posiciones excepcionistas. Con todo, presenta la ventaja de desterrar la impresión de elitismo y desvía la crítica: ya no es sólo Francia quien impide que funcione la OMC, sino que Hollywood impide la expresión de la diversidad cultural de todos los demás países del planeta.

3. La aplicación de la "excepción cultural" (cine y televisión)

Si los dos bandos han estado enfrentados a nivel del discurso, también lo han estado a nivel de las acciones y de las soluciones adoptadas. Hacer de la economía o de la cultura un medio o un objetivo, es una manera de absolverse y de penetrar mejor en el territorio del otro y (con)vencerlo. La "excepción cultural", desde este punto de vista, acaso es más la "invención" de una diferencia irreducible que no una oposición real, en el sentido que los términos del debate siguen siendo los mismos y reflejan tensiones internas de la situación occidental: la mundialización es una americanización y una occidentalización del mundo. La mundialización es reveladora también del funcionamiento del mercado cuando se le deja solo: una tendencia al duopolio, con dos entidades asimétricas en términos de fuerza pero que se pueden ofrecer una cierta resistencia y eso mismo justifica el sistema en su totalidad. Paralelamente a los HHMMS y a su funcionamiento internorteamericano (Harvard contra Stanford, Hollywood contra Broadway, McDonald's contra Burger King, Microsoft contra Apple), la Unión Europea se presenta como la segunda entidad asimétrica del duopolio EU/UE.

Tal vez la profundidad de la asimetría debe buscarse en un pasado histórico en el que se tomaron opciones muy concretas. Lo que tensa el conflicto son las políticas culturales instituidas por los Estados-nación después de la Segunda Guerra Mundial (en algunos casos antes, como en el Reino Unido). Con el declive del mecenazgo privado, los

poderes públicos asumieron el apoyo a las artes, practicando la política del "Estado-mecenas" (Gournay 17), que se debe poner en paralelo con el Estado-providencia o del Bienestar. Esta política indica una debilidad dentro del mercado: el público no puede, por si solo, subvenir a los gastos de las artes y de los espectáculos. Y más concretamente, este es el caso de las obras contemporáneas.

La dimensión escondida de la "excepción cultural" aparece entonces claramente: no se trata tanto de la conservación de patrimonios adquiridos, sino que de lo que se trata mayormente es de poner en valor lo contemporáneo. Lo que está en juego fundamentalmente es la defensa y la promoción de las artes contemporáneas, la vitalidad de las cuales es esencial para la dinámica futura de una cultura. Una interrupción en el proceso de creación artística, por reducido y local que sea, hace saltar a toda una generación de creadores y deshabitúa a una generación de público de los rituales de ir al cine o de asistir a espectáculos nacionales o internacionales. En ese sentido, el ejemplo de Alemania e Italia, países en los que se redujo la producción cinematográfica en los años 1980-1990, es muy llamativo.

Los peligros de un vacío cultural de estas características son bien conocidos: por un lado, la anomia mal vivida, por el otro, el repliegue identitario temeroso y sectario. (Wieworka). En ambos casos, se instala un malestar en el vínculo social de un país. En este sentido, el debate sobre la excepción cultural es un debate fecundo, si no se vive como una regresión o una perversión sino como una prueba de salud y de voluntad de reanimación. Este debate ha tenido el mérito de hacer pensar lo contemporáneo y de obligar a los países europeos a emprender una democratización de su concepción de la cultura, considerándola menos como una producción de alta gama y más como una creación federadora del conjunto de la población.

3.1 La panoplia de las políticas de ayuda a la cultura

Uno de los efectos secundarios interesantes del debate ha sido prolongar la democratización de la cultura, un proceso iniciado con la apertura ampliada al gran público de los museos y de las bibliotecas y ahora aplicada al cine y al audiovisual (con recientes extensiones hacia la edición y el disco). Los gobiernos europeos integraron tardíamente

las industrias de la imagen, analógica y digital, a sus estrategias culturales. Los hábitos de consumo del gran público se tomaron en consideración sólo a partir de los años 1980, en parte porque los sistemas audiovisuales eran monopolios del Estado que tan sólo se cuestionaron con la introducción de la competencia privada. La interdependencia entre producción cinematográfica y audiovisual también creció durante este período, dado que la televisión ejerce de socio capitalista y a la vez representa un mercado secundario de difusión del cine.

Desde entonces se han hecho esfuerzos para mejorar los programas de radiotelevisión y para utilizarlos con finalidades culturales, esperando que repercutan en la apreciación de las otras artes, prueba de ello es la creación de la cadena franco alemana, Arte. Casi en toda Europa (incluida la Europa Central y Oriental con países como Eslovenia, Chequia, Hungría) se han mantenido o se han instaurado políticas culturales para preservar un núcleo de producción nacional de cine. Ha habido ayudas automáticas y ayudas selectivas surgidas de fondos públicos, incluso en países fuera de la Unión Europea ampliada, como Noruega o Suiza. En Francia la última ayuda consistió en obligar a las compañías de televisión (públicas y privadas) a subvenir la producción nacional mediante la reinversión de una parte de sus beneficios en la producción de películas o en pre-compras de cara a la difusión.

Al lado de todas estas ayudas nacionales, la gran innovación de los años 1990 es la intervención de las instancias federales europeas en la política cultural. Las instituciones europeas se movilizaron para favorecer la descompartimentación del mercado común y darle unas dimensiones más viables. La Unión Europea renovó su directiva "Televisión sin fronteras" en 1997 manteniendo las cuotas, y la revisión de la que fue objeto en el año 2002 las ha legitimado nuevamente no sin algunas tensiones internas. También se han establecido instancias federales de compañías audiovisuales de servicio público, cuya misión redefinida es la protección del pluralismo y de la diversidad cultural. Desde 1988, el programa Eurimages constituyó un fondo de apoyo a la realización de películas europeas en coproducción, que necesita la implicación de tres países como mínimo. Desde 1990, el programa MEDIA (medidas para estimular el desarrollo de la industria audiovisual) tiene el objetivo de proveer ayudas financieras

a los distribuidores con el fin de facilitar la circulación de las obras nacionales en toda la comunidad y fuera de la comunidad: ayuda a la traducción, doblaje, edición, subedición, copias, publicidad, relación con los difusores (salas y televisión), etc. Tras dos primeras fases (MEDIA I, 1991-1995 y MEDIA II, 1996-2000), el programa ya se encuentra en su tercera etapa (MEDIA III, 2001-2005).

Estas medidas se proponen poner en práctica las lecciones de la dominación norteamericana sobre el mercado de la producción así como de la difusión. Este dominio se explica en general por la producción industrial de Hollywood, con equipos múltiples que se forman en torno al proyecto único que es la película, lo cual permite la rotación de los equipos y de los talentos. Los bajos costes de la exportación se deben a la rentabilización del programa en un mercado doméstico fuerte de 260 millones de habitantes. La existencia de colecciones fílmicas y de una política de catálogos (sobre todo en torno a las series televisivas, planificadas al menos a tres años vista) también es muy atractiva para los difusores de las cadenas de televisión. Además, el cine se beneficia de una red de distribución internacional construida a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, cuando Europa se recuperaba dificultosamente de sus heridas y perdía el control de los flujos de imágenes.

3.2 Situación actual de las industrias culturales: una reanimación real pero por confirmar

3.2.1 Lado europeo

Los frutos de las políticas culturales instauradas al principio de los años 1990, llegan a la madurez un decenio más tarde, habiéndose producido un punto de inflexión hacia 1995, como si la crisis del GATT hubiese estimulado el fervor de los excepcionistas. El balance reciente muestra una fuerte subida de la producción fílmica europea, aunque sigue mitigado en parte a causa de la crisis económica y del estallido de la burbuja especulativa de los dot.coms, que se habían dirigido en alguna medida hacia estrategias de ocio y de entretenimiento. Parece que el cine se beneficie mayormente de la excepción cultural que la televisión, lo cual se corresponde con su estatus privilegiado en Europa y particularmente en Francia.

Respecto al cine, la producción de películas en la Unión Europea está en alza desde 1995 (625 películas en el año 2001). El crecimiento del volumen se debe principalmente a Francia, seguida de Alemania y de España. En Francia la reanimación se produce en el ámbito de las películas llamadas de "iniciativa francesa", ya sea totalmente, o mayoritariamente producidas por Francia. El crecimiento español se explica principalmente por las coproducciones mayoritariamente españoles. La bajada del Reino Unido es debida al declive del número de producciones con capital norteamericano rodadas en territorio británico. La producción en Europa Central y Oriental (países en vías de integración a la Unión Europea) también fue positiva; en el año 2001 los volúmenes más importantes se registraron en Polonia y Rumania.

En cuanto a la difusión, el número de pantallas no ha cesado de aumentar desde 1995, sobre todo en España y en el Reino Unido; pero no es así en Europa Central y Oriental a pesar del impacto creciente de la construcción de multisalas. Respecto a la afluencia de público, se ha incrementado fuertemente (más del 10% en 2001), sobre todo en Alemania, en Francia y en España. Los países de la Europa Central y Oriental también conocieron índices de crecimiento significativos (Chequia, Hungría), o impactante (40% en Polonia). El público tiende a tener preferencia por las producciones locales, cosa que hace aumentar las partes de mercado nacionales (41% en Francia y Polonia, 19% en Italia, 18% en Alemania y España). Por contraste, la parte de mercado de las películas norteamericanas ha bajado a 64%, el nivel más bajo desde 1995, mientras que la parte de mercado de las películas europeas es del 32% de media, en fuerte progresión, debida parcialmente al aumento de afluencia de público a las películas europeas fuera de sus mercados nacionales. El Reino Unido, sin embargo, se mantiene como el mayor exportador europeo de películas, principalmente por razón de las coproducciones con los Estados Unidos. Paralelamente, la afluencia de público de películas europeas en Estados Unidos mismo ha aumentado de aproximadamente un 37% en un año (gracias sobre todo a películas españolas y francesas).

Las ayudas públicas a la industria europea han aumentado de aproximadamente un 13% entre 2000 y 2001, el importe de las ayudas entre 1997 y 2001 creció de aproximadamente un 45% (es decir 10 % de crecimiento anual).

Sólo Francia representó más de una tercera parte de las ayudas totales y los cinco mercados principales (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España) dieron aproximadamente el 80% de las ayudas distribuidas. Desde 2000, los franceses ven que el cine les produce un rendimiento. Más de 190 millones de billetes, en relación con los 150 millones de los años 1990, con más del 50% de películas francesas en el *box office* (en relación con el 30 y 40% de los años anteriores). Incluso en el mercado norteamericano, las producciones francesas ingresaron 30 millones de dólares (comparados con los 6,8 millones del año 2000), con el éxito de películas como *Amélie* (Jean-Pierre Jeunet), *Closet* (Francis Veber), *Under the Sand* (François Ozon), *Widow of Saint-Pierre* (Patrice Leconte), etc.

Respecto a la televisión, las tendencias del mercado muestran que la propensión a difundir obras europeas (nacionales o no) es muy variable según las cadenas (las cadenas temáticas experimentan dificultades en respetar sus objetivos de programación). Cuando cumplen sus cuotas de obras europeas, la mayoría de cadenas lo consiguen gracias a la difusión de obras nacionales: la ficción nacional ocupa las casillas principales de las horas de gran audiencia (*prime-time*), lo cual parece que se corresponde con la expectativa identitaria del público. Los programas norteamericanos ya no ocupan la posición privilegiada que ocupaban en los años 1980, pero se mantienen muy presentes si se consideran las parrillas de programación en conjunto. Desde 2000, el volumen horario de las importaciones de ficción norteamericana va a la baja, pero parece que se compense con una subida de la difusión de las coproducciones internacionales. La programación de las nuevas cadenas temáticas tiende a favorecer la programación de obras norteamericanas. Sobre todo ha provocado una inflación de los costes de adquisición de los derechos televisivos en beneficio de los difusores norteamericanos: han pasado de 1.700 millones de dólares anuales en 1993 a 4.400 millones en 2000.

La circulación europea de las obras (tanto si se trata de la ficción televisiva como de obras cinematográficas) entre países europeos se mantiene débil, casi inexistente (en particular en el Reino Unido). El fenómeno más sorprendente en términos de europeización de la programación es el éxito de los formatos de juego, una misma fórmula puede ser adaptada a una situación nacional (el caso de *Big*

Brother de la compañía holandesa Endémol es histórico) Si bien es verdad que estas adaptaciones funcionan para los programas de flujo, en lo que respecta a los formatos de ficción no funcionan tan bien, incluso si han tenido éxito en el país de origen. La difusión de obras procedentes de los países de la Europa Central y Oriental prácticamente no existe.

En cuanto a la situación financiera del sector audiovisual, la emergencia del sector europeo de producción independiente sigue siendo un objetivo difícil de alcanzar. La integración vertical tiende a ser la norma, con más de la mitad de las cincuenta primeras empresas europeas de producción de programas de televisión (excluyendo la producción cinematográfica) fuertemente vinculadas a empresas de difusión. Si bien es verdad que sus ingresos han pasado de 6.500 millones de euros en 1997 a 10.400 millones en 2000, sus márgenes tienden a reducirse (el margen de beneficio cayó del 4,4%, en 1997, al 3,2% en 2000). El deterioro de las finanzas afecta particularmente a la producción de ficción televisiva situada a un nivel próximo al de la producción cinematográfica o de la producción de animación donde los márgenes de beneficio están estancados alrededor del 0%. Además, existe el riesgo de que la crisis del mercado publicitario y de los productos digitales tenga repercusiones en las empresas de producción y haga el juego a las expectativas norteamericanas en la materia.

Se confirman varias tendencias en relación con la "excepción cultural", aunque se hace difícil evaluar la eficacia de su aplicación en el conjunto de los países de la Unión Europea: la preferencia nacional e identitaria cuando la producción lo permite (lo cual legitima un poco las cuotas), la emergencia de una producción en los países de la Europa occidental (principalmente España), también en la Europa ampliada y fuera de la Unión Europea (que señala un semi fracaso de la política de disuasión diplomática norteamericana), la condición privilegiada del cine respecto al audiovisual (que refleja las preferencias de la excepción cultural). La posición de excepción francesa se mantiene, incluida su voluntad de protección del cine mundial: la financiación de las películas extranjeras por parte de los franceses se lleva a cabo sin exigencia de idioma y dejando el control de la creación a los realizadores (David Lynch, Pedro Almodóvar, etc.), contrariamente a los norteamericanos, que parecen más proteccionistas sin que

ello signifique que protegen a sus artistas. Pero la relativa negligencia francesa respecto al sector audiovisual, aun siendo socio capitalista y vector de difusión, genera inquietud en lo que se refiere a la defensa de la diversidad y del pluralismo tanto en Francia como en Europa.

Con todo, la bajada de las importaciones de películas norteamericanas o inglesas en correlación con una cierta subida de las coproducciones con Hollywood puede anunciar una tendencia a la larga: un maquillaje de diversidad para una empresa de homogeneización más sutil o subrepticia. Si las películas de acción son las dueñas del mercado, sea cual sea el país de producción, las otras películas deben apuntar a audiencias específicas de nicho sociológico o de nacionalidad. Los franceses y los europeos se quieren posicionar en este doble mercado con compromisos que pueden significar opciones estilísticas, rítmicas y narrativas inspiradas de las fórmulas norteamericanas. La cooperación internacional encuentra pocas estrategias para eludir a los Estados Unidos, siempre en el punto de mira por las dimensiones y la riqueza de su mercado. La debilidad de la aproximación europea o francesa proviene de la ponderosidad de los acuerdos múltiples y plurales (los proyectos europeos exigen la colaboración de tres Estados o más). La pobreza de los intercambios entre los cines nacionales, inclusive los norteamericanos, contrastándolos con los que pudieron tener lugar en los años 1960-1970 entre Francia, Italia y Alemania, es espeluznante.

3.2.2 Lado americano

Parece que el trato que reservan los Estados Unidos a la cultura sea la indiferencia, pero no es en absoluto así. Contrariamente a las ideas recibidas —y cultivadas por los mismos norteamericanos—, los Estados Unidos practican un fomento del mecenazgo que es un híbrido entre apoyo privado y público: las ventajas fiscales que van asociadas a las fundaciones o a las donaciones son ayudas públicas disfrazadas de desgravaciones o de exenciones de impuestos. Así es como el cine independiente sobrevivió hasta el final de los años 1980 (momento en que le fueron retiradas estas ventajas fiscales). Incluso en estas condiciones, tuvieron que crear a nivel federal, en 1965, *the National Endowment for the Arts*, el cual, financia poco el cine, es verdad, pero nunca lo excluye de sus ayudas (para

películas documentales de arte principalmente). Además, si sus prácticas culturales de cara a las artes no parecen pilotadas por el Estado federal, es que políticamente tiene poca vocación y legitimidad para hacerlo, pero no es el caso de los Estados federados y de las comunidades locales, que son los eslabones fuertes de la identidad cultural norteamericana. Las prácticas de ayuda a la cultura existen, pero están descentralizadas y no son objeto de un inventario sistemático y medible a escala nacional. Los ayuntamientos (Los Angeles, Nueva York, Denver, Filadelfia, Chicago, etc.) son más activos en la acción cultural, con la ayuda, sin embargo, de agencias federales suficientemente escintiladas para pasar desapercibidas, o para parecer casi invisibles, sobre todo porque Hollywood tiende a acaparar la atención general.

Ideológicamente hablando, desde el final del segundo conflicto mundial, los Estados Unidos han sostenido una guerra cultural en dos frentes: la difusión de propaganda simbólica a través de sus ficciones mediáticas, y la revolución de la información como mito contemporáneo de la autonomía total, según el cual ya no habría historia, ni relación entre el mundo del trabajo y el mundo del capital. Expresiones inofensivas como "free flow of information" o "freedom of the press" son, de hecho, palabras en clave para expresar la importancia vital que tiene para los norteamericanos exportar sus productos culturales (Schiller). A partir de 1946, bajo los auspicios de William Benton (subsecretario de Estado), buscan favorecer la expansión de sus agencias de prensa, de sus películas y de sus medios de comunicación en tanto que sendas herramientas estratégicas de su política extranjera. La asistencia material facilitada a muchos países después de la guerra les ayudó a imponer su presencia sobre el terreno, mientras que Europa se retiraba de sus colonias. Esta presencia se reforzó con el establecimiento de todas las grandes instancias internacionales que rigen la globalización: las Naciones Unidas, el Fondo Monetario Internacional, la OTAN y el GATT. Estas instancias tienen miras universalistas pero también pueden ser instrumentalizadas para hacer avanzar los intereses norteamericanos y a la vez servir determinados intereses nacionales, poco dados a girarse en contra de los Estados Unidos, país que les provee de bienes de consumo corriente y de consumo cultural a bajo precio (Joffe).

Consiguientemente, el Estado federal se mostró muy intervencionista en el sector de los medios de comunicación y de la información, tal como ilustra la política manifiesta de construcción y de lanzamiento de satélites de comunicación y de vigilancia. Las industrias del entretenimiento forman parte de la economía política norteamericana, y el argumento comercial que subyace en su rechazo a la excepción se debe analizar teniendo en cuenta el enorme déficit comercial norteamericano: el cine es el segundo producto de exportación (después del armamento), constituye un punto sensible, tanto para los demócratas como para los republicanos. Para evitar la financiación mediante el impuesto, el desarrollo del comercio exterior continua siendo la solución menos onerosa para los norteamericanos políticamente y financieramente hablando. Es una cuestión de mantenimiento del empleo y del nivel de vida de la nación (y de la financiación de sus planes de defensa, tanto en los tiempos de la guerra fría como en los tiempos del terrorismo frío actual). Aunque parece que los capitales cambian de nacionalidad con las multinacionales, los productos continúan sometidos a las normas norteamericanas. El riesgo de pérdida de hegemonía económica respecto al sudeste asiático, ya experimentado, crea una amenaza que sólo puede ser contraatacada por una aculturación simbólica llevada a cabo por los productos audiovisuales y por una política de disuasión respecto a las tentaciones de la "excepción cultural".

Los Estados Unidos también anticiparon los desarrollos tecnológicos que estaban por llegar para mantener sus miras hegemónicas. Se consintieron ayudas financieras enormes por parte del Estado federal (Pentágono y NASA) encaminadas a la investigación y al desarrollo en materia de informatización y de digitalización, que son los fundamentos de la sociedad de los servicios en curso de evolución. De alguna forma los norteamericanos también "excepcionalizaron" la información, según su propio sentido del excepcionalismo, que es una forma de elección, de predestinación, de cumplimiento de su destino universal. Eso les permite crear la ruptura con el pasado y objetivar relaciones de dependencia que, por otro lado, son reales (Frau-Meigs 2003b). Sin negar los poderes de transformación de la sociedad de la informática, no se tienen que olvidar tampoco las continuidades culturales que induce en sus usos. Así Joseph S. Nye, subsecretario de Defensa del

gobierno Clinton, considera que los Estados Unidos están bien posicionados para la dominación mundial en el siglo XXI porque tienen el control de los recursos *hard* y *soft* gracias a la información (Nye ; Nye y Owens).

El Estado federal sitúa bien a las telecomunicaciones y a las nuevas tecnologías en sus estructuras históricas de dominación, de vigilancia y de control, sean cuales sean las tendencias políticas de sus dirigentes. Así es como, fue bajo el gobierno de Clinton que tuvo lugar la crisis de la excepción cultural, y también fue durante su mandato que se votó la ley de las telecomunicaciones de 1996. Esta ley tenía por objeto facilitar las convergencias entre empresas de medios de comunicación y de informática de cara a la competencia internacional. La aplicación de la ley implicó retirar las leyes anti trusts para el sector del cable o de la telefonía; suprimir las compartimentaciones entre producción y difusión con el fin de favorecer una competencia más amplia; autorizar las interpenetraciones de mercados, etc. Los últimos desarrollos de esta ley provocaron la convergencia de las multinacionales y el control de toda la cadena industrial del entretenimiento (producción, realización, desarrollo, distribución, exportación, etc.) por parte de cinco grandes grupos: AOL-Time Warner, Disney, Microsoft, General Electric y Westinghouse (Miller ; Frau-Meigs 2001).

La crisis de las dot.coms, aún con sus perturbaciones, contribuyó, sin duda, a la consolidación y al reforzamiento del sector. Esto puede explicar el cambio de actitud de los librecambistas, principalmente en la persona de Jack Valenti, que presenta una línea menos dura ante la excepción cultural y dice que ya no se opone a la existencia de subvenciones ni a la directiva europea "Televisión sin fronteras". Los librecambistas consideran que la expansión de Internet en Europa hará completamente obsoleto el sistema de cuotas: a los europeos, incluidos los franceses, ya no les hará falta acudir a las salas para ver las películas que escojan, estas películas estarán disponibles y se podrán descargar en sitios web dedicados a esto, y la gran mayoría serán norteamericanos. Según ellos, los días de la excepción cultural están contados.

La expansión de las nuevas tecnologías deja abierto el riesgo de la inutilidad de los dispositivos jurídicos. Lo único que existe es la directiva "Televisión sin fronteras", la cual, por otro lado, es poco vinculante. El vacío jurídico

existente en torno a la "excepción cultural" quizás es sólo una moratoria. Los instrumentos de represalia norteamericanos existen, pero prefieren contornear la excepción, principalmente mediante el crecimiento de las coproducciones transatlánticas, ya que no les interesa aparecer como los malos de la historia. En cuanto a los europeos, intentan invertir en las corporaciones norteamericanas (como en el caso de Vivendi-Universal), apropiarse de las redes de distribución y trabajar en su estrategia de marketing y en sus mercados derivados, con resultados de éxito muy desiguales.

4. Propuestas para el futuro: para una visión positiva y constructiva

Sin subestimar estos desarrollos potenciales de Internet, y eventuales rebrotes tecnológicos y económicos, los excepcionistas pueden prever varias estrategias encaminadas a preservar la diversidad cultural. Estas estrategias implican a la vez un frente común de los "diversitarios" tanto en Europa como en otras regiones del mundo, un mantenimiento del diálogo con los Estados Unidos y una reflexión de fondo sobre el sentido de la cultura de las pantallas en la mundialización.

Sin embargo, la primera batalla es interna y consiste en deshacerse definitivamente de los reflejos conservadores y proteccionistas que traducen la "excepción cultural" en cultura de la excepción. Eso no quiere decir caer en la glorificación más o menos fatalista de un librecambismo perfecto. Eso implica una concepción de la diversidad que no despierte sentimientos nacionalistas de repliegue sino que suscite más bien la toma en consideración de la contemporaneidad, con la riqueza de su carácter inédito y prospectivo.

La crisis de lo político y de la identidad que golpea a los países europeos hace correr mucha tinta (Laidi). A menudo los análisis eluden considerar el papel de las pantallas, las cuales, ya forman parte integrante de la socialización de los individuos. De ahí que películas y programas norteamericanos generen expectativas y modelos cuyo impacto no está suficientemente calibrado por parte de creadores y políticas culturales; estas expectativas no son satisfechas por las producciones nacionales de base, ya que implican más circulación entre cultura de alta gama y cultura de baja

gama y más democratización tanto de los accesos como de los contenidos (Frau-Meigs 2003a). Y la paradoja con la que nos toca vivir es que el cine y el audiovisual son a la vez vectores de identificación y vectores de mundialización, creadores de identidad y grandes niveladores de las diferencias culturales. Lo que verdaderamente tiene que ayudar a luchar contra la uniformización potencial de los formatos y de las fórmulas es el pluralismo de los contenidos. Pero este pluralismo no puede ser arrinconado en una esfera cultural aislada de las otras porque sería condenarlo a desvincularse de lo real, de la evolución de lo contemporáneo y del genio propio de cada artista.

Si la cultura, como se dice a menudo, es la embajadora de un país, conviene que sepa defender su propia causa diplomática. Proyectar la propia imagen se convierte en esencial en este juego de influencias en el que la negociación substituye a la confrontación. Acaso ello consista en dar valor a espacios de redes transversales donde los individuos expresen lealtades múltiples (a su región, a su Estado nación, a su Estado federal), cosa que ya se produce en su realidad cotidiana sin que sus administraciones intervengan en modo alguno para modificarlo. Se trata de espacios portadores del bien común, que podríamos llamar "Zonas temporales de pertenencia compartida" girando la expresión de Hakim Bey que concibe las redes virtuales como "Zonas de autonomía temporal". Esto puede implicar un acercamiento al Reino Unido y apoyarse en países con culturas audiovisuales en desarrollo como son España e Italia. En estos casos las coproducciones fílmicas, como las de Canal+ con Pedro Almodóvar, pueden servir de cimiento cultural entre dos países con relaciones enturbiadas en el pasado. La maduración democrática de la Unión Europea (y su credibilidad política) tiene este precio simbólico. La "excepción cultural" vista desde este punto de vista no tiene precio, no tiene tasa, no hay índices de audiencia que valgan.

La constitución de un frente común presupone que la Unión Europea dé prueba de cohesión y se conceda una visión regional y reticular creíble que legitime sus acciones culturales y que se deshaga de sus aleatoriedades actuales. Ello no excluye una apertura progresiva de los mercados nacionales, paralelamente al desarrollo de la creación nacional. Los factores de evolución transnacional existen en toda Europa y más allá; el cine no puede no

dejarse captar por esta evolución y puede ser federador, es decir, fermento de europeidad, y producir una determinada forma de universalidad sin pretender la hegemonía mundialista. Conciliar diversidad y accesibilidad para todos podría tener la ventaja de hacer las producciones más exportables mundialmente, sabiendo que cualquier brutalidad en la materia puede convertirse en contraproducente. Los frutos de las medidas adoptadas en materia de "excepción cultural" actuarán durante varias generaciones, la de los responsables de la toma de decisiones actuales — alimentados con los programas norteamericanos— así como la de las jóvenes generaciones que suben —igualmente impregnadas como las de los mayores— que están llamadas a producir los ciudadanos y los creadores del mañana. La aculturación individual norteamericana se produjo a lo largo de medio siglo, no podría corregirse en un decenio (Frau-Meigs 2003a).

La generalización de prácticas estandarizadas y de hábitos de consumo cultural y técnico no se puede confundir, sin embargo, con un diseño universal donde las diferencias se pueden afirmar sin exclusividad. La excepción cultural propiamente no es exclusiva, participa de la evolución de la mundialización, pero intentando modificar determinadas características que se provén como una fatalidad. Frena un poco la falta de compromiso de los Estados en un proceso que, a pesar de intereses diversos, es un hecho en todos los países del planeta. En este sentido, Francia no habría podido imponer la excepción cultural sin la Unión Europea, y es que el modelo que emerge es claramente el de conjuntos regionales con polos de resistencia y de convergencia en tensión.

La otra gran acción de maduración consiste en convencer a los Estados Unidos de la necesidad de una apertura multilateral real, incluyendo su propio mercado. Los Estados Unidos no pueden prevalecer mucho tiempo más de su estatus hegemónico, sin correr el riesgo de crear las resistencias políticas, estratégicas y militares que el final de la guerra fría no había suscitado. Su política consistente en privilegiar el bilateralismo para incitar a los competidores a ceder ante sus concepciones de la reciprocidad, puede ser percibida como demasiado agresiva y puede incitar a otros países a dotarse de dispositivos equivalentes y a reforzarlos cuando ya existan. El riesgo de desolidarización es real como lo ha recordado la reciente crisis del 11 de

septiembre. Una argumentación susceptible de ser dirigida a los Estados Unidos tiene que mostrarles que puesto que han encontrado una virtud a su "excepcionalismo", como mínimo se tiene que respetar el de los otros. Una cultura universal no se puede crear sin el diálogo entre las culturas específicas; la especificidad no es sólo francesa, es italiana, alemana, catalana... e incluso norteamericana. De hecho, los norteamericanos han perdido alguno de sus géneros más específicos en la mundialización de sus *mass media*: el western, el slapstick, la comedia musical.

En términos de políticas culturales, el argumento de la excepción se les tiene que devolver: practicando únicamente el mecenazgo, toman por norma aquello que es su excepción. A escala internacional, uno solo, por muy poderoso que sea, no puede ganar contra todos. Y es que la norma de respetabilidad internacional se debe expresar con más igualitarismo entre unos y otros, en buena gobernación (governance). Con mayor motivo por el hecho de que la cuestión del antiamericanismo, se plantea con más agudeza en el contexto actual, donde no se puede ignorar las formas frías de resistencia que representan los terrorismos. En 1993, los norteamericanos podían tomarse la excepción cultural como un antiamericanismo francés o europeo. Desde 2001, el acercamiento de la Unión Europea y de los Estados Unidos en términos de defensa y de cultura democrática se presenta como una necesidad, con el mundo atlántico como zona de pertenencia compartida. La resistencia europea, y francesa, sólo se puede ejercer en el seno de alianzas negociadas con los Estados Unidos, inclusive si la tentación norteamericana es responder a la diplomacia de las alianzas con la de los intereses propios.

Francia no se queda atrás en materia de reticencias. Su tradición de centralización y de soberanía voluntarista del Estado en materia cultural se adapta mal a la gobernación (governance) y a la mundialización, que debilitan su posición dando más peso a los actores del sector privado y al individualismo de las iniciativas (Meunier). La consagración de la visión norteamericana del universalismo y el triunfo del pragmatismo y del utilitarismo no pueden más que incitar a los franceses a negarse a rendirse a un sistema de valores políticos que hiere su sensibilidad política. La integración europea y la creación de un frente común pueden ser vistas como un medio de resistencia si Francia consigue convencer a Europa para que se convierta en la abanderada de un

modelo de gobernación (governance) que respete las diferencias. Entonces podría oponer el multilateralismo real de la Unión Europea al unilateralismo consumado de los Estados Unidos. Es por eso que en las relaciones internacionales Francia se presenta como una tercera voz, y tiende a posicionarse como líder de la oposición a la mundialización hiperliberal. Hace de abogada no sólo de si misma sino también de los países en transición y en desarrollo.

La extensión de la excepción a otras regiones del mundo constituye, sin duda, la estrategia más hábil por parte de aquellos que buscan preservar la diversidad cultural. La crisis del 1993 excluyó a los países desfavorecidos de los debates, mostrando hasta qué punto la cuestión de la excepción no era en absoluto global sino occidental. No obstante, el mensaje francés comienza a encontrar aliados receptivos en Japón, en Brasil, en Marruecos, y e Corea, principalmente. Estos países presentan configuraciones parecidas, no se oponen a los beneficios de la mundialización pero rechazan que se lleve a cabo en detrimento de su cohesión interna, de su propia producción cultural o de su idioma. Queda un trabajo de sensibilización por hacer de cara a los países que no están convencidos de la necesidad de preservar su identidad cultural y mediática o que no disponen de los medios para hacerlo. Los problemas de desarrollo en las regiones de África, de América latina y de Asia establecen velocidades diferentes en las políticas culturales. Existe el riesgo de que estos problemas animen a los países miembros de estas regiones a eludir las reglas del GATT, cosa que puede conducir a los Estados Unidos a recurrir a un bilateralismo agresivo.

La experiencia francesa y europea puede servir de modelo a estas otras regiones. Por otro lado, el recuerdo de la crisis del 1993 ha llevado a Francia y el Canadá a tomar iniciativas para concretar la cooperación internacional en las industrias culturales. Eso implica intercambios más estrechos entre los gobiernos de distintas regiones del mundo, a través de la francofonía, por ejemplo (una cincuentena de países). Se tienen que dedicar líneas presupuestarias consecuentes a la coproducción y a la difusión internacional. Se debe dar estímulos a las empresas de cine y de televisión, favoreciendo las coproducciones y las redes de distribución alternativas.

A instancias de Francia y el Canadá, la UNESCO, cuyo objetivo es apoyar la cultura en los cinco continentes,

asumió la cuestión de la diversidad cultural. En 2001 elaboró una *Declaración universal sobre la diversidad cultural*, que reafirma el riesgo de que la mundialización desemboque en una uniformización de los servicios artísticos y culturales y reafirma también el derecho de todas las culturas a tener acceso a sus medios de expresión y de difusión, incluidas las técnicas más modernas como las redes digitales. El texto de orientación afirma que el mercado por sí solo no es suficiente para garantizar la diversidad y reconoce a los Estados Unidos el derecho a definir sus opciones de políticas culturales, es decir de promover sus servicios públicos de radiodifusión. El retorno de los Estados Unidos al seno de la UNESCO, anunciado en septiembre de 2002, puede volver a poner en cuestión esta declaración, salvo que sean sensibles a la retórica de las alianzas...

La UNESCO, principalmente mediante su programa Información para todos, también se plantea preguntas relativas a la transposición de la excepción cultural en el ciberespacio. Reflexiona sobre un *Proyecto de recomendación sobre la promoción y el uso del multilingüismo y el acceso universal al ciberespacio*, que incluye la preservación de un ámbito público mundial y tiene en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías en los países en desarrollo. Quizás la cuestión radica en vincular las industrias y las políticas culturales a las nociones de "bien común mundial" y de "interés general mundial" (Quéau). Esto implica preservar el carácter público de los medios de comunicación y de la información en el momento de su eventual paso a la digitalización, atribuyendo una misión renovada del Estado, no como instancia de control sino como garante de la diversidad y del pluralismo de los puntos de vista y de la creación.

Una nueva ronda de la OMC comenzó en noviembre de 2001. Es la Ronda de Doha (*Doha round*), inaugurada en la capital de Qatar, que relanza la cuestión de los servicios audiovisuales y cinematográficos. Allí se debatirán nuevamente los grados relativos de apertura y de proteccionismo; las reglas del juego de lo que será mutuamente aceptable por todos generarán nuevamente tensiones. ¿Los Estados sabrán ponerse de acuerdo para que este bien común que los trasciende pueda ver la luz? ¿Sabrán hacer de la diversidad su excepción?

Traducción del francés: Helena Cots

Bibliografia

- CONSEIL DE L'EUROPE. "Programme d'encouragement au développement, à la distribution et à la promotion des œuvres audiovisuelles européennes (MEDIA PLUS), 2001-2005". en *Journal Officiel* L 13 (17 de enero de 2001) <http://europa.eu.int/scadplus/leg/fr>
- CONSEIL DE L'EUROPE. *Livre Vert sur les options stratégiques pour le renforcement de l'industrie des programmes dans le contexte de la politique audiovisuelle de l'Union Européenne*. Bruxelles, 6 de abril de 1994.
- D'ANGELO, M.; VESPÉRINI, P. *Politiques culturelles en Europe. Une approche comparative*. Strasbourg: Editions du Conseil de l'Europe, 1998.
- FRAU-MEIGS, D. *Médiamorphoses américaines dans un espace privé unique au monde*. Paris: Economica, 2001.
- FRAU-MEIGS, D. "Les écrans de la violence: cinq ans plus tard, la question de l'acculturation". en LARDELLIER, P. (ed). *Violences médiatiques?* Paris: L'Harmattan, 2003a.
- FRAU-MEIGS, D. "Les Etats-Unis au miroir de leurs médias", Quaderni 50 (marzo 2003b).
- FRAYSSÉ, O. "Les nouvelles règles du commerce mondial: une mondialisation américaine?" en ESPOSITO, M-C.; AZUELOS, M. (eds). *Mondialisation et domination économique: la dynamique anglo-saxonne*. Paris: Economica, 1997.
- GOURNAY, B. *Exception culturelle et mondialisation*. Paris: Presses de Science PO, 2002.
- JOFFE, J. "Who is Afraid of Mister Big?", en *The National Interest*. Verano 2001.
- KING, A. D. (ed.). *Culture, Globalization and the World System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, University. of Minnesota Press, 1997.
- McCHESNEY, R. *Rich Media, Poor Democracy*. New Press: 2000.
- MÉLANDRI, P. et Vaïsse J. *L'empire du milieu*. Paris: Odile Jacob, 2001.
- MESURE, S.; RENAUD, A. *Alter Ego: les paradoxes de l'identité démocratique*, Paris: Aubier, 1999.
- MEUNIER, S. "The French Exception", en *Foreign Affairs* (julio-agosto 2000): 104-114 p.
- MILLER, M.C. "The National Entertainment State", en *The Nation*. 29 de mayo de 1885.
- MORIN, E. *Penser l'Europe*, Paris: Gallimard, 1987.
- MORLEY, D. "Cultural Transformations: The Politics of Resistance", en DAVIS, H.; WALTON, P. (eds). *Language, Image, Media*. Oxford : Blackwell, 1983.
- NYE, J. S. *Born to Lead. The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books, 1990.
- NYE, J. S.; OWENS, W.A. "America's Information Edge", en *Foreign Affairs*, marzo-abril 1996.
- OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL. *Annuaire 2002*, volúmenes 3 y 5. Strasbourg: Conseil de l'Europe, 2002.
- QUÉAU, P. *La planète des esprits. Pour une politique du cyberspace*. Paris: Odile Jacob, 2000.
- SAEZ, J.P. (ed). *Identités, cultures et territoires*, Paris: Desclée de Brouwer, 1995.
- SCHILLER, H. *Mass Communication and the American Empire*. New York : Augustus Kelley, 1969.
- UNESCO. *Conférence intergouvernementale de Stockholm sur les politiques culturelles pour le développement. Rapport final*. Paris: UNESCO, 1998.
- UNESCO. *La culture, une marchandise pas comme les autres?* Documento final. Paris: UNESCO, 1999.
- VENTURELLI, S. *Liberalizing the European Media*. New York: OUP, 1999.
- WIEVIORKA, M. *La démocratie à l'épreuve. Nationalisme, Populisme, Ethnicité*. Paris: La Découverte, 1993.
- ZAKI LAÏDI. *Un monde privé de sens*. Paris:Hachette, 1994.

La "excepción cultural" en la Organización Mundial del Comercio (OMC): la base de la política audiovisual en Cataluña

Ramon Torrent

■ *El artículo presenta, en primer lugar, qué es la OMC, en qué consiste la llamada "excepción cultural" y el tratamiento que recibe el audiovisual dentro de la OMC. Seguidamente, realiza un análisis sobre cuál es la participación de la Comunidad Europea y del Estado español en la OMC, así como el papel de Catalunya dentro de la misma. A continuación, se propone una reinterpretación o revisión de los acuerdos y el planteamiento de una estrategia a seguir. Para concluir, el artículo resume los puntos más importantes.*

Introducción

La llamada "excepción cultural" es la regulación que rige el audiovisual en los acuerdos de liberalización del comercio internacional, adoptados en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Comprende, entre otras disposiciones, una exención temporal en ciertas obligaciones de liberalización comercial del sector (de aquí su nombre).

Gracias a la "excepción cultural", se han podido mantener políticas activas de promoción y protección de la lengua y la cultura locales, desde lógicas no mercantiles. De este modo, la "excepción cultural" es la base de proyectos para impulsar el sector audiovisual europeo y catalán frente a la

invasión de contenidos audiovisuales norteamericanos. Políticas como los programas MEDIA de la Comunidad Europea o el establecimiento de cuotas de cine, televisión o canción europeos son algunos ejemplos ilustrativos. Estas políticas han permitido la creación y consolidación de un sector audiovisual europeo, agente transmisor de valores propios.

Gracias en parte a estas medidas, la evolución de la demanda europea de contenidos audiovisuales en los últimos años ha sido positiva. La ficción televisiva emitida en los principales países europeos (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España) en los últimos años ha pasado de ser mayoritariamente de origen norteamericano a ser en gran medida ficción de producción propia. En Cataluña, el ejemplo está servido por la sustitución de las preferencias por la serie norteamericana *Dallas*, emitida durante el lanzamiento de TV3 para atraer grandes audiencias, por la comedia de producción propia *Plats bruts*. Las diferencias culturales que implica este cambio son más que considerables.

1. Presentación de la OMC. ¿En qué consiste la "excepción cultural" y el tratamiento que recibe el audiovisual dentro de la OMC?

1.1. La OMC

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es una organización internacional surgida de la ronda de negociaciones iniciada en 1986 en Uruguay, en el marco del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, del inglés General Agreement on Tariffs and Trade). Además de la OMC y de un nuevo GATT, la Ronda Uruguay (1986-1993/94) también originó otros acuerdos, como el GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, del inglés General Agreement on Trade in Services).

Ramon Torrent

Catedrático de Economía Política de la Universitat de Barcelona

Director del Observatorio de la Globalización

torrent@eco.ub.es

1.2. El GATT

El GATT fue creado en 1945-47 como instrumento para evitar las «guerras comerciales» entre bloques capitalistas, que habían creado el caldo de cultivo de la Segunda Guerra Mundial y agravado la gran depresión de los años treinta. Estas guerras comerciales se libraban con dos tipos de medidas:

- Medidas monetarias (restricciones en los pagos internacionales y devaluaciones competitivas).
- Medidas directamente comerciales (restricciones en las importaciones y subvenciones a la exportación).

El objetivo del Fondo Monetario Internacional y su sistema de tipos de cambio era enmarcar y limitar la utilización de las primeras, mientras que el del GATT era hacer lo propio con las segundas.

Para conseguir su objetivo, el GATT establece dos principios básicos:

- el principio de multilateralismo y
- el principio de liberalización progresiva, a los que añade, entre otros, un conjunto de excepciones.

El principio de multilateralismo es un principio que se refiere a la «arquitectura» del sistema de comercio mundial y que pretende superar el «capitalismo de bloques» que caracterizó el mundo entre 1870 y 1945. Efectivamente, hasta la Segunda Guerra Mundial, las grandes potencias europeas (seguidas por Estados Unidos y Japón) articularon a su alrededor zonas de influencia, con el riesgo evidente de conflicto entre ellas.

Para evitar el retorno a esta situación, el GATT consagra el principio de multilateralismo bajo la forma de la "cláusula de la nación más favorecida". Esta cláusula permite restringir la importación de productos extranjeros, pero obliga a tratar todos los productos extranjeros del mismo modo, sea cual sea su origen. Así, por ejemplo, si España aplica ciertas medidas, favorables o contrarias, a la importación de café de Colombia, está en principio obligada a aplicar estas mismas medidas a cualquier Estado miembro de la OMC en lo que se refiere a esta mercancía. En otras palabras, tiene la obligación de no discriminar entre extranjeros (a pesar de que no está obligada a tratar a los extranjeros del mismo modo que los españoles).

La liberalización del comercio internacional se trata en el GATT sobre la base del principio de liberalización progresiva. Este principio se orienta más a prevenir que se

dé marcha atrás en la liberalización que a forzar su progreso. En efecto, lo que se garantiza es que el grado de liberalización que cada país acepta quede "consolidado" en una lista de compromisos (*schedule*, en inglés). Cada Estado puede aplicar un régimen más liberal que el previsto en su *schedule*, pero no menos: de este modo se evita, en principio, el juego interminable de medidas y contramedidas cada vez más proteccionistas que caracterizó las "guerras comerciales" del período de entreguerras. En cambio, el avance en la liberalización se deja para sucesivas rondas de negociación, cuyo resultado no está prejuzgado.

Esta breve introducción lleva consigo una conclusión política importante: cualquier evaluación que se haga del GATT sobre el proceso de liberalización del comercio internacional, ya sea positiva o negativa, debe conjugarse *necesariamente* con un análisis sobre la capacidad del GATT para:

- limitar las acciones unilaterales de las "grandes potencias";
- limitar los riesgos del "capitalismo de bloques" y de las guerras comerciales; y
- dar transparencia y seguridad jurídica al régimen del comercio internacional de mercancías.

Una visión —eventualmente crítica— del GATT que olvidase este segundo análisis sería incorrecta a todas luces o, al menos, poco equilibrada.

1.3. El acuerdo sobre servicios de la OMC: el GATS

La Ronda Uruguay desarrolló negociaciones no sólo en el ámbito del comercio de mercancías (GATT), sino también en el ámbito del comercio de servicios (GATS). El GATS tiene un alcance más amplio que el GATT. Este último se ocupa de mercancías exportadas e importadas, mientras que el GATS se ocupa del comercio de servicios y también del prestador del servicio, en aquellos casos en que el prestador sea extranjero o esté controlado por extranjeros.

Por poner un ejemplo, el GATS no sólo regula el comercio internacional de *software* informático, sino también las condiciones jurídicas de las filiales de una empresa norteamericana que comercialice *software* en todo el mundo (prestador de servicio controlado por extranjeros).

Además de obligaciones generales sujetas a exenciones, los Estados firmantes del acuerdo se comprometen, en la medida que las acepten, a obligaciones específicas. Las

dos principales son:

- Liberalización del acceso al mercado nacional
- Obligación de dar el trato nacional cuando las empresas o prestadores de servicios de otros Estados hayan entrado en el mercado nacional.

De este modo, continuando con el ejemplo anterior, si un Estado miembro de la OMC ha aceptado obligaciones específicas en el sector informático,

- no puede discriminar a una empresa norteamericana de *software* respecto de una empresa nacional,
- debe garantizarle el libre acceso al mercado nacional y
- cuando la citada empresa de *software* haya entrado en este mercado nacional, debe recibir el mismo trato que una empresa del mismo sector propiedad de agentes nacionales o controlada por éstos.

1.4. El audiovisual dentro del GATS. Los resultados de la Ronda Uruguay

El amplio alcance del acuerdo GATS, querido por los países desarrollados, chocaba con las particularidades de algunos sectores concretos. El ejemplo más significativo (y por eso mismo extraordinariamente relevante) fue el del transporte aéreo, un sector muy regulado desde el punto de vista de las normativas internas y objeto de una red de acuerdos bilaterales entre Estados absolutamente contraria al principio del multilateralismo. Este sector fue excluido del ámbito de aplicación del acuerdo GATS. De este modo, en aplicación de lo que podríamos llamar "excepción aérea", EEUU siguió manteniendo una legislación interna que limita al 25% la participación de extranjeros en el capital de empresas americanas.

Durante las negociaciones de la Ronda Uruguay quedó claro que el audiovisual, y el sector cultural en general, era otro sector específico que planteaba problemas y requería un trato particular en el marco del GATS. Ésta era, al menos, la posición de la Comunidad Europea y de sus Estados miembros, liderados por Francia y otros Estados (Bélgica, en particular, Estado en el que los temas relacionados con la lengua tienen una gran importancia política y jurídico-constitucional).

La demanda de trato particular se fundamentaba, obviamente, en argumentos políticos: el rol de la cultura como sector en el que las consideraciones estrictamente económicas deben supeditarse a otras consideraciones

políticas y sociales. Estos argumentos estaban reforzados por otros relativos a los efectos imprevisibles de los cambios tecnológicos en el sector, que aconsejaban mucha prudencia al aceptar obligaciones internacionales que, en un futuro, tuviesen que aplicarse a una realidad todavía imprevisible (argumentos que también motivaban prudencia, por ejemplo, en las telecomunicaciones, sector que sólo finalizó con éxito las negociaciones de liberalización posteriormente, en 1997).

Para lograr este régimen o trato particular se barajaban dos tesis:

- la de la **excepción** cultural y
- la de la **especificidad** cultural

La *excepción cultural* era la tesis defendida por Francia y se orientaba hacia una exclusión de la cultura del ámbito de aplicación del acuerdo GATS. Una fórmula habría podido ser la introducción en el artículo XIV ("*Excepciones generales*") de un apartado referido a la cultura, del mismo modo que hay artículos relativos a la moral y al orden público, a la vida y la salud de las personas y los animales, y a la preservación de los vegetales, o a la efectividad de la recaudación impositiva. Otra fórmula podría haber sido incluir un artículo específico autorizando la adopción de medidas de política cultural, aunque fuesen contrarias a las reglas del acuerdo, del mismo modo que el artículo XIV bis lo permite en materia de seguridad. Una tercera fórmula podría haber sido la incorporación de un anexo específico al acuerdo GATS, fórmula utilizada por los servicios de transporte aéreo y que se acaba de mencionar.

La segunda tesis, de la "*especificidad cultural*", estaba defendida sobre todo por la Comisión Europea y por el comisario responsable de las negociaciones, el británico Leon Brittan. Éste argumentaba, a grandes rasgos, que dejar la cultura y el audiovisual fuera del GATS era dejarlos a merced de "la ley del más fuerte", sin reglas multilaterales que la restringieran. Por esta razón sostenían que era mejor que el sector cultural quedase dentro del ámbito de aplicación del GATS, siempre que se le garantizase un trato "específico" reconociendo sus particularidades. No obstante, nunca quedaba del todo claro cuál tenía que ser el contenido concreto de esta especificidad.

Las discusiones sobre el trato del sector audiovisual dentro del GATS se prolongaron hasta el último momento, en diciembre de 1993. La solución definitiva no fue ni la de

excepción ni la de especificidad cultural, que ambas exigen la inserción en el GATS de una disposición específica relativa a la cultura. La situación se resolvió en dos partes:

- Por un lado, la Comunidad Europea y los Estados miembros no adoptaron obligaciones específicas de liberalización en lo que se refiere al acceso al mercado y al trato nacional. No se comprometieron, pues, a dar libre acceso general a las empresas audiovisuales extranjeras, reservándose, además, el derecho a discriminar entre empresas extranjeras en función de afinidades lingüísticas y culturales (países de habla francófona en Francia, Hispanoamérica en España, por ejemplo).

- Por el otro, se incluyeron medidas relativas al sector en la lista de exenciones a la cláusula de la nación más favorecida. Esta medida se regula mediante el artículo II del GATS, que impone la no discriminación entre extranjeros, salvo en aquellos casos en que se haya alcanzado un acuerdo de exención. En la versión oficial del acuerdo en español, se puede leer que está permitido "mantener una medida incompatible siempre que tal medida esté enumerada en el Acuerdo sobre Exenciones de las Obligaciones del Artículo II y cumpla las condiciones establecidas en el mismo". Este listado de exenciones incluye efectivamente la cultura y, por tanto, el sector audiovisual. Pero el Anexo del GATS que regula estas exenciones, y éste es el quid de la cuestión, establece que se trata de exenciones temporales. Según el punto 6 del Anexo, "En principio, esas exenciones no deberán exceder de un plazo de 10 años. En cualquier caso, estarán sujetas a negociación en posteriores rondas de liberalización del comercio".

En resumen:

- Las disposiciones de liberalización del comercio de servicios del GATS se aplican a la cultura y al audiovisual como a cualquier otro sector de los servicios.

- La llamada "*excepción cultural*", como tal, no existe.

- En concreto, no se puede adoptar nuevas medidas proteccionistas en el sector audiovisual que discriminen entre extranjeros no comunitarios (favoreciendo, por ejemplo, a países terceros de una misma área lingüística o cultural). Por otro lado, las medidas ya existentes no deben exceder "en principio" los 10 años de duración y, en cualquier caso, estarán sometidas a negociación en el futuro.

- Con vistas al futuro, ningún miembro de la OMC puede rechazar una negociación sobre la liberalización del audiovisual. Este sector ya está incluido en el acuerdo GATS y nadie se podrá oponer a que EEUU, por ejemplo, haga de él uno de los caballos de batalla de las negociaciones futuras. Cabe recordar que el sector audiovisual es el segundo de EEUU en volumen de exportación.

1.5. El audiovisual dentro del GATS. La perspectiva de 2004

Los resultados de la Ronda Uruguay permiten "preservar" la legislación de la Comunidad y de sus Estados miembros en materia audiovisual. Pero este resultado "defensivo" no constituye una victoria para los partidarios de la excepción o la especificidad cultural. Antes al contrario, pues la lógica del GATS (coincidiendo en este sentido con la del GATT) no es tanto la de forzar inmediatamente una liberalización profunda (en el GATT hace más de 50 años que dura el proceso de liberalización y todavía no ha finalizado), sino la de crear un marco para ir progresando. Desde este punto de vista no cabe duda de que fue Estados Unidos el país que impuso sus tesis en la Ronda Uruguay: el audiovisual queda integrado en el proceso de liberalización futura como cualquier otro sector.

Es en la perspectiva de futuro que esta victoria de Estados Unidos se aprecia con más claridad:

- Como mínimo, la inclusión del audiovisual en el GATS le otorga un arma defensiva extraordinariamente valiosa ante los países o bloques regionales interesados en mantener medidas proteccionistas en el ámbito cultural. Efectivamente, a cada demanda de liberalización en otros sectores en que Estados Unidos mantiene políticas proteccionistas (desde el *antidumping* hasta el régimen de propiedad de las líneas aéreas), puede contestar: "¿qué pasa con vuestras medidas proteccionistas en el sector audiovisual?". Este argumento no sería posible si verdaderamente existiese una «excepción cultural».

- Le da campo abierto para continuar impulsando una visión estrictamente «mercantil» del sector audiovisual sin que se le pueda replicar que este sector es "específico".

Por otro lado, conviene observar que el plazo de 10 años fijado por el GATS sobre la exención en la cultura termina "en principio" en el año 2004. Ese año se habrá entrado

realmente en la fase decisiva de las negociaciones lanzadas en Doha (Qatar) en 2001, a la espera de que la Conferencia Ministerial de Cancún (México) confirme de nuevo la agenda en el segundo semestre de 2003.

Por tanto, en 2004, EEUU tendrá argumentos muy sólidos para relanzar la ofensiva para dismantelar las políticas europeas de protección del sector audiovisual. Y, sólo para empezar, podrá exigir que sus producciones y sus productores tengan el mismo trato que los de cualquier otro país no comunitario. Esta igualdad de trato eliminaría todas las medidas preferenciales hacia terceros países de una misma área lingüística (de España hacia los países hispanohablantes o de Francia hacia la comunidad de países francófonos, por ejemplo) o cultural (las medidas acordadas, por ejemplo, entre todos los países del Consejo de Europa, sean o no miembros de la Unión Europea).

Parece claro, entonces, que el audiovisual volverá a ser uno de los temas clave de negociación en el seno de la OMC.

2. La participación de la Comunidad Europea y del Estado español en la OMC. El papel de Cataluña

2.1. La OMC: una organización y unos acuerdos que "no han llovido del cielo"

Para plantear una estrategia de cara al futuro sobre el régimen del audiovisual en el contexto de la OMC e identificar correctamente a los interlocutores presentes, lo primero que hay que hacer es superar la idea de que la OMC es una organización «llovida del cielo» y que impone obligaciones a sus Estados miembros.

Los tres hechos esenciales que siempre deben tenerse en cuenta, en este sentido, son los siguientes:

- Los acuerdos de la OMC, incluido el GATS y el trato que éste dispensa al audiovisual, surgieron de una ronda de negociaciones conducida durante siete años —que, por tanto, no tuvo nada de "movimiento por sorpresa"— y fueron ratificados por los Parlamentos (por el Parlamento Europeo para la Comunidad Europea y por el Parlamento español para el Estado español). Tienen, por tanto, una legitimidad democrática indiscutible.

- Las decisiones, en el marco de la OMC, son adoptadas por órganos compuestos por representantes de gobiernos

elegidos democráticamente, entre ellos el Gobierno español. En muchos casos estas decisiones deben ser ratificadas por los Parlamentos y en otros no (por ejemplo, el ingreso de nuevos miembros a la Organización, como China), pero en cualquier caso son representantes de los gobiernos y no los burócratas de la propia organización los que toman las decisiones.

- La OMC tiene una naturaleza y un mecanismo de funcionamiento muy diferentes a los de otras organizaciones internacionales (por ejemplo, el Fondo Monetario Internacional, FMI). Para reseñar solamente dos diferencias muy significativas,

- mientras en el FMI, los derechos de voto de sus miembros dependen de su participación en el capital (Estados Unidos por sí solo ya tiene más del 15% necesario para bloquear las decisiones más importantes), en la OMC cada Estado miembro tiene un voto y, por tanto, al menos desde el punto de vista legal, tanto cuenta EEUU como India, Brasil o China.

- En el FMI, la burocracia de la organización tiene mucha autonomía y poder *de facto*. Ello no es así en la OMC, mucho más "*Members driven*" (conducida por sus Estados miembros), y donde el personal de la Secretaría tiene muchísimo menos poder y aun éste se limita a funciones mucho más "secretariales".

2.2. La participación de la Comunidad Europea y los quince Estados miembros en la OMC

La Unión Europea no es miembro de la OMC, sino la Comunidad Europea y los 15 Estados miembros, en función de sus competencias respectivas. La Comunidad Europea asegura el cumplimiento de las obligaciones impuestas por los acuerdos de la OMC en los ámbitos en que tiene una competencia propia (por ejemplo, el programa MEDIA). En los demás ámbitos, los Estados miembros asumen sus obligaciones.

El Tratado de Niza modifica la delimitación de competencias entre la Comunidad y los Estados miembros, pero mantiene la competencia de los Estados miembros en el sector específico del audiovisual. En efecto, el nuevo apartado 6 del artículo 133 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea afirma explícitamente: "No obstante lo dispuesto en el párrafo primero del apartado 5, los acuerdos en el ámbito de los servicios culturales y audiovisuales [...]"

serán competencia compartida entre la Comunidad y sus Estados miembros. Por consiguiente, la negociación de tales acuerdos requerirá, además de una decisión comunitaria... el común acuerdo de los Estados miembros. Los acuerdos negociados de esta forma serán celebrados conjuntamente por la Comunidad y por los Estados miembros".

En definitiva, contrariamente a lo que tantas veces se piensa, las negociaciones con la OMC no son "un tema exclusivo de Bruselas", sino también un tema de España. El Estado español sigue siendo miembro de la OMC, sigue asumiendo a título propio algunas de sus obligaciones (en particular en materia de servicios), seguirá participando a título propio en las futuras negociaciones y, en última instancia, deberá aprobar, también a título propio, los nuevos acuerdos resultantes de las negociaciones si, como es previsible, estos acuerdos tocan temas (en particular en materia de servicios audiovisuales) para los que España sigue siendo competente.

2.3. El papel de Cataluña en la OMC

Salvo casos como el de Hong Kong, que es un territorio aduanero independiente a pesar de que no se trata de un Estado soberano, los niveles subcentrales de gobierno no pueden participar a título propio en la OMC. Pero esta ausencia de participación no debe confundirse con una cuestión absolutamente diferente: las obligaciones resultantes de los acuerdos de la OMC pueden ser aceptadas por los Estados de manera diferenciada en relación con sus distintos niveles de gobierno.

No debe sorprender, por tanto, que Estados con una profunda tradición federal, como Estados Unidos o Canadá, aprovechen esta posibilidad para diferenciar por estados, regiones o provincias (subcentrales) los compromisos asumidos por el Estado (federal) en su conjunto.

En el sector específico del audiovisual, es especialmente significativa la lista de exenciones al Artículo II del GATS de Canadá, en que, aparte de las exenciones válidas para todo el país, figuran disposiciones referidas sólo a Quebec. Estas disposiciones le permiten aplicar un trato más favorable a producciones de países francófonos más que a las de otros países. Quebec tiene, por tanto, un régimen específico en el marco del acuerdo GATS.

La conclusión que se puede extraer de estas disposicio-

nes es indiscutible: no hay ningún obstáculo legal para que el Estado español (o la Comunidad Europea en el ámbito de su competencia propia) dé un trato diferencial a Cataluña en relación con ciertos aspectos del GATS, como el audiovisual.

2.4. ¿Quién es el portavoz de la Comunidad Europea y del Estado español en la OMC?

Para poner a punto la estrategia en futuras negociaciones en el seno de la OMC, hay que saber cómo participan en ella la Comunidad Europea y España. En la práctica, siguiendo la línea de no delimitar las competencias, todas las cuestiones se tratan como si fuesen temas cubiertos por la competencia de una hipotética "Unión Europea" que fuese miembro de la OMC y en la que quedaran subsumidos tanto la Comunidad como los Estados miembros. De este modo, las 16 representaciones (la de la Comunidad y la de los 15 Estados miembros) están reunidas y tienen un portavoz único: el comisario o funcionario de la Comisión Europea de mayor rango que esté presente. En principio, el comisario y la Dirección General de Comercio se responsabilizan de todas las negociaciones y no los distintos comisarios o direcciones generales sectoriales (de Cultura, por ejemplo, en relación con el sector audiovisual). De este modo, la persona clave en la Comisión para todos los temas de la OMC, incluido el audiovisual, es el comisario europeo de Comercio, el francés Pascal Lamy, entrevistado en este mismo número.

No obstante, que la Comisión Europea sea el portavoz único de la Comunidad y los Estados miembros en la OMC no resta protagonismo ni responsabilidad decisoria de los mismos Estados y de la Comunidad, que serán los que finalmente deberán aprobar los nuevos acuerdos que se puedan alcanzar en un futuro. Por consiguiente, el Gobierno español sigue siendo responsable de los temas de la OMC (y en particular del audiovisual) a título doble:

- como miembro del Consejo de la Unión Europea, que deberá aprobar en nombre de la Comunidad los acuerdos negociados,
- a título propio, en la medida en que el Estado español siga siendo competente en materia audiovisual.

En esta misma medida, el Parlamento español es el que deberá ratificar un futuro acuerdo.

3. Propuestas de futuro

3.1. Los acuerdos de la OMC deben reinterpretarse o revisarse

Desde que los acuerdos de la Ronda Uruguay se han empezado a aplicar, un número importante de países en vías de desarrollo (PVD) ha reivindicado con fuerza creciente la necesidad de revisar su contenido, decantado en exceso en favor de los intereses de los países desarrollados. Al formular esta reivindicación, los PVD reconocen, muy a menudo, que la propia complejidad y dificultad técnica de los acuerdos los indujo a un error respecto de su contenido y sus implicaciones, que no han descubierto hasta más tarde.

En las discusiones previas al lanzamiento de la nueva ronda de negociaciones en Doha (Qatar), parecía que sobre este punto de la reinterpretación o revisión del conjunto de los acuerdos de la OMC existiera una división clara entre las posiciones de los países desarrollados y los PVD. Pero no es así, al menos en lo que al audiovisual se refiere. Países desarrollados como Francia y Bélgica mantienen, al menos como posición de principio, la necesidad de reconocer la especificidad de este sector y pueden plantear una revisión del GATS o, al menos, una reinterpretación de alguna de sus disposiciones. En particular, es previsible que defiendan la expresión del párrafo 6 del Anexo sobre exenciones de las obligaciones del Artículo II "*en principio, esas exenciones no deberán exceder de un plazo de 10 años*" no quiere decir que, en principio, el amparo ofrecido por las exenciones desaparezca, efectivamente, al cabo de 10 años.

Esta circunstancia tiene implicaciones claramente positivas: la discusión en el seno de la OMC no tiene necesariamente que enfrentar de manera genérica a países desarrollados y PVD. En el tema del audiovisual, la llamada "excepción cultural" puede tener aliados en países como India o Egipto, sensibles en esta materia. En este sentido, hay que pensar que los argumentos para defender la especificidad del sector audiovisual son parecidos a los que pueden servir para defender la del sector educativo (que también está cubierto por el GATS); y, en el fondo, son argumentos que implican una cierta visión de las relaciones entre poder político y mercado que puede aplicarse a muchos otros aspectos económicos.

Estos argumentos quedan plenamente justificados, además, por la existencia de una excepción *aérea* (y, en parte, una excepción *marítima*). Si estas excepciones a todos parecen razonables, ¿por qué no debe parecerlo también una excepción *cultural*?

3.2. Hacia donde debe orientarse la estrategia

Parece claro que, si se quiere revisar el régimen del audiovisual dentro del GATS en la línea de un mayor reconocimiento de su especificidad, hay que moverse tanto en la dirección de los movimientos sociales y de la opinión pública (que, en general, serán receptivos al planteamiento) como en la de los responsables políticos.

En cuanto al ámbito político, es indispensable comenzar por lo que se tiene más cerca en el marco del ordenamiento constitucional español: las instituciones de la Generalidad de Cataluña, por un lado, y los poderes locales y las universidades, por el otro. Un primer objetivo a lograr sería obtener un posicionamiento lo más unánime posible de la sociedad catalana a favor de que los acuerdos de la OMC no impusieran obstáculos a la definición y ejecución de políticas públicas en el sector audiovisual en Cataluña. En otras ocasiones, el Consejo del Audiovisual de Cataluña ya ha argumentado con cifras y hechos la importancia que tiene el sector del audiovisual para nuestro país. A partir de aquí, habría que conseguir que tanto el Estado español, en su conjunto, como la Comunidad Europea hiciesen suya esta posición.

Las actuaciones que apuntan a la opinión pública cuentan con una feliz coincidencia. Como se ha indicado anteriormente, según las disposiciones del GATS, ciertas medidas de protección de las entidades culturales deberían desaparecer (en principio) en el año 2004, año de la celebración en Barcelona del primer Foro Universal de las Culturas. Por esta razón, el Consejo del Audiovisual de Cataluña presentó una propuesta al Foro, encaminada a debatir las condiciones necesarias para una diversidad cultural en el sector audiovisual con garantías para todos los pueblos del mundo. Con este fin, el CAC propone organizar una conferencia mundial que reúna a todos los organismos de regulación del audiovisual. La propuesta, que fue aceptada, se presentó en el Parlamento de Cataluña el pasado mes de mayo, en la última comparecencia del CAC ante la presente Comisión de Control de la CCRTV y empresas filiales.

Esta Conferencia Mundial de Organismos Reguladores del Audiovisual pretende colaborar en el espíritu del Foro y de los valores que lo impulsan, entre ellos la diversidad cultural. Y por esta cuestión que consideramos capital para el nuevo siglo XXI que ahora empieza, uno de sus cimientos principales es una discusión rigurosa y participativa de la llamada "excepción cultural".

4. Resumen - conclusiones

El audiovisual y la OMC

- La llamada "excepción cultural" ha permitido políticas de promoción y protección del sector audiovisual europeo y catalán frente a la invasión de contenidos audiovisuales norteamericanos. Políticas como los Programas MEDIA de la Comunidad Europea o el establecimiento de cuotas de cine, televisión o canción europeos han sido posibles gracias a la "excepción cultural". Estas políticas han permitido la creación y consolidación de un sector audiovisual europeo, agente de transmisión de valores propios.

- El GATS es el acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que regula el comercio internacional de servicios, incluidos los culturales. El acuerdo, firmado en 1994, no establece que la cultura sea una "excepción" dentro del conjunto de compromisos de liberalización firmados por los Estados miembros de la OMC.

- Eso significa que, jurídicamente, la excepción cultural no existe, contrariamente a lo que se suele afirmar, porque las disposiciones del comercio de servicios del GATS se aplican a la cultura y al audiovisual como a cualquier otro sector de los servicios (financiero, telecomunicaciones, auditoría, etc.).

- De momento, el GATS permite seguir aplicando las medidas nacionales y comunitarias de protección y promoción del audiovisual. Pero las medidas que discriminan entre extranjeros no comunitarios (favoreciendo, por ejemplo, producciones de terceros Estados de una misma área lingüística o cultural) deberán desaparecer, en principio, en el año 2004 (o bien deberán hacerse extensivos a todos los países, entre ellos Estados Unidos).

- En noviembre de 2001, la OMC lanzó una nueva ronda de negociaciones, que se activará a partir de 2004, para negociar una liberalización del comercio internacional. Estando el sector cultural incluido en el GATS, ningún miembro de la OMC podrá rechazar que esta negociación se haga extensiva al sector audiovisual.

- De este modo, países interesados en la liberalización del audiovisual, como EEUU, tendrán argumentos muy sólidos para reclamar que se haga extensivo a sus producciones audiovisuales y a sus productores el trato preferencial que la Comunidad Europea reserva a las producciones y a los productores europeos. En otras palabras, que Europa deje de proteger el sector.

- En vista de la aplicación de los acuerdos de la OMC, parece conveniente una reinterpretación y revisión de los mismos. En el tema del audiovisual, esta revisión puede tener aliados en países como India y Egipto, sensibles a esta materia.

La Comunidad Europea, el Estado Español y Calauña en la OMC

- Los Estados miembros siguen siendo miembros de la OMC, junto con la Comunidad Europea, en función de sus competencias respectivas.

- Las decisiones, en el marco de la OMC, son adoptadas por órganos compuestos por representantes de gobiernos, entre ellos el Gobierno español. Los acuerdos y las decisiones adoptados deben ser ratificados, en la mayoría de los casos, por los Parlamentos (el español para el Estado español y el europeo para la Comunidad Europea). En ningún caso son los burócratas de la propia organización los que toman las decisiones, sino los representantes de los gobiernos.

- En el marco de la OMC, el negociador en nombre de la Comunidad Europea y los Estados miembros es la Comisión Europea. Dentro de ella, los responsables directos son el comisario de Comercio, el francés Pascal Lamy, y la Dirección General de Comercio.

- No obstante, el hecho que la Comisión Europea sea el portavoz único de la Comunidad y los Estados miembros ante la OMC no resta protagonismo a la capacidad y la

responsabilidad decisoria de los Estados miembros y de sus gobiernos, ya sea a título propio o como miembros del Consejo de la Unión Europea.

- De cara al papel que puede tener Cataluña en el proceso, es fundamental saber que las obligaciones resultantes de los acuerdos de la OMC pueden ser aceptadas por los Estados de manera diferenciada en relación con sus diferentes niveles de gobierno (central y autonómicos).

- Estados con una profunda tradición federal, como Estados Unidos o Canadá, aprovechan esta posibilidad para diferenciar por estados, regiones o provincias (subcentrales) los compromisos asumidos por el Estado (federal) en su conjunto.

- Quebec, por ejemplo, disfruta en el GATS de una exención específica para el sector audiovisual que le permite ejercer una política propia y diferenciada del resto de provincias de Canadá, y de la política de Canadá como Estado.

- La conclusión que debe extraerse de estas disposiciones es indiscutible: no existe ningún obstáculo legal para que el Estado español (o la Comunidad Europea en el ámbito de su competencia) dé un trato diferencial a Cataluña en relación con determinados aspectos del GATS. Cataluña puede disfrutar de un trato específico y diferenciado en cuanto a los compromisos establecidos en el seno de la OMC.

Traducción del catalán: Marc Alba

Los retos culturales de la ronda de negociaciones de Doha de la OMC

Pierre Sauvé

1. Introducción

Aunque la idea pueda sorprender (como si la comunidad comercial multilateral no tuviera ya las manos lo bastante llenas), la interrelación entre el comercio y la cultura, tema tan técnicamente complejo como políticamente sensible, podría formar parte de la agenda de negociaciones que tendrán lugar durante la reunión ministerial de la OMC, en Cancún, en septiembre de 2003.

La oportunidad de mantener tal debate viene de antiguo. Efectivamente, hace unos diez años (desde que se cerrara la ronda de Uruguay de diciembre de 1993) que este tema se incluye implícitamente en el calendario de los ministros de comercio.

Uno de los objetivos prioritarios de la reunión ministerial de Cancún será garantizar la consecución de las negociaciones lanzadas durante la última reunión ministerial de la OMC, en Doha, Qatar, en noviembre de 2001.

Muy al contrario de lo que todo el mundo cree, el ámbito de cobertura del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (más conocido por su acrónimo anglosajón GATS) se aplica a las industrias culturales. Efectivamente,

la idea de que las industrias culturales fueron objeto de un tratamiento de excepción durante la ronda de Uruguay tiene trampa jurídica. Nada en el GATS diferencia la producción audiovisual del cuerpo de consejeros o de la prestación de servicios ferroviarios.

Evidentemente, esto no es lo mismo que decir que el sector cultural no tiene de por sí características excepcionales, tanto en el plano social como en el económico, ni que la lógica o los instrumentos "clásicos" de liberación de intercambios y de regímenes de inversión se aplican de manera habitual. El hecho de que una pequeña minoría de países signatarios del GATS (13 de los 105 presentes en el momento de la conclusión de la ronda de Uruguay, de entre los cuales solamente tres países pertenecían a la zona de la OCDE) y apenas una veintena de los 143 países miembros actuales de la Organización Mundial del Comercio (OMC) hayan suscrito acuerdos de liberación en este sector confirma perfectamente esta evidente particularidad.

No obstante, desde que la comunidad comercial multilateral estimara que los servicios llamados "culturales" constituyen productos comerciales que se intercambian más allá de las fronteras y en los que se puede invertir en el extranjero, es perfectamente legítimo que los ministros de comercio aborden la interrelación entre el comercio y la cultura y afirmen sus ambiciones respectivas en el sector antes de la nueva ronda de negociaciones. Sin duda alguna, estas ambiciones serán muy diversas y contrastadas, oponiendo la ofensiva resuelta de unos a las reticencias, a veces frías o sectarias, de los otros.

¿Qué es razonable esperar de tales discusiones? En realidad, bien poco, dado el estado actual de las cosas. De hecho, excepto un pequeño número de países que, después de algunos años, han abonado el terreno para la reflexión, que se anuncia larga en el marco de la UNESCO

Pierre Sauvé

*Ex miembro de la Dirección de Comercio de la OCDE
Miembro del Grupo de Economía Mundial del Institut
de Sciences-Po de París*

pisauve@hotmail.com

*Las opiniones expresadas en el artículo son personales y
no comprometen a las instituciones en las que ha prestado
sus servicios*

(así como en una red paralela de ministros de cultura), sobre los elementos de una política positiva de defensa y de promoción de la diversidad cultural, la comunidad internacional en su conjunto, y especialmente los expertos del comercio que trabajan en la preparación de la reunión de Cancún, no parecen dispuestos a abordar dicha interrelación de políticas de manera detallada o ambiciosa en Seattle. Mirado de esta manera, sorprende que hoy en día ningún país miembro de la OMC tenga una propuesta para la puesta en marcha de un grupo de trabajo sobre las relaciones entre el comercio y la cultura (como en su momento fue el caso para la inversión y el derecho de la competencia durante la cumbre ministerial de Singapur de diciembre de 1996). Sorprende que ni siquiera haya prosperado la idea de una declaración preliminar sobre la oportunidad de incluir la diversidad cultural entre los objetivos fundamentales que promueve el sistema comercial multilateral.

Así, la cultura formará parte de la cumbre de Cancún, pero sin duda sólo a grandes rasgos; es decir, probablemente las discusiones se centrarán en la oportunidad (o no) de ampliar el campo de acuerdos de liberalización suscritos en el marco del GATS y en velar durante el desmantelamiento programado de las derogaciones por el principio del tratamiento de la nación más favorecida en materia de comercio de servicios (artículo II del GATS).

¿Esto es un resultado preocupante para los países que desearían defender más fervientemente la noción de diversidad cultural en el seno de la OMC? Con el siguiente análisis se intenta responder a esta pregunta, poniendo de relieve la oportunidad de ampliar en un primer momento el debate sobre la interrelación entre el comercio y la cultura más allá de su estricta dimensión económica y comercial antes de circunscribir el campo de aplicación posible de nuevas reglas comerciales en el sector. Un avance en este sentido tendría como prioridad conferir una verdadera legitimidad política a la idea de defender y promover la noción de diversidad cultural. Así se podría quitar ese halo de ligereza que planea hoy en día sobre esta idea y responder con credibilidad a las suposiciones de aquellos que ven en ella una manera elegante de encubrir el proteccionismo cultural.

Este proceso pasaría por crear un instrumento multilateral cuya vocación podría ser una integración posterior con la

arquitectura de los acuerdos de la OMC. La UNESCO parece ser por el momento el organismo internacional más apropiado para el desarrollo de tal instrumento.

2. Las premisas del debate

La cuestión de la preservación de la diversidad cultural en un contexto de globalización de la economía ha cobrado en los últimos años una importancia que difícilmente hubiésemos imaginado hace tan sólo un tiempo. Ya figura, junto a las cuestiones medioambientales, de normativa laboral o a las prácticas contra la competencia de las empresas, entre las interfaces de políticas que han de ser tomadas en cuenta para la buena marcha futura del sistema comercial multilateral y la búsqueda de la liberalización del comercio y de la inversión en su seno.

Aunque ejerza una presión cada vez mayor sobre el sistema internacional (tal como demuestra el número creciente de litigios comerciales registrados en los últimos años) y suscite auténticas preocupaciones en la opinión pública de numerosos países, podemos apostar que la solución a los problemas que plantea la interrelación entre el comercio y la cultura no provendrá únicamente del sistema comercial.

Esta constatación se basa en tres consideraciones. En primer lugar, porque la cultura es ante todo un bien de identidad en la mayoría de las sociedades, un punto de anclaje que une sus diferentes componentes y alimenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad de valores, costumbres e ideas. Como destacaba el informe Lalumière-Landau elaborado en 1999 por el ministerio francés de Economía, Finanzas e Industria sobre los retos de la próxima ronda de negociaciones comerciales multilaterales, esta necesidad de identidad, de solidaridad y, por tanto, de proximidad entre miembros de una misma comunidad cultural, se expresa hoy con tanta fuerza debido a que, en un contexto de globalización de los mercados, choca con una tendencia hacia la creciente homogeneización de los comportamientos, los hábitos de consumo y los estilos de vida. Una gestión armoniosa de las tensiones surgidas de este enfrentamiento es fundamental. Sin ella, las mejoras en eficacia y en bienestar que permite la creciente integración de las economías podría verse amenazada.

Una segunda razón por la cual la consideración de la interrelación entre el comercio y la cultura debe superar el ámbito por naturaleza restringido de la política comercial se debe al hecho de que el juego normal de las fuerzas del mercado no conduce a un ideal social en materia de diversidad cultural. De hecho, las deficiencias del mercado debidas a la combinación de economías a escala y de estructuras de mercados de oligopolio en materia de producción y distribución de productos culturales (sobre todo, en materia de producción audiovisual, pero también en determinados segmentos de mercado relacionados con la edición) no conducen forzosamente al mantenimiento de la diversidad de las culturas y de las producciones culturales. Además, estas carencias justifican el recurso casi universal a medidas de apoyo públicas a favor de la creación artística y de los creadores nacionales.

Sería oportuno que el sistema comercial multilateral tomase nota de esta realidad y eliminase de sus facultades de sanción cierto número de medidas de apoyo a las industrias culturales y subordinase el sector a unas normas de buena conducta comerciales basadas en los principios tradicionales de transparencia, no discriminación y minimización de los efectos de distorsión en el comercio y la inversión, siempre que esto sea posible.

Una tercera razón para ampliar el debate se debe más concretamente a la necesidad de que el orden político haga valer su superioridad sobre el orden comercial y económico cuando se trate de la interrelación entre comercio y cultura. Este requisito político previo debe permitir afirmar, y lograr que sea reconocida por la comunidad internacional, la legitimidad de defender y promover la idea de diversidad cultural, tanto a nivel nacional como a escala planetaria. Efectivamente, sólo mediante este reconocimiento previo (y su puesta en práctica en cada uno de los estados que lo suscriban) se podrán plantear discusiones más elevadas y productivas sobre la oportunidad, la naturaleza y los límites de disciplinas comerciales multilaterales eventuales que afecten a las industrias culturales.

Pero no hay razones para creer que este diálogo pueda resultar útil o fecundo en una institución por naturaleza reduccionista como la OMC, dado el estado actual de la reflexión internacional sobre este tema. Así, para aquellos miembros de la comunidad internacional que desean defender la idea de diversidad cultural es importante tratar

de que tenga lugar un debate más amplio sobre estas cuestiones. En este sentido, la UNESCO parece ofrecer el foro más apropiado para tomar en cuenta la pluralidad de perspectivas que deberán sustentar tal debate y proporcionarle una legitimidad política universal. "*First things first*", "lo primero es lo primero", como dicen los anglosajones.

Uno de los problemas fundamentales que plantea la interrelación entre el comercio y la cultura se refiere al tratamiento que se debe asignar a los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales. De momento, el lugar asignado a estos últimos en los acuerdos existentes se caracteriza por una ambivalencia muy clara. Tratados en principio como cualquier otro producto, con bastante frecuencia disfrutaban de cláusulas derogatorias o reservas, según los contextos y materias. Así, el debate a este respecto está lejos de terminar y, dadas las diferencias bastante numerosas suscitadas en este ámbito al final de la ronda de Uruguay, volverá a surgir muy probablemente en las próximas negociaciones de la OMC.

Dos enfoques radicalmente opuestos sobre los productos culturales sostienen este debate. Uno de ellos considera los productos culturales como productos de entretenimiento similares, desde un punto de vista comercial, a cualquier otro producto y, por tanto, totalmente subordinados a las normativas del comercio internacional. El otro considera los productos culturales como bienes que transmiten valores, ideas y conocimientos, es decir, como instrumentos de comunicación social que contribuyen a forjar la identidad cultural de una colectividad. Por todo esto, deberían quedar excluidos del ámbito de los acuerdos comerciales internacionales.

A decir verdad, ninguno de estos dos enfoques es aceptable en su totalidad. Pero antes de examinar las distintas maneras de una posible reconciliación, es preciso realizar un breve análisis sobre la situación de los productos culturales dentro de los acuerdos comerciales internacionales.

3. Los productos culturales como objetos comerciales

Como objetos comerciales, los productos culturales difícilmente pueden quedar totalmente excluidos del alcance de los acuerdos comerciales internacionales. Desde el

momento en que son explotados con el fin de obtener un beneficio comercial y que son objeto de intercambios a nivel internacional, hacen que entren en juego intereses diversos y a veces opuestos que sólo pueden ser reconciliados dentro de un marco jurídico apropiado.

Especialmente, los principales países exportadores de productos culturales se opondrían a que estos últimos quedaran excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. A la cabeza de este grupo, encontramos en primer lugar a Estados Unidos, para quien el conjunto de bienes y servicios culturales supone un importante sector de exportación, así como otros países como Brasil, México y Japón. Además, algunos de estos países han avanzado propuestas de liberalización progresiva en el sector en el marco de las negociaciones en curso de la AGCS. Estos últimos seguramente no verían con buenos ojos que sus exportaciones pudieran ser objeto de reconsideración por motivos culturales y escapasen a todo control. Varios países que han desarrollado una presencia significativa en el mercado internacional de productos culturales (incluidas naciones como Canadá o Francia que, por otro lado, luchan para que se reconozca el carácter diferente de las industrias culturales en el comercio internacional) también podrían mostrarse inquietos ante un desarrollo de este tipo. Incluso a los países en vías de desarrollo, cuya producción cultural circula cada vez más en el mundo, les interesaría que se mantuviese una gran apertura mercantil en el ámbito cultural (1).

Por otro lado, a los países cuyo mercado interno no puede sostener una producción cultural diversificada y que necesitan productos culturales extranjeros para responder a su demanda interna, también les beneficia que se les asegure el acceso sin discriminación a la producción cultural extranjera. Sin embargo, este acceso no les sería garantizado si los productos culturales tuvieran que ser totalmente excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. Incluso un principio de no discriminación tan fundamental como el del tratamiento de nación más favorecida no podría ser invocado en tales circunstancias.

Más allá de estas consideraciones exclusivamente económicas, también cabe destacar que el hecho de eximir completamente a los productos culturales de los acuerdos comerciales internacionales abre peligrosamente la puerta,

en el plano jurídico, a restricciones más justificadas por razones de proteccionismo comercial o incluso ideológicas (que tienen muchas posibilidades de ir a contracorriente de la diversidad cultural) que por imperativos culturales. Incluso una excepción como la del artículo XX (b) del GATT de 1994 relativa a las restricciones impuestas para la protección de los tesoros nacionales con valor artístico, histórico y arqueológico es objeto de limitaciones relativas a su uso como medio de discriminación arbitraria o injustificada, o como una restricción disfrazada al comercio internacional. Desde este punto de vista, resultaría sorprendente que el conjunto de los productos culturales pudiera disfrutar de una exención cuyo alcance sería dejado únicamente a consideración de las partes que lo invocan.

Pero si bien una exención total de los productos culturales de la reglamentación internacional del comercio no parece una solución realista, esto tampoco implica que haya que adoptar un planteamiento exclusivamente comercial de los productos culturales. Al contrario, este enfoque sería arriesgado. Desde hace varios años podemos constatar que la producción cultural se está convirtiendo cada vez más en un asunto propio de las industrias culturales. No obstante, este fenómeno de industrialización y de comercialización de la producción cultural, aunque ha ampliado significativamente el acceso a la producción cultural, también puede tender paradójicamente a limitar la oferta de productos culturales a lo que la industria considera rentable desde un punto de vista comercial. En este sentido, se puede considerar que existe un riesgo serio para la preservación de la diversidad cultural.

4. Los productos culturales como instrumentos de comunicación social

Los productos culturales no pueden ser considerados como cualquier otro producto. Ante todo y por encima de todo, son obras del espíritu que transmiten informaciones, ideas, valores, un mensaje, que estimulan las facultades intelectuales, estéticas y emocionales de los individuos. Incluso cuando se apoyan en un soporte material, se diferencian de los demás bienes en que se pueden distinguir claramente sus dimensiones material y simbólica. Al creador de un producto cultural, se le reconoce

tradicionalmente un derecho de autor, lo que significa la propiedad de un individuo sobre una idea o un concepto, es decir, sobre un contenido intelectual.

Se han aportado varios argumentos de naturaleza económica relacionados con la especificidad de los productos culturales para justificar la intervención del Estado en este sector. Algunos están relacionados con las propias características del producto. Por ejemplo, este es el caso del argumento que pretende que los productos culturales sean considerados de forma diferente a los demás productos porque son bienes públicos más que bienes privados. En su definición más habitual, un bien público es un bien accesible para todos sin que su uso por cualquier agente cuestione su disponibilidad para los demás.

Otros argumentos están relacionados con las deficiencias del mercado. El más conocido y más ampliamente aceptado es el denominado argumento de las externalidades que justifica la intervención del Estado debido a que los productores de los bienes culturales hacen que la colectividad disfrute de unos beneficios que van más allá de la remuneración que reciben ellos mismos. Estos beneficios no remunerados o externalidades se encuentran, por ejemplo, en el prestigio que aporta al Estado su producción cultural, en el hecho de que una producción cultural dinámica influya las decisiones de inversión y atraiga al turismo, en el hecho de que los productos culturales desempeñen un papel importante en la integración de los individuos dentro de una sociedad, etc. Un segundo argumento hace referencia a las prácticas contra la competencia, más concretamente al abuso de una posición dominante. Esta cuestión ha sido a menudo invocada en relación con la industria cinematográfica para justificar las cláusulas de excepciones culturales. En ocasiones, se ha querido argumentar que tales medidas podían ser necesarias para frenar las prácticas desleales de productores que abusan de su posición dominante en el sector de la distribución cinematográfica para imponer a los propietarios independientes de salas de cine unas condiciones que les favorezcan en detrimento de los demás productores.

Aunque estos argumentos puedan tener el mérito de demostrar que la intervención del Estado en el ámbito cultural se justifica desde un punto de vista estrictamente

económico, la primera justificación para un tratamiento especial a los productos culturales no se sitúa en este plano. El argumento fundamental a favor del reconocimiento del carácter específico de los productos culturales se apoya más en una visión de la cultura que toma en consideración, sobre todo, la importancia, para el desarrollo de los individuos y de las sociedades, de los bienes que transmiten valores, ideas, gustos y conocimientos. En cierto modo, estos bienes son una forma de capital cultural. En esta perspectiva, se considera que las propias industrias culturales ofrecen "los términos y los símbolos que conforman nuestro pensamiento y nuestro discurso en relación con nuestras diferencias sociales, con el deseo de diversos grupos de ser reconocidos, con la afirmación y el cuestionamiento de los valores sociales y, por último, con la experiencia de cambio social" (2). Al igual que la educación, la producción cultural constituye, por lo tanto, un instrumento fundamental para permitir a la persona emanciparse y, como ciudadano, adaptarse y participar en la vida de los medios y colectividades con las que se relaciona (3).

Este último argumento, trasladado a un contexto internacional, desemboca lógicamente en una preocupación, la de preservar la diversidad cultural. Pero, evidentemente, sólo a cambio del reconocimiento de la dualidad de carácter de los productos culturales, a la vez objetos comerciales e instrumentos de comunicación social, se podrá encontrar una solución global.

5. Los elementos de una solución: ¿hacia un instrumento multilateral para la promoción de la diversidad cultural?

No son tanto los productos culturales por sí mismos los que, desde el punto de vista de la normativa comercial internacional, plantean un problema, sino más bien las medidas nacionales dirigidas a estos productos. Pueden barajarse diversos medios para que estas medidas puedan gozar de un tratamiento especial. Por ejemplo, podemos pensar en una utilización más amplia del mecanismo de reservas, ya utilizado en el AGCS, que estas reservas sean cerradas, es decir, sólo válidas para el pasado y para unas medidas precisas, o incluso abiertas, es decir válidas tanto

para el pasado como para el futuro y para un sector determinado.

Pero la solución ideal, la única que a largo plazo puede aportar una respuesta al conflicto actual sobre el lugar que deben ocupar los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales, sería un convenio especial sobre los intercambios internacionales en el sector cultural. Tal convenio articularía de forma clara la justificación y los límites de un tratamiento especial para los productos culturales insistiendo en la necesidad de preservar la diversidad cultural. Un instrumento de este tipo podría considerarse dentro de un marco distinto al de la OMC (podríamos pensar sobre todo en la UNESCO), pero en última instancia debería buscar un sitio dentro de la OMC para responder a los problemas surgidos en este organismo.

5.1 ¿Cuáles podrían ser los objetivos de este instrumento?

En lo que refiere a los esfuerzos diplomáticos, el principal desafío consiste en formar una alianza de países que compartan preocupaciones similares en materia de política cultural para influir en las decisiones que deben ser tomadas en diversos foros, como por ejemplo la OMC, la OCDE, el Área de libre comercio de las Américas, la Unión Europea, así como en el plano de las relaciones comerciales bilaterales, y promover un enfoque de las relaciones internacionales que favorezca la diversidad cultural.

En el plano cultural propiamente dicho, el objetivo debería ser lograr que se reconozca la importancia de la diversidad cultural y lingüística y que se acepte la necesidad de un tratamiento diferenciado de los bienes y servicios culturales en los acuerdos comerciales internacionales. A estos objetivos generales se añadiría de forma más explícita una referencia a la circulación de los productos culturales, lo más libre posible. De hecho, habría que evitar que la diversidad cultural acabe asemejándose a una lógica de exclusión y a unas medidas de restricción de los intercambios o de las inversiones en el campo cultural. Si ese fuera el caso, esta iniciativa correría el riesgo de quedar rápidamente en el olvido. Efectivamente, la diversidad cultural no se puede concebir sin apertura a los productos, ideas, valores, métodos de producción y redes de distribución de las demás culturas.

5.2 ¿Qué formas podría tomar este instrumento?

Pueden contemplarse varias hipótesis, desde un texto esencialmente declaratorio como la Declaración de Río hasta un acuerdo constrictivo y justiciable, como los de la OMC. Si bien parece oportuno dejar de lado, por el momento, la hipótesis de un acuerdo en el marco de la OMC, es posible contemplar un instrumento flexible que vincule a las partes pero no justiciable como tal. Un instrumento así sería parecido a los códigos de la OCDE. Este enfoque tendría como ventaja hacer que fuera más fácilmente aceptable en el plano político, a la espera de que sus principios y modalidades sean trasladados dentro del marco de la OMC.

A primera vista, el organismo gubernamental más evidente para desarrollar este instrumento sería la UNESCO, con el apoyo técnico de la secretaría de la OMC. Además del hecho de que esta organización ya está sensibilizada con la cuestión, su carácter multilateral y su fuerte presencia en los países en vías de desarrollo le confieren importantes cualidades, entre las cuales la universalidad figura entre las más importantes (la ausencia de universalidad minó seriamente la legitimidad política de las negociaciones de la OCDE sobre el Acuerdo Multilateral sobre Inversiones [AMI]).

Evidentemente, también queda la posibilidad de crear un instrumento internacional no vinculado a ningún organismo en particular, como es el caso de los existentes en el ámbito del medio ambiente. Pero para que esto pudiera funcionar, haría falta primero contar desde el inicio con un número importante de signatarios, con mayoría de países desarrollados. Además, haría falta que el instrumento en cuestión incorporase disposiciones para establecer un comité de seguimiento. Este último caso no debería descartarse si se pretende una integración posterior a la OMC.

Sin duda, la hipótesis de una integración en la OMC es la más interesante desde el punto de vista de la eficacia. Pero también es la más difícil en el plano de la realización en la medida en que cuestiona normas jurídicas fundamentales (tratamiento de nación más favorecida, tratamiento nacional, etc.) y se inscribe en un contexto de negociaciones comerciales en el que los intereses de unos se enfrentan a los de los otros dentro de una perspectiva más específicamente económica.

En este contexto, el establecimiento de un consenso no resultaría fácil y sólo se podría conseguir a cambio de concesiones relativas al control riguroso de las acciones de los estados en el ámbito cultural que, evidentemente, no se encontrarían en un instrumento ajeno a la OMC. Por ello, mediante un mejor equilibrio entre el respeto de las reglas del comercio y la necesaria flexibilidad en materia de política cultural que puede generar, un instrumento dentro de la OMC podría requerir a largo plazo una mayor legitimidad política.

Conclusión

El análisis precedente sugiere que los retos culturales de la próxima ronda de negociaciones de la OMC podrían resultar relativamente inferiores. De hecho, la comunidad comercial multilateral en su conjunto no parece estar dispuesta a debatir la interrelación entre el comercio y la cultura de una manera profunda y equilibrada, ni parece estar dispuesta a reconocer la dualidad de los productos culturales en tanto que objetos de comercio e instrumentos de comunicación social.

No obstante, no parece imposible, aunque sea a última hora, que los ministros de comercio que se reúnan el próximo septiembre en Cancún dediquen un poco de su precioso tiempo a la idea de admitir, ni que sea por el momento de manera preliminar, la noción de diversidad cultural en el marco de los objetivos fundamentales que persigue la comunidad internacional de la OMC. Una declaración de este tipo podría útilmente apoyar, y legitimar, el trabajo que sería oportuno y preferible que se emprendiera en primer lugar en la UNESCO. Todavía hay esperanzas en este sentido si la dinámica de apoyo a esta idea aparece y se hace oír de manera constante.

Si bien la argumentación que este análisis ha defendido sobre la idea de la creación de un instrumento anclado prioritariamente en el seno de la UNESCO, los países miembros de la OMC que deseen defender la idea de la diversidad cultural deberán aún así confrontar las peticiones que se les hagan durante la próxima ronda de negociaciones. Estas peticiones se centrarán principalmente en la mejora cualitativa (y a veces cuantitativa) de los acuerdos de liberalización suscritos en materia de

industrias culturales en el marco del GATS. Gracias a este acuerdo que opera en función de un enfoque denominado "lista positiva" como mecánica de liberalización, durante la próxima ronda los países miembros de la OMC seguirán ostentando una total discreción en la materia. Nada, en efecto, autoriza a quien sea a conceder lo que sea en este terreno.

Dicho así, los protagonistas de la idea de la diversidad cultural deberán vigilar la atención que la próxima ronda prestará al orden del día "preestablecido", si es que desean mantener un mayor índice de autonomía en sus tratos con la UNESCO.

En este sentido, parece necesario llevar a cabo cierta vigilancia teniendo en cuenta las consecuencias que la próxima ronda de negociaciones podría tener para las medidas de excepción relativas al tratamiento de nación más favorecida en materia de acuerdos de coproducciones audiovisuales. En principio, las derogaciones del artículo II del GATS deben abolirse en 2004, pero podría ser oportuno mantener la incidencia hasta que haya podido crearse un instrumento multilateral ajeno a la OMC.

Asimismo, y a partir del momento en que las disciplinas del GATS cubran los productos culturales, las discusiones que tendrán lugar durante la próxima ronda en cuanto a potenciales disciplinas sobre las subvenciones y las medidas de salvaguarda en materia de comercio de servicios repercutirán directamente en el tratamiento futuro de las industrias culturales en la OMC. Así pues, será necesario que estas negociaciones tengan en cuenta los posibles efectos de semejantes disciplinas en la formulación de las políticas culturales nacionales.

Otra zona de vigilancia sería la de las veleidades mostradas por determinados miembros importantes de la OMC en vistas a ampliar el campo de las obligaciones de resultados prohibidos en calidad del acuerdo sobre las medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio (acuerdo MIC). Tal vigilancia parece tanto más necesaria en cuanto estas medidas ofrecen una manera de aplicar el objetivo de la diversidad cultural permitiendo legitimar una mayor liberalización de los regímenes de inversión en materia de industrias culturales nacionales.

Como se trata de disposiciones de la OMC concernientes a los derechos de propiedad intelectual ligados al comercio (acuerdo TRIP), además del principal interés que

representa en el ámbito de la creación artística que los miembros de la OMC apliquen mejor el acuerdo TRIP, la próxima ronda de negociaciones podría ser la ocasión de incluir las disposiciones negociadas en 1996 en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre la protección del derecho de autor en la sociedad de la información. También debería prestarse una especial atención a las posibles incidencias del programa de trabajo de la OMC en materia de comercio electrónico para las políticas de apoyo a las industrias culturales. Aunque intuitivamente la idea puede parecer atractiva, teniendo en cuenta el dinamismo tecnológico del sector y la convergencia actual entre el sector de las telecomunicaciones y la producción audiovisual, no es del todo evidente que en el estado actual de la reflexión un enfoque basado en "la abstinencia reglamentaria" en materia de comercio electrónico sea necesariamente compatible con la idea de promover la diversidad cultural.

Finalmente, y aunque como para la interrelación entre el comercio y la cultura el sistema comercial multilateral no pretende incluir disciplinas detalladas en materia de derecho de la competencia, sería útil que el grupo de trabajo de la OMC para el comercio y la competencia, a quien posiblemente se le otorgará la capacidad de negociar formalmente en Cancún, preste una atención especial en sus trabajos futuros a los comportamientos anticompetitivos de los operadores en el sector cultural, así como a los mejores medios para remediar los problemas derivados del abuso de posición dominante en el sector.

Notas

- 1 Véase a este respecto THROSBY, D., "Le rôle de la musique dans le commerce international et le développement économique", UNESCO, en *Rapport mondial sur la culture 1998*, pág. 215.
- 2 SINCLAIR, J. "Media and Cultural Industries: an Overview", a *CIRCIT Newsletter*, Vol. 4, Nº. 5, agosto de 1992, pág. 3-4.
- 3 Esta concepción es parecida a la destacada por la UNESCO durante la proclamación de la "Década mundial del desarrollo cultural".

Traducción del francés: Carme Biarnau

De la defensa de la "excepción cultural" a la promoción de la "diversidad cultural": la política cultural europea y el mundo árabe

Dima Dabbous-Sensenig

■ *La política cultural europea tiene una gran repercusión en la cultura, no sólo dentro de la Unión Europea, sino también fuera. En concreto, la regulación cultural de la UE tiene un efecto indirecto positivo sobre los países árabes vecinos y ha sido decisiva para dar espacio a las voces y al talento creativo árabes, a menudo ignorados, o incluso eliminados, por sus propios gobiernos.*

Los acuerdos comerciales, la UE y la "excepción cultural"

En septiembre de 1993, como parte del debate sobre la regulación del comercio mundial y la limitación de las prácticas comerciales restrictivas (por ejemplo, la imposición de barreras arancelarias y cuotas a las importaciones extranjeras), un grupo de *lobbistas* franceses logró que la cuestión de los productos culturales tuviera un lugar destacado en la agenda del GATT. Los europeos, de la mano de los franceses, exigieron que el acuerdo del GATT no tocara los productos audiovisuales porque los productos culturales no se pueden equiparar a los comerciales. El *leitmotiv* de la "excepción cultural" se fundamentaba en la creencia que, si no se imponen restricciones para controlar la entrada de productos americanos —baratos y competitivos— a los mercados europeos, la cultura y la

identidad europeas estarán en peligro. Se logró dejar fuera del tratado que se firmó a fines de 1993 los productos audiovisuales, aunque no definitivamente. Este artículo, en vista de la próxima ronda de negociaciones, que se prevé que finalicen en 2005, presenta, desde una perspectiva árabe, argumentos a favor de la importancia de dar un tratamiento permanente y distinto a la cultura y los productos culturales en los acuerdos comerciales mundiales.

La política cultural de la UE

A pesar de que la función principal de la Comunidad Europea (CE) y sus instituciones en un principio era económica —crear un mercado común—, al final se ha incorporado un amplio conjunto de objetivos sociales. La creciente preocupación por el impacto que tendría un sistema de mercado libre sobre los aspectos sociales y culturales de la sociedad europea hizo que se adoptara un "artículo cultural" en el Tratado de la Unión Europea de 1992. Ello se hizo a pesar de que pronto surgieron desacuerdos acerca de la competencia de la CE para legislar un sector que, "posiblemente... no es económico o no es del todo económico en comparación con los demás bienes de consumo" (1). Ese "artículo cultural", entre otras cosas, defiende el interés de la Comunidad para "fomentar las culturas de los Estados miembros, respetando su diversidad nacional y regional y teniendo un cuidado especial del patrimonio cultural común" (2). El compromiso de la CE con la cultura europea se reiteró al cabo de varios años al introducir una nueva disposición, el artículo 16, en la enmienda de 1997 del Tratado de la Unión Europea (el Tratado de Amsterdam). Ese artículo hace hincapié en la "importancia de los servicios públicos en general y la capacidad de los Estados miembros para proporcionar este

Dima Dabbous-Sensenig

*Profesora en la Lebanese American University,
en Beirut, el Líbano*

dimadab@cyberia.net.lb

tipo de servicio" (3). El Protocolo vinculado al Tratado de Amsterdam relativo al servicio público de radiotelevisión pone de relieve la importancia que este servicio tiene para los Estados miembros que mantienen la prerrogativa de financiar y regular su servicio público de radiotelevisión.

La importancia del ámbito de la cultura dentro de la Comunidad Europea atrajo al principio la atención del mundo entero durante el debate sobre la "excepción cultural" introducido en las negociaciones del GATT en 1993. Además, la importancia de la cultura se va haciendo más patente con la aplicación de las políticas culturales de la CE en los últimos diez años (como la regulación y la financiación del servicio público de radiotelevisión). Sin embargo, esta línea política sigue presentando problemas. Por un lado, existe un cierto conflicto entre las diferentes políticas aprobadas por la CE. Dentro de la CE existe una "jerarquía" normativa "en la que las políticas más consolidadas y las que proporcionan una base legal de actuación —como la liberalización de los servicios, la política de la competencia y las reglas relativas a las ayudas estatales— prevalecen sobre los ámbitos menos consolidados, como lo es el de la política cultural" (4).

Por otro lado, la postura proteccionista en el sector de la cultura plantea importantes cuestiones acerca del *tipo de cultural nacional* que debe protegerse. Como aseguran los partidarios de la desregulación cultural, y a menudo no les falta razón, el proteccionismo cultural para proteger la cultura y la identidad nacionales y contrarrestar los efectos del "imperialismo cultural" (sobre todo en EEUU) se ha basado con frecuencia en la existencia de una suerte de *unidad cultural* en los estados nación. Por eso se considera que debe protegerse un elemento cultural dominante (o las variantes dominantes de la "britanidad", la "francesidad", la "italianidad", etc.). Según los partidarios de la desregulación, este proteccionismo podría acarrear una regulación interna de la identidad cultural que también elimine la diversidad cultural dentro de los estados nación (5). Como ya diré más adelante, cuando se debate sobre la política cultural y los medios de comunicación árabes, la cuestión del imperialismo cultural es incluso más problemática. Esta cuestión puede revelar una decisión de los reguladores — la mayoría de regímenes autoritarios— de legitimar nuevos controles sobre la programación y, por tanto, restringir el debate político entre los ciudadanos del mundo árabe.

A continuación trataré de la cuestión específica de la regulación de los medios de comunicación como parte de la política cultural general de la CE, repasando brevemente las razones de la "excepción cultural", la regulación de los medios de comunicación en el siglo XXI y la función del servicio público de radiotelevisión en la promoción de la cultura (europea).

Razones para el mantenimiento de la regulación de los medios de comunicación en el siglo XXI

La creencia que inspira buena parte de la política cultural europea y la demanda de una "excepción cultural" en los acuerdos comerciales mundiales es que los medios de comunicación tienen una dimensión cultural y que sus productos no se pueden equiparar a los demás productos comerciales. Es evidente que los productos de los medios de comunicación no son "como la carne de cerdo o los servicios bancarios. Tienen un bagaje amplio porque forman parte de nuestra cultura, tienen implicaciones morales, están relacionados con conceptos de servicio público y, por último, son los objetos de derechos importantes establecidos en los instrumentos nacionales e internacionales" (6).

Esta cita de Goldberg señala los tres aspectos relacionados con el razonamiento de la protección cultural: la distinción entre productos de los medios de comunicación y otros productos comerciales; la importancia de la radiotelevisión como servicio público para la identidad nacional y la cultura de un país; y la compleja relación entre los medios de comunicación y los derechos humanos universales consagrados por las convenciones y los tratados nacionales e internacionales (libertad de expresión, libertad de acceso a la información, etc.).

Para empezar, la consideración tradicional de que la información y los productos de los medios de comunicación son un recurso sociocultural fue la base del argumento defendido por Francia, el líder del *lobby* proteccionista durante las negociaciones del GATT de 1993. En cambio, los negociadores americanos defendieron una consideración de mercado más nueva de los productos culturales y los consideraron como un bien de consumo más, que se puede comprar y vender en el mercado libre (7). Ante las numerosas pruebas y datos estadísticos que

corroboran la consideración tradicionalista de la dominación y la competitividad de los productos culturales americanos (baratos) en un mercado mundial, el proteccionismo europeo —en la forma de imposiciones de aranceles sobre las importaciones culturales o de complicados sistemas de cuotas y subvenciones— se consideró indispensable para evitar que "todo el planeta se convierta en Disneyland" (8).

En segundo lugar, los europeos todavía defienden la importancia del servicio público de radiotelevisión en la promoción de la identidad y la diversidad nacional (en la programación), a pesar de la abundancia de la programación por canales de cable y satélite comerciales y otros medios nuevos. En realidad, la regulación del servicio público de radiotelevisión todavía parecería justificable a pesar de que, en la era de la fibra óptica, la compresión digital y las ofertas multicanal por cable y satélite, el argumento de la escasez del espectro haya quedado anticuado. Más si cabe cuando los factores comerciales hacen que los agentes privados de radiotelevisión se dirijan a los miembros de la audiencia relativamente acomodados —los consumidores— y desatiendan las necesidades de las audiencias que son demasiado pobres, demasiado diversas lingüística o culturalmente, o que están demasiado dispersas geográficamente para ser atractivas para anunciantes y programadores (9). Además, la producción de los medios de comunicación comerciales en general ha evitado la programación de asuntos públicos trascendentes, algo que muchos consideran vital para la formación de una ciudadanía inteligente e informada dentro de una sociedad civil activa. Desde la perspectiva de la UE, la promoción de la identidad europea sólo se puede sostener sobre una radiotelevisión pública regulada y con una buena financiación en todos los Estados miembros para corregir el desequilibrio en la producción de los medios de comunicación comerciales (la mayor parte entre EEUU y Europa), y mantener y promover al mismo tiempo la lengua y la identidad cultural propia de cada Estado miembro.

Cabe decir que, desde el informe de la UNESCO de 1982 sobre las industrias culturales mundiales, cada vez es más conocida la interrelación entre los derechos humanos universales, como los consagrados por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y las estructuras de los medios de comunicación que controlan la producción y la distribución o la circulación de la información en todo el

mundo. El informe de la UNESCO de 1982, hace ya veinte años, hizo sonar la alarma ante la amenaza contra la diversidad cultural del mundo entero ejercida por la supremacía de las agencias de noticias y las grandes multinacionales de la comunicación occidental (la mayoría americanas), y exigió medidas para equilibrar la producción y el intercambio cultural, como la creación de agencias de noticias en los países en desarrollo. Más recientemente, la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001 reafirmó en su preámbulo la necesidad de respetar y ratificar la diversidad cultural, sobre todo ante el peligro planteado por el "proceso de globalización... [y] la rápida evolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación". El rasgo más importante de la Declaración de 2001 es que hace hincapié en la importancia de la diversidad cultural, no sólo como un derecho humano fundamental, sino porque —junto con el diálogo y la cooperación— "están entre los mejores garantes de la paz y la seguridad internacionales". En este sentido, merece la pena citar los artículos 4 y 6:

Artículo 4: La defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto de la dignidad de la persona humana. Ella supone el compromiso de respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales, en particular los derechos de las personas que pertenecen a minorías y los de los pueblos autóctonos. (...)

Artículo 6: 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. La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de comunicación, el multilingüismo, la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico -comprendida su forma electrónica- y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural.

Los sistemas de los medios de comunicación y la diversidad cultural en los países árabes

Hasta el momento he repasado brevemente las razones que asisten a la postura de la "excepción cultural" adoptada por los europeos en los acuerdos comerciales mundiales,

así como la necesidad de continuar ayudando y regulando el servicio público europeo de radiotelevisión para promover la identidad y la diversidad nacionales, y la ayuda prestada a las posiciones/medidas de las convenciones internacionales sobre los derechos humanos. A continuación, analizaré brevemente los sistemas de los medios de comunicación del mundo árabe. El objetivo de esta revisión es aportar un telón de fondo para continuar debatiendo la función de la "excepción cultural" europea en la promoción de la diversidad cultural, no sólo dentro de la UE, sino también en el mundo árabe.

Marc Raboy, acerca del servicio público de radiotelevisión en África, dijo que era un "ideal lejano, no una realidad efectiva" (10). En efecto, en una situación común a la mayoría de ex-colonias en África y Oriente Medio (árabe), la mayoría de los sistemas de radiotelevisión fueron fundados originariamente por los colonos franceses o británicos. Esos sistemas estaban lejos, por tanto, de ser democráticos y eran en realidad una pobre imitación del servicio público de radiotelevisión de las metrópolis. Además, cuando más tarde las cúpulas locales (nacionalistas) se hicieron con el control de estas instituciones, después de la independencia, esos sistemas se tornaron en gran medida en instrumentos de movilización social y control político (11). Así pasó sobre todo en los países en que los regímenes revolucionarios alcanzaron el poder (Egipto, Siria, Irak, Libia, Argelia, Sudán y Yemen del Sur), donde los medios de radiotelevisión recibían generosas subvenciones para promover los ideales revolucionarios y la línea oficial del gobierno. En otros países árabes —sobre todo en los países del Golfo y las monarquías estables de Jordania y Marruecos—, la radiotelevisión también estaba bajo el mando absoluto del gobierno, aunque "con menor intensidad e iniciativa política, (...) menos interesada en una preparación social activa de las masas y, por tanto, (...) menos interesada en los medios de comunicación como herramientas para el cambio social" (12). A pesar de que el contenido de los medios de difusión en este segundo grupo de países estaba más orientado al entretenimiento y tenía menos motivación política, la programación de noticias y asuntos públicos continuaba bajo un férreo control y ensalzaba los logros y las virtudes de los altos cargos del gobierno, a costa del debate y la participación política. Para

finalizar, el Líbano se destaca de todos los demás países porque la televisión se introdujo como una empresa puramente comercial ya en 1959 (en algunos países árabes la televisión no se introdujo hasta 1975). No obstante, a pesar de algunos cambios acaecidos en los regímenes y los sistemas de radiotelevisión árabes, todos los medios de comunicación árabes compartían un mismo rasgo: tanto si eran revolucionarios como puramente comerciales, estaban regulados por las mismas leyes que regulaban la prensa en los países árabes. Estas leyes de prensa detallaban un conjunto de restricciones y prohibiciones (p. ej. la crítica del jefe de Estado, de un país vecino, de la religión islámica o la amenaza de la seguridad nacional). Sin embargo, estas leyes no abordaron la especificidad del medio radiotelevisivo y, por consiguiente, no se implantó ninguna política activa ni mandato especial para que estos medios proporcionaran un acceso universal, dieran satisfacción a los intereses culturales de poblaciones desfavorecidas y minorías, fomentaran la pluralidad de opiniones o proporcionaran una programación muy variada para ayudar a crear una ciudadanía informada.

La introducción de la primera ley sobre radiotelevisión privada en el mundo árabe no cambió la situación. La Ley de Radiotelevisión libanesa de 1994 reconoce la importancia del respeto de la dignidad humana, la libertad de expresión y la pluralidad de opiniones. Aún así, esta ley comete ciertas omisiones y la más grave de todas ellas está relacionada con la función del servicio público de radiotelevisión. La Ley, que culminó un esfuerzo de cinco años para solucionar la desregulación de los medios de radiotelevisión después de la guerra civil, no hizo más que aplazar el debate sobre la suerte de la televisión estatal (Tele Liban). Nueve años después todavía no se ha introducido ninguna ley relativa al mandato, la regulación, la reestructuración o la financiación del servicio público de radiotelevisión. Tele Liban tuvo que cerrar durante unos meses por falta de financiación y de una política gubernamental clara.

Esta desatención de la función de la radiotelevisión pública es muy alarmante, más si cabe en una sociedad (todavía) muy fragmentada y que está saliendo de una guerra civil sangrienta. No sólo es un símbolo de la ausencia de tradición de un servicio público de radiotelevisión en los países árabes en general, sino que

entra en contradicción con la experiencia de otros países con sistemas políticos y de comunicación en proceso de transición. Por ejemplo, el sistema libanés de servicio público de radiotelevisión es muy diferente de la experiencia de Sudáfrica (con todos sus defectos), donde los medios de comunicación, sobre todo el servicio público de radiotelevisión, han sido considerados como un instrumento para transformar una sociedad basada en la segregación racial en una sociedad más democrática e integrada. También es diferente de la experiencia de Europa del Este, sobre todo en las democracias en transición y los países que quieren entrar en la UE, que han legislado, al menos en teoría, un servicio público de radiotelevisión y se han comprometido, en principio, a crear un servicio público de radiotelevisión independiente del gobierno y que esté al servicio del interés público (13).

La experiencia libanesa podría haber sido el modelo a seguir para la introducción del concepto de servicio público de radiotelevisión, además de la introducción de una radiotelevisión privada legal en el mundo árabe. Esta oportunidad se perdió por tres razones. En primer lugar, porque se prescindió de la función que el servicio público de

radiotelevisión puede ejercer en la reconstrucción de una sociedad fragmentada. En segundo lugar, porque se aprobó una legislación de la radiotelevisión privada con un defecto de requisitos de contenido (como veremos más adelante). Y en tercer lugar, porque se evitaron algunos de los aspectos positivos de la ley durante su implantación (14). Los gobiernos de la posguerra dejaron patente el esfuerzo constante del Estado por ejercer el control político de los medios de comunicación, incluso cuando se privatizaron, hasta el extremo de excluir cualquier intento de abordar y promover cuestiones relacionadas con la diversidad (étnica o religiosa), que es la piedra angular de un Estado-nación moderno, pacífico y multicultural.

La Ley de Radiotelevisión libanesa de 1994 y la "promoción" de la producción nacional y la diversidad cultural: vivir "en la negación"

En esta sección, voy a analizar los requisitos de la Ley de Radiotelevisión libanesa (en adelante Ley de 1994 o la Ley), específicamente en lo que concierne a la protección y

Cuotas de producción local según la legislación de radiotelevisión libanesa:

MÍNIMO DE HORAS DE PRODUCCIÓN LOCAL ANUAL		% SOBRE UNA EMISIÓN DIARIA DE 12 HORAS	% SOBRE UNA EMISIÓN DIARIA DE 24 HORAS
TOTAL DE 730 HORAS/AÑO		16,6 %	8,4%
Noticias	280 horas	6,39 %	3,19%
Programas de variedades, documentales, programación sobre desarrollo regional	166 horas	3,78 %	1,89%
Canciones y música	129 horas	2,94 %	1,47%
Concursos	90 horas	2,05 %	1,02%
Obras	13 horas	0,29 %	0,148%
Series dramáticas generales	52 horas	7,2 %	3,6%
Drama libanés (*)	5,3 horas	0,118 %	0,059%

* El drama que trata específicamente de contenido, patrimonio o historia del Líbano ya está incluido, en función del número de horas por año, en la categoría general de "series dramáticas". Se muestra por separado en esta tabla para demostrar el porcentaje bajísimo destinado, *por ley*, al contenido libanés.

la promoción de la producción cultural nacional. El artículo 7 (párrafos 3 y 4) de la Ley de 1994 dispone que la concesión de una licencia a un solicitante está condicionada, entre otras, a la obligación del solicitante a desarrollar la industria cultural nacional (mediante la contratación de talentos locales) y, más concretamente, al cumplimiento de las cuotas para la producción local, como dispone la Guía de condiciones de explotación (o Decreto 7997).

Bajo la sección titulada "Horas de emisión mínimas y programas locales obligatorios", la Guía estipula la emisión de un mínimo de 730 horas anuales de programas locales "obligatorios". Considerando, según la misma Guía, que una cadena de televisión de la primera categoría —es decir, con programación política— debe emitir al menos 12 horas al día, el porcentaje de la producción local "obligatoria" equivale aproximadamente a un 16,6% del tiempo de emisión total de la cadena en un año. Para una cadena que emite 24 horas al día, el porcentaje cae a la mitad y representa un 8,4% del total de la producción anual (véase a continuación la tabla sobre las cuotas de producción local).

Además, del total de 730 horas obligatorias, 13 horas deben dedicarse a la programación de drama o ficción, "inspirada en la historia y el patrimonio literario libanés, árabe o internacional". Dado que estas 13 horas no deben ser exclusivamente sobre el patrimonio cultural libanés, la Guía añade que "el porcentaje de programas libaneses debería representar al menos un 40% de estas horas". En otras palabras, una cadena de televisión privada con licencia debe producir, por ley, no menos de 5 horas y 12 minutos anuales de drama sobre el Líbano de producción local. Este número de horas obligatorio, para una cadena que emite las 24 horas, representaría un 0,059% del tiempo total de emisión anual. Las cuotas establecidas no sólo eran ridículamente bajas e incapaces en la práctica de promover una programación de producción local, menos aún el patrimonio y la cultura nacionales, sino que las principales cadenas que operaban sin licencia cuando se aprobó la Ley producían mucha más producción y contenido local de lo que establecía la Guía (sic).

Entre los demás programas de producción local obligatorios encontramos series, boletines informativos, concursos, programas infantiles, documentales, programas deportivos, etc. Si convertimos el desglose temático

especificado de las 730 horas obligatorias de programación local en porcentajes de producción anual, vemos que, del 16,6% de la programación local mínima anual establecida, en el supuesto de una emisión diaria de 12 horas, salen los porcentajes siguientes: 0,89% de dramas/series locales; 6,39% de noticias locales; 2,94% de canciones y música; 2,05% de programas concurso y un 4,08% de programas de deportes y variedades, documentales y programas sobre desarrollo (es decir, agricultura, salud pública, etc.).

Finalmente, según esta misma Guía, el 20% de las 730 horas obligatorias de producción local, o el 3,3% del total de la producción anual (siempre teniendo en cuenta una emisión diaria de 12 horas), debe dedicarse a la infancia y la juventud. Este porcentaje de programación para niños y jóvenes es bajísimo, sobre todo si tenemos en cuenta que la reconciliación y la paz en el Líbano quizá dependan de la educación de las generaciones más jóvenes y de inculcar los ideales de la convivencia en una sociedad multiconfesional que continúa muy fragmentada.

Finalmente, dado que la Guía fija las cuotas de programas en términos absolutos (o número de horas) y no las expresa como porcentaje de la producción anual total de una cadena, todos los porcentajes mencionados caen de nuevo a la mitad si una cadena emite 24 horas al día (como en el caso de las principales cadenas privadas del Líbano). En ambos casos, es muy difícil de ver cómo pueden proteger —menos aún promover— o "desarrollar la industria cultural nacional", como reza la Guía de condiciones de explotación, unas cuotas obligatorias increíblemente bajas. Con un número tan reducido de horas obligatorias de producción y contenido local, sería un milagro lograr uno solo de los objetivos trazados por el sistema de cuotas. La sección de la Guía titulada Términos generales relaciona alguno de estos objetivos:

Fomentar la producción de la televisión libanesa, dar a conocer las referencias arqueológicas, históricas, artísticas y culturales del Líbano y dar todo el apoyo a la investigación y la experimentación en las artes en aras de garantizar la creatividad y la innovación.

Comparando el sistema de cuotas libanés con el francés, uno se da cuenta de las deficiencias del sistema libanés para proteger, menos aún promover, el contenido local y las producciones locales. La Ley del Audiovisual de Francia de 1986, que en teoría se utilizó como modelo para la ley

libanesa (15), no sólo expresa las cuotas de la programación francesa en función de un *porcentaje fijo* de la producción total que es independiente de las horas de emisión, sino que este porcentaje multiplica por cinco el establecido por la Guía de condiciones de explotación libanesa (suponiendo una emisión de 24 horas al día). Por ejemplo, el artículo 27 de la Ley francesa, según la enmienda del 1 de agosto de 2000, estipula que el 40% de las producciones cinematográficas y audiovisuales deben ser francesas. El porcentaje puede subir hasta el 60% para las cadenas dedicadas a la promoción de la cultura francesa. En el caso de la radio, las canciones francesas no sólo tienen que llegar al 40% del total de emisiones, sino que la mitad de este porcentaje debe destinarse a nuevos talentos o nuevas canciones. Finalmente, una cláusula de protección garantiza que estas producciones locales francesas ocupen un lugar preeminente —es decir, en horario de máxima audiencia— en la programación. En cambio, los porcentajes libaneses de programación local no sólo son bajos, sino que las demás restricciones de contenido (p. ej. el horario de programación) son muy poco estrictas o bien inexistentes y en la práctica posibilitan que las radiotelevisión privadas no produzcan contenido local si no quieren, asestando un golpe mortal a la cultura, los artistas y los productores independientes del Líbano. Así por ejemplo, pese a respetar el espíritu de la ley, los agentes privados de radiotelevisión del Líbano pueden programar programas libaneses en la última franja nocturna y reservar el lucrativo *prime time* para las series comerciales norteamericanas y mejicanas, que, además, son baratas. También pueden reponer viejas series libanesas hasta la saciedad para cumplir el requisito de las cuotas, sin tener que producir programas locales nuevos. Por último, los agentes de radiotelevisión libaneses pueden hacer una programación libanesa en lengua no libanesa, dado que ningún apartado de la Ley ni de la Guía no especifica nada sobre la lengua que debe utilizarse en todos los tipos de programas salvo las noticias. Un análisis reciente de los contenidos descubrió, en efecto, que la mayoría de los programas infantiles de una de las principales cadenas de televisión privadas libanesas no eran en árabe, sino en francés o inglés. Además, los programas infantiles en árabe existentes utilizaban ampliamente el francés o el inglés, sin tan siquiera incluir subtítulos en árabe (16).

Otra omisión problemática de la Ley de 1994 está relacionada con las emisiones religiosas destinadas a las diferentes confesiones presentes en la población del Líbano (17). La Guía admite la posibilidad de emitir programas religiosos, si bien sólo un máximo de 52 horas anuales, que deben distribuirse entre las diferentes confesiones según "el principio de igualdad y la necesidad de preservar los requisitos del interés y el orden público". En porcentajes, 52 horas al año son un 1,18% para una media de 12 horas de emisión al día y un 0,59% para una emisión de 24 horas. Considerando al menos los cinco grupos confesionales principales del país (sunitas, chiítas, drusos, maronitas y ortodoxos griegos), con estos porcentajes cada uno de estos cinco grupos sólo tendría 10 horas de emisión en un año entero. En un país "religioso" —como dispone la Constitución— constituido al menos por 19 comunidades religiosas diferentes, donde la política y la religión son elementos indisolubles de la propia identidad —al menos según el Estado—, se hace difícil pensar que este requisito de "pluralismo" en la radiotelevisión se pueda conseguir dedicando una hora a la semana a la programación religiosa para todas las comunidades religiosas, salvo en el caso que el pluralismo relacionado en la Ley sea cualquier otra cosa menos pluralismo religioso (18). La Ley no prevé ninguna otra posibilidad para emitir programas religiosos y no se puede depender de la radiotelevisión pública "olvidada" (Tele Liban) para que actúe en favor del interés público y aportar un foro para todos los elementos religiosos del país. Así las cosas, la protección de la pluralidad de ideas en la Ley, por un lado, y su prohibición práctica de la programación religiosa, por el otro, parecen dos factores irreconciliables e incluso paradójicos. Se podría decir que la Ley de 1994 es coherente con el objetivo de la Constitución enmendada de la posguerra de abolir la confesionalidad, que se percibe como el origen de los males del país. No obstante, mientras la Constitución enmendada reconoce la necesidad de lograr ese objetivo "por etapas" (artículo 95), la Ley de 1994 lo único que hace es desdibujar la necesidad de abordar la cuestión o el problema de la confesionalidad en los medios de comunicación. Este panorama no se parece en nada a la experiencia de Sudáfrica; en ese país se introdujeron importantes cambios estructurales y de contenido en los medios de radiotelevisión para transformar la red estatal (SABC) en un servicio público de

radiotelevisión para preparar el terreno de cambios más grandes en el sistema político. Sudáfrica creó además una Comisión de la Verdad y la Reconciliación para investigar las violaciones graves de los derechos humanos que se cometieron entre 1960 y 1994. En otras palabras, mientras la Sudáfrica del *postapartheid* intenta "mirar atrás e ir hacia delante" (19), los gobiernos libaneses de la posguerra parece que prefieren "enterrar la cabeza en la arena" en relación con los medios de comunicación y la sociedad en general y esperar a que las cosas mejoren por sí solas.

Como ya he dicho, la Ley de 1994, como se había reclamado repetidamente, se redactó siguiendo el modelo de la Ley del Audiovisual de Francia (la Ley Léotard de 1986). A pesar de que Francia es un país secular, la Ley francesa de 1986 asigna un tiempo a la programación religiosa en sus canales públicos. El artículo 56 reserva las mañanas de domingo a la programación religiosa destinada a las principales confesiones religiosas de Francia. Además, los gastos de producción y transmisión de esta programación corren a cargo de la radiotelevisión pública francesa.

La ausencia de cláusulas que exijan a los servicios de radiotelevisión libaneses tener en cuenta los "intereses minoritarios" también es coherente con el rechazo general de la Ley al ideal de radiotelevisión pública de tener en cuenta a los diferentes grupos étnicos o religiosos. La situación también es paradójica en lo que concierne a los armenios, que constituyen la mayor comunidad étnica/lingüística del país. Como cualquier otro grupo religioso del país (los armenios del Líbano son mayoritariamente católicos o cristianos ortodoxos), tienen el derecho constitucional a ser representados políticamente en el Parlamento, a crear sistemas educativos y religiosos propios, y a recurrir a sus tribunales religiosos cuando surjan problemas y disputas civiles. En cambio, la Ley de Radiotelevisión no reconoce su derecho a estar representados en los medios de comunicación del país.

Además de la inexistencia del concepto de servicio público de radiotelevisión en el mundo árabe, tampoco existen organismos reguladores independientes de los medios de comunicación. A diferencia de los países occidentales, donde se puede recurrir a organismos (relativamente) independientes para controlar los abusos y las representaciones injustas en los medios de comunicación, la mayoría de cuestiones o "infracciones" de los medios de

comunicación árabes son tramitadas por el Estado. Incluso cuando sí que existen organismos reguladores (el Líbano vuelve a ser un caso destacado), su competencia es muy limitada y son más un juguete en manos del Gobierno. Lo peor es que sus "resoluciones" ocultan la mayoría de las veces una maniobra política. Por ejemplo, el Consejo Nacional del Audiovisual del Líbano —creado en 1996 para conceder licencias a las radiotelevisiones privadas del Líbano y supervisarlas— todavía no dispone de presupuesto, ni instalaciones, ni ubicación, ni personal permanente, ni equipamiento para llevar a cabo sus actividades. Aunque la situación fuese la contraria, su competencia es mínima, mientras que la mayor parte de la autoridad competente relativa a la regulación del contenido de los medios de comunicación continúa en manos del ministro de Información o el Consejo de Ministros, o de ambos.

La ausencia del concepto de servicio público de radiotelevisión en la legislación de los medios de comunicación dentro del mundo árabe se ve agravada por la ausencia de una conciencia civil (por parte de las ONG regionales y la sociedad en general) sobre la importante función que puede tener este servicio público. Esta conciencia inexistente es especialmente alarmante en una era de rápida privatización de los medios de radiotelevisión. Con la ola de desregulación y la proliferación de los satélites, que llegan a todos los rincones del mundo árabe, estamos presenciando una transición directa y repentina de los medios de comunicación del gobierno a los medios de comunicación privados. Por tanto, a diferencia del caso occidental, en el que la sociedad civil defiende con uñas y dientes un modelo en extinción (el servicio público de radiotelevisión), en el mundo árabe no se ha adoptado ninguna defensa parecida. Ello no quiere decir que los árabes no estén preocupados por el predominio de una programación de mal gusto, estrictamente comercial, sin pluralidad y a menudo descaradamente sexista —incluso racista— en el vertiginoso sector árabe de la televisión por satélite (20).

En suma, el servicio público de radiotelevisión, tanto en Europa como en América del Norte (especialmente Canadá), tradicionalmente ha dado voz a todos los segmentos de la población, independientemente de las diferencias étnicas, de sexo, de religión, etc. Además, los organismos y consejos independientes se crearon —si bien

con resultados dispares— para garantizar la independencia de estas instituciones públicas de comunicación del gobierno. Se creía que este servicio público era esencial para crear un sentimiento común de identidad nacional y de integración entre todos los ciudadanos de un país democrático y para aportar un foro de debate común. También se creía que esta integración sólo podía llegar de la mano de instituciones de comunicación impermeables a las presiones del mercado y que, por tanto, podían abordar aquellos segmentos de la audiencia —normalmente no acomodados— a los cuales los medios de comunicación privados no suelen prestar atención. Como ya he dicho, en el mundo árabe no existe tradición de servicio público de radiotelevisión. Predominan los medios de comunicación controlados por el gobierno, la mayoría de los cuales se preocupa casi exclusivamente de hacer propaganda política y ejercer un control social, en lugar de promover un debate político plural y la integración social. Aunque se pueden encontrar disposiciones contra la segregación racial en el articulado de algunas leyes de radiotelevisión (como la Ley de Radiotelevisión libanesa de 1994), son disposiciones puramente teóricas. En realidad, en los medios de comunicación libaneses es habitual oír o leer descripciones racistas de negros, en general, y de las trabajadoras inmigrantes de Sri Lanka, en particular, y no parece que ello sea motivo de preocupación para las autoridades o el organismo regulador (el Consejo Nacional del Audiovisual). En cambio, la crítica de una de las religiones monoteístas o de algún jefe de Estado y de Gobierno del Líbano o del mundo árabe puede costar muy cara.

La política cultural de la UE y la promoción de la diversidad cultural árabe: el efecto indirecto

En la sección anterior he hablado del fracaso de la legislación de los gobiernos árabes en la promoción de la diversidad cultural y la pluralidad en los medios de radiotelevisión. La situación no es otra cuando se trata de promover la industria cinematográfica nacional. En el Líbano, por ejemplo, no fue hasta hace muy poco que el Ministerio de Cultura introdujo, por primera vez, un plan económico para ayudar al cine libanés. En 2001, entre continuas restricciones presupuestarias, asignó 200.000

dólares, que habían de repartirse entre 10 directores de cine. Lo más grave, sin embargo, es que esa cantidad, no sólo representa un 5-10% del coste de cada proyecto solicitante (una producción libanesa independiente cuesta un promedio de medio millón de dólares), sino que en el momento de escribir este artículo el pago todavía no se había hecho efectivo (21). Esta falta de apoyo, una constante en muchos países árabes, explica por qué son tan poco habituales las producciones independientes del cine árabe, en comparación con el predominio ejercido por el cine comercial egipcio.

Además, la proliferación de los canales árabes por satélite no ha comportado la proliferación de la producción de ficción árabe ni de documentales. Los canales por satélite continúan recurriendo a las estrellas egipcias en programas de entrevistas y a películas y series dramáticas comerciales de Egipto, a costa del fomento de la diversidad en la producción cultural árabe. Aparte del dominio de la industria cinematográfica egipcia, podemos encontrar producciones de televisiones locales, pero éstas se restringen a programas de concursos que garantizan espectadores, pero que no contribuyen a la expresión ni el intercambio cultural entre los 22 países árabes. Un comentarista resumió el estado de las cosas con las palabras siguientes (22):

"Diez años después de las primeras emisiones de los canales por satélite árabes, no parece que se haya logrado gran cosa. Si la libre circulación de la información y la cobertura objetiva de la actualidad están relacionadas con el cambio, entonces las cadenas no pueden decir que han contribuido a ninguna transformación... La crisis a la que deben hacer frente los canales por satélite árabes... es idéntica a la que deben hacer frente los medios de comunicación árabes en general, que no hacen caso de las cuestiones esenciales que tocan directamente la vida de las personas y sí, en cambio, de otras cuestiones en las que el acuerdo es total."

Tanto en el ámbito de la radiotelevisión como en el de la producción cinematográfica, la cantidad, la calidad y el tipo de producción cultural no es independiente del enfoque adoptado por los gobiernos en lo que concierne a la producción y a la política cultural en general. En torno al cine se pueden determinar tres "actitudes" oficiales básicas, aunque no son necesariamente excluyentes: para empezar, los regímenes autoritarios ponen obstáculos a los directores

independientes que quieren tratar temas serios o políticamente delicados (como el problema palestino-israelí y la crítica de las autoridades religiosas o políticas) sin que la censura amenace el proyecto. En segundo lugar, muchos estados árabes son demasiado pobres para dar prioridad al cine y se centran en otros programas de desarrollo social. Por último, algunos gobiernos o representantes oficiales no creen en la función importante que puede ejercer el cine y, por tanto, no están dispuestos a invertir en este sector. Jean Chamoun, el director de documentales más prolífico y famoso del mundo árabe, ganador de premios internacionales, citó al ministro libanés de Finanzas, quien dijo públicamente que "el cine no es importante" para justificar la congelación del nuevo plan de ayudas económicas a los directores independientes libaneses (23). Cabe destacar que Chamoun todavía depende mucho de la financiación del sector público europeo para hacer sus películas. De hecho, ocho de las 12 películas que ha dirigido fueron posibles gracias a la cofinanciación europea, sobre todo de la BBC, Channel 4 y ARTE. Otro director libanés, Assad Fouladker, que ha ganado varios premios en festivales de cine y cuya última película es una coproducción libanesa-europea, ha denunciado recientemente la deplorable situación en la que se encuentran los directores de cine en el mundo árabe. Afirma que el cine árabe es una especie en extinción, no sólo por los problemas de producción, sino también por las dificultades de proyección en las salas de cine, mal equipadas y deficientes. Fouladker habló de los intentos desesperados del gobierno sirio para evitar el cierre de salas de cine mediante incentivos fiscales (24).

Dado que no existe una política cultural que promueva las voces árabes en su diversidad, muchos directores árabes dependen cada vez más de las ayudas occidentales, sobre todo del sector público. El director del Departamento de Cine del Ministerio de Cultura libanés admitió que el apoyo económico "simbólico" proporcionado por el Ministerio era más un empujón para que los directores buscaran ayudas externas, sobre todo a través de los programas europeos de coproducción (25). De hecho, hace poco que el Ministerio de Cultura invitó al Líbano a un equipo entero de producción de ARTE para realizar una serie de seminarios. El objetivo de estos seminarios era enseñar a directores independientes, profesores de cine y jóvenes titulados los métodos de coproducción y exhibición/distribución de

ARTE, y cómo aprovechar la experiencia europea en este campo. Uno de los principales problemas que explica la debilidad del cine árabe, a pesar de que hay buenos directores, es la inexperiencia en el área de gestión y distribución de la producción (26). Las coproducciones europeas, ante los problemas mencionados a los que hace frente el cine árabe, ofrecen una solución práctica a todas las partes interesadas: por un lado, los buenos directores árabes se pueden beneficiar de la financiación y el personal técnico necesario para conseguir una producción de calidad; por el otro, las radiotelevisión públicas europeas satisfacen los requisitos de las cuotas de contenido y proporcionan a su vez puestos de trabajo y profesionales europeos del cine, como exige la ley. ARTE, en tanto que servicio público de radiotelevisión, tiene el objetivo de "Concebir, realizar y difundir, o hacer difundir por satélite o cualquier otro medio, emisiones de televisión que tengan un carácter cultural e internacional en sentido amplio, y que favorezcan la comprensión y el acercamiento de los pueblos a Europa".

Como consecuencia de esta política, más de una tercera parte de la programación de ARTE es originaria de otros países europeos —no es alemana ni francesa— y de otras partes del mundo (27). En una declaración escrita del presidente de ARTE/Francia, distribuida recientemente durante el seminario de ARTE en el Líbano, Jérôme Clément hizo hincapié en la creciente importancia del diálogo euromediterráneo y la necesidad de trabajar con el objetivo de que "las costas oriental y occidental de nuestro mar se conozcan mejor". Esta apertura hacia los países (árabes) situados al otro lado del Mediterráneo no es nueva ni debe considerarse como algo aparte de un plan de la UE de mayor alcance (sobre todo en el ámbito económico) que afecta a los países vecinos: el Acuerdo Euro-Med. Para empezar, el interés de la UE por la cooperación audiovisual se remonta a la conferencia de Tesalónica del 15 de noviembre de 1997. Esta conferencia sentó las bases de un marco de cooperación, el programa audiovisual Euromed. Después, en septiembre de 1998, se celebró en Rodas una conferencia para supervisar esta cooperación, en la que los participantes (ministros de Cultura de las asociaciones euromediterráneas) fueron invitados por la Comisión para "fomentar los intercambios de información y la cooperación en cuestiones reguladoras y autorreguladoras del sector

audiovisual" (28). El objetivo de la conferencia más reciente de Rabat era "ahondar en los aspectos técnicos de esta cooperación", con "el objetivo de abordar las cuestiones de las organizaciones y las estructuras". Las conclusiones principales de la conferencia de Rabat admitieron que el surgimiento de una área audiovisual euromediterránea, impulsada por el proceso de Barcelona, "no sólo tendría consecuencias culturales, sino también económicas y políticas". Lo más importante es que los participantes pidieron "a los 27 socios euromediterráneos que se unieran para defender la diversidad cultural en el marco de las negociaciones de la OMC" y reconocieron la necesidad de crear un "marco legislativo y regulador, con el doble objetivo de garantizar la defensa de los intereses generales y de hacer frente a las deficiencias y desequilibrios del mercado, preservando la diversidad cultural" (29).

Conclusión

Merece la pena analizar las conclusiones de la conferencia de Rabat, sobre todo en lo concerniente a la preservación de la diversidad cultural y la necesidad de defenderla en las negociaciones de la OMC. Ya he hablado de los problemas que representa recurrir al argumento de la "excepción cultural" para justificar la "protección" y continuar regulando el sector audiovisual y la producción cultural en general. El proteccionismo puede adoptar formas diferentes, desde la imposición de aranceles sobre las importaciones culturales (una posición defendida mayoritariamente por los franceses) a la prohibición de las antenas parabólicas y los productos culturales de Occidente, como en el caso de algunos estados árabes o islámicos. El problema del proteccionismo como justificación de la regulación de la cultura reside en el hecho que, en muchos casos, la "cultura" que necesita ser protegida de "otras" culturas transfronterizas (por ejemplo, de las exportaciones comerciales de EEUU) suele ser una monocultura en el ámbito del estado nación, y es el resultado de concepciones y definiciones de la identidad nacional que han acabado siendo hegemónicas. Por ejemplo, en Irán, el presidente del Parlamento, justificando la prohibición de las antenas parabólicas, dijo que esta decisión permitía a los iraníes «mostrar al mundo que nosotros [los iraníes] estamos en

contra de la cultura extranjera, que nunca estaremos supeditados a esa cultura ni a la invasión de los extranjeros" (30). Esta "defensa" puede tener una cierta credibilidad cuando la cultura defendida es una cultura diversa que refleja fielmente la constitución plural y multicultural de un estado nación. Como bien dicen los críticos del proteccionismo, los gobiernos que defienden la protección cultural suelen estar protegiendo las variantes dominantes de la identidad de una nación (la "francesidad" o la "britanidad"), algo que va en menoscabo de la diversidad étnica y cultural interior (31). En el caso de los estados árabes o islámicos más autoritarios, los gobiernos suelen hacer uso —o abuso— del concepto de "proteccionismo" y desvían el debate sobre la represión de la disidencia interna dando las culpas a los demás, es decir, a EEUU la mayoría de las veces. Las reivindicaciones de este proteccionismo suelen ser insustanciales y poco convincentes en los países donde los sistemas políticos y las políticas audiovisuales no reconocen la diversidad en ninguna de sus formas (política, religiosa, étnica, lingüística, etc.).

En suma, toda demanda de protección o excepción cultural es legítima y tiene más posibilidades de obtener apoyo de todas las partes cuando lo que debe protegerse no es una cultura, sino la diversidad de la cultura. Puede ser que la UE haya iniciado el debate sobre la excepción cultural con poca amplitud de miras (los franceses que se resisten a la "McDonalitzación" de su cultura). Un enfoque más ambicioso, que parece ser que la UE empieza a adoptar, sería afirmar que lo que debe combatirse y regular es la omnipresencia de la monocultura, de cualquier monocultura, tanto dentro del estado nación como en todo el mundo.

Traducción del inglés: Marc Alba

Notas

1. GOLDBERG et al. (1998) *EC Media Law and Policy*. London: Longman, p. 18.
2. GOLDBERG et al., 1998, p. 17. Para profundizar en “el artículo cultural” y sus posibilidades y limitaciones, ver GOLDBERG et al, pp. 17, 18.
3. HARRISON, J.; WOODS, L.M. (2001) ‘Defining European Public Service Broadcasting’, en *European Journal of Communication*, Vol. 16, No. 4, Diciembre 2001, p. 478
4. Esto no quiere decir nada sobre las tensiones entre la CE y los Estados miembros, en referencia a la aplicación de algunas políticas de la CE y de sus competencias específicas. Para más detalles, ver HARRISON y WOODS, 2001, p. 478. GOLDBERG et al. (1998) también argumentan que el rol de la CE sobre la política cultural es complicado debido al hecho de que la CE no es un “policy-maker” monolítico, y de que los conflictos institucionales existen en el interior de la CE, con “diferentes lógicas reguladoras, que son adoptadas por diferentes actores institucionales”, p. 5.
5. THOMPSON, K. (ed) (1997) *Media and Cultural Regulation*. London: Sage Publications, p. 120.
6. GOLDBERG et al., 1998, p. 2.
7. Ambos puntos de vista siguen siendo objeto de debate sobre la radiodifusión en la UE. GOLDBERG et al., p. 14.
8. Woollacott citado en THOMPSON (ed), 1997, p. 126.
9. TEER-TOMASELLI, R. (1998). ‘The Public Broadcaster and Democracy in Transformation’, en *Canadian Journal of Communication*”, Vol. 23, No. 2, 1998.
10. M. Raboy citado en HEATH, C. (2001). ‘Regional Radio: A Response by the Ghana Broadcasting Corporation to Democratization and Competition’, en *the Canadian Journal of Communication*, Vol. 26, No. 1.
11. RUGH, W. (1987). *The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World*. Syracuse: Syracuse University.
12. RUGH, 1987, p. 123.
13. JACKEL, A. (2001). ‘Romania: From Tele-Revolution to Public Service Broadcasting, National Images and International Image’, en *Canadian Journal of Communication*, Vol. 26, No. 1.
14. DABBOUS-SENENIG, D. (2002). *Ending the War? The Lebanese Broadcasting Act of 1994*. Tesis doctoral no publicada, Sheffield Hallam University, UK.
15. Ibid.
16. CHOUR, N. (2001). *Television in Lebanon, Like Father Like Son: A Reflection of the Lebanese System*. Trabajo de investigación de Máster no publicado, American University of Beirut, p. 38.
17. De forma breve, la constitución libanesa reconoce la existencia de 19 confesiones o denominaciones religiosas diferentes, pertenecientes a cada una de las tres religiones monoteístas (judaísmo, cristianismo e islam). El sistema político libanés también es confesional (p.e. el poder político y la representación es proporcional al peso demográfico de cada comunidad religiosa).
18. La Ley de la radiodifusión de 1994 (o Ley No. 382), Artículo 7, Párrafo 2. Ver también la Guía de Condiciones de Operadores (o Decreto No. 7997) , Capítulo 1. Esto no quiere decir, por supuesto, que el *output* de las televisiones privadas no refleje la identidad confesional de la mayoría de los accionistas. Ver DABBOUS-SENENIG (2002).
19. KRABILL, R. (2001). ‘Symbiosis: mass media and the Truth and Reconciliation Commission of South Africa’, en *Media, Culture & Society*, Vol. 23, No. 5. Sobre la discusión de la transformación de la SABC de un medio controlado por el Gobierno sirviendo los intereses de la minoría blanca, a un medio bajo mandato de

servicio público para servir a las 11 lenguas oficiales del país. Ver TEER-TOMASELLI (1998).

20. SHUQAIR, M. (2002). 'The role-playing of Arab Satellite TV', en *The Daily Star newspaper*, 5 Diciembre 2002.
21. Ghassan Abou Chakra, Director of Film Department, Ministerio de Cultura libanés, entrevistado el 20 de noviembre de 2002.
22. SHUQAIR (2002).
23. Jean Chamoun, entrevistado el 20 de noviembre de 2002.
24. Assad Fouladkar, entrevistado el 11 de noviembre de 2002.
25. Ghassan Abou Chakra, entrevistado el 20 de noviembre de 2002.
26. Ibid.
27. Folletín de ARTE (2001), 'ARTE: la chaîne culturelle européenne', publicado por ARTE G.E.I.E., Presse & RP.
28. II Audiovisual Conference of the Euro-Mediterranean Partnership, "A framework for the dialogue of images", Rabat, 14-15-16 Septiembre 2000.
29. Ibid.
30. BBC Monitoring, 16 Junio, 1995, p. 5.
31. THOMPSON 1997, p. 120.

"El Sur del Norte"*: las coordenadas culturales del sistema audiovisual australiano

Stuart Cunningham y Terry Flew

■ *El debate sobre la "excepción cultural", generado en torno a la OMC y su política de liberalización comercial, no debería ceñirse a una oposición entre Europa y EEUU, o entre el inglés y las demás lenguas. La diversidad cultural del mundo audiovisual es mucho más rica e interesante. Este artículo se centra en la diversidad cultural del "mundo inglés", más concretamente en la diversidad cultural del sistema audiovisual australiano. Australia es un país que aparentemente tiene muchos rasgos comunes con EEUU y otros países de lengua inglesa del antiguo régimen británico, pero en realidad es bastante diferente cuando combina sus coordenadas culturales. Este hecho pone de relieve la complejidad y la riqueza de los sistemas audiovisuales del mundo entero, incluidos los anglófonos.*

Stuart Cunningham

Director del Centro de Aplicaciones e Investigación de las Industrias Creativas, Medios y Comunicación de la Universidad de Tecnología de Queensland, en Brisbane, Australia

s.cunningham@qut.edu.au

Terry Flew

Profesor adjunto y jefe de la Facultad de Industrias Creativas, Medios y Comunicación, en la Universidad de Tecnología de Queensland, en Brisbane, Australia

t.flew@qut.edu.au

Estructura del sector audiovisual australiano

Los medios audiovisuales se caracterizan por el predominio de los intereses y la lógica del sector privado y comercial, si bien tienen a sus espaldas una sólida historia de subvenciones y regulaciones estatales, y una intervención reguladora de los mercados desde instancias políticas. La radiodifusión australiana tiene una larga historia de "sistema dual": radio y televisión de servicio público y de servicios comerciales, que se remonta a principios de la década de 1930. Ambos sectores recibieron entonces los nombres de clase "A" y "B", según si sus expectativas de audiencia eran "intelectuales" o "poco intelectuales", o si su contenido eran programas informativos o de entretenimiento (Johnson 1988).

La televisión nació en 1956 de acuerdo con esta lógica del sistema dual; la primera emisión en Australia tuvo lugar el 16 de septiembre de 1956, coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Melbourne del mismo año. En 1956 había dos canales comerciales en Sydney (TCN 9 y ATN 7) y otros dos en Melbourne (GTV 9 y HSV 7). El servicio de radiodifusión pública, la ABC (Australian Broadcasting Commission, más tarde Corporation) desempeñaba entonces sus actividades en Sydney y Melbourne. La cobertura televisiva se fue ampliando por todo el país desde fines de la década de 1950. Las zonas más alejadas de Australia, con grandes poblaciones indígenas, recibieron al fin la señal de televisión a fines de la década de 1980, por medio de BRACS (Broadcasting to Remote Aboriginal Communities Services, o Servicios de Radiodifusión a las Comunidades Aborígenes Alejadas), después del lanzamiento en 1985 del satélite AUSSAT, que permitió la conexión a la red nacional de televisión.

Los medios australianos tienen una naturaleza híbrida, puesto que mezclan estructuras adoptadas del modelo británico (BBC) y del norteamericano (comercialidad). La radiodifusión pública ha estado presente en el sistema

audiovisual australiano desde sus inicios. La ABC se creó siguiendo el modelo de la BBC, el único punto de apoyo a la "creatividad" tanto en los imaginarios conservadores como en los populares e innovadores de la época. No obstante, ha sido un interlocutor secundario en comparación con el sector comercial en abierto, con índices de audiencia que casi llegan al 20%, frente al 80% del sector comercial sumado. Puede considerarse que la ABC es una expresión importante del nacionalismo y la modernidad cultural, una fuerza viva dentro de Australia y un instrumento vertebrador de la ciudadanía en el marco de una "cultura común" de una nación geográficamente grande y dispersa. Sin embargo, caeríamos en un error si considerásemos que se trata de un apéndice de "alta cultura" del sistema de radiodifusión, ya que siempre ha intentado mantener un equilibrio entre las obligaciones de servicio público y las de popularidad de audiencia, sobre todo en la Australia regional donde, durante muchos años, fue el único proveedor de servicios de medios audiovisuales (Craik 1991). Entre las demás manifestaciones del nacionalismo cultural en los medios audiovisuales se encuentran las miniseries televisivas históricas de la década de 1980, cuyo objetivo era preservar la memoria popular y potenciar el sentimiento nacional de la historia de Australia (Cunningham 1993). También hay que hablar de la política de financiación pública de películas desde la década de 1970. Ambos casos han intentado compaginar el éxito comercial, que es básico, con la construcción de un imaginario colectivo y de una identidad nacionales (O'Regan 1996).

Los medios comerciales australianos han sido dominados por un pequeño número de dinastías familiares. Por un lado, la News Corporation de Rupert Murdoch, que representa el 70% de la producción de diarios australianos, es el accionista mayoritario del servicio de televisión de pago FOXTEL y controla los estudios cinematográficos de la Fox en Sydney). Por el otro, la Publishing and Broadcasting Limited (PBL) de la familia Packer, propietaria de Nine Network, que domina el sector de la televisión en abierto, tiene participaciones en varias revistas y mantiene un consorcio con Microsoft, *nineMSN*, el web más visitado de Australia. La titularidad de más de un medio de comunicación está restringida, lo cual resta trascendencia a la función de News Corporation en la televisión en abierto e impide que Packer se haga con el control del grupo de prensa Fairfax, aunque,

en la práctica, las redes de interconexión entre los principales agentes son, en realidad, muy amplias (Productivity Commission 2000). A pesar de las restricciones a la entrada de capital extranjero en los medios de comunicación australianos, tanto la News Corporation —cuyo director general es Rupert Murdoch, oficialmente ciudadano norteamericano— como el grupo Can West —una multinacional canadiense que tiene la participación mayoritaria de Ten Network— han ejercido sus actividades "fuera del alcance" de los controles legislativos oficiales.

A este sistema dual consolidado se han agregado nuevos elementos significativos. El Special Broadcasting Service (SBS), que inició sus emisiones en 1980, se fundó gracias a una estrategia política "descendente" para la vertebración de una sociedad multicultural. El SBS proporciona programación en lengua no inglesa a muchas comunidades de habla no inglesa de Australia con el fin de promover la diversidad cultural en la sociedad australiana. Lo hace tanto por medio de información sobre la inmigración y el multiculturalismo, como de la subtitulación en inglés del material en lengua no inglesa. De acuerdo con una interpretación amplia de su Carta de servicio público, el SBS ha resultado ser un agente innovador de programación para una audiencia culturalmente diversa, y no un re-emisor de la programación en lengua no inglesa para las diferentes comunidades inmigrantes. A fines de la década de 1990, se podría decir que el SBS se había convertido en el servicio de radiodifusión más dinámico e innovador de Australia. El gobierno también ha apoyado ocasionalmente iniciativas "ascendentes" en el sector de la radiodifusión comunitaria, un apoyo especialmente sólido en la radio, pero que ha cosechado resultados ambivalentes en televisión (Rennie 2002). Esta evolución ha tenido lugar al lado de una nueva comercialización de los medios de comunicación, con el nacimiento de la televisión de pago en 1995, que actualmente supera el 20% de audiencia (Flew y Spurgeon 2000), y la desregulación de sectores relacionados, como las telecomunicaciones.

Los medios de comunicación australianos y la globalización

La cultura de los medios de comunicación australianos ha tenido un vínculo muy estrecho con los procesos de

globalización desde sus inicios. La televisión comercial australiana de la primera época se caracterizaba por una gran irrupción de programas importados, concretamente de Estados Unidos; el Informe Vincent de la televisión australiana muestra que, en 1962, el 97% de la ficción televisiva emitida por la televisión australiana se importaba de Estados Unidos (Flew 1995). A raíz de las regulaciones sobre contenido local para la televisión comercial, desarrolladas desde principios de los sesenta hasta hoy, y a raíz también de un cambio de preferencias de la audiencia hacia los contenidos locales, la televisión comercial australiana es más local en cuanto a su contenido de lo que lo era 30 años atrás. La regulación sobre cuotas de contenido australiano establece que un 55% de la ficción televisiva sea de producción local. Por otro lado, el gasto en programación importada ha caído del 55% del gasto total en programación a finales de los sesenta a un 30% a finales de los noventa (Flew y Cunningham 2001: 80). Por ello, Tom O'Regan ha afirmado que la cultura nacional y la globalización se solapan, compitiendo y complementándose entre sí (O'Regan 1993: 100).

A pesar de que las regulaciones sobre el contenido local han corregido algo este exceso de dependencia de la importación, Australia se sigue considerando una "cultura de importación" o una cultura especialmente abierta a la influencia cultural mundial, debido al inglés y a los sólidos vínculos históricos y culturales con Estados Unidos y Gran Bretaña. El análisis de Meaghan Morris (1988) sobre el gran éxito nacional e internacional de la película *Crocodile Dundee* de 1986, habla de una "convencionalidad positiva" al abordar el nacionalismo cultural y la economía mundial de la industria cinematográfica. Morris demuestra que *Crocodile Dundee* es un ejemplo del dinamismo de la cultura australiana para aprovechar su pasado colonial británico y de la importancia de la cultura norteamericana del siglo XX. Esta película ejemplifica, por tanto, un proceso de reelaboración cultural adaptado a las demandas de la industria cinematográfica mundial contemporánea y, a su vez, de las demandas nacionales.

En la década de 1990, películas australianas como *Proof*, *Muriel's Wedding*, *Strictly Ballroom* y *Priscilla: Queen of the Desert* ilustraron una forma de cine de "exportación" que se inspiró en elementos culturales bastante variados y eclécticos. Ante esta línea, críticos culturales como Graeme

Turner se preguntaron qué había sido de ese "cine nacional" australiano exponente del nacionalismo cultural de la política cinematográfica australiana de los años sesenta y setenta (Turner 1994). A pesar del gran potencial de la exportación audiovisual, la balanza comercial del sector tiene un desequilibrio histórico en favor de las importaciones. El saldo del déficit comercial cultural de Australia supera los 3.200 millones de dólares (1996-97), con importaciones de películas, programas de televisión y vídeo por un valor que triplica los ingresos por exportación.

Es posible afirmar que "cuando Australia se modernizó, dejó de ser interesante", es decir, interesante para una intelectualidad cultural e internacional y una audiencia antropológica (Miller 1994: 206). Dos factores hicieron de Australia un país "interesante" a fines del siglo XIX y principios del XX: por un lado, la diferencia cultural radicalmente "premoderna" de sus pueblos indígenas frente a una cultura colonial trasplantada de los pobladores blancos, y por el otro, la creencia utópica de los propios pobladores británicos que los ideales de la Ilustración europea se podrían trasplantar a la *Terra Nullius*. Los críticos culturales marxistas como Andrew Milner (1991) vieron en Australia un caso de estudio interesante del posmodernismo mundial, como "una colonia de población europea que desembarcó de repente en aguas asiáticas desconocidas e inexploradas por un imperio lejano que enseguida entró en decadencia" (Milner 1991: 116). Estas explicaciones ocultan la trascendencia de una construcción nacional propia y el proyecto de modernidad emprendido en Australia en el siglo XX. Asimismo, aceptan con demasiada facilidad que Europa proporciona los modelos de la cultura política nacional y que los estados de "pobladores blancos" semiperiféricos hijos de la colonización son esencialmente un subproducto cultural. Pero sí que prestan atención a la posición distintiva de Australia como producto histórico de los proyectos imperiales de la modernidad europea, pero también geográficamente ubicada en Asia Pacífico, posiblemente la región más dinámica del siglo XXI. Ross Gibson (1992), de cuyo libro hemos sacado el título de este artículo, describe la naturaleza ambivalente de Australia como un repetidor diametralmente opuesto entre Europa y Asia, lo local y lo global, lo "viejo" y lo "nuevo", en estos términos evocadores:

Durante 200 años, la tierra del Sur ha sido un objeto

engañoso para Occidente. Por un lado, es demostrable que Australia es una sociedad «europea», ya que disponemos de documentación exhaustiva relativa a sus inicios y a su evolución coloniales. Pero por el otro, dado que la sociedad y su hábitat también han sido vistos (durante mucho más de 200 años) en Occidente como parte de otro mundo fantástico, la imagen de Australia adopta una extraña bicefalia. Los occidentales pueden reconocerse en ella y a su vez sentirse atraídos por una entidad exótica y retorcida, el fantasma llamado Australia. Los occidentales pueden mirar al Sur y sentirse "como en casa", pero, como la región también ha servido para proyectar las aspiraciones y la ansiedad europeas, Australia también pone en tela de juicio los supuestos y satisfacciones por los que toda sociedad o individuo se siente como en casa (Gibson 1992: x).

Sea por sus vínculos históricos y culturales con Gran Bretaña y Estados Unidos y la preponderancia del inglés, el cine y la televisión australianos aportan estudios de caso importantes sobre hasta qué punto el éxito en los mercados internacionales de la comunicación conlleva "jugar a ser americano" (Caughie 1991). Tom O'Regan (1993) habló de la "doble cara" de la televisión australiana: por un lado, programas baratos importados y subvenciones cruzadas a la producción local en virtud de un régimen normativo de cuotas de contenido nacional para la televisión comercial; y, por el otro, la economía del sector que necesita formatos genéricos que se puedan exportar como programas de relleno de bajo coste para las programaciones de los organismos de radiodifusión de multicanales en Europa, Asia y América del Norte (Cunningham 1996). El sector australiano de la producción televisiva ha ido adoptando proporciones mundiales en cuanto a su orientación de ventas e inversión desde fines de los años ochenta. A pesar de que los programas australianos ya se vendían en los mercados internacionales antes de los ochenta, cuando *Skippy the Bush Kangaroo* era el éxito más notable, el modelo ha cambiado hacia contenidos de calidad de un presupuesto mucho más alto, que cada vez más mezcla orígenes locales y extranjeros. Por otro lado, algunas compañías de producción nacionales amplían su base de operaciones fuera de Australia. Entre los productos que han tenido buenos resultados figuran los dramas seriales o telenovelas (*Prisoner*, *Neighbours* y *Home and Away*), series dramáticas de mejor calidad (*Water Rats*, *Murder Call* y *Blue Heelers*), series animadas (*Blinky Bill*), programación infantil (*Bananas in Pyjamas*) y el popular formato de ciencia y tecnología *Beyond 2000*. Más reciente-

mente, el documental *The Crocodile Hunter* ha logrado un notable éxito gracias a su proyección por The Discovery Channel, hasta el extremo que su fornido presentador, Steve Irwin, ha consolidado una popularidad internacional que le ha servido para hacer una película basada en sus proezas y un episodio de la comedia animada de EEUU *South Park* cuyo personaje Cartman adoptó su papel.

La legislación del localismo: la cuota de contenidos australianos como política cultural

La norma sobre contenidos australianos exige que un 55% de los programas emitidos entre las 6 de la tarde y las 12 de la noche por la televisión comercial y el 50% de todos los programas emitidos sean de origen australiano. Esta norma de contenido local ha estado en vigor en Australia desde 1960, pero ha evolucionado con el tiempo, sobre todo en la creación de cuotas secundarias, basadas en un sistema de puntos que pondera el coste de los programas y el tiempo de emisión para la ficción de producción local, la programación infantil y los documentales. Su principal objetivo es cultural y está destinado a "promover la función de la televisión comercial para desarrollar y reflejar un sentimiento australiano de identidad, carácter y diversidad cultural" (citado en Productivity Commission 2000: 380), pero también es importante en términos de desarrollo de la industria, ya que proporciona un "terreno" para la producción local que compite con material importado más barato. También es un requisito normativo que satisfacen sin más complicaciones los organismos de radiodifusión comerciales, aunque de vez en cuando se cuestiona la combinación requerida de los tipos de programas. Los argumentos a favor de la cuota de contenidos australianos han centrado la atención en la diferencia de coste entre la programación local y la importada, su capacidad de promover la diversidad y la innovación en la producción televisiva local, la promoción de una cultura nacional distintiva por medio de una emisión continuada de programas con una "imagen australiana" y la resistencia a la dinámica globalizadora de la industria y el "imperialismo cultural". También se ha considerado como un instrumento de la política cultural, sobre todo en los años noventa, cuando los discursos sobre política cultural establecieron una relación con los círculos académicos australianos (Cunningham 1992; Bennett 1998; Bennett y Carter 2001). También se ha dicho que las iniciativas "pro-sociales",

como las cuotas de contenido local, se han apoyado históricamente sobre un *quid pro quo* que ha protegido a los organismos de radiodifusión del momento frente a nuevos competidores potenciales, mediante la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992, que limita la existencia de tres canales en un área determinada. Esta medida comportó que los canales de televisión de la capital obtuvieran unas ganancias medias del 25-30% durante la mayor parte de los noventa, tres veces la media del índice de ganancias de la industria australiana en conjunto (Flew 2002).

Desde fines de los ochenta, se ha analizado ininterrumpida y minuciosamente la viabilidad de la cuota de contenidos australianos. La reforma de la legislación audiovisual que supuso la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992 fue defendida por los economistas neoliberales, tanto dentro como fuera del Gobierno. Sus tesis afirmaban que las cuotas no son mucho más que una estrategia "para sacar dinero" por parte del sector de la producción audiovisual (véase Cunningham 1992, pp. 48-52, para un análisis de esta argumentación). En la práctica, se produjeron pocos cambios en este ámbito de radiodifusión, a pesar de que los requisitos para la producción local en publicidad televisiva se diluyeron considerablemente. Más recientemente dio su opinión la Comisión de Productividad, un organismo del Tesoro Público encargado de supervisar la conformidad de la actual legislación gubernamental en una serie de áreas con los principios de la política de competencia nacional. Según el Informe de la Comisión de Productividad (2000), la Ley de Servicios de Radiodifusión había quedado desfasada, era administrativamente compleja, contraria a la política de competencia y otros principios de la política pública, y una base insuficiente para dar respuesta a los retos de la digitalización, la convergencia tecnológica y los nuevos servicios de los medios de comunicación. La Comisión expresó su preocupación por "un historial de acuerdos políticos, técnicos, industriales, económicos y sociales" en la política de radiodifusión australiana, que había dejado "un legado de *quid pro quos* [que] ha creado un marco legislativo encerrado en sí mismo, carente de competitividad y restrictivo" (Productivity Commission 2000: 5). La creencia de la Comisión que el interés público obtendría mejores resultados reduciendo barreras a la entrada de nuevos agentes y promoviendo una mayor competencia de mercado no ha recibido el apoyo del Gobierno conservador de Howard, pero su crítica al *status quo* sigue extendiéndose a raíz del fracaso de la estrategia del gobierno para promover la transición de la

televisión analógica a la digital, que ha protegido en gran medida el sector actual de las emisiones en abierto.

La postura normativa general australiana hacia los acuerdos comerciales internacionales es ambigua en relación con el sector audiovisual. La postura de negociación general de Australia es muy favorable al GATS y la liberalización comercial, dado que los negociadores comerciales australianos conciben la nación como una economía pequeña y abierta que se beneficia de los acuerdos comerciales multilaterales que requieren un mayor acceso al mercado por parte de las naciones y regiones más grandes y potencialmente más influyentes. Asimismo, la percepción negativa de la repercusión del sistema arancelario en la producción ha ayudado a generar un consenso de libre comercio o, en otras palabras, una alianza antiproteccionista, a los niveles más altos del espíritu normativo australiano. En el escenario mundial, Australia se ha adelantado en la promoción de los acuerdos comerciales multilaterales, como la formación del "Grupo Cairns" de naciones que defienden la liberalización de los mercados agrícolas mundiales. Al mismo tiempo, en la Ronda de Uruguay de las negociaciones del GATS, los representantes del sector audiovisual ejercieron fuertes presiones para que Australia exonerase al sector cultural de sus compromisos finales del GATS, dadas las preocupaciones de que los negociadores comerciales australianos pudiesen "compensar" políticas como las de cuotas de contenido local con un mayor acceso a los mercados agrícolas norteamericanos. Más recientemente, la decisión del Tribunal Supremo de 1998 relativa al acuerdo comercial de Relaciones Económicas más Estrechadas (CER) entre Australia y Nueva Zelanda, estimó que el material producido en Nueva Zelanda debía considerarse "australiano" al efecto de las cuotas. Esta decisión llamó la atención hacia la posibilidad de que los objetivos normativos destinados a fomentar una identidad cultural australiana fueran invalidados por los objetivos de la política comercial y los acuerdos y tratados internacionales. Pese a que la repercusión de la sentencia sobre la programación televisiva australiana ha sido mínima, debido al escaso atractivo de la programación de Nueva Zelanda para las audiencias australianas, los críticos creen que las disposiciones del CER son un ariete en potencia para imponer la conformidad con el GATS y otras disposiciones estipuladas por organismos comerciales internacionales, como la Organización Mundial del Comercio. La postura oficial australiana es hoy por hoy muy ambigua: por un lado tranquiliza al sector audiovisual local en relación con el

mantenimiento de la cuota de contenido australiano y, por el otro, apoya el programa de la OMC y el Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos.

¿Hacia una nueva configuración?

El sector audiovisual australiano ha intentado proporcionar contenido a los mercados interiores y competir al mismo tiempo en el ámbito internacional. Esta manera de proceder es un reflejo de una nación mediana de habla inglesa que es muy permeable a las influencias culturales importadas y a las fuerzas globalizadoras, y que ha tratado de convertir su vulnerabilidad potencial en capacidad competitiva para hacerse un hueco en los mercados culturales mundiales. La política concerniente a los sectores del cine y la televisión ha intentado hermanar el desarrollo cultural y el desarrollo industrial, en parte mediante la subvención política y la provisión directa de servicios audiovisuales (sobre todo en el ámbito de la radiodifusión pública), pero también por medio de medidas que estructuran la asistencia pública en formas que están relacionadas con los objetivos de la política cultural, a menudo implícitos y no hechos públicos. Ello se ha producido en un contexto en que el «juego principal» de la política gubernamental ha promovido la desregulación, la liberación del comercio y el multilateralismo.

Tom O'Regan (2001) ha observado que este equilibrio entre lo nacional y lo internacional, y lo cultural y lo industrial, dio buenos resultados a los sectores audiovisuales australianos hasta mediados de los noventa, pero que desde entonces se ha ido deshachando. La investigación de la Comisión de Productividad sobre la radiodifusión llamó la atención sobre algunos de estos conflictos, ya que trabajó dentro de un paradigma coherente con el de los sectores de conocimiento y contenido a escala mundial (cf. OECD 1998). En cambio, el sector audiovisual local se basa en un paradigma de desarrollo cultural, aunque la noción de cultura nacional australiana ha perdido nitidez respecto al pasado, pongamos, hace 30 años. Estos planteamientos contradictorios reflejan una bifurcación del sector audiovisual australiano, dado que las producciones que se hallan bajo el control financiero y creativo extranjero han constituido una proporción cada vez más grande de la actividad de producción local, y que la financiación directa del gobierno federal para los organismos cinematográficos y televisivos se ha estancado o está disminuyendo (Flew y Cunningham 2001: 85-89). La "crisis perpetua" (Craig 2000)

de la ABC, el buque insignia de los organismos de radiodifusión nacionales, y el crecimiento de las producciones cinematográficas "mundiales" (*The Matrix*, *Babe: Pig in the City*, las presecuelas de *Star Wars* y *Mission Impossible II*), parecen dos caras de la misma moneda. Además, a medida que los discursos de las industrias creativas vayan ganando importancia en la política pública y que se preste mayor atención al desarrollo de los servicios y el contenido en red, la retórica de la política cultural se irá reduciendo. El ámbito de la política cultural estará cada vez más en los organismos de desarrollo económico en lugar de los organismos tradicionales de la política artística (cf. Cunningham 2002).

El impulso de las iniciativas de la política cultural en Australia siempre ha sido industrial y cultural a partes iguales, aunque a menudo ha convencido a sus partidarios de restar importancia a la parte industrial de la ecuación. Al pensar en la posible repercusión de la OMC y, quizás con un carácter más urgente, de un acuerdo entre Estados Unidos y Australia, las repercusiones industriales son más tangibles que las culturales. Ello se debe, en parte, al hecho que la naturaleza multicultural de la sociedad australiana tiende a considerar la cultura australiana como una forma híbrida o una forma residual (cf. Turner 1994). Australia siempre ha estado integrada en los circuitos económicos, culturales y políticos mundiales: la política repercute principalmente en las condiciones de estas negociaciones y no en la cuestión de hasta qué punto debe integrarse en ellos. La repercusión de la globalización sobre las prácticas audiovisuales en la tierra del "Sur del Norte" es más sobre qué se produce, y los circuitos por los cuales circula este contenido cultural, que la existencia continuada del sector como tal. La paradoja de la política que se empieza a entrever es que la garantía de la regulación del contenido australiano como piedra angular de la política cultural —la protección de los actuales organismos de radiodifusión de las nuevas fuentes de competencia— puede provocar el estancamiento del sector y que el dinamismo de la industria audiovisual australiana puede surgir de las políticas que arriesgan la viabilidad del sector australiano abriéndose más a las fuerzas de la globalización y la competencia.

Traducción del inglés: Marc Alba

* Nuestro título rinde homenaje a un libro importante — *South of the West: Postcolonialism and the Narrative Construction of Australia*, de Ross Gibson (1992)— que refleja muchos de los rasgos culturales distintivos de Australia y nunca se entrega a la nostalgia por una barrera arancelaria cultural o la retórica simplista de la globalización.

Bibliografía

BENNETT, T. (1998). *Culture: A Reformer's Science*. Sydney: Allen & Unwin.

BENNETT, T.; CARTER, D. (eds.) (2001). *Culture in Australia: Policies, Publics and Programs*. Melbourne: Cambridge University Press.

CRAIG, G. (2000). "Perpetual Crisis: The Politics of Saving the ABC". *Media International Australia*, nº 94, febrero, pág. 105-116.

CRAIK, J. (1991). "Popular, Commercial and National Imperatives of Australian Broadcasting". *Media Information Australia*, nº 59, febrero, pág. 31-36.

CUNNINGHAM, S. (1992). *Framing Culture; Criticism and Policy in Australia*. Sydney: Allen & Unwin.

CUNNINGHAM, S. (1993). "Style, Form and History in the Australian Mini-Series". En: *Australian Cultural Studies: En Reader* (eds. J. Frow i M. Morris). Sydney: Allen & Unwin, pág. 117-32.

CUNNINGHAM, S. (2002). "From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications". En: *Media International Australia*, nº 102, febrero, pág. 54-65.

CUNNINGHAM, S.; JACKA, E. (1996). *Australian Television and International Mediascapes*. Cambridge: Cambridge University Press.

FLEW, T. (1995). "Images of Nation: Economic and Cultural Aspects of Australian Content Regulations for Australian Commercial Television". En *Public Voices, Private Interests: Australia's Media Policy*. Sydney: Allen & Unwin, pág. 73-85.

FLEW, T. (2002). "Broadcasting and the Social Contract". En: *Global Media Policy in the New Millennium* (ed. M. Raboy). Luton: University of Luton Press, pág. 113-150.

FLEW, T.; CUNNINGHAM, S. (2000). "De-Westernizing Australia? Media Systems and Cultural Coordinates". En: *De-Westernizing Media Studies* (eds. J. Curran i M.-J. Park). Londres: Routledge, pág. 237-248.

FLEW, T.; CUNNINGHAM, S. (2001). "Thank You Very much and Good Luck: Media". En: *Globalisation: Australian Impacts* (ed. C. Shiel). Sydney: University of New South Wales Press, pág. 77-96.

FLEW, T.; SPURGEON, C. (2000). "Television after Broadcasting". En: *The Australian Television Book* (eds. G. Turner i S. Cunningham). Sydney: Allen & Unwin, pág. 69-85.

GIBSON, R. (1992). *South of the West: Postcolonialism and the Narrative Construction of Australia*. Bloomington: Indiana University Press.

JOHNSON, L. (1988). *The Unseen Voice: A Cultural Study of Early Australian Radio*. Londres: Routledge.

MILLER, T. (1994). "When Australia became modern" (Review of National Fictions, 2ª edición). *Continuum* 8, 2, pág. 206-14.

MILNER, A. (1991). *Contemporary Cultural Theory*. Sydney: Allen & Unwin.

MORRIS, M. (1988). "Tooth and Claw: Tales of Survival and *Crocodile Dundee*". En M. Morris. *The Pirate's Fiance: Feminism, Reading, Postmodernism*. Londres: Verso.

O'REGAN, T. (1993). *Australian Television Culture*. Sydney: Allen & Unwin.

O'REGAN, T. (1996). *Australian National Cinema*. Londres: Routledge.

O'REGAN, T. (2001). «"Knowing the Process but not the Outcomes": Australian Cinema Faces the Millennium». En: *Culture in Australia: Policies, Publics and Programs* (eds. T. Bennett y D. Carter). Melbourne: Cambridge University Press, pág. 18-45.

PRODUCTIVITY COMMISSION (2000). *Broadcasting: Final Report*. Canberra: Ausinfo.

RENNIE, E. (2002). "The Other Road to Media Citizenship". *Media International Australia*, nº 103, mayo, pág. 7-13.

TURNER, G. (1994). *Making it National: Nationalism and Australian Popular Culture*. Sydney: Allen & Unwin.

México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural

Laura Márquez Elenes

■ *El artículo analiza las políticas audiovisuales adoptadas en México para preservar, promover y proteger su diversidad cultural. El punto de partida es la posición de México frente a la globalización, la diversidad cultural y el impacto de las industrias culturales en el mercado. Para este fin se profundizan en temas fundamentales como los tratados comerciales, en los que se plantean los problemas de México al enfrentar acuerdos comerciales desde la desigualdad económica y tecnológica. Otra cuestión de gran relevancia en el tema de la diversidad cultural son los movimientos sociales como el del EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional). En efecto, el EZLN pone sobre la mesa la necesidad de integrar los grupos étnicos en el conjunto de la nación mexicana y al mismo tiempo, encarar la globalización de los mercados internacionales de forma participativa, respetuosa y plural. Todo ello en un entretejido de acuerdos comerciales internacionales (OMC y TLC), en los cuales aparecen como protagonistas las llamadas industrias culturales.*

Laura Márquez Elenes

*Catedrática del Instituto Tecnológico
y de Estudios Superiores de Monterrey, México*

esgrimma@yahoo.com.mx

México frente a la globalización

La diversidad cultural es un hecho, la discusión presente es cómo respetar y preservar la cultura de cada país. La economía de mercado, el intercambio de productos, bienes y servicios afecta día a día nuestra cotidianidad. Cada país vive el fenómeno en sus instituciones, en los individuos. Los intercambios comerciales han cobrado gran importancia así como los simbolismos que se atribuyen y concretizan al adquirir esos bienes o servicios. En estas dinámicas del mercado están los movimientos migratorios de individuos de una región a otra, ya sea dentro de un mismo país o mudando de éste.

El desarrollo tecnológico y el acceso a los medios de comunicación e información, como la radio, el cine, la televisión e Internet, son factores que impactan y modifican ya sean las conductas y los sentimientos, ya sea también las maneras de pensar y las aspiraciones de quienes consumen y usan los mensajes de los medios audiovisuales. Todos ellos y sus contenidos son productos culturales, que circulan de un lugar a otro de diferentes formas. Éstos impactan a su vez de formas variadas tanto en el país que los produce como en los extranjeros.

A partir de ahí, se plantean las siguientes cuestiones: qué ámbito de la cultura de un país debemos cuidar y preservar, e inmediatamente después, cómo los Estados-nación contribuyen en la regulación de sus industrias audiovisuales ante el mundo globalizado. Y finalmente, ¿en qué medida el Estado-nación estaría obligado a ocuparse de ello?

En el presente artículo se exponen puntos fundamentales para entender qué pasa en México respecto a sus políticas audiovisuales, ante la diversidad cultural nacional y la globalización del mercado.

México posee una diversidad cultural derivada por su historia pre-hispánica, con sus etnias que siguen presentes

con sus tradiciones, sus lenguas y sus formas de organización social. Esta diversidad cultural ha sido redelineada por circunstancias históricas concretas: la conquista y la colonización por el reino de Castilla. En la actualidad, la situación está determinada por la situación geográfica de México, al sur de Estados Unidos y Canadá, potencias industriales y tecnológicas. Es en este contexto en el que en 1994 se firma el Tratado de Libre Comercio (TLC o NAFTA), con el objetivo de integrar una zona de libre comercio que de inicio está formalizado desde la desigualdad en desarrollo tecnológico y económico. Esto trae como consecuencia una serie de desventajas en el intercambio de las producciones de las industrias culturales audiovisuales.

Para comenzar a explorar este complejo fenómeno actual se exponen diversas definiciones de globalización. Iremos particularizando en la problemática que enfrenta México para preservar y difundir la cultura mexicana en materia audiovisual frente al mercado global.

La globalización y los tratados comerciales

La idea de globalización escribe Francisco R. Dávila (2002 p-28, 29) se desprende de la teoría general de la integración económica y destaca la necesidad de articular la economía mundial en un todo armonioso. El instrumento jurídico para tal integración son los tratados internacionales sobre intercambios comerciales. En este sentido, hay que señalar que México participa en dos grandes acuerdos de esta naturaleza: el Tratado de Libre Comercio (TLC o NAFTA) entre Canadá, EE.UU. y México, y en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

La teoría general de la "integración" global o "globalización" asimila elementos importantes de la teoría del comercio y en especial de los intercambios a escala internacional. De esta manera tienden a desarrollarse con mayor eficiencia y rapidez, arrastrando tras de sí modificaciones en el campo socio-político y cultural. Por su parte Giddens (2000 p-25) define a la globalización como una serie compleja de procesos, y no solamente uno. Operan de manera contradictoria y antitética. Añade que las naciones pierden algo del poder económico que llegaron a tener, pero también tiene un efecto contrario. La globalización no solamente presiona hacia arriba, sino también hacia abajo, creando

nuevas presiones para la autonomía local. Continúa y explica que la globalización es razón del resurgimiento de identidades culturales locales en diferentes partes del mundo. Los nacionalismos locales brotan como respuesta a tendencias globalizadoras, a medida que el peso de los Estados-nación más antiguos disminuye. En este sentido Dávila (2002 p-45,46) escribe al respecto que la situación del Estado-nación ante la "integración económica global" implica un compromiso político, pero como contraparte representa una cesión de soberanía, que se ve compensada ante los eventuales beneficios de una integración económica.

En el marco de la globalización, (Sinclair 2000 p-146,147) existen gobiernos que han optado por proteger sus industrias culturales, y otros no. Por un lado, están países como Estados Unidos, con ventajas comparativas enormes frente a otras naciones y que no tienen que proteger su mercado. Por el otro, se encuentran países que ni siquiera cuentan con una industria cultural propia que proteger. Los países que se han preocupado por proteger sus industrias culturales, entre los cuales se encuentra México, se han enfrentado a muchas presiones. Después de la Segunda Guerra Mundial se estableció el Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio, mejor conocido como GATT (General Agreement on Trade and Tariffs). Esta organización internacional fue creada para la coordinación mundial del comercio de una forma ordenada: pero este acuerdo nunca incluyó las industrias culturales. Entendemos el término "industrias culturales" como lo define el estudio crítico y empírico de la producción y consumo de los productos audiovisuales, atendiendo la recepción cultural tanto como las estructuras de la producción y distribución. Sin embargo, añade Sinclair (2000 p-145), la intervención del Estado-nación en el ámbito de las industrias culturales se debe al hecho de que estas industrias tratan ideas e imágenes, o sea cultura, y que no solamente es la legitimidad del gobierno mismo la que está en juego sino el control social, en terrenos como el sexo o la religión, y su capacidad para desarrollar cultura nacional, proteger la variedad de grupos étnicos, variaciones regionales, e influencias históricas.

Globalización e industrias culturales

Un momento histórico en México fue el estallido del Ejército

Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas, al sureste del país, donde viven gran parte de las etnias. Detonó el movimiento precisamente al ser firmado el Tratado de Libre Comercio en enero de 1994, siendo presidente Carlos Salinas de Gortari. A partir esa fecha hasta el momento actual, sigue presente en la agenda nacional la discusión sobre los indígenas y la globalización. Néstor García Canclini (1999 p-45 y 75) dice que la globalización es una conjunción de cambios tecnológicos y mercantiles que sólo adopta formas globales cuando se establecen mercados planetarios de las comunicaciones y las finanzas. Añade que la globalización lleva escondidos sus objetivos culturales, generando cambios simbólicos profundos mediante procesos de integración económica regional, tales como el Tratado de Libre Comercio. Por eso, para entender las tendencias del México actual, se trata de analizar qué permanece de la conquista y la colonización de América, de las relaciones modernas entre las naciones latinoamericanas y las europeas después de las independencias del siglo XIX, y qué permanece de los intercambios durante el siglo XX, y de la sustitución parcial de estos vínculos económicos y culturales de la nueva dependencia de Estados Unidos.

En general la presencia del Fondo Monetario Internacional (FMI) en América Latina para resolver los desequilibrios originados por el pago de la deuda externa no era tan importante en el pasado como en la actualidad (Ferrer 1999 p-77). En los momentos presentes, el FMI junto al Banco Mundial se han convertido en los protagonistas permanentes en la formulación de políticas económicas de diversos países de Latinoamérica. De este modo, se condiciona y monitorea desde el exterior la política económica. La globalización, particularmente la financiera, influye en todos los países que integran el orden global y limita los rangos de libertad de las políticas nacionales.

En este ámbito de los tratados y de la economía, existen muchas lagunas y confusiones sobre la forma en que las bases culturales y comunicativas de nuestra sociedad van a verse afectadas por el Tratado de Libre Comercio (Esteinou 1995 en *Comunicación y Globalización* “Los procesos de Comunicación ante la Integración trilateral “ p-177,178). Esto es debido a que en algunos casos el Estado informó que las industrias culturales y todos sus complejos aledaños sí serían incluidos dentro de las negociaciones, y

en otros casos afirmó que no. Así por ejemplo, al firmarse el TLC, se abrió la posibilidad de que un 49% del accionariado de la televisión por cable estuviera en manos extranjeras. Anteriormente, éste era un sector reservado a mexicanos o a sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros. En la cinematografía ocurre otro tanto: antes de la firma del TLC, el 50% de cuota de pantalla estaba reservada a películas mexicanas, cuota que se vio reducida al 30%.

El ejemplo más ilustrativo fue la compra el 20 de Junio de 2002 del grupo Cimex (*Revista Mexicana de Comunicación* Sep-Oct 2002 p- 1 sección “Bitácora”). Las firmas Onex Corporation, de Canadá, y Oaktree Capital Managment, de Estados Unidos, adquirieron el 100% de Cimex, una de las cadenas líderes de cine en México, que tiene 31 complejos con un total de 349 salas. Cinemex atiende al 25% del mercado nacional y al 50% de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. La operación fue valorada en 286 millones de dólares.

Diversidad Cultural, modernidad, medios de comunicación y telecomunicaciones

Lo cierto es que dentro del contexto nacional mexicano existen indicadores importantes que avisan “modernidad” y “globalización”, sobretudo en materia de inversión tanto en telecomunicaciones, como en televisión por cable y radio. Pero también es cierto que en el contexto nacional cultural mexicano está presente en la agenda la integración de la cultura indígena como parte de la nación mexicana, así como también su lugar ante la economía global.

Citaremos unas fechas y datos importantes para interrelacionar las políticas culturales audiovisuales de México ante la globalización.

- La población total de México es de 97.483.412 habitantes, y la población indígena registrada por el INEGI (Instituto Nacional de estadística Geografía e Historia) y CONAPO (Consejo Nacional de Población) es de 12.707.000 de habitantes, de los cuales 5.995.636 es hablante de lengua indígena.

- El 12 de octubre de 1992, en el marco de la celebración del 500 aniversario del descubrimiento de América, organizaciones indígenas realizaron protestas en la Ciudad

de México y en San Cristóbal de las Casas (Chiapas), además de otras partes del país. Este es considerado el punto de arranque del nuevo movimiento indígena.

- El 16 de febrero de 1996, dos años después del levantamiento zapatista en Chiapas, el Gobierno Federal y el EZLN suscribieron los Acuerdos de San Andrés Larráinzar, que incluyen el compromiso de aprobar una reforma constitucional sobre derecho y cultura indígena.

- El primero de diciembre del 2000, Vicente Fox tomó posesión como presidente, electo para el período 2000-2006. Fox se comprometió a enviar el proyecto de reforma indígena al Congreso. Así mismo, creó la oficina para el desarrollo de los Pueblos Indígenas. Por su parte, se designó como director del Instituto Nacional Indigenista (INI) a Marcos Matías, primer indígena en ocupar el cargo.

- Para el 15 de agosto del 2001, se publica en el Diario Oficial la reforma constitucional sobre derecho y cultura indígenas. Los zapatistas, quienes habían abogado ante la Cámara de Diputados por el proyecto de la COCOPA, rechazaron previamente el texto aprobado.

- De todo esto se desencadenó una reforma a la ley en materia audiovisual, en el apartado de Medios y Comunidades Indígenas. El 24 de marzo de 2002 se lanzó la iniciativa a la Ley de Vías Generales de Comunicación, y a la Ley de Radio y Televisión. Esta doble iniciativa legislativa tiene como objetivo que las comunidades indígenas puedan operar estaciones de radio, sin que ello implique una concesión sino el reconocimiento de un derecho humano fundamental, y también para que las comunidades indígenas puedan establecer radiodifusoras culturales.

La interpretación de la situación de México en este entretejido de lo audiovisual, la política y la economía lo resume Enrique Sánchez Ruiz (Revista *Etcétera* Julio 2001 p-50 a 52 "¡Ah producción! Concentración y leyes de la industria audiovisual") cuando señala que en México hay tres tendencias importantes:

Primera, la transición a la democracia, en la que los medios de difusión tienen gran importancia. Segunda, la globalización, fase actual del sistema capitalista mundial, con la consecuente redefinición, aunque todavía no desaparición del Estado-nación, y de su soberanía nacional. Y tercera, en el terreno tecnológico y empresarial, la convergencia entre los sectores de la computación y demás tecnologías de la información con las telecomuni-

caciones y con el sector de las industrias culturales.

Por otra parte, cabe mencionar la existencia de la Comisión Federal de Competencia, creada en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, la cual ha comenzado a ejercer algunas acciones para controlar fusiones que se puedan traducir en situaciones de control monopólico. Y finalmente, la Confederación de Telecomunicaciones (CONFETEL, organismo gubernamental mexicano) tiene como misión la defensa del derecho soberano de México en la regulación de sus telecomunicaciones. La CONFETEL, en coordinación directa con su Coordinación General de Asuntos Internacionales, también pretende posicionar a México como uno de principales actores en las negociaciones sobre las telecomunicaciones internacionales, en el ámbito multilateral, con el fin de aprovechar oportunamente los avances tecnológicos con calidad y diversidad en beneficio del país.

En el caso concreto del sector audiovisual, la televisión inició un proceso de desregularización y privatización, y se abrió a la inversión extranjera (Sussman, en *Continental Order? 2001 "Telecommunications after NAFTA México's Integration Strategy"* p-136 a 138). Según el autor, México estuvo presionado a ello, al ser EEUU el mayor proveedor de tecnología hacia México y en especial en el sector de las telecomunicaciones. Precisamente, este punto concreto será la clave para el triunfo o fracaso del TLC. Conviene resaltar que EEUU aporta una inversión de cerca el 60% del Fondo Internacional de Desarrollo.

En televisión, esa desregulación y privatización fortaleció al monopolio Televisa y en segundo término a Televisión Azteca. Son los dos consorcios privados más importantes de México, que optan de manera masiva por emisiones norteamericanas, en especial las series. Se calcula que un 40% de la programación difundida es de origen norteamericano. Estas series son dobladas al español para los canales de televisión en abierto.

El grupo Televisa se manifiesta como la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana. La Fundación Televisa promueve el conocimiento de la cultura e historia nacional, y tiene como objetivo fomentar la creación artística en nuestro país, alentar el conocimiento de la lengua española, divulgar las artes, las humanidades y las ciencias de México y propiciar el diálogo entre México y el mundo. Por su parte, Televisión Azteca no

posee ningún proyecto de este tipo.

Frente a esta privatización del espacio mediático, encontramos canales de “servicio público”, que pretenden completar la oferta televisiva. De esta forma, el Gobierno mexicano otorga una concesión al Canal 22-Televisión Metropolitana, gestionada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y por la Secretaría de Educación Pública. Su objetivo es el acercar a la audiencia a programas provenientes de los principales acervos audiovisuales internacionales, así como la producción de programas cuyos temas no habían sido suficientemente atendidos por los medios en México. Se considera una televisora pública. También está el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (Institución educativa a nivel superior universitario) que se autodefine como educativa y cultural. Sin embargo estas dos televisoras no tienen el alcance similar en el territorio nacional de los principales canales de Televisa y de TV Azteca.

En este sentido, hay que señalar que no existe ninguna televisión indígena, ni tampoco televisión comunitaria. El mismo Instituto Nacional Indigenista y la Oficina del Gobierno para Asuntos Indígenas señalan un rezago en este aspecto. En el Programa Nacional de asentamientos Indígenas 2001-2006, en el capítulo concerniente a la Cultura y los Derechos, se destaca que la diversidad cultural mexicana está ausente tanto en los medios públicos como en los comerciales. Se puede observar, pues, las dificultades que encuentra la diversidad cultural en México para proyectar su identidad y forjar un imaginario propio. Y más allá de la realidad indígena México, encontramos que

los canales de audiencia masiva (Televisa y Azteca TV) emiten mayoritariamente contenidos de producción estadounidense. Este panorama condiciona sobremanera la identidad mexicana y plantea cuestiones sobre la cultura nacional del país.

En resumen, tanto el Estado como la iniciativa privada encaran dilemas complejos para la integración de su diversidad cultural nacional, además de su conservación y difusión. John Sinclair (2000 p-101) apunta que los medios de comunicación ya sean locales, nacionales o globales, tienen un papel clave en la difusión de los contenidos simbólicos acordes a los intereses dominantes. Digamos que los medios en México sirven a los intereses de globalización contemporáneos, donde las grandes y medianas empresas se están jugando el entrar a los mercados internacionales.

Y en este contexto, descubrimos un entretejido de acuerdos comerciales internacionales, algunas veces laberínticos. En el siglo XXI, las culturas sólo podrán sobrevivir y proyectarse al mundo si tienen un mercado capaz de sustentar una industria propia que genere contenidos propios. Por esto, las políticas culturales nacionales estarán cada vez más ligadas a los compromisos de comercio internacional que adopte cada país. En este sentido, si se quiere preservar la capacidad de decisión sobre cuestiones culturales que afecten la integración nacional, hay que ser muy conscientes de que la cultura debe ser tratada no como una mercancía más, sino como instrumento vehiculador de símbolos y valores sociales.

Bibliografía

DÁVILA ALDÁS, FRANCISCO R. *Globalización Integración ,América Latina, Norteamérica y Europa*.1ª ed. México: Fontamara, 2002 . ISBN 968-476-393-X.

ESTEINOU MADRID, JAVIER." El Proceso de Comunicación ante la Integración Trilateral": En: *Comunicación, globalización y Política*. En Colección Xicaténcatl No 4.Universidad Autónoma del Estado de México: 1995 p.177.178. ISBN 968-835-299-3.

FERRER, ALDO. *De Cristóbal Colón a Internet; América Latina y la globalización*. 1ª ed. Argentina :Fondo de Cultura Económica,1999. ISBN 950-557-296-4.

GARCÍA CANCLINI NÉSTOR. *La Globalización imaginada*.1ª ed. México: Paidós,1999. ISBN 968-853-434-X.

GIDDENS ANTHONY. *Un Mundo Desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*.1ª ed. España: Taurus, 2000. ISBN 84-306-0385-9.

GÓMEZ VALERO CARLOS. Medios y Comunidades Indígenas en Revista *Etcétera*. Oct 2002. Núm 24. México. Ed: Análisis Ediciones y Cultura S.A. de C.,V. p.12. 04-1999-0311083000-102.

LULL JAMES. *Medios, Comunicación y Cultura. Aproximación global*. 1ª ed. Argentina: Amorrortu ,1997. ISBN 950-518-648-7.

SÁNCHEZ RUIZ ENRIQUE. Concentración y leyes en la Industria audiovisual. En *Revisa Etcétera*. Julio 2001. México. ed: Análisis Ediciones y Cultura S.A de C,V. p.50,51. 04 –1999-0311083000-102.

SINCLAIR JOHN. *Televisión: Comunicación global y regionalización*.1ª ed: España. Gedisa.2000. ISBN 84 - 7432-785-7.

SUSSMAN GERALD." Telecommunications after NAFTA: México's Integration Strategy". En: *Continental Order?* En: VINCENT MOSCO AND DAN SCHILLER., eds.

Rowmand and Littefield Publishers, INC United States of America. 2001 p,136-138. ISBN 0-7425-953-2 y ISBN 07425-0954-0.

MÉXICO INDÍGENA ,"*Acervos*".México 1 agosto 2002 Nueva Época Núm 1 Ed : Instituto Nacional Indigenista .p 66. ISSN 0185-058DX.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN. "*Bitácora*". México. ed:Fundación Manuel Buendía-Universidad de Occidente, año XII Núm 59 Sep-Oct 2002 .p-1. ISSN 0187-8190.

La televisión india en la era de la globalización: ¿unidad, diversidad o desigualdad?

Mira Kapil Desai

■ *La globalización, la privatización y la liberalización han hecho que la circulación transnacional de los medios de comunicación haya aumentado muchísimo, especialmente hacia los países del Tercer Mundo, poniendo en peligro el sector local de los medios de comunicación.*

Con la existencia de los acuerdos del GATT/OMC, la cuestión de la "excepción cultural"/protección del sector audiovisual es una de las principales preocupaciones de muchos gobiernos, incluido el de la India. Este artículo la respuesta del Gobierno ante los avances de la televisión por satélite transnacional y transfronteriza en el país y analiza las cuestiones de la diversidad en el ámbito de la televisión india. El artículo analiza la función del Estado indio en un momento de homogeneización cultural y trata de averiguar si la televisión india, en la era de la globalización, proyecta unidad, diversidad o desigualdad cultural. Como último punto se trata la cohesión, la diferencia y la disparidad en función de la lengua, la religión, el acceso y las divisiones en el entorno indio de los medios de comunicación en la era de la globalización.

Mira Kapil Desai

Profesora de Tecnología de la Comunicación en el Departamento de Posgrado de Extensión Universitaria, SNDT Women's University, en Bombay, India

mirakdesai@rediffmail.com

Información general

Los últimos diez años se han caracterizado por la conectividad mundial, la compresión del tiempo y del espacio y el predominio del mercado por encima del Estado. El final del siglo XX estuvo marcado en todo el mundo por los grandes cambios y las grandes empresas. Estos cambios se produjeron principalmente en los años noventa, y de ellos destacan los derivados de la tecnología de la comunicación y el transporte, la desregulación del capital, la liberalización, el deseo de intercambios culturales y las dificultades del Estado por regular, la competencia mundial, la economía de mercado y la interdependencia cada vez mayor de la economía mundial. La globalización ha provocado que cada vez sean más los que se dan cuenta de la pérdida de poder y de libertad de acción del Estado, y en todo el mundo se está produciendo un movimiento nuevo de homogeneización cultural.

Según la UNESCO, mientras la globalización de los mercados, la tecnología y la información se extienden por todo el mundo, la creciente homogeneización se ve contrarrestada por una fragmentación cada vez más rápida: al mismo tiempo que estos hechos unen a las personas, también las dividen. El siglo XX ha sido el más desastroso de la historia en términos sociales y políticos. "La cultura es un factor de suma importancia para determinar la condición de un individuo dentro de la sociedad y la de una nación en el mundo", Singh (1998).

El sector audiovisual, que engloba a la televisión, la radio, el cine, los videojuegos y los servicios multimedia, tiene una función esencial en cualquier sociedad, tanto en lo que respecta a la producción como a la distribución/emisión (también por cable y satélite). Estos sectores, que suelen llamarse "industrias culturales", tienen que afrontar la amenaza del "imperialismo", sobre todo teniendo en cuenta

que nos hallamos en la era de la globalización. Las políticas públicas del Legislativo, las medidas reguladoras o económicas fijadas por el Estado en colaboración con otras partes, tienen una especial importancia en estas circunstancias. Estos bienes culturales son diferentes de otros bienes y servicios, y deben recibir un tratamiento diferente y específico. Este tratamiento debe reflejarse también en los acuerdos comerciales internacionales y en las demandas de marcos reguladores sólidos para redefinir las políticas culturales y para centrarse en la promoción y en el desarrollo de las industrias culturales.

A medida que caen los aranceles, las cuotas, la concesión de licencias de importación y otras barreras al comercio presentes durante muchos años, otras preocupaciones toman el relevo. La "excepción cultural" es sólo uno de los medios posibles para conseguir el objetivo de promover la diversidad cultural (http://www.unesco.org/culture/industries/trade/html_eng/question18.shtml). Las cuotas, las regulaciones de los gobiernos, las exenciones y las concesiones, las subvenciones, las restricciones de suministro y la protección de la propiedad intelectual, entre otras, son precisamente algunas de las respuestas para la protección/"excepción cultural" que contrarrestan el temor a la homogeneización cultural.

Para Sinclair (1997), la estrategia de STAR de "ser local" muestra hasta qué punto la lengua y la cultura han surgido como "mercados tangibles". Hamelink (1994: 111) dijo que "a la cultura mundial le falta un ingrediente básico. La cultura da a las personas un sentido de identidad, un pasado, un destino y una dignidad. La cultura está ligada al tiempo y al espacio. La cultura mundial es intrínsecamente débil porque no tiene ninguna ubicación histórica ni espacial... pero no cabe duda de que se está produciendo una globalización cultural". Las tendencias de la localización, la adaptación cultural de los productos mundiales y la función de la lengua en la regionalización corroboran las palabras de Hamelink.

Desde la perspectiva de la audiencia, la generación más joven crece viendo valores de contenido occidental y entendiendo pocas cosas de los medios de comunicación autóctonos (Varma, 2000). La comercialización, la pérdida de importancia del Estado, los peligros que afrontan los servicios públicos de radiotelevisión, el impacto del contenido occidental sobre las producciones domésticas en la forma de "géneros, formatos o valores de producción"

(Sereberny-Mohammadi 1991, Richards, 2000), todo ello demuestra que faltan medidas de protección. Canadá, China, Australia y Francia son algunos de los ejemplos de países donde se dan parámetros para garantizar el contenido local en televisión al restringir los diferentes tipos de programas extranjeros. Por el contrario, India, Filipinas, Tailandia, Hong Kong y Japón son algunos de los países que han optado por la política de abrir su espacio.

Este artículo analiza la evolución que se ha producido en la India después de 1990 en el ámbito de la televisión y explica la respuesta del gobierno a la evolución de la televisión por satélite transnacional y transfronteriza dentro del país. Finalmente, analiza las cuestiones de la unidad, la diversidad y las desigualdades en el ámbito de la televisión india.

India, un buen ejemplo

India tiene un carácter plural en cuanto a las ideas, las lenguas, los cultos, la arquitectura, las prácticas agrícolas, el vestir, la artesanía, la medicina, la industria, la ciencia y los instrumentos de producción y consumo. A parte de tener más de seis orientaciones religiosas, el panorama lingüístico es muy complejo. Hay 1.562 lenguas, 10 sistemas de escritura, 76 lenguas presentes en el sistema escolar de un total de 2.000 lenguas codificadas. La Constitución de la India reconoce 18 lenguas en el anexo ocho habladas por el 98% de la población. Según Vijayanunni (1999), casi el 20% de la población de la India es bilingüe, mientras que sólo el 7% es trilingüe.

El mosaico de los medios de comunicación indios es diverso y unificado al mismo tiempo. Las formas tradicionales de danza y música, las tradiciones orales, los cuentos y el control que ejerce el gobierno desde la prensa escrita a las telecomunicaciones unen a los medios de comunicación del país. Otro factor común es la industria cinematográfica india, presente ya desde los mismos inicios del cine en el mundo. Desde 1912, India ha desarrollado una industria cinematográfica de raíces culturales autóctonas y es el primer productor de películas del mundo. Esta industria india ha representado una fuerte influencia para el resto de los medios de comunicación. La radio, la televisión y la industria musical dependen mucho de la industria cinematográfica. La hegemonía de Hollywood nunca ha

preocupado al mercado audiovisual indio. Curiosamente, la industria cinematográfica india se divide en dos grandes categorías: la del norte (principalmente hindi, el idioma nacional del país) y la del sur (las lenguas de los estados del sur).

India es una de las pocas naciones que dispone de satélites y este hecho ha influido en la evolución de la televisión. La tabla 1 de los anexos recoge los lanzamientos de satélites que ha efectuado el gobierno de la India. La televisión por satélite de la India posterior a 1990 tiene una naturaleza transnacional. Coincidió con la entrada de las multinacionales a los mercados indios bajo la política gubernamental de la privatización. Entre las repercusiones de esta privatización, está la titularidad privada bajo formas ocultas, la ausencia de censura o de cualquier otro control semejante, la autonomía y la comercialización del medio y las repercusiones económicas, políticas y culturales de los mensajes transnacionales. Puesto que la televisión es un medio de comunicación que llega al ámbito íntimo y familiar, se utiliza para influir en la clase media de la India, una clase en rápida expansión que se calcula entre 222 y 250 millones de los 535 millones de personas que tienen acceso a la televisión. Actualmente, 535,4 millones de personas ven la televisión en un país de 1.000 millones de habitantes.

Hoy en día, la televisión india presenta una gran diversidad de formatos. Principalmente encontramos las cadenas de televisión regionales, los canales idiomáticos, la fórmula de "un país, una lengua" de las televisiones comerciales y el servicio público de radiotelevisión. La televisión india también manifiesta una confusión en el tema de la identidad nacional, una falta de representación de grupos lingüísticos, una división entre el campo y la ciudad, la coexistencia de sistemas privados y públicos, dilemas de priorización de la educación sobre el entretenimiento, del desarrollo sobre el mercado, etc. India, en este contexto, es un caso muy interesante en cuanto al debate sobre la política cultural, ya que la diversidad comporta complejidad.

La televisión en la India

La televisión se inició en la mayoría de países en vías de desarrollo, también en la India, por "voluntad política" (UNESCO 1953 y 1964, Katz y Wedell 1977), y con los años

evolucionó técnicamente (del blanco y negro al color, los televisores portátiles, la emisión por satélite, el desarrollo de la televisión por cable). Se hizo un sitio en la sociedad gracias a la compra de televisores por parte de las personas y reforzó su presencia por el interés que el medio suscitó en los anunciantes desde 1976, año en que se emitió el primer anuncio en la televisión india.

La historia de la televisión en la India se remonta al 15 de septiembre de 1959, cuando empezó la transmisión experimental desde una emisora de radio gracias a una subvención de la UNESCO (UNESCO 1953, Bhatt 1994). Al cabo de seis años se emitiría un boletín informativo de una hora con carácter periódico. SITE fue el primer paso en la dirección de la televisión por satélite en la India. Poco había sucedido en el ámbito de la televisión en este país antes del Satellite Instructional Television Experiment (SITE), una iniciativa televisiva experimental de seis estados para la comunicación social y de desarrollo. La televisión india se separó de la radio en 1976.

Aparatos de televisión: en 1962 había solamente 41 televisores, cifra que aumentó hasta 275.424 en 1974 y que llegó a 476,026 pasados dos años. La última cifra oficial de aparatos de televisión en 1984 era de 3.632.328. En el año 1985 se canceló la política de canon televisivo, y por este motivo no hay datos oficiales. La tabla 2 de los anexos muestra la evolución posterior, y destaca el total de 74,71 millones de televisores que hay en el país actualmente, de los cuales 57,72 millones son en blanco y negro y 16,99 millones son en color. Antes de 1983, el 28% de la población india, que vivía principalmente en las metrópolis (excepto las áreas del SITE), tenía acceso a la televisión. La proporción aumentó hasta el 53% en 1985, el 62% en 1988 y hoy cubre casi el 90% de la población del país.

El boom del vídeo y el cable: el boom del vídeo, la televisión por cable y las antenas parabólicas en los hoteles de cinco estrellas fueron algunos de los factores que favorecieron el cambio que se produjo en la India a principios de los ochenta en el ámbito de la televisión por satélite. En menos de cinco años, de 1984 a 1989, la penetración del vídeo pasó de la capital a las regiones y los pueblos (Shah 1997, Agrawal 1991). Los individuos con visión comercial que vivían en bloques de apartamentos pusieron un vídeo en sus casas o garajes y empezaron a ofrecer un servicio de televisión por cable a los habitantes

de la zona. La televisión por cable apareció en Estados Unidos a finales de la década de 1940 y su desarrollo en 1967 se debió a un motivo distinto, que era llevar la señal de televisión a las áreas donde la recepción era insuficiente por culpa de la topografía o la distancia. Incluso en la mayoría de los países de la Europa occidental se restringió la retransmisión de señales de radiodifusión en los años ochenta. El cable apareció en la India a principios de los ochenta por otros motivos, como proporcionar entretenimiento a las grandes audiencias que podían permitirse la conexión por cable (Jehoram, 1983). El aumento del número de casas con televisión por cable en las ciudades indica un incremento de 0,41 millones en 1992 a 40 millones en 2002, como se observa en la tabla 3.

Los operadores de cable son un enlace importante en la distribución de la televisión india. Un operador de cable que utiliza una antena parabólica recibe programas y los redistribuye a los hogares abonados mediante una red de cable. Los costes se reparten hasta el punto de que el abonado puede recibir una media de 40 canales por una suscripción mensual de 1,25 a 8,50 euros después de pagar los gastos de instalación.

India optó por el modelo de radiotelevisión británico. En paralelo al modelo de mercado basado en el entretenimiento, India también tiene en marcha un buen número de experimentos de comunicación educativos y sociales, principalmente a través de la Unidad de Desarrollo y Comunicación Educativa de la Asociación India de Investigación Espacial. Los más destacados son el GRAMSAT (*Gramin Satellite*, pensado para acelerar el desarrollo), el proyecto de comunicación para el desarrollo Jhabua, el Training and Development Communication Channel y los servicios GyanVani de radio y televisión educativa.

Reacción del gobierno indio

Hasta el año 1991, la radiotelevisión en la India era una cadena nacional controlada por el Estado, llamada Doordarshan. En 1991, la televisión por satélite adoptó la forma de una "televisión transnacional" con la emisión de la Guerra del Golfo a través de la CNN. Según McDowell (1997: 168), el incremento de canales, la regulación de la

distribución de la televisión por cable y los cambios de programación ponen de manifiesto la reacción del gobierno de la India y sus decisiones normativas de la década de 1990. Según el *India Today* del 31 de marzo de 1992, un informe interno del Ministerio de Información y Radiotelevisión había afirmado en febrero de 1991 que "es probable que los programas específicamente destinados a las audiencias indias se transmitan en un futuro próximo desde satélites extranjeros". Las reacciones del gobierno de la India en la prensa escrita durante ese período consistió en negar tal amenaza (*Indian Express* 1992, *The Times of India* 1992). Como dice Reddi (1996: 243), "no hacer nada es lo mejor que se puede hacer para que prosperen las empresas privadas, y ahora son imparables".

La cadena nacional de titularidad pública, Doordarshan, experimentó un cambio radical entre 1993 y 1998. Tracey (1998) habla del "cambio de la importancia dada a Doordarshan... en el contexto general de una creciente comercialización de los medios de comunicación en la India (e incluso en muchos otros países en vías de desarrollo de todo el planeta)". En la sentencia histórica sobre las ondas hertzianas de 1995, el Tribunal Supremo de la India decidió que "las ondas hertzianas o las frecuencias son propiedad pública. Su uso debe estar controlado y regulado por una autoridad pública en interés del público y para evitar la invasión de sus derechos".

En la India existen leyes, normas y regulaciones pero, en general, todos estos instrumentos favorecen mucho la recepción de programas de los satélites extranjeros. De hecho, el Estado indio "fue un mediador activo en este proceso" (McDowell, 1997: 155). La Ley Prasar Bharati de 1990 dispuso "la creación de la Corporación de Radiotelevisión para la India, la Prasar Bharati, para definir su composición, sus funciones y su competencia y para prever cuestiones relacionadas y secundarias". En 1991, el gobierno del Partido del Congreso (la fuerza política entonces en el poder), reexaminó la Ley Prasar Bharati de 1990 para combatir el temor a la competencia de los canales privados de televisión.

Tras la concesión inicial de licencias de antenas parabólicas para restringir la televisión por satélite, el gobierno empezó a regular la distribución con el Proyecto de ley de regulación de la red de televisión por cable (1994) y con la posterior aprobación de dicha ley en 1995. El

gobierno empezó a gravar a los operadores de cable en un intento de generar ingresos. Los índices subieron un 35% en 26 estados de la India. La Ley obliga a los operadores de cable a registrar sus compañías en la Dirección General de Correos y a pagar los impuestos sobre el entretenimiento. El caso es que la Ley impuso el traspaso de, como mínimo, dos canales de Doordarshan y preparó una programación y un código de publicidad, cuyo cumplimiento es responsabilidad del operador.

La postura del gobierno indio ante los avances tecnológicos se entiende perfectamente a partir de la Nueva Política de Telecomunicaciones de 1999 del gobierno BJP, ya que con esta política "el sistema indio de telecomunicaciones se sigue rigiendo por las disposiciones de la Ley de telégrafos india de 1885 (LTI 1885) y la Ley de radio india de 1933. Se han producido cambios substanciales en el sector de las telecomunicaciones desde 1992. La LTI de 1885 debe dar paso a una ley más adaptada a los tiempos que corren". El Proyecto de ley de convergencia de las comunicaciones de 2001 fue presentado por el Departamento de Telecomunicaciones "para promover, facilitar y desarrollar de una manera sistemática el transporte y el contenido de las comunicaciones (como la radiotelevisión, las telecomunicaciones y el sector multimedia), para la creación de una comisión autónoma que regule todas las formas de comunicaciones y para la creación de un Tribunal de Apelaciones, y para ocuparse de las cuestiones relacionadas". El 1 de diciembre de 2002, el ministro de Comunicaciones informó de que el gobierno no tiene prisa y que la decisión se tomará en mayo de 2003.

Unidad, desigualdad o diversidad? Los aspectos complejos

Idioma: el panorama lingüístico de la India es muy complejo. Una buena parte de la población habla inglés. Al mismo tiempo, la parte meridional del país ha estado siempre marginada del proceso de promover la programación en la lengua nacional "hindi central, delhi central" (Singhal y Rogers, 2001: 98). Con el gran éxito obtenido por los canales de satélite privados, estos hicieron historia en el sur de la India gracias a "una preferencia por el idioma, la calidad del contenido de los programas, la

posibilidad de ver los tipos de programación preferida o por medio de la identificación con el contexto sociocultural" (Muppiddi, 1999). Doordarshan tiene canales regionales idiomáticos en 15 lenguas, pero sólo por cable. Solamente nueve lenguas están representadas en los canales por satélite privados. Muchos canales por satélite de la India son actualmente bilingües. Del "hinglish" (hindi + inglés), Thussu dice que su uso "ha contribuido a la expansión de la televisión india fuera de las fronteras del país", pero muestra una cierta preocupación porque "si se da más importancia a una televisión en *hinglish* basada en el entretenimiento, acabaremos abrazando la concepción posmoderna de un mundo globalizado y culturalmente híbrido y la confusión lingüística e intelectual resultante puede comportar una banalización de las preocupaciones públicas básicas" (2000: 308).

Religión: la cultura presente en la televisión india sigue enmarcada en la identidad hindú mayoritaria, que presenta muchos rasgos mitológicos. Las representaciones y los estereotipos de la identidad religiosa de una clase media-alta mayoritariamente hindú y muy urbanizada son el contenido básico de la programación televisiva. Los mitos como el *Ramayana* y el *Mahabharat* jugaron un papel importante en la promoción de la identidad nacional hindú central (Mitra 1993, Rajagopal 2000). Doordarshan, de acuerdo con el código de programación, nunca nombró a ninguna comunidad, pero las radiotelevisiónes internacionales no siguen este código. Shield y Muppiddi (1996: 19) llegaron a la conclusión de que "la pluralidad de las representaciones (posteriores a 1990)... hará que resulte ineficaz cualquier intento de difundir una versión selectiva de la identidad y la cultura nacional".

Acceso: un estudio comparativo de diferentes países de la zona (Senstrup y Goonasekera, 1994) reveló diferencias importantes en el acceso a la televisión. Mientras Corea del Sur y Australia tienen un 99% de casas con televisor, en la India la cifra cae hasta el 20%. El 70% de los televisores en la India son en blanco y negro y la desigualdad tanto entre los estados como en el interior de los mismos oscila entre el 86% (en Bihar) y el 32% (en Kerala) de televisores en blanco y negro. El tema de la televisión en blanco y negro es esencial puesto que estos aparatos tienen una capacidad limitada para sintonizar los canales y, por tanto, tienen un acceso limitado a los más de cien canales de los

canales por satélite privados. Krishnan (2001: 48) observa, con acierto, que "se está invirtiendo mucho tiempo y esfuerzo en los canales de televisión en cuanto a programación y no se piensa demasiado en el aspecto de la distribución". Por otra parte, muchas familias indias que no pueden permitirse ningún otro lujo tienen un televisor y, a veces, conexión por cable. Esto provoca que quieran ajustarse sea como sea a las normas de la televisión aunque no tengan recursos para hacerlo. Puesto que los mensajes de marketing están desplazando a los programas de educación y desarrollo social, la desigualdad y la diversidad de esta situación puede ser fuente de conflictos y de agitación social.

Divisiones: después de 1992, la publicidad de la televisión india se dirige siempre a la clase media-alta urbana. Los canales por satélite hindis son "invariablemente indios urbanos del norte" (Bajpai, 1999: 54). El *salwar kameez* (un vestido de las mujeres indias) es un signo de la liberación de la mujer en el canal privado del sur *Sun*, mientras que para los canales hindis es un signo de tradición o conservadurismo. Las cifras de la cadena pública india Doordarshan indican que el 73,8% de las familias tienen aparatos de televisión, mientras que la cifra se reduce hasta el 23,7% en el campo y la proporción de familias con televisión por cable y satélite entre la ciudad y el campo es de 40,6 a 6,5. El acceso, la proyección y la representación son desiguales. La diversidad que "paga" obtiene "espacio" en el entorno de los medios de comunicación.

Según Ninan (2002), la censura de prensa en la India equivale a una "censura impuesta por el mercado, por la corrección política, por la militancia y el extremismo, por las relaciones políticas del editor/propietario, por la incapacidad de contrastar la información y, en general, por la pereza acompañada por el temor a las demandas por difamación". La televisión india tiene más o menos los mismos interlocutores.

Conclusión

"No quiero vallar mi casa por los cuatro costados ni tapiar las ventanas. Quiero que la cultura de todos los países sople sobre mi casa con total libertad. Pero no acepto que ninguna racha me haga caer". Esta cita frecuente de Mahatma Gandhi, Padre de la Nación, viene mucho al caso cuando se habla de cultura y globalización. Hoy en día, la televisión india se ha convertido en un espejo de la diversidad cultural presente en la sociedad india; une a la sociedad india sobre todo a través de la dependencia de sus industrias cinematográficas y por otra parte manifiesta la desigualdad en la representación de la identidad, y en el acceso al medio.

Lo que sucedió en los mercados indios es un indicio claro de la colisión de la cultura y el comercio. Los marcos legales pueden ser sólidos a nivel teórico, pero no garantizan la aplicación de la ley. "Unidad en la diversidad", el eslogan del gobierno de la India parece estar alejado de la realidad. El consumidor indio tiene muchas opciones entre las que escoger, y el gobierno se está esforzando para afrontar los cambios en el entorno de los medios de comunicación a paso de tortuga. La televisión india en la era de la globalización presencia la "eliminación del monopolio gubernamental y el intento de regular la radiotelevisión (como) meras reacciones" (Mehta, 1998) a los avances tecnológicos y las fuerzas de mercado.

Traducción del inglés: Patricia Ortiz

Bibliografía

- AGRAWAL BINOD, C. (1991). *Passive Pleasures of Video: The Technology Intervention in the Leisure of Media Rich*. ICCTR Journal, III (1-2), 14-32.
- BAJPAI SHAILAJA (1999). *Culture and Television*. Seminario, 475, marzo de 1999, pp. 52-57.
- BHATT (1994). *Satellite Invasion of India*. Nueva Delhi: Gyan Publishing House.
- CABLE WAVES (1998). *Directory of Indian Broadcasting Industry*. Abril de 1998. Nueva Delhi: Cable Waves Publishers Pvt. Ltd.
- GOONASEKERA, A.; PAUL, S. (1998). *TV Without Borders-Asia Speaks Out*. Singapur: Asian Media Information and Communication Centre.
- HINDU (2002). "STAR TV Seeks Satellite Uplinking Facility", 8 de diciembre de 2002. <http://www.hinduonnet.com/2002/12/08/stories/2002120802091000.htm>
- INDIAN EXPRESS (1992). "STAR TV Poses no Threat to DoorDarshan", 26 de septiembre de 1992.
- JEHORAM, H. C., ed. (1983). *Cable Television Media and Copyright Law Aspects*. Reports to an International Literacy and Artistic Association and Dutch Copyright Association Symposium at Amsterdam. 16-20 de mayo de 1982. Países Bajos: Kluwer Law and Taxation Publishers.
- KATZ, E.; WEDELL, G. (1977). *Broadcasting in the Third World: Promise and Performance*. Londres: Macmillan Press.
- KISHORE, K. (1994). The Advent of STAR TV in India: Emerging Policy Issues, Media Asia, 21 (2), 1994.
- KRISHNAN, L. V. (2001). Making the Right Connection, Strategic Marketing, An Economic Times Brand Equity presentation, mayo-julio de 2001, pp. 42-48.
- KUMAR, K. (1998). "History of Indian Television: A Political Economy Perspective", capítulo 2, pp. 19-46. En: MELKOTE et al. (ed.). *International Satellite Broadcasting in south Asia*. Lanham: University Press of America.
- MCDOWELL (1997). Globalisation and Policy Choice: Television and Audio Visual Services Policies in India, Media Culture and Society, vol. 19, 151-172. Londres: Sage.
- MEHTA, A. (1998). Media Regulation in India, Media Asia, vol. 25, no. 2, pp. 109-112.
- MELKOTE, S. R. et al. (1998). *International Satellite Broadcasting in South-Asia. Political, Economic and Cultural Implications*. Lanham: University Press of America.
- MITRA ANANDA (1993). *TV and the Nation: Doordarshan's India*, Media Asia, vol. 20, no. 1, pp. 39-44.
- MUPPIDDI, S. R. (1999). The Uses and Gratifications of Doordarshan and Eenadu TV: En Study of a Regional Indian Television Audience. Ph.D. Dissertation, Bowling Green (EUA): School Bowling Green State University.
- NINAN, S. (2002). Not Telling it Like it is. En: *Magazines*, 8 diciembre de 2002. <http://www.hinduonnet.com/thehindu/mag/stories/2002120800560300.htm>
- NINAN, S. (1998). "History of Indian Broadcasting Reforms", capítulo 1, pp. 1-21. En: PRICE & VERHULST (ed.). *Broadcasting Reforms in india: Media Law from a Global Perspective*. Calcuta: Oxford University Press.
- PATHANIA, G. (1998). "Responses to Transnational Television in a STAR-Struck Land: DoorDarshan and STAR TV in India", capítulo 4, pp. 61-79. En: MELKOTE et al. (1998).
- REDDI, U. V. (1996). *Rip Van Winkle: A story of Indian Television*, capítulo 12, pp. 231-245. En: FRENCH & MICHAEL (ed.). *Contemporary Television: Eastern Perspectives*. Londres: Thousand oaks, Sage.

- RAJAGOPAL, A. (2000). Mediating Modernity: Theorizing Reception in a Non-Western Society, capítulo 20, pp. 293-304. En: CURRAN, J.; JIN PARK, M. (ed.). *De-Westernising Media Studies*. Londres: Routledge.
- ROBERTSON, R. (1994). Globalisation or Glocalisation. *Journal of International Communication*, vol. 1, n^o. 1, junio, pp. 33-52.
- SENSTRUP; GOONASEKERA (1994). The Television Landscape of Four Asian countries, *Media Asia*, vol. 21, no. 4, pp. 224-227.
- SREBERNY-MOHAMMADI, A. (1991). "The Global and the Local in International Communications". En: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (eds.). *Mass Media and Society*. Londres: Edward Arnold.
- SINCLAIR, J. (1997). The Business of International Broadcasting: Cultural Bridges and Barriers. *Asian Journal of Communication*, vol. 7, n^o. 1, pp. 137-155.
- SINGHAL; ROGERS (2001). *India's Communication Revolution: From Bullock Carts to Cyber Marts*. Nueva Delhi: Sage Publications
- SHIELDS, P.; SUNDEEP MUPPIDI (1996). Integration, the Indian State and STAR TV: Policy and Theory Issues. *Gazette*, no. 58, pp. 1-24.
- THE TIMES OF INDIA (1992). Cable TV Will Not Hit DD Says Minister, 19 de octubre de 1992.
- THUSSU, D. K. (1999). Privatizing the Airwaves: The Impact of Globalisation on Broadcasting in India. *Commentary, Media, Culture & Society*, vol. 21, pp. 125-131. Londres: Sage.
- THUSSU, D. K. (2000). The Hinglish Hegemony: The Impact of Western Television on Broadcasting in India, capítulo 14, pp. 293-311. En: FRENCH & RICHARDS (2000).
- UNESCO (2000). *World Culture Report, Cultural Diversity, Conflict and Pluralism*. París: UNESCO.
- VARMA, A. (2000). Impact of Watching International Television Programs on Adolescents in India: A Research Note. *Journal of Comparative Family Studies*, vol. 31-1, invierno, pp. 117-126.
- VIJAYANUNNI, M. (1999). The Bilingual Scenario in India. *The Hindu*, 16 de julio de 1999.

Anexos

Tabla 1. Hitos de los lanzamientos del INSAT por el gobierno de la India

Satélite	fecha de lanzamiento
INSAT 1A	10 de abril de 1982
INSAT 1B	30 de agosto de 1983
INSAT 1C	21 de julil de 1988
INSAT 1D	12 de junio de 1990
INSAT 2A (Primer satélite de 2ª generación de construcción autóctona)	10 de julio de 1992
INSAT 2B	23 de julio de 1993
INSAT 2C	7 de diciembre de 1995
INSAT 2D	4 de junio de 1997
INSAT 2E (último satélite polivalente de la serie INSAT 2)	Abril de 1999
INSAT 3A	Febrero de 2000

Fuente: DECU (2000)

Tabla 2. Familias con televisión en la India

Año	1985	1990	1995	1997	2002
Núm. de aparatos (en millones)	6,8	6,8	6,8	6,8	6,8

Fuente: Doordarshan 1997 y www.ddindia.net

Tabla 3. Hogares con televisión por cable en la India

Año	Ene. 1992	Feb. 1993	Oct. 1993	Jun. 1995	Dic. 1996	Sep. 1998	1999	2002
Estimación en familias (en millones)	0,41	3,30	7,23	9,30	11,0	18,5	29 (NRS)	40 (NRS)
							25 (NRS)	

Fuente: Doordarshan 1997, *The Economic Times* 1998, Datos de IRS y NRS

Tabla 4. Televisión transnacional por Indian Sky

Panamsat 4	Asiasat 1	Asiasat 2	Intelsat 703	Intelsat 704	Thaicom 2/3
BBC	StarSports	CNBC	TVI	Eenadu	PunjabiWorld
CNN	Star Plus	TV 5	SunMusic	VijayTV	RajTV
Discovery	Star Movies	Star News	Asianet	Gemini TV	Asianet
ESPN	Zee Cinema	Star TV	Sun TV	MTV	ATN
Home TV	ZeeTV	TVE	UdayaTV	SunTV	ATNBangla
MTV	Star World	Sky News			ATN Hindi
Sony TV	Zee India	CCTV			
TNT		TVSN			
Music Asia					

Fuente: India Infoline Sector Reports. Media Sector Update, *jueves, 15 de marzo de 2001*, <http://www.indiainfoline.com/sect/medi/up03.html>

Tabla 5. Hitos de la televisión en la India

Año	Hecho
1959	Introducción de la televisión en Delhi como servicio experimental con subvención de la UNESCO
1965	Emisión diaria de una hora
1966	La Comisión Verghese recomienda una Fundación Nacional de Radiotelevisión autónoma
1969	Acuerdo para el experimento SITE con la NASA (EE UU)
1968	Aumento de la duración del servicio de televisión
1975	Lanzamiento de SITE en 2.400 pueblos de seis estados durante un año
1976	Doordarshan, el servicio nacional de radiotelevisión de la India, se separa de All Indian Radio
1980	Emisión del primer anuncio de televisión
1982	Lanzamiento del INSAT-1A, televisión en color, emisión nacional de los Asiad Games
1984	Emisión de la primera serie patrocinada, "Hum Log", inicio de UGC CWCR
1987/ 89	Inicio de la transmisión matinal, inicio de la transmisión de tarde
1990	El Parlamento indio aprueba el Proyecto de ley Prasar Bharati después de muchas enmiendas
1991	STAR emite sus canales por satélite para la India en mayo
1992	Zee inicia el canal hindi como parte de la red STAR
1993	Cuatro canales por satélite adicionales y canales regionales en 10 lenguas por DD
1995	DD pone en marcha el canal internacional, sentencia del Tribunal Supremo sobre "las ondas hertzianas como propiedad pública", Comisión Ram Vilas Paswan sobre la Política Nacional de Medios de Comunicación, promulgación de la Ley reguladora del cable (red de televisión)
1997	Presentación del Proyecto de ley de radiotelevisión en Loksabha por el que se constituye el Consejo Prasar Bharati (Corporación de Radiotelevisión de la India) en septiembre
2001	Presentación del Proyecto de ley de convergencia de la comunicación del Departamento de Telecomunicaciones en Loksabha
2002	DD tiene 1.242 transmisores de televisión que llegan a 40 millones de los 75 millones de familias con televisor que tienen conexión de cable y satélite. Presentación del Proyecto de ley de enmienda (regulación) de las redes de la televisión por cable y satélite con el objetivo de autorizar un sistema de canales de pago por medio de las redes de cable, el Proyecto de ley de acceso condicional espera la aprobación del Rajyasabha para ser ley

Tabla 6. Leyes y regulaciones del cable y la televisión en la India

El Proyecto de ley de enmienda (regulación) de las redes de televisión por cable (2002): la nueva política permite recibir cualquier canal de televisión desde la India. También permite a las agencias de noticias indias disponer de instalaciones propias de enlace ascendente para recibir noticias y distribuir las. Este proyecto de ley incluye la disposición del sistema de acceso condicional para que las familias puedan elegir los canales por satélite. El proyecto de ley está en proceso de debate parlamentario.
El Proyecto de ley de radiotelevisión (1997): este proyecto de ley dispone la creación de una autoridad independiente conocida por Autoridad de Radiotelevisión de la India, con el fin de facilitar y regular los servicios de radiotelevisión en la India. Obligó a todos los canales a emitir programas desde el territorio indio y mantener un límite de capital extranjero.
La Ley de regulación del cable (red de televisión) (1995): las redes de televisión por cable han proliferado por todo el país gracias a la existencia de las señales de las redes de televisión extranjeras por satélite. La Ley de (regulación) de las redes de televisión por cable se aprobó en las dos cámaras del Parlamento para controlar la emisión de programas y anuncios no deseados emitidos por estos canales y para regular la explotación de las redes de televisión por cable del país y armonizar su funcionamiento.
La Ley Prasar Bharati (1990): esta ley disponía la creación de una Corporación de Radiotelevisión de la India, conocida por Prasar Bharati. Según esta ley, es un deber primordial de la Corporación organizar y llevar a cabo servicios de radiotelevisión pública para informar, educar y entretener al público y garantizar un desarrollo equilibrado de la difusión por radio y televisión.
La Ley de copyright (1914): "La importancia del copyright se reconoció después de la invención de la imprenta, que permitió la reproducción de libros a gran escala. La Ley de copyright india se aprobó en 1914, pero durante los últimos 40 años, los medios modernos y avanzados de comunicación, como la radiotelevisión, la litofotografía, la televisión, etc., han hecho grandes avances en la economía india. Era necesario cumplir las obligaciones internacionales del copyright. Había que introducir una legislación amplia para revisar completamente la Ley de copyright. Esto se consiguió gracias a la presentación del Proyecto de ley de copyright en 1957 en el Parlamento."
La Ley del telégrafo india (1885): la Ley del telégrafo india de 1885 entró en vigor el 1 de octubre de 1885. El "telégrafo" es un aparato para transmitir y recibir señales, palabras, imágenes y sonidos o información de cualquier tipo por cable, emisiones visuales o otras emisiones electromagnéticas, ondas de radio o ondas hertzianas, medios galvánicos, eléctricos o magnéticos. La Ley del telégrafo india de 1885 era una ley para corregir la legislación relativa a los telégrafos en la India.

La OMC, las negociaciones de Doha y los países en desarrollo

Miguel Rodríguez Mendoza

Hace un año aproximadamente, la IV Conferencia Ministerial de la OMC, reunida en Doha, Qatar, inició una nueva y amplia serie negociaciones sobre comercio multilateral. En la misma línea de negociaciones anteriores – llevadas a cabo bajo los auspicios del GATT – los ministros decidieron llamar a estas negociaciones el Programa de Doha para el desarrollo, para remarcar el elemento central de sus esfuerzos. Con ello, los ministros de la OMC querían encarar un asunto clave en los debates sobre globalización y desarrollo: la idea de que la OMC no es sensible a las necesidades y aspiraciones de los países en desarrollo, y que estos países tienen poco que ganar de su participación en la OMC. Ésta es una opinión expuesta a menudo no sólo por la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales, sino también por muchos países en desarrollo.

Sin embargo, el hecho de centrarse en el desarrollo no significó una simple concesión de los países ricos a los miembros más pobres de la OMC. Fue una consecuencia del activismo sin precedentes mostrado por los países en desarrollo durante todo el proceso preparatorio y durante la propia Conferencia Ministerial de Doha. Los países menos desarrollados demostraron gran determinación para hacer avanzar sus propuestas y para contener aquellas que les parecieron perjudiciales para sus intereses. Se organizaron bien, en comités regionales o funcionales, y desplegaron sus habilidades negociadoras en todos los temas de debate, consiguiendo muchas compensaciones que no

estaban previstas, como cuando los países ACP condicionaron su aceptación de la Declaración de Doha a la aprobación de un documento de renuncia al Acuerdo de Cotonú, que ellos habían firmado con la UE.

Así, el clima social y político de los países industrializados y la creciente seguridad en sí mismos de los países en desarrollo miembros de la OMC provocaron que, por primera vez en la historia del sistema de comercio multilateral, los asuntos sobre desarrollo constituyeran un elemento central de las negociaciones comerciales. Queda por ver, no obstante, hasta qué punto se traduce todo esto en acuerdos reales. Pese a que las negociaciones de Doha seguirán durante los próximos dos años– hasta principios del año 2005 – los progresos hasta la fecha han sido muy escasos. Durante el primer año de negociaciones – que en realidad fue el 2002, excepto en el caso de las negociaciones sobre agricultura y servicios que se iniciaron en marzo de 2000 – la OMC ha estado muy ocupada celebrando reuniones y estudiando cientos de propuestas de negociación, pero por otro lado ha conseguido muy pocos resultados concretos. Al finalizar el año 2002, imperaba un sentimiento de frustración en muchos países, países en desarrollo particularmente, por no haber conseguido acuerdos en algunas cuestiones cruciales estrechamente relacionadas con la naturaleza "de desarrollo" de las negociaciones de Doha.

En este escrito abordo las negociaciones Doha desde la perspectiva de los países en desarrollo. En las siguientes secciones hago referencia a la creciente participación de estos países en el sistema de comercio multilateral, y a los retos del programa de negociaciones de Doha, antes de concluir con una valoración preliminar del primer año de negociaciones.

Miguel Rodríguez Mendoza

Miembro del bufete Van Bael & Bellis

Director general adjunto de la OMC,

hasta septiembre de 2002

Los países en desarrollo y la OMC

La participación de los países en desarrollo en el sistema de comercio multilateral ha cambiado bastante en los últimos años. Primero, en términos de ingreso de nuevos miembros, sobre todo de países en desarrollo que se han adherido a la OMC de forma masiva, como China, que con su ingreso en la OMC a finales de 2001 constituye el ejemplo más señalado. Segundo, porque el comercio y las políticas comerciales son componentes fundamentales de las estrategias económicas de los países en desarrollo. Y, por último, porque estos países se apoyan cada vez más en la OMC, también en su mecanismo de resolución de conflictos, controlado por la propia organización con el objetivo de potenciar y proteger los intereses comerciales de sus Estados miembros.

En efecto, la adhesión de países en desarrollo a la OMC ha aumentado considerablemente. La OMC cuenta en la actualidad con 145 miembros, de los cuales más del 70 por ciento son países en desarrollo, situación que contrasta con la del GATT. Cuando se creó este organismo en 1947, 11 de los 23 firmantes originarios eran países en desarrollo. Entre ellos se hallaban China, India y algunos países de América Latina, como Brasil y Chile. Cuando el GATT dejó de existir en 1994, contaba con 76 países firmantes en desarrollo.

Hoy, más de 100 países en desarrollo son miembros de la OMC, y hay otros 30 aproximadamente, la mayoría también en desarrollo, que han solicitado su adhesión o la están ya negociando. Los países en proceso de adhesión son la Federación Rusa, Arabia Saudí, Argelia y Vietnam. Dentro de unos años, cuando hayan finalizado estas negociaciones, la OMC se convertirá verdaderamente una organización universal.

Por otra parte, es fácil saber por qué a los países en desarrollo les interesa la OMC; el comercio es un elemento clave en sus estrategias económicas. Desde mediados de 1980, muchos de estos países han rechazado modelos de desarrollo encerrados en sí mismos, basados en la sustitución de la importación, y han optado por la reforma del comercio y la liberalización. Esto ha favorecido su papel dentro del sistema de comercio multilateral, y también en el ámbito del comercio internacional.

El comercio supone un porcentaje cada vez mayor de la

actividad económica de los países en desarrollo. Por ejemplo, durante los noventa, la apertura de todos los países en desarrollo al comercio (la proporción de exportaciones e importaciones en PNB a precios reales) aumentó del 29 al 43,5 por ciento. Además, la estructura comercial de estos países está dejando atrás los productos primarios y está empezando a centrarse en la producción. Por ejemplo, en el año 2000 los productos manufacturados supusieron el 85 por ciento de todas las exportaciones del este de Asia y el 60 por ciento de las de Latinoamérica. Y lo que es igualmente importante, los intercambios comerciales entre países en desarrollo son cada vez más. Casi el 36 por ciento de las exportaciones del año 2000 de estos países se dirigió hacia mercados de otros países igualmente en desarrollo, y la exportación de los productos manufacturados se convirtió en el elemento más dinámico del comercio entre países en desarrollo, sin olvidar la exportación de productos agrícolas que también supuso una parte importante de este intercambio.

A medida que crece el comercio de estos países y que las políticas comerciales se afianzan, la OMC y las negociaciones sobre comercio tienen la función de proporcionar apoyo para la consecución de los objetivos de evolución de los países en desarrollo. Estos países necesitan a la OMC tanto como la organización a ellos. Para que los países en desarrollo consigan su plena integración en la economía mundial es muy necesaria la existencia de un sistema consolidado de comercio multilateral que proporcione un acceso seguro y previsible a los mercados de exportación. Así, los países en desarrollo intentan aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional, al tiempo que encuentran en la OMC un conjunto de normas sólidas para la ejecución de sus estrategias comerciales.

Por este motivo los países en desarrollo han pasado a tener un papel más activo en la OMC. La creación de esta organización en 1994 significó un gran paso adelante para la integración de los países en desarrollo en el sistema de comercio multilateral, ya que por primera vez se adoptaron compromisos serios relativos al comercio de bienes y servicios y también a los derechos de propiedad intelectual. Anteriormente, en el GATT, los esfuerzos de los países en desarrollo se habían centrado más en intentar permanecer al margen de las normas que en participar de forma activa

en las negociaciones. Sin embargo, el aumento de países en desarrollo que se han convertido en importantes exportadores, ha propiciado que estos países reivindiquen con firmeza sus intereses comerciales en la OMC.

Por ejemplo, dado que la OMC es un organismo que dicta normas que deben cumplirse, los países en desarrollo hacen cada vez un mayor uso del mecanismo de solución de diferencias para proteger sus intereses comerciales. Lo demuestra el hecho de que estos países han presentado en conjunto más quejas a la OMC que la Unión Europea, y casi tantas como Estados Unidos. Es interesante observar que más del 40 por ciento de las quejas presentadas por países en desarrollo son en contra de otros países también en desarrollo, incluso contra países de las mismas regiones, lo que corrobora que la realidad de las relaciones comerciales entre estos países está cambiando, como se apuntó anteriormente.

En total, las quejas presentadas a la OMC por los países en desarrollo suponen el 31 por ciento del total de quejas presentadas hasta ahora, y el 39 por ciento de éstas son contra países también en desarrollo. Esta situación contrasta con el hecho de que durante los últimos 15 años de existencia del GATT (1980-94), sólo el 13 por ciento de las reclamaciones fueron en contra de los países en desarrollo. Todo parece indicar que el aumento de las obligaciones de los países en desarrollo tras concluir la Ronda de Uruguay está estrechamente relacionado con el aumento de procesos litigiosos en la OMC.

El programa de negociaciones de Doha

Los países en desarrollo jugaron un papel muy importante a la hora de perfilar el programa de las negociaciones de Doha, puesto que ejercieron una influencia destacable sobre los contenidos y la naturaleza de las nuevas negociaciones. Éstas tratan una gran variedad de temas que pueden clasificarse en tres categorías principales. La primera abarca los asuntos relativos al acceso al mercado de bienes y servicios, incluyendo las negociaciones en curso sobre agricultura y servicios así como las negociaciones para reducir o eliminar aranceles, incluidas las crestas arancelarias, y los obstáculos no arancelarios del sector industrial. La segunda categoría de temas de

negociación es la que tiene una cobertura más amplia y se compone de los asuntos enfocados a revisar, consolidar o modificar los acuerdos y normas actuales de la OMC. Las negociaciones de este ámbito tratan sobre las subvenciones y los acuerdos antidumping, sobre las normas de la OMC en materia de acuerdos comerciales regionales, sobre algunos aspectos del acuerdo sobre la propiedad intelectual, esto es, negociaciones para la creación de un sistema de notificación y registro de las indicaciones geográficas de vinos y licores, sobre aclaraciones respecto a la OMC y las obligaciones comerciales establecidas en los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente y, por último, negociaciones para revisar el entendimiento del mecanismo de solución de diferencias de la OMC. La tercera y última categoría de temas de negociación aborda algunos asuntos «nuevos» propuestos para su inclusión en el marco de la OMC. Se trata de políticas de inversión y competencia, transparencia en la contratación pública y la facilitación del comercio. Al contrario de otros elementos del programa de Doha, las negociaciones sobre estas cuestiones no se iniciarán hasta la próxima Conferencia Ministerial de la OMC, que se celebrará en Cancún, México, en septiembre de 2003, donde habrá que tomar muchas decisiones respecto a las modalidades de dichas negociaciones.

El Programa de Doha para el Desarrollo, aprobado al final de la Conferencia Ministerial, recoge las modalidades y los objetivos de las negociaciones sobre cada uno de los temas mencionados anteriormente. En la mayoría de los casos las metas son muy claras: se necesita una reforma a fondo, como en el caso de la agricultura, donde las negociaciones se centran en conseguir una integración plena y más efectiva de la agricultura en el contexto del sistema de comercio multilateral. También es el caso de las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas, que deben tratar temas como las crestas y la progresividad arancelarias, que son dos de las mayores preocupaciones de los países en desarrollo, y de los servicios, donde las negociaciones tratan de alcanzar mejores resultados que los pocos obtenidos en la Ronda de Uruguay, sobre todo cuando se trata de la liberalización del sector servicios. No hay que olvidar el ámbito de las normas, ya que como se observó en los debates sobre asuntos de ejecución, varios acuerdos de la OMC necesitan una reforma urgente (1).

Un año después del inicio de las negociaciones, la valoración que podemos hacer es algo confusa. Por una parte, la maquinaria negociadora funciona a pleno rendimiento y las reuniones de los grupos de negociación se suceden sin parar, sobre todo a juzgar por el volumen y la calidad de las propuestas de negociación presentadas por los miembros de la OMC en las distintas áreas de debate, que parecen estar plenamente acordes con las líneas establecidas en Doha. Sin embargo, el panorama no es tan optimista si se ahonda un poco más, y hay muchos hechos que lo corroboran. En primer lugar, las negociaciones sobre agricultura están empezando a estancarse y existe cierto sentimiento de frustración por la falta de compromiso real por parte de la Unión Europea. Las discrepancias entre los países europeos respecto al futuro de la Política Agraria Común (PAC), y la incertidumbre sobre el impacto de la próxima ampliación de la UE retrae a la Comisión de expresar claramente su parecer acerca de cómo lograr los objetivos de negociación contenidos en el Programa de Doha para el Desarrollo. A todo esto hay que añadir la inoportuna señal lanzada por Estados Unidos al aprobar a principios de año un nuevo proyecto de ley agrícola, que aumenta considerablemente las ayudas económicas que este país da a sus agricultores. Por tanto, es muy probable que no se consiga ningún acuerdo sobre elementos esenciales en las negociaciones sobre agricultura, esto es, el establecimiento para finales de marzo de 2003 de modalidades que den mayores garantías en las áreas de acceso a los mercados, ayudas internas y competencia en exportación. Esto, a su vez, puede ralentizar todo el programa de negociaciones puesto que será imposible alcanzar un resultado final sin una evolución concreta de las negociaciones sobre agricultura.

Hay dos cuestiones más que enturbian las negociaciones de Doha, y una de ellas es la falta de progreso en el tema del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo. Sobre este punto, los miembros de la OMC se comprometieron en Doha a encontrar para finales de 2002 el modo de convertir en más operativas y efectivas las disposiciones especiales y diferenciadas contenidas en varios de los acuerdos de la OMC. Fracasaron en ello, como también lo hicieron en otro compromiso adoptado en Doha; el de identificar los medios con los que los países en desarrollo con una capacidad de producción limitada

puedan tener acceso a los medicamentos genéricos en situaciones de crisis graves de salud pública, un asunto todavía pendiente debido, principalmente, a la oposición de Estados Unidos. Aunque estos asuntos no forman parte estrictamente de las negociaciones de Doha, la falta de avances en los dos temas, ambos de gran interés para los países en desarrollo, junto con la falta de decisión en las negociaciones sobre agricultura, convierten a los objetivos de «desarrollo» de Doha en una ilusión más que en una realidad. Por esto son pocos ya los que creen que las negociaciones concluirán en el período de tiempo establecido si se sigue en esta línea.

Pero no todo es tan negativo. En algunas áreas de las negociaciones de Doha los avances son la nota dominante. En cuanto a los servicios, por ejemplo, las negociaciones han avanzado hasta el punto de que los países han empezado a intercambiar peticiones y ofrecimientos de concesiones, dando pie a las negociaciones propiamente dichas. Por otra parte, existen sobre la mesa propuestas muy ambiciosas y de largo alcance en el tema de acceso a los mercados. Algunas de estas propuestas, como las presentadas por Estados Unidos, Nueva Zelanda y Hong Kong, apuestan por la eliminación de todos los impuestos dentro de un plazo de tiempo establecido; otras, como las de la UE y Suiza, se centran con gran convicción en las crestas y la progresividad arancelarias. Aun sabiendo que los países en desarrollo se han mostrado mayoritariamente contrarios a estas propuestas, ya que implican una mayor reducción arancelaria por su parte, todavía pueden preverse grandes avances en este tema a medida que las negociaciones siguen adelante.

Ahora que las negociaciones entran ya en su segundo año, y que los miembros de la OMC empiezan a preparar la Conferencia Ministerial de Cancún, los asuntos mencionados anteriormente siguen y seguirán acaparando toda la atención, pero también lo harán cuestiones tan delicadas como las políticas de inversión y competencia, la contratación pública y la facilitación del comercio. Los miembros de la OMC deberán ponerse de acuerdo para decidir si estos asuntos entran o no en la fase de negociación. Los países en desarrollo son los que se han mostrado más reticentes a dar este paso, por lo que no es difícil pensar que se mantendrán firmes en esta posición mientras las cuestiones que les afectan permanezcan sin resolver.

En resumen, todavía es pronto para hacer una valoración final de las negociaciones de Doha. Los avances en ciertas áreas se han visto contrarrestados por el poco progreso experimentado en otros ámbitos, y en los países en desarrollo se extiende un sentimiento de frustración al ver que todavía están pendientes los asuntos que más les inquietan. También aumenta la percepción entre muchos países de que el plazo de tres años establecido por la Conferencia Ministerial es demasiado corto para concluir las negociaciones.

No obstante, todos los miembros de la OMC reconocen abiertamente que es mucho lo que está en juego con las negociaciones de Doha, ya que se ofrecen oportunidades importantes para los países en desarrollo y para los demás países miembros de la OMC. De hecho, las negociaciones de Doha suponen una oportunidad única de conseguir una reforma más esencial del comercio agrícola, un sector clave para los países en desarrollo y que se encuentra actualmente sujeto a medidas que obstaculizan el comercio y a subvenciones para la producción por parte de muchos países desarrollados. También son la herramienta para abrir los mercados de los países industrializados, en los que las medidas de protección comercial, como las crestas y la progresividad arancelarias, son todavía muy fuertes en sectores de especial interés para los países en desarrollo, como el textil. Así mismo, las negociaciones también suponen una oportunidad para abrir los mercados de los países en desarrollo, que son cada vez más importantes para otros países también en desarrollo. Finalmente, y lo que es quizá más importante de todo, las negociaciones de Doha brindan la oportunidad de que la OMC se convierta en un organismo mejor para los países en desarrollo y para todos sus miembros, con la creación de un sistema de comercio multilateral mejor y más equitativo.

¡Y no hay que dejar pasar estas oportunidades!

Nota

- 1 Este debate se centró en una serie de propuestas presentadas por varios países en desarrollo para solucionar los problemas que ellos percibieron como consecuencia de la ejecución de los acuerdos de la OMC. En conjunto, se presentaron más de 100 propuestas relacionadas con la mayoría de los acuerdos de la OMC. Como resultado de estas discusiones, que empezaron antes de la Conferencia Ministerial de Seattle y continuaron hasta la Conferencia de Doha, se alcanzó una solución para la mitad de las propuestas aproximadamente, y el resto están siendo estudiadas por los organismos pertinentes de la OMC o en el contexto de las negociaciones Doha.

Traducción del inglés: Patricia Ortiz

Entrevista a Pascal Lamy

Ramon Torrent

Pascal Lamy, comisario europeo de Comercio está graduado por la Ecole des Hautes Etudes (HEC), por el Institut de Sciences-Po de París y por la Ecole Nationale d'Administration (ENA). Hasta 1984, fue consejero del ministro de Economía y Finanzas del entonces Gobierno socialista francés, Jacques Delors, y de su primer ministro, Pierre Mauroy.

Del 1984 a 1994, ejerció las funciones de jefe de gabinete del presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, representándolo en el G7.

Después de la privatización de Crédit Lyonnais, donde condujo su reestructuración, Pascal Lamy fue designado comisario europeo en julio de 1999 por Romano Prodi y el Gobierno francés. En septiembre de 99, el Parlamento Europeo lo ratificó en sus funciones de comisario de Comercio.

Ramon Torrent, catedrático de Economía Política de la Universitat de Barcelona (UB), director del Observatori de la Globalització (UB-PCB) y promotor y director de la Cátedra OMC, primera cátedra creada en el mundo entre la OMC (Organización Mundial del Comercio) y una universidad (UB)

De 1988 a 1998, fue miembro del Servicio jurídico del Consejo de la Unión Europea, siendo el director de relaciones económicas internacionales desde 1993.

Ramon Torrent (R.T.). ¿Podría explicarnos brevemente su punto de vista acerca de las relaciones entre la política cultural, en particular la relativa al sector audiovisual, y el conjunto de la política de las relaciones económicas exteriores?

Pascal Lamy (P.L.). La cooperación cultural es un factor importante de los acuerdos que la Unión Europea ha suscrito con países en vías de desarrollo. Se trata de promover los intercambios culturales y la comprensión mutua de las culturas. Este aspecto también está presente en nuestra política comercial, especialmente en lo que refiere al sector audiovisual: en la OMC defendemos, por ejemplo, la posibilidad de establecer acuerdos de coproducción con países en vías de desarrollo. Además, una mejor comprensión de las culturas es a menudo uno de los elementos necesarios para el desarrollo de relaciones comerciales. Por ejemplo, éste es el caso del Extremo Oriente.

R.T. A pesar del uso habitual de la expresión “excepción cultural”, no hay ningún artículo o anexo del AGCS/GATS que establezca un tratamiento específico (y menos aún una “excepción”) en el sector cultural. Simplemente hay una ausencia de acuerdos específicos y algunas exenciones a la obligación NMF (“nación más favorecida”). ¿Cree que esta situación es satisfactoria o suficiente?

P.L. Tiene razón en el análisis del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS). La estructura flexible de este acuerdo nos ha permitido varias cosas: primero, no hemos establecido ningún acuerdo para abrir el acceso a la competencia de los servicios audiovisuales; segundo, se prevé que la cláusula sobre el tratamiento nacional no se aplique para este sector; y finalmente, se llevarán a cabo exenciones a la cláusula de la nación más favorecida, sin que eso implique prever un tratamiento específico en el texto del GATS.

De esta manera podemos conservar nuestros instrumentos de política cultural y hacerlos evolucionar al ritmo

de las nuevas necesidades. Por ejemplo, las exenciones a la cláusula de la nación más favorecida nos permiten favorecer la difusión de obras europeas en nuestras cadenas de televisión y suscribir acuerdos preferentes de coproducción con países en vías de desarrollo.

R.T. Según el anexo del AGCS/GATS relativo a estas listas de exenciones, la lista de exenciones de la obligación NMF de la Comunidad Europea y de los Estados miembros vence, en principio, en 2004. ¿No teme que en esa fecha se produzca una nueva ofensiva de los Estados Unidos para dismantelar las políticas de protección del sector?

P.L. Evidentemente, es muy importante para nosotros conservar las exenciones de la cláusula de la nación más favorecida para poder seguir llevando a cabo nuestra política a favor de las coproducciones y la difusión de obras europeas (en el sentido amplio, es decir, no solamente obras de la Unión Europea) y las defenderemos a capa y espada. De todos modos, no me inquieta demasiado esa posible ofensiva por parte de otros miembros de la OMC para dismantelar estas exenciones en 2004: la mayor parte de los Estados miembros de la OMC han aplicado exenciones similares, en el sector audiovisual o en otros, y no estarán dispuestos a renunciar a ellas.

R.T. Estados como Canadá prevén, en sus listas de acuerdos y exenciones, medidas específicas para algunas de sus regiones o provincias (por ejemplo, el Quebec). ¿Cree que debería considerarse esta posibilidad en el marco de la Unión Europea?

P.L. Ya estamos utilizando esta disposición. En numerosos sectores donde la Unión Europea tiene acuerdos para abrir el mercado, se incluyen algunas limitaciones aplicables únicamente a uno o varios estados miembros de la UE, o incluso a regiones concretas. En lo referente al sector audiovisual, en nuestro caso esto no tiene sentido, ya que aún no se ha establecido ningún acuerdo. Así, los Estados miembros y las autoridades públicas regionales o locales pueden seguir aplicando y desarrollando políticas en este sector, dentro de su ámbito de competencias.

R.T. De conformidad con el artículo 151 del tratado de la CE, las competencias internas de la Comunidad Europea en materia cultural son muy limitadas. Se limitan a la

adopción de medidas que promueven la exclusión de toda medida de armonización. ¿Cree que estas competencias deberían ampliarse en la reforma de los tratados que se está realizando actualmente?

P.L. Los ciudadanos y las autoridades nacionales y locales de Europa coinciden en lo esencial, en que las competencias en materia cultural se ejerzan de la manera más cercana posible a las comunidades culturales, es decir, sobre el terreno. Sin embargo, la acción de Europa puede ser complementaria y debería desarrollarse en dos frentes.

En primer lugar, debería centrarse en los grandes principios: el “derecho a la preservación y al desarrollo de la cultura” debería ser uno de los principios básicos de nuestra futura “Constitución”.

En segundo lugar, debería desarrollar acciones para la defensa de nuestros intereses en el ámbito internacional. Los programas MEDIA, la directiva Televisión sin fronteras, la cooperación cultural y audiovisual con los países en vías de desarrollo, y la defensa de nuestros intereses en la OMC son algunos ejemplos en los que la acción a escala de la Unión Europea puede ser muy útil, por no decir esencial. No se trata de armonizar, sino de unir nuestros esfuerzos para defender y promover mejor nuestra diversidad cultural.

R.T. ¿Cree que la creación de una red internacional de instituciones públicas preocupadas por los problemas relativos a la diversidad cultural es una buena idea?

P.L. La promoción de la diversidad cultural comporta la “promoción de las producciones culturales locales” y, también, el “desarrollo de intercambios culturales”. Así pues, siempre resulta útil desarrollar contactos y redes internacionales entre las autoridades e instituciones responsables de la definición y aplicación de las políticas culturales.

Traducción del francés: Carme Biarnau

Entrevista a Bertrand Tavernier

Esteve Riambau

Bertrand Tavernier (Lyon, 1941) es uno de los cineastas contemporáneos más prestigiosos. Hijo del poeta y editor René Tavernier, ejerció de crítico cinematográfico durante los años sesenta antes de debutar como realizador cuando la *Nouvelle Vague* ya había pasado a la historia. Sus primeros largometrajes conjugan varios géneros, pero *L'horloger de Saint Paul* (1974), *Que la fête commence...* (1975) o *Le juge et l'assassin* (1976) ya delatan un interés por el compromiso individual en sociedades conflictivas. Admirador del cine clásico norteamericano, el realizador francés trabajó con actores internacionales en *La mort en direct* (1980) antes de rodar *Coup de torchon* (1981), una original adaptación de *Pop 1280*, la inquietante novela policíaca de Jim Thompson. Su filmografía alterna filmes de ficción con documentales, como *Philippe Soupault et le Surréalisme* (1982), *Mississippi Blues* (1984) o *La guerre sans nom* (1992), que ponen de relieve la diversidad de sus inquietudes culturales y sociales. Fanático del jazz, al que rindió homenaje con *Round Midnight* (1986), también dedicó una especial atención a la Primera Guerra Mundial con *La vie et rien d'autre* (1989) y *Capitaine Conan* (1996), sin renunciar a las implicaciones sociales contemporáneas de *Loi 627* (1992) o *L'appat* (1996), Oso de Oro en el Festival de Berlín. Sus héroes, apasionados y contradictorios, son reflejos de su propia personalidad, también asumida por los inquietos protagonistas de *Ça commence aujourd'hui* (1999) o *Laissez Passer* (2002), un particular homenaje al cine francés ambientado durante la ocupación alemana. Además de realizador prolífico, Tavernier también es presidente del Instituto Lumière de Lyon, escribe libros tan imprescindibles como el diccionario *50 ans de cinéma américain* y es un incansable agitador cultural en la lucha por un cine libre de condicionamientos industriales.

Esteve Riambau (Barcelona, 1955) es profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB. Crítico del diario *Avui* y de la revista *Fotogramas*, es autor de numerosos libros sobre historia del cine y coautor del documental *Orson Welles en el país de Don Quijote* (Canal +, 2000). De sus títulos más recientes sobresalen *Orson Welles. Una España inmortal* (1993), *Francis Ford Coppola* (1997), *El cine francés 1958-1998. De la Nouvelle Vague al final de la escapada* (1998; con prólogo de Bertrand Tavernier), *Robert Guédiguian. Grandes ilusiones* (1999) o *Charles Chaplin* (2000). Es autor, en colaboración con Casimiro Torreiro, de *La vida, la muerte. El cine de Bertrand Tavernier* (1992), *Guionistas en el cine español. Quimeras, picarescas y pluriempleo* (1998; Premio Muñoz Suay de la Academia del Cine Español), *Historias, palabras, imágenes. Entrevistas con guionistas del cine español contemporáneo* (1999) y *La Escuela de Barcelona. El cine de la gauche divine* (1999), así como del documental televisivo *La passió possible. L'Escola de Barcelona* (BTV, 2000).

Esteve Riambau (E.R.). No sé si estará de acuerdo que, en los últimos años, el cine ha perdido peso como producto cultural.

Bertrand Tavernier (B.T.). Es cierto y no lo es al mismo tiempo. Es cierto que ha perdido peso cultural ante un determinado público que lo ve como un objeto de consumo, pero, a su vez, no es totalmente así. No hay más que ver el número de festivales cinematográficos que se celebran en

todo el mundo, de coloquios, de retrospectivas... En Estados Unidos se celebran hoy día sesenta o setenta festivales.

E.R. Pero, precisamente por eso, ¿no cree que se trata de circuitos paralelos o alternativos a la exhibición comercial?

B.T. En todo caso, no debería hablarse de una crisis cultural del cine. Es el arte, en conjunto, lo que está en

crisis. Todo lo que pueda decir, desde el énfasis que usted le pone, se podría aplicar al libro, a la música -especialmente la clásica- y a otras disciplinas artísticas. Un autor magnífico, Hans Magnus Etzenberger, ha subrayado con mucha ironía que el dinero que en Alemania se asigna a coloquios o congresos sobre literatura o arte se han multiplicado de una forma extraordinaria. En cambio, se suprimen las delegaciones del Instituto Goethe en el extranjero y ya no se subvencionan las bibliotecas que deberían revivir esta cultura en los barrios de las grandes ciudades. Se construyen palacios de congresos, donde se celebrarán coloquios, se invitará a personalidades y se gastará mucho dinero, pero se escamotean cantidades que son hasta quinientas veces más pequeñas, pero que podrían ayudar a sobrevivir a un pequeño cine de arte y ensayo, un teatro de investigación o una biblioteca. ¿Por qué? Porque los responsables de la cultura quieren ponerla al servicio de su imagen y éste no es el caso de una biblioteca normal y corriente, que apenas arañará un minuto en los informativos televisivos cuando sea inaugurada por el político de turno. En cambio, cualquier coloquio, medalla u homenaje a un autor se lleva toda la atención de televisiones, diarios y fotógrafos. El peligro estriba en la sustitución de un trabajo de altos vuelos en la difusión de la cultura -y aquí incluyo las salas de cine con vocación artística o pedagógica- por una manifestación efímera que da lugar a otra parecida cincuenta kilómetros más allá.

E.R. El tratamiento del cine dentro de los medios de comunicación también ha cambiado. Cada vez se habla más de glamour y del dinero que recaudan que de los valores artísticos de los filmes...

B.T. Éste es otro tema. El dinero y la taquilla, que antes sólo interesaban a las publicaciones corporativas, ahora alcanzan a todos los medios, incluso a las páginas culturales de los diarios. No sé cuál es la situación en España, pero los diarios y seminarios intelectuales franceses publican sistemáticamente las cifras del *box office* y anuncian a los cuatro vientos que este film o este otro ha obtenido tantos millones de dólares durante el primer fin de semana de exhibición en Estados Unidos. Aquí el peligro es doble. Por un lado, la dimisión de una cierta prensa intelectual porque, de hecho, de dinero y glamour siempre se ha hablado. Cuando era adolescente,

la mayoría de los diarios ni siquiera citaban los realizadores de las películas, sólo hablaban de las estrellas. Eso cambió durante una época y cuando Pierre Rissient y yo trabajábamos como *attachés* de prensa hacíamos hincapié en la importancia de los directores. Ahora se produce un retroceso, pero lo más grave es la sumisión al dinero y la taquilla, sobre todo a los filmes procedentes del extranjero. La revista *Cinémond*e difundía, con orgullo, la noticia de que *Fanfan la Tulipe* había obtenido un gran éxito en Francia. Nunca habrían publicado los resultados de taquilla de un film norteamericano durante su primera semana en la cartelera de Estados Unidos. Ahora se da una cierta admiración por América que no sé si procede de los periodistas o de los jefes de redacción, pero, en cualquier caso, resulta imposible leer que un film francés ha tenido un cierto éxito en Japón. En cambio, la recaudación de *Spiderman* sale publicada en todos los sitios.

E.R. Ésta es la mejor publicidad que se puede hacer de una película...

B.T. Exacto. Es su carta de presentación. En los dossiers para la prensa bastaría con indicar su recaudación... Como decía mi amigo André de Toth, estamos sometidos a la ley del billete de banco. Cuando De Toth rodaba sus filmes, el dinero ya era importante, pero nunca era el tema estrella de la prensa. Ahora, los taxistas te hablan del éxito de una película en términos económicos cuando antes comentaban la interpretación de Fernandel. El cine contemporáneo está cautivo de los poderes políticos y los trusts multinacionales, que no son productores ni aman el cine. Sólo quieren comprar el poder. En la época de los grandes estudios, había un consejo de administración que rendía cuentas ante los accionistas, pero ahora todo responde a una cadena de accionistas a quienes el cine no les interesa. Darryl F. Zanuck se arriesgaba con algunos de los filmes que producía para la Fox. Ahora, el poder está en las empresas, como la Coca-Cola, que han sustituido los viejos productores que venían del mundo del espectáculo. El cine que se hace actualmente está dominado por presidentes de bancos.

E.R. AEn España, la venta de videojuegos de Harry Potter y la piedra filosofal superó la recaudación de la película en salas durante las vacaciones navideñas. Los filmes se han

convertido en lujosos anuncios de productos paralelos que todavía son más rentables.

B.T. Eso es cierto en el caso de determinados filmes. Algunos, en Estados Unidos, sólo se producen si luego se pueden vender otros productos. Por suerte, no es el caso de los mejores filmes norteamericanos, como los de los hermanos Coen, de Steven Soderbergh, Martin Scorsese o Robert Altman. Se cuenta una anécdota formidable de Arnold Schwarzenegger, que quería hacer un film ambientado en la Alemania nazi durante la Segunda Guerra Mundial y que no se rodó. Pero no se rodó sólo porque alguien reveló la amistad del actor con Jörg Haider, sino porque sus expectativas de venta de productos derivados eran muy reducidas. Los expertos en marketing dijeron que las cruces gamadas o los casos militares eran difíciles de vender, salvo a algunos grupos de extrema derecha, y que tampoco tenía sentido hacer un parque de atracciones en el que se hiciera pasar a los visitantes por un campo de concentración.

E.R. Durante los años sesenta, la televisión supuso una competencia feroz para el cine. Actualmente viven en una curiosa simbiosis. ¿Qué opina de esta relación?

B.T. Existe una simbiosis, es cierto, que sufre y plantea muchos problemas, pero, al mismo tiempo, ha permitido la realización de muchos filmes definitivamente importantes. Hay que calcular los riesgos y estar al acecho. Las coproducciones hechas por Canal + u otras cadenas francesas han contribuido a dinamizar el cine francés y han permitido rodar películas que habrían sido imposibles en cualquier otro país del mundo. Cuando Channel 4 empezó a ayudar al cine británico, de repente surgieron realizadores muy interesantes, como Mike Leigh, Stephen Frears y Ken Loach. La ayuda de la televisión al cine es positiva, siempre que exista una idea directiva y un cierto amor por el cine en una determinada cadena. En Italia también se intentó aplicar el modelo, pero no funcionó por mucho tiempo porque no había directrices políticas dentro de las cadenas, no había nadie capaz de canalizar el dinero con cierta habilidad. El cine también corre el peligro de acabar bajo la influencia de la televisión. De todos modos, en Francia nos hemos desenvuelto bastante bien, por una razón muy simple: los cineastas franceses son bastante combativos y, en conjunto, no se dejan someter fácilmente. Han sabido

resistir: primero se resistieron a los alemanes durante la ocupación, después a los productores y también, aunque no siempre, a la televisión. A pesar de este peligro, hay que observar la experiencia de aquellos países donde no se aplica esta política.

E.R. Durante los últimos años, el cine español se ha beneficiado extraordinariamente del dinero procedente de las dos plataformas digitales. Tras decretarse su fusión, la producción cinematográfica se ha detenido y está en espera de un veredicto todavía incierto.

B.T. Es cierto que la televisión provoca hábitos de pereza. Cuando tienes asegurada la financiación de una película con un par de cadenas ya no buscas más.

E.R. Por otro lado, esta competencia directa entre dos plataformas encarece artificialmente los costes de producción.

B.T. Es cierto. Siempre he luchado contra esta facilidad. Mis filmes responden a presupuestos muy razonables y existen muchos realizadores más que son capaces de rodar con medios no excesivamente elevados. El problema son las derivaciones. Hay gente que, de golpe y porrazo, ve que montar un film es muy fácil porque sólo hay que llamar a dos o tres puertas. Si llamas fuerte, sales con un cheque en la mano; pero si todas las puertas se cierran en tus narices, hay que buscar otras formas de financiación, hay que luchar contra la vocación de las cadenas públicas o con vocación cultural que están dispuestas a establecer tratos de diez años con los distribuidores de filmes norteamericanos y, en cambio, son incapaces de firmar contratos estables con los productores o distribuidores del propio país. En Francia, Antenne 2 firmó un contrato de quince filmes con el productor norteamericano Arnon Milchan mientras nosotros teníamos que negociar película por película. Deben prohibirse estos macrocontratos que aún dan más poder a los grandes trusts y producen situaciones delirantes. El distribuidor español de *Hoy empieza todo* me dice que no consigue venderlo a la televisión pública, a pesar de que ha vendido un millón de entradas en las salas y ha recibido críticas extraordinarias y premios por doquier. Es increíble que una televisión que debería conservar un componente cultural, de apertura al resto del mundo, no adquiera obligatoriamente los derechos de un cierto número de

filmes descubiertos en los festivales, ya sean de Abbas Kiarostami, Stephen Frears o Edward Yang.

E.R. La televisión es un arma de doble filo. Usted mismo sufrió las consecuencias cuando una cadena pública francesa se negó a emitir su film *L'appat* en horario de *prime time* porque era demasiado violento y, en cambio, iba precisamente destinado a un público juvenil para denunciar la fascinación de la violencia.

B.T. Sí, pero yo gané ese proceso. Querían emitirlo a las once y media de la noche. Luché y fastidié todo lo que pude y al final lo pasaron a las nueve y media. Las asociaciones de realizadores deben luchar en el lugar oportuno y sobre aquellas cosas que hay que cambiar, no sólo en el país correspondiente, sino también a nivel europeo. Los dirigentes políticos de las cadenas detestan este tipo de debates o de complicidades internacionales.

E.R. ¿Qué repercusiones tendrá la crisis de Canal + en Francia y, por extensión, en el resto de Europa?

B.T. Jean-Marie Messier, el presidente de esta cadena de pago, no sólo ha destruido una parte del cine francés con cañonazos de gran calibre, sino que su gestión también ha repercutido sobre el mundo de la edición y dejará tras de sí una verdadera ruina cultural. Messier pertenece a un tipo de personas que creen que son Darryl Zanuck y Walt Disney al mismo tiempo. ¿Por qué? Pues porque conceden doscientas veces más entrevistas al año que esos dos productores históricos durante toda su vida. Creen que son importantes no por lo que hacen, sino porque *Paris Match* publica la su foto mientras patinan sobre hielo ante el Rockefeller Center de Nueva York. Éste es el símbolo de su triunfo y, paradójicamente, éste era, prácticamente, el tema que yo abordé en *L'appat*. Allí no había crímenes de por medio, pero, en todo caso, estamos hablando de gente que cree que el éxito equivale a tener una estilográfica de marca Mont Blanc, aunque ni siquiera sepan escribir su nombre. La historia de Jean-Marie Messier es absolutamente simbólica, es tan caricaturesca que es casi ejemplar. Representa, simultáneamente, la imbecilidad megalómana de la gente que cree que basta con decir que triunfarás en Estados Unidos para conseguirlo y, por otro lado, la ceguera de los políticos enfrentados al enorme escándalo financiero de Crédit Lyonnais o al caso de Giancarlo Parretti

con la compra de Pathé y de Metro Goldwyn Mayer. Siempre es la misma historia, que se repite tanto si gobierna el partido socialista como Jacques Chirac, que subrayaba en todo momento el carácter dinámico de Jean-Marie Messier para facilitar que las empresas francesas penetraran en el mercado norteamericano. El resultado de todo ese fracaso es que empresas como Larrousse o Robert pasen a depender de Estados Unidos con todo el capital de ediciones literarias o musicales francesas que atesoran. Es el precio que habrá que pagar porque este hombre quiso comprar la Universal sin conocer nada de esta empresa. Cada vez que hablaba de ella, no decía más que tonterías: que era el primer estudio de Hollywood, que era uno de los más grandes... Es como un *remake* de *Citizen Kane* pero sin Orson Welles en el papel de protagonista.

E.R. Es por todo ello que yo soy muy pesimista respecto al futuro del cine como producto cultural. Es muy difícil hacer ver a los jóvenes que existen otros modelos cinematográficos aparte del pensamiento único impuesto por Hollywood y la alternativa es cada vez más periférica, desde las trincheras de la resistencia.

B.T. Hay que luchar porque cuando se lucha se consiguen cosas. Admiro los combates que sensibilizan a la gente y ahora disponemos de instrumentos que facilitan este tipo de operaciones. El DVD, por ejemplo, permite mostrar películas que hacía mucho tiempo que no estaban al alcance. La cara cultural del cine sigue existiendo, pero, al mismo tiempo, discurre casi en paralelo a la vertiente cultural del mundo. Desde esta perspectiva, el cine va extraordinariamente bien si se compara con la música clásica.

E.R. Compare, en todo caso, la música clásica con el cine clásico.

B.T. El cine clásico vive una edad dorada con el DVD y, si se suman los espectadores de las salas, de la televisión y del vídeo, los espectadores son muchos más de los que escuchan música clásica. Es una lucha diaria, pero todavía hay que andar un camino muy largo. Hay victorias, cada vez que se edita un título memorable. Todavía estamos muy lejos de una situación ideal, pero se hacen progresos y disponemos de armas para luchar. No es sólo el cine lo que está amenazado. La capitulación es general.

E.R. Estoy de acuerdo en que el cine, como espectáculo, no está en crisis. El problema está en cuáles son los filmes que llegan al gran público.

B.T. Eso siempre ha sido así. En los años treinta, *Le jour se lève*, de Marcel Carné, vendía ciento cincuenta mil entradas menos que cualquier película de Fernandel. John Ford nunca obtuvo el mismo éxito que las comedias de Betty Grable. En cambio, también hay películas de gran éxito y que, además, están muy bien. En otro orden de cosas, Ingmar Bergman dispone hoy de un público cincuenta veces más numeroso que en los años cincuenta. Un filme de Abbas Kiarostami tiene hoy más espectadores que uno de Bergman cuando se estrenó y hay películas de países orientales, que antes ni siquiera existían en el mapa, que ven cientos de miles de espectadores en todo el mundo. Cada país goza actualmente de una serie de proyecciones anuales de filmes mudos acompañados de una orquesta y hay un público que las disfruta. A principios de los años sesenta, ¿quién se habría podido imaginar una plaza de Bolonia con tres mil personas dispuestas a ver un film mudo de John Ford?

E.R. Le veo muy optimista. ¡Ojalá no se equivoque!

B.T. Si se pone voluntad, energía y pasión, se gana; siempre que se dé el poder a la gente que ama el cine y no se dé a los políticos, a los directores de marketing o a los banqueros, que sólo buscan el beneficio inmediato. Quentin Tarantino me explicaba los problemas que tenía con los responsables de los estudios de Hollywood, que pretendían rentabilizar un film durante su primera exhibición. Algunos necesitan un año, pero lo más grave es que este criterio no ha hecho todos los filmes sean más rentables. Algunos fracasan estrepitosamente y los estudios tienen más problemas con esta voluntad de rentabilidad inmediata que cuando apostaban por filmes con beneficios a largo plazo. Creo que hay que encontrar el equilibrio entre un pesimismo activo y un optimismo prudente.

E.R. Yo soy más pesimista activo que optimista prudente.

B.T. Hay que compaginar ambas cosas. Es cierto que la televisión es un problema, pero incluso en Estados Unidos la cadena por cable HBO ha permitido hacer películas extraordinarias. John Frankenheimer, que murió demasiado pronto, pudo hacer su último film, *Password*, que es una

obra maestra, el film político norteamericano más importante de esta década, aparte del panfleto de Michael Moore, (*Bowling for Columbine*, 2002). Son dos horas y cuarenta minutos sin nada más que discusiones políticas y ya se ha emitido diez veces.

E.R. Francis Ford Coppola, en el último Festival de San Sebastián, reiteró que "la película ha muerto, larga vida al cine". ¿Qué opina usted de las nuevas tecnologías? ¿Comparte la idea que, dentro de seis o siete años, todo el cine será digital?

B.T. Desconfío de la gente que hace pronósticos tan drásticos. También se decía que el vídeo sustituiría al cine y, si bien es cierto que progresó, los dos soportes no son incompatibles. He oído a tanta gente predecir la muerte de algo que ya no les escucho. He oído predecir la muerte de la novela más de veinte veces y nunca se habían vendido tanto como ahora. Después del mayo del 68 se anunció la muerte del cine narrativo y ahora goza de mejor salud que la de aquellos que lanzaron esa predicción. Diarios que hoy ya no existen también anunciaron una y otra vez la muerte del cine francés. Quizá la técnica evolucione, no seré tan estúpido de negar el progreso, y se llegue a hacer proyecciones de una calidad extraordinaria, pero, en cualquier caso, se habrá pasado de un soporte a otro. ¿Y qué? ¿Cuál es el problema, siempre que persista la calidad? Será lo mismo que cuando se pasó del blanco y negro al color o de la pantalla normal al Cinemascope. Son cambios tecnológicos que hay que domesticar. El error consiste en pensar que será la tecnología la que nos dictará el contenido de los filmes. A mí me gusta la película cinematográfica, con todos sus defectos: es más viva que el digital. Al mismo tiempo, algunos de mis filmes editados en DVD respetan los colores originales mucho mejor que las copias que circulan en formato cinematográfico. Las cosas deben considerarse caso por caso. En el Festival de Teluride de este año vi una versión de *Singing in the Rain* restaurada en digital y había perdido buena parte de ese placer físico que se experimenta cuando se ve una película. Sobre este tema sigo siendo prudente y estando, al mismo tiempo, muy abierto.

Traducido del catalán por: Marc Alba

50 años de *Cahiers du Cinema*: cartas de navegación de una revista de cine

Domènec Font

■ *Las revistas de cine no conocen muchos vales de aniversario. En primer lugar porque su travesía suele ser de corta duración y de navegación sinuosa. Sus lectores, aunque fieles, retienen escasa atracción mediática. Y luego porque su materia, el cine, conserva un estatuto muy especial en el ámbito de la cultura, con poderosos recelos entre los estándares científicos más serios. Las revistas de cine suelen ser trincheras para eruditos y su existencia precisa de muchas disculpas y alegaciones dentro y fuera de la academia.*

Sin embargo, algunas de ellas han sido algo más que un refugio para cinéfilos atolondrados. Naturalmente descarto la revista fetichista y funeraria, de suntuosa vacuidad, que conserva el deseo del cine como imagen reliquia o esa colección de fotos y reseñas publicitarias prácticamente integradas en el circuito económico del cine que constituyen el grueso de las revistas actuales del mercado audiovisual. Hablo de la revista de cine como frente radioactivo de la crítica, de las plataformas culturales que han introducido una disposición discursiva, y por ello moral, hacia las representaciones estéticas y los modos de percibirlas. En definitiva, de aquellas revistas que han hecho texto con el cine, acompañándolo y fermentándolo y, a la postre, permitiendo que el lector-espectador siguiera creyendo en él incluso en momentos de fuertes sacudidas audiovisuales. Cahiers du cinema es una de ellas. No es la única, pero sin duda es el paradigma de todas, el espejo donde se han contemplado (con esa relación de amor-odio con que solemos enfrentarnos a los espejos) las revistas de cine en todo el mundo.

Domènec Font

Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra

Plataforma de debate cultural

Recientemente ha cumplido medio siglo. Cincuenta años, nada más y nada menos. Prácticamente la mitad de eso que llamamos historia del cine. Y en esa navegación ha conocido bonanzas y tormentas, ha impulsado el movimiento de su existencia buceando hacia el interior del propio cine o yendo a buscar elementos de reflexión en zonas fronterizas, pero siempre conservando un cierto *esprit du temps* en lo que se refiere a los grandes debates culturales. E intentando desde ángulos diversos responder a una cuestión que hoy sigue siendo de gran calado: "qu'est-ce que le cinèma". André Bazin que se pasó años y cuatro tomos críticos formulándose esa pregunta fue, sin duda, el pater de la crítica europea y de los *Cahiers*, el que le dio forma y señas de identidad para que pudiera cohabitar con los diversos ámbitos culturales. Bazin murió joven, en 1958, convencido que el cine tenía talento y que desde una posición marginal o excesivamente reconocida había reencontrado todos los discursos que merecía. Es probable que no removería su lápida de haber visto como se convertía en un espectáculo mestizo disuelto en la pirotecnia audiovisual.

No pretendo rehacer las actas de una revista como *Cahiers du Cinema* (territorio bastante amueblado después de los dos tomos historicistas y polémicos de Antoine de Baecque publicados en 1991), menos aún desempolvar turbulencias pasadas que hoy se miden entre la indulgencia y el olvido. Algunas de las historias de la revista pertenecen a ese *petit théâtre* típicamente francés, con sus personajes, su dramaturgia, sus duelos y revuelos autárquicos aunque pretendan tener validez universal. Otras han tenido hondas repercusiones en el mundo de la crítica, interrogando evidencias y postulados y estableciendo líneas muy netas de demarcación en el terreno de la escritura fílmica. En cualquier caso, la historia de los *Cahiers*, su fuerza e influencia en cincuenta años de andadura se extiende más

allá de los medios propiamente cinéfilos para adquirir una vocación hermenéutica dentro del criticismo occidental. Es sobre esa condición alegórica de la revista que piensa el cine como ámbito de conocimiento y emblema del mundo sobre lo que quisiera decir algo.

Grosso modo la revista ha conocido cuatro grandes etapas. Cada una de ellas ha tenido sus desmanes y sus controversias, sus estrategias y relaciones de fuerza y ha conocido diferentes instauraciones en relación al hecho fílmico. Es interesante observar que los periodos de la revista se adecuan con los sucesivos movimientos de la crítica occidental, algo que redundará en su papel germinador y en su condición de modelo para la actividad interpretativa. Aunque a renglón seguido hay que señalar que en general la crítica francesa reconoce mal sus deudas y cada decenio, poco más o menos, necesita reprobar de forma moralizante el pasado que hereda. Pero incluso dentro del espíritu belicoso y de los procesos de revisión interna que han sacudido la revista, el cine se ha constituido en producto cultural y por tanto en objeto de reflexión. De reflexión y de problematización, por emplear un término decisivo en Foucault, estrechamente vinculado con el trabajo del pensar.

Primer acto: La metafísica del autor

El universo cinematográfico en el que se fundan los *Cahiers* en 1951 es particularmente rico. En Francia hay una poderosa red de cine-clubs (alrededor de 400 afiliados a la Federación presidida por dos críticos comunistas como Jean Painlevé y Georges Sadoul), un cine-club de élite *Objetif 49* dirigido por Jean Cocteau y donde ofician los dos representantes más cualificados de la "nueva crítica": el católico André Bazin, colaborador regular en la revista *Esprit* de Emmanuel Mounier y el laico Alexander Astruc, colaborador crítico de *Les Temps Modernes* y autor de un texto clave *Naissance d'une nouvelle avant-garde, la caméra-style* aparecido en 1948 en el que se realiza una primeriza defensa de la *mise en scène* como un proceso de escritura y se reconoce el derecho del cineasta a decir *je* y a "escribir con su cámara como el escritor lo hace con la pluma". Además de su naturaleza mesiánica, tanto André Bazin como Alexander Astruc tienen otros puntos en común: el elogio incondicional hacia *Ciudadano Kane* de Orson Welles (el estreno parisino de la película en 1946 dará

pie al primer debate crítico-cultural de postguerra) y el interés hacia Jean Paul Sartre cuyo prestigio filosófico y poder intelectual le coloca en el centro de todos los debates del momento (el ensayo de Sartre, *L'imaginaire*, aparecido por estas fechas no habla para nada de cine, pero relaciona el arte con la ontología y el humanismo, tesis que se apropiará Bazin para su conceptualización del cine como un nuevo realismo dentro de la historia general de las artes).

A estos nombres hay que añadir otros dos reconocidos en estos años por su entusiasmo y espíritu de empresa. Uno es Jean Georges Auriol fundador gracias a los apoyos de Gallimard de una revista singular como *Revue du cinéma* (Auriol fallecerá de accidente de tráfico en 1950 y el primer número de *Cahiers* en buena parte incentivado por su mano derecha Jacques Doniol-Valcroze va dedicado a su memoria). El otro es Henri Langlois que en plena guerra ha puesto en pie la *Cinematheque* y en octubre de 1948 el primer "Musée du cinéma", réplica del "Museo Imaginario" de André Malraux, otra de las figuras de relieve del poder intelectual francés, que en poco tiempo se convertirá en lugar de peregrinación de toda una generación de críticos, espectadores y futuros cineastas.

La revista nace con ambición de manifiesto. En el primer número de abril de 1951 se denuncia "la neutralidad malévolamente que tolera un cine mediocre, una crítica prudente y un público embotado". Bastaría cerrar los ojos para situarse ante una proclama actual si no fuera porqué la de Bazin-Doniol Valcroze va relacionada con una idea eminentemente deseable de cine. La presencia en las pantallas francesas del cine hollywoodense, de las obras primordiales del neorrealismo italiano capitaneado por Rossellini y De Sica y de promesas de renovación del cine francés, de la mano de Bresson y Becker, alientan la convicción de su fortaleza. El cine es espectáculo y escritura, pasión y razonamiento, ideario que hace suyo *Cahiers du Cinéma* buscando en el cine una inserción del espíritu humano en el mundo, en las condiciones de su asimilación y elaboración.

Esa consigna nutrirá los textos fundamentales de André Bazin, amparados en el pensamiento fenomenológico y el bergsonismo y a la postre determinará el lugar que ocupan sus escritos, tan minuciosos como rigurosos en sus fundamentos, en la reflexión teórica contemporánea (la autobiografía de Dudley Andrew aparecida en 1983 da cuenta de ello, a la par que historiza el culto que una parte de la crítica anglo-americana tuvo hacia el fundador de

Cahiers). Y es la idea de cine de Bazin la que permitirá el florecimiento de los *jeunes turcs* de *Cahiers* antes de convertirse en los futuros cineastas de la *Nouvelle Vague*. A empezar por Maurice Scherer (Eric Rohmer) que se inicia en la revista con un texto jansenista sobre la pintura en el mismo número en que aparece el texto capital de Bazin "la estilística de Robert Bresson" (*Cahiers du Cinema* nº 3 , junio 1951), por Jacques Rivette que proclama la evidencia del genio de Howard Hawks (*Cdc* nº 23 , mayo de 1953) y por François Truffaut que lanza un texto programático "Une certaine tendance du cinéma française" (*Cahiers* nº 31, enero de 1954) criticando la deriva estructural de una industria rutinaria y académica como la francesa.

El tono panfletario que Truffaut, protegido por dos tutores como Bazin y Rossellini, utiliza nada más desembarcar en la revista llevará a los *Cahiers* a una posición más intransigente al menos en dos puntos: defensa del autor y de la *mise en scène* y necesidad de un cambio generacional en la industria del cine francés. Habrá que esperar a la *Nouvelle Vague* para que esa alternativa se haga creíble, pero la actitud de ocupación generacional , de "prise au pouvoir", se extenderá por toda Europa, de Francia a Alemania, de Italia a Inglaterra, de los países del Este a España, coincidiendo con la aparición en escena de una nueva generación de espectadores de cine.

Casi contemporánea a la eclosión de la *Nouvelle Vague* es la invasión en las carteleras francesas de las grandes obras de Hitchcock, Hawks, Ray Preminger, Minelli, Bergman, Mizoguchi, Renoir, Rossellini... Mientras los jóvenes irrumpen con su inconformismo estético, los viejos cineastas están en el crepúsculo de su carrera pero produciendo todavía obras maestras. Como señalaba Jean Collet "cada siglo tiene su mal, cada generación también. Ciertos sufren porque no conocen sus padres, porque desembarcan en un mundo vacío. Otros sufren por la razón exactamente contraria: porque abordan un mundo demasiado lleno, demasiado hecho, porque sus padres están demasiado presentes". Tal parece ser la "regla del juego" del cine moderno rupturista en el momento de su eclosión en los festivales internacionales.

Efectivamente, una parte considerable del cine europeo de los sesenta proviene del enlace contranatura entre el cine clásico hollywoodense y el cine de arte europeo de postguerra. Pero sin duda va a ser el grupo histórico aglutinado en torno a los *Cahiers* el que mejor ejemplificará

esta aparente contradicción a través de un "etat classique du cinéma moderne" promovido a través de las históricas revisiones y retrospectivas de la cinémathèque de Langlois. La *politique des auteurs* y su quintaesencia fílmica la *mise en scene* extendidas hacia el cine hollywoodense - tocado por la guerra pero ya muy enfermo- , así como hacia algunas figuras del cine europeo elevadas a la categoría de *maitre-à-penser*, ilustran esa poderosa contribución crítica en cuya trama es posible advertir una determinada metafísica de las ideas. El panteón de *Cahiers* es muy amplio, pero basta reagrupar algunos hitos: el número especial sobre Jean Renoir que reúne y complementa a Bazin con Eric Rohmer (*Cdc* nº 8 enero de 1952) o sobre Hitchcock que reclama al equipo de los *jeunes turcs* al completo (*Cdc* 39 octubre de 1954); "Lettre sur Rossellini" de Jacques Rivette, uno de los textos germinales del cine moderno (*Cdc* nº46, abril de 1955) ;o, en fin, "Bergmanorama", el texto programático de Jean Luc Godard sobre el cineasta nórdico (*Cdc* nº 85 julio de 1958). En todos ellos, afloran los blancos a alcanzar en el corazón del debate crítico: la idea del autor y el estatuto de la creación, la cinefilia considerada casi como religión y la moral de las cosas concretas.

Serán estas filiaciones y afinidades, no exentas de cierto hermetismo en cuanto a las preferencias personales, las que darán al grupo *Cahiers* un espíritu de choque y un cuerpo doctrinal común y a los primeros films- films de cinéfilos empedernidos- un mismo aroma ficcional, un aire de familia. Son gente que valoran los mismos autores (aunque difieran sobre las formas de escritura), que proclaman con espíritu mesiánico la primacía de la puesta en escena y que, como señalaba Serge Daney, defienden la idea de que el cine es antes una pasión que un aprendizaje y que se aprende mejor a hacer films viéndolos en la Cinémathèque que trabajando en ellos según las reglas tradicionales del meritaje.

Segundo acto: El giro de la modernidad

Cuando los críticos se pasan a la dirección, a principios de los sesenta, se impone otra dinámica . En primera instancia un progresivo desmarque de la lógica auteurista aplicada al cine americano y de categorías críticas tan equívocas como la puesta en escena ; a continuación una decidida apuesta

por las intensidades singulares y rupturistas del cine europeo que impliquen una renovación del relato, de la libertad del montaje y de la autoconsciencia lingüística. Finalmente, la necesidad de eludir veneraciones pasionales de la cinefilia y abrirse al campo del debate y de la transversalidad cultural.

Ideas nuevas para un nuevo espectador ávido y culto (multiplicación de las redes y salas de *art et essai* en toda Europa) con capacidad movilizadora entre la afección y la intelección. Y por consiguiente con un lector potencial que consume revistas de cine. Sin movernos de Francia basta considerar que a comienzos de los sesenta hay un tiraje acumulado de las revistas de 120000 ejemplares con más de 30.000 abonados , lo que da idea de la fortaleza del cine dentro de la cultura francesa *tout court*. Con ruidosas polémicas ideológicas destinadas a establecer líneas más o menos claras de demarcación , como la que enfrentaría durante años a *Cahiers du Cinema* con *Positif*, revista nacida en Lyon en 1952 que desde un principio se sitúa bajo la doble óptica del surrealismo y la política radical y a favor de un cine de director que excluye prácticamente todos los nombres invocados por *Cahiers*. Ese pugilato que, en cierto modo, se extenderá a otras latitudes europeas como es el caso español con el "enfrentamiento" entre *Film Ideal*, cercana a los primeros presupuestos cahieristas, y *Nuestro Cine* , propagadora del realismo crítico de *Positif*, dará lugar a muchas excentricidades. Pero más allá del sectarismo coyuntural y de las escaramuzas de corto alcance, es un hecho que las revistas estimularon el debate cultural y marcaron la prueba de temperatura estética y comunicativa del cine moderno. No menos intempestivas serían las polémicas en Italia con las revistas *Cinema Nuovo*, regida por el sistema patriarcal de Guido Aristarco, *Bianco e Nero*, *Filmcritica* o *Cinema e Film*, en Gran Bretaña con *Sight and Sound*, *Movie* y *Screen*, en Alemania con *Filmkritik*..., todas ellas verdaderas espinas dorsales de los nuevos cines europeos y plataformas de su lanzamiento frente a los designios siempre resabiados de la exhibición nacional.

El cambio en *Cahiers du Cinema* se va a dar en forma de revolución palaciega: el relevo de Eric Rohmer por Jacques Rivette al frente de la redacción . Más que un relevo, se trata de un verdadero *coup d'etat*: se pasa de un intelectual de derechas, católico y germanista que entiende el cine como una suerte de "revancha de Occidente" (de Hollywood, la Italia de Rossellini y la Francia de Renoir,

para entendernos) a un crítico-cineasta que aún procediendo de la misma familia aboga por la modernidad y la interdisciplinarietà de enfoques (basta comparar dos textos programáticos de Rivette como el ya citado sobre Rossellini, donde aflora Peguy y la tradición católica, o su análisis de *Monsieur Verdoux* de Chaplin (Cdc nº 146, agosto de 1963) donde sitúa el cine en la misma senda del arte moderno) y cuyo discurso crítico, a caballo entre el montaje de ideas y la intimidad del cine, se convertirá en la verdadera fuente de inspiración de la revista .

El comienzo del cambio puede advertirse en el nº 97 de julio 1959 con una mesa redonda sobre *Hiroshima mon amour* de Alain Resnais en la que participan Eric Rohmer, Jean Luc Godard, Jacques Rivette, Pierre Kast, Jacques Doniol-Valcroze y Jean Domarchi. Se trata de un fuerte debate en el que además de remarcar la fuerza del montaje y del travelling como *affaire de morale* se vislumbra la necesidad de ubicar el cine moderno en el terreno de la estética en línea con las aportaciones de la literatura, la música y las artes plásticas. Joyce, Faulkner y Borges, Braque, Picasso y el cubismo, Stravinsky y la música serial hacen su aparición en escena sustituyendo a las tradiciones clásicas (de hecho todas las primeras películas de Resnais, cineasta perteneciente a la "otra orilla" de la *Nouvelle Vague*, se convertirán en verdaderos *jeux d'esprit* dentro de la revista y en auténticos meteoritos de la modernidad). El proceso de modernización continúa manifestándose en el nº 110 ,agosto 1960, a propósito de *La Aventura de Antonioni* y de los debates sobre el "nuevo cine moderno" italiano (ensombrecido por la poderosa tutela de Rossellini). Y se impone con una abertura al mundo de los *Cahiers* a partir de 1963 a través de los encuentros con Roland Barthes (verdadero *maitre-a penser* de la revista a partir de entonces), Claude Levi Strauss (reciente su polémica con Sartre sobre el pensamiento mítico), el músico Pierre Boulez y el semiólogo Christian Metz .

Dos figuras de poderoso relieve ilustran ese salto cualitativo de los *Cahiers*: Buñuel y Antonioni . El cineasta español es denostado en los *Cahiers* amarillos por su adscripción surrealista (pese a la primitiva defensa de Bazin como uno de los más cualificados cineastas de la crueldad), y solamente a partir de la invocación de Barthes como cineasta de la metáfora y la deriva del sentido entra con todos los honores en la revista . No menos sintomático es el caso de Antonioni cuya obra fílmica genera un amplísimo

debate de ideas, dentro y fuera de Italia, convocando todos los referentes literarios, filosóficos y pictóricos de la cultura moderna, mientras en los *Cahiers* de Rohmer y la cinefilia solo encuentra un sitio marginal hasta la llegada de los críticos modernistas que apoyan a Jacques Rivette como Jean André Fieschi, Jean Louis Comolli, Jean Narboni y André Labarthe. Precisamente será bajo el signo de Antonioni cuando los *Cahiers* cambien de color abandonando las portadas amarillas (con dimensiones de cuaderno escolar) por el formato tabloide y el comienzo de la etapa editorial en el grupo Filippacchi, engordado por la cultura juvenil del *salut les copains* de principios de los sesenta. Progresivamente la revista se nutrirá de figuras claramente reivindicadas como Passolini (su debate con Rohmer "Cine de prosa frente a Cine de poesía" constituye una de las bases teóricas del nuevo cine), Bertolucci, Skolimowski, Glauber Rocha o Jean Marie Straub. La creación en abril de 1966 de la "Semaine des Cahiers" en París constituye un verdadero balance del cine moderno defendido por la revista, a la par que una iniciativa de éxito rotundo que se extenderá por toda Europa a lo largo de tres decenios.

A partir de entonces la simbiosis Champs Elysees-Hollywood se transmuta en una marcada disposición hacia los nuevos espacios nacionales, cuadro propicio, sobre todo en el caso del Tercer Mundo, para la toma de conciencia política y artística.

Tercer acto: La ideología

La polarización y la euforia hacia las cinematografías del Tercer Mundo que habían conocido su presentación pública en el marco de las Mostras del Nuevo Cine de Pesaro es un primer paso hacia la politización de la crítica cinematográfica. Pero antes que una causa foránea son los acontecimientos interiores los que prepararán el terreno para un fuerte debate teórico. El reproche de falta de compromiso hacia el cine de la *Nouvelle Vague* - en realidad sus personajes eran héroes sin atributos que apenas rozaban los acontecimientos o pasaban por encima de los conflictos políticos de su tiempo, como la guerra de Argelia- se traslada hacia los propios cineastas obligados a tomar posición en una década repleta de acontecimientos políticos- revueltas de las minorías, movimientos contraculturales, procesos de descolonización en el Tercer Mundo,

guerra de Vietnam...- que demandan el compromiso político y la conciencia moral. Los acontecimientos de Mayo 68 y su irradiación europea y americana no harán sino agudizar este proceso de radicalidad ideológica.

Pero la verdadera movilización de los *Cahiers* se produce en 1968 con dos acontecimientos de orden cultural. El primero es la batalla de la *Cinematheque*, cuando el ministro de Cultura del gobierno gaullista, André Malraux, decide reemplazar a Henri Langlois y la oficina de los *Cahiers* se convierte en el verdadero lugar de resistencia mundial ante lo que se considera un atropello político (CdC 199-201, marzo-mayo de 1968). El segundo es la organización y desarrollo de los "Estados Generales" del cine en el que la revista se empleó a fondo al calor del movimiento estudiantil que ocupaba las calles de París y los medios informativos de todo el mundo. Dos acontecimientos de naturaleza asamblearia, si se quiere efímeros, pero plenamente integrados en el espíritu de los *Cahiers* de defensa del patrimonio del cine en paralelo a la exigencia de reformas radicales en los sistemas de producción, distribución y difusión.

Mientras la mayoría de las revistas cinematográficas tomaban posiciones progresistas defendiendo las películas políticas y visionarias que pueden tomarse como síntomas de una ideología antiburguesa y de ruptura antiautoritaria dentro del cine europeo, *Cahiers du Cinema* procedería a un giro radical marcado por la politización drástica y el fermento teórico. En el primer aspecto sobresale la fuerza del marxismo (con la munición conceptual de Louis Althusser y los aparatos ideológicos del estado) y el maoísmo chino como bandera. En esa coyuntura destacan los textos programáticos de los nuevos hombres fuertes de *Cahiers*, Jean Louis Comolli y Jean Narboni, sobre el papel de la ideología y las funciones de la crítica (CdC 216, 217, 225, octubre de 1969/septiembre de 1970). Asimismo, las polémicas entre *Cahiers* y la revista insurgente *Cinethique* desde posiciones marxistas marcadamente disciplinarias en defensa de una supuesta práctica materialista del cine que resultaba harto difícil rastrear (salvo en el descubrimiento de la vanguardia soviética o en la práctica fílmica de Godard y el grupo militante Dziga Vertov).

Y junto a esta guerra de posiciones que constituye el decorado natural del periodo sesentayochesco, *Cahiers* se erigirá en plataforma de un nuevo espacio teórico relacionado con el estructuralismo, la lingüística y el psicoanálisis, en

estrecha relación con otras revistas de análisis como *Tel Quel*, *Communications* o *La Nouvelle Critique*. Un terreno correoso en el que al margen del carácter más o menos disponible de las disciplinas sociales, del hermetismo de las propuestas y de la diversidad de resultados obtenidos suscita un interés apasionado a lo largo de dos décadas en el marco de un fuerte debate teórico en todos los campos del saber. De las propuestas variadas y nada apacibles de *Cahiers* se nutrirán revistas del área anglosajona como *Film Culture*, *Film Quarterly*, *Voice* o *Screen*, además de una caterva de investigaciones universitarias en todo el mundo (no hay que olvidar que durante estos años el cine entra en el ámbito académico y empieza a adquirir un cierto rango de respetabilidad, por más que su estatuto artístico y cultural siga viviendo en precario todavía hoy).

Lenguaje e ideología van a ser los dos polos referenciales en el campo de la teoría, dando lugar, por cierto, a todo tipo de crispaciones y excesos. Durante este periodo (1970-1975) conocido como los "Cahiers maos", donde se llega a eliminar las fotos de portada e interiores como una forma de lucha contra el "formalismo burgués", la revista encuentra su razón de ser en la militancia política y en la constitución de un supuesto Frente Cultural Revolucionario en el que el cine se convierte en un instrumento más de la lucha ideológica. Junto a cineastas fetiche - dos en particular: Jean Luc Godard y Jean Marie Straub- la revista ataca a todo el mundo y sin embargo reivindica el cine colorista e inocuo procedente de la República Popular China. Huelga decir que pronto entrará en un proceso de crisis, con apariciones irregulares y una caída en picado de las suscripciones y las ventas. Dos de los nuevos redactores, Serge Daney y Serge Toubiana, se hacen cargo de una revista en plena agonía, con la intención de volver a hablar de cine, sin abolir la política, tan solo situándola *à la cantonade*, como diría, una vez más, Jacques Rivette.

Cuarto acto: caja de resonancias

Volver al cine no significaba recuperar la vieja cinefilia, sino buscar nuevos hábitos para cultivar el jardín del cine. Hay una renovación de la teoría, con la práctica desaparición de Althusser, la presencia rigurosa en una primera fase del psicoanálisis lacaniano (Jean Pierre Oudart y Pascal Bonitzer, son dos de los críticos más afinados en este

territorio) y las sucesivas correcciones postestructurales con las presencias de Gilles Deleuze, Michel Foucault y Jacques Ranciere. En esta época que se extiende entre los años 70-90 se abandona la austeridad y se avanza hacia frondosas aportaciones dentro de la cultura cinematográfica: el impulso del análisis textual, del "placer del texto" diríamos parafraseando el título del estudio de Barthes, la aparición del sector edición en colaboración con Gallimard (colecciones dirigidas por Jean Narboni y Alain Bergala), la recapitulación del cine con las otras prácticas artísticas como la pintura y la imbricación entre historia y relato, y una marcada disposición hacia el ensayo subjetivo y el diario íntimo bajo los auspicios de Serge Daney (suyo será el reencuentro de la revista con Margherite Duras, Robert Bresson o François Truffaut hasta su muerte en 1984, pero también el abordaje de la televisión, de la que Daney se convertirá en un eminente crítico desde las páginas del diario *Liberation*).

El periplo de esta nueva etapa se extiende en el tiempo y llega hasta la fase actual, con los *Cahiers* dirigidos por Charles Tesson en manos del grupo editorial de *Le Monde*. En sucesivas oleadas la revista ha jugado con nuevas fórmulas con sus correspondientes polémicas y crisis redaccionales, revoloteando con mayor o menor pertinencia por los temas que atraviesan el cine de los últimos decenios: la pérdida del estatuto del autor, el manierismo y la postmodernidad, la competencia televisiva y la fortaleza concurrencial del gran espectáculo, la revolución tecnológico-digital... Los tiempos han cambiado y la búsqueda de especificidad teórica y territorial ha desaparecido del horizonte. Manteniéndose a flote, *Cahiers du Cinema* unifica y hasta coagula todos los elementos de la dispersión crítica internacional en años de fuerte reordenación económica del cine en el escenario audiovisual. Posiblemente en esa supervivencia ante las sucesivas devastaciones del imaginario cine en la era inocua de la globalidad esté su mayor crédito. Y la posibilidad de que su aventura intelectual, tan rigurosa e imprescindible en otro tiempo, se concentre hoy en la salvaguarda de cierta energía crítica para seguir creyendo todavía en el cine por parte de unos mermados lectores-espectadores, que son, al fin y al cabo, sus verdaderos usuarios.

Traducido del catalán por: Patrícia Ortiz

Una mirada al entorno documental

Joan Gonzàlez i Herrero

■ *Un documental es una obra audiovisual que interpreta la realidad desde un punto de vista creativo. Nació para cubrir la necesidad de testimoniar algún hecho, a menudo de tipo científico y, normalmente, las historias se contaban en tercera persona, desde un punto de vista objetivo y distante. Con el tiempo ha evolucionado hacia una narración en primera persona y hoy es el género audiovisual democrático por excelencia.*

La realidad documental se basa en cuatro ejes fundamentales: la eficacia de una democracia, la efectividad de una televisión pública, la existencia de una industria cultural y la significación del género como una herramienta útil socialmente.

El medio ambiente necesario

El alto nivel de desarrollo del género en los países europeos con una larga tradición democrática es una realidad que contrasta con la de los países que han sufrido una dictadura, como es el caso de Portugal, Grecia o España. Estos son países sin tradición documental ya que este género creció en paralelo con la aparición de la televisión y ésta surgió en periodos dictatoriales. Si recordamos que ya hemos definido el documental como una mirada interpretativa de la realidad que nos rodea, es obvio que los gobiernos dictatoriales no son el mejor hábitat para que

este género democrático se desarrolle. Por tanto, los documentales del pasado en el Estado español han sido obras realizadas por aventureros de la cultura que no han definido un modelo como tal y que no han sentado las bases para la creación de estructuras empresariales con capacidad de producir de manera periódica.

La situación actual en España viene marcada por el hecho de que en 1979 las películas documentales fueron consideradas demasiado conflictivas. Este hecho provocó el establecimiento de un decreto ley que decía que este tipo de filmes no tenían derecho a subvenciones, ni a cuotas de pantalla ni de doblaje. La presencia de estas producciones en las pantallas del Estado español desapareció prácticamente y el giro total no se produjo hasta los años 1996-1997. Desde entonces, el número de profesionales y de empresas del sector empezó a crecer de manera progresiva.

De todos modos es lícito cuestionarse cómo es posible que desde la muerte del dictador en 1975 hasta hoy, 27 años más tarde, el resurgimiento del género documental sólo se haya producido hace unos 6 años, aunque esto "sea harina de otro costal".

Documental y servicio público de televisión

Las televisiones son a menudo las principales fuentes de financiación para la creación de obras documentales, pero también es necesaria una voluntad política con unos objetivos bien definidos para potenciar este tipo de programas. Existe la necesidad de creación de ventanas televisivas que incluyan este género dentro de unos horarios asequibles para el público y, además, es necesario que el programador pueda disponer de herramientas para "educar" al espectador para que conozca este tipo de producto/obra.

Joan Gonzàlez i Herrero

Director de Paral.lel 40

jgonzalez@parallel40.com

En el caso del Estado español hay una clara diferencia entre las televisiones públicas y las privadas. Ni Tele 5 ni Antena 3 tienen un espacio destinado a los documentales. Sólo Canal + está sensibilizado con el género, aunque en realidad sea básicamente un emisor y mueva poco el mercado. La industria catalana de producción documental cuenta con las televisiones siguientes: La2 (TVE) y Televisió de Catalunya. Otra televisión que apostó a lo largo de su existencia por el género documental es Barcelona Televisió, que aunque se mueve con unos presupuestos que están fuera de mercado y que actualmente ha cambiado su política de producción, supuso un excelente laboratorio de ensayo para las jóvenes promesas. Actualmente, el relevo de BTV lo ha tomado el programa "Gran Angular" de TVE Cataluña.

El papel que juegan las televisiones nacionales respecto a la industria dentro del Estado español está muy lejos del resto de nuestros colegas europeos. Del mismo modo que sin democracia es imposible que exista el documental, también es inimaginable que tenga presencia sin la implicación de las televisiones públicas y, en nuestro caso concreto, se evidencia una falta de mercado interior. Si políticamente no se apuesta por las propias televisiones como las principales implicadas en la producción nacional, ir a buscar un mercado exterior es una tarea casi imposible para las compañías de producción. Este hecho lleva a las empresas productoras catalanas a luchar encarnizada para estar a la altura de grandes países con una tradición consolidada como es el caso de Francia, Alemania o el Reino Unido, o de otros con una demografía más parecida como Holanda, Dinamarca o Finlandia.

Así, el sector documental catalán no se desarrollará sin el riesgo y la implicación de la televisión nacional. Si no han existido muchas obras en las pantallas televisivas ha sido por la falta de voluntad de crear y formar a un público potencial, y esta intención política debe ir más allá de lo que día tras día marcan las audiencias. Trabajar por el documental desde el sector público de televisión es avanzar trabajo para mañana y para pasado mañana.

La situación actual en el Estado español

A nivel estatal e institucional, no existe ninguna ayuda

expresamente dirigida a la producción de documentales. Los presupuestos distribuidos por el ICAA (Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales) no contemplan el género documental como un caso diferente del de la ficción. No obstante, algunos productores del sector se han acogido a las ayudas que se dan para la creación de guiones audiovisuales siempre que el formato final de la obra para la que se solicita la contribución sea la gran pantalla.

Por lo que respecta al caso concreto de las distintas autonomías, la industria documental se está desarrollando sin un criterio uniforme y cada una de ellas adopta las iniciativas que cree adecuadas para su territorio sin que exista una planificación que las unifique desde la administración central.

El caso catalán

Cataluña es donde más se ha dinamizado el sector en los últimos 7 años. El Gobierno de la Generalitat no ha propuesto hasta ahora ayudas específicas para el documental, aunque parece ser que se está trabajando en ello de cara al año 2003. Además, no existen plataformas de exhibición, pero el crecimiento tan notable que se ha percibido es consecuencia de algunas acciones que se han activado desde diferentes divisiones: la creación de distintos cursos de formación destinados exclusivamente al tema documental; la consolidación de "DocsBarcelona", un encuentro anual de profesionales del sector de toda Europa promovido por EDN (European Documentary Network) que estimula la producción y que este año ha celebrado su quinta edición; la creación de "Docúpolis", un festival dedicado únicamente al tema documental o "L'Alternativa", con una importante sección sobre el género; la apuesta clara de algunas salas de cine, como es el caso del Verdi, por tener de manera regular documentales que se proyecten en las grandes pantallas; la creación de DOCUS, una asociación fundada con el objetivo de trabajar para el desarrollo de la producción y la promoción de documentales; y la buena disposición hacia este sector mostrada por Televisió de Catalunya, que va desde la creación del programa "El Documental" hasta la firma de un acuerdo de esta cadena con las dos asociaciones de productores de Cataluña -PAC (Productors Audiovisuals

Catalans) y Barcelona Audiovisual- para participar en producciones propuestas por compañías catalanas.

Documental e industrias culturales

El programa Media de estímulo para el desarrollo de la industria europea, tiene cinco ámbitos de actuación: la formación, el desarrollo, la distribución, la promoción y los proyectos piloto para potenciar el patrimonio y los archivos audiovisuales europeos. Asimismo, pone énfasis en la creación y el afianzamiento de empresas ya existentes como eje fundamental de la industria audiovisual europea. Es muy posible que sin este programa el documental catalán no existiera ya que, aunque sea un género basado en el concepto de la creación, no tendría ningún futuro sin una estructura empresarial que apoye su desarrollo, producción y distribución. La tarea de encontrar el equilibrio entre la originalidad de las obras audiovisuales y hacer que este producto sea rentable económicamente es el reto en el que actualmente los productores, realizadores, difusores y distribuidores del sector están invirtiendo más energía.

De manera que hay que facilitar el terreno para que existan compañías fuertes de producción y de distribución que sean capaces de trabajar tanto en el mercado interno como en el externo, puesto que sin ellas se hace muy complicado pensar en una universalización de nuestra cultura.

Documental como herramienta útil socialmente

El documental suele ser poco rentable económicamente pero en cambio constituye una gran inversión social. Si recordamos una frase del director de documentales chileno, Patricio Guzmán, "un país sin documentales es como una familia sin álbum de fotos", hay que esforzarse y trabajar para conseguir que este "álbum" catalán sea una realidad; que incluya estas "fotos" avaladas por la voluntad política, la implicación de los difusores y la creación de una industria cultural.

Así, y a pesar de las dificultades propias del sector, poder hablar de documentales es una señal evidente de que estamos dentro de un terreno en movimiento, donde existe un interés creciente por producir y donde todavía queda por

hacer una tarea evidente basada en definir las necesidades de las televisiones, compatibilizarlas con las obras de autor y sensibilizar a las audiencias para que este género históricamente minoritario se convierta en uno de popular y de fácil acceso.

Documental: financiación y contenidos

La realidad documental actual exige al productor tener bien claras las líneas de trabajo. La primera es la necesidad expresa de llevar adelante una obra mediante el sistema de la coproducción, y la segunda es la obligación de internacionalización del producto. Un solo canal de televisión difícilmente podrá financiar el 100% de un solo documental y, por este motivo, cada vez más los productores son conscientes de que la única manera de prosperar es a través de la participación de distintas cadenas en una sola pieza. Este sistema es muy eficaz pero también comporta algunas complicaciones como consecuencia de las diferentes maneras de trabajar de los coproductores implicados. Para empezar, cuando un productor desarrolla un tema debe saber definir el contenido, la temática y el tratamiento con un abordaje internacional, de lo contrario, difícilmente podrá convencer a las televisiones de fuera de su país para que se impliquen. En segundo lugar, no es extraño que las diferentes cadenas participantes tengan un estilo muy diferente de producción e incluso diferentes formatos de emisión. Este hecho significa que seguramente existirá desacuerdo ya en la fase del guión y, posiblemente, no se llegará al consenso en la versión final. Últimamente los productores son bastante sensatos ante esta tendencia y suelen tomar las medidas correspondientes, por ejemplo la de contemplar la necesidad de que no sólo exista una versión definitiva, sino que pueda haber tantas versiones como posibles coproductores, con todo lo que esto puede conllevar a nivel presupuestario.

Este nuevo método de trabajo provoca cierta aversión a los autores de documentales. Mientras las televisiones no quieren asumir el riesgo de los documentales originales porque a menudo se entienden como obras de arte poco comerciales, los autores reivindican el hecho de poder defender la obra única.

Además, el productor debe tener un amplio conocimiento

de los mercados internacionales, puesto que es la única manera de saber encontrar nuevos socios para su proyecto y nunca hay que olvidar que las ideas que desarrolla para convertir en documentales han de ser atractivas para los que quiera incluir. Por otra parte, las televisiones saben que comprar piezas excelentes es mucho más económico que producir piezas mediocres, por lo que prefieren adquirir productos ya terminados a participar en producciones que no acaban de encajar dentro de su perfil temático y de formato.

Documentales y distribución

Otro tema dentro de la producción de documentales es la distribución. Un documental se realiza para que se distribuya posteriormente y nunca para que sea producido solamente y se quede luego olvidado en una estantería sin que nadie llegue jamás a verlo. Hacer un documental es suficientemente caro como para que sea imposible recuperar el capital invertido sólo dentro del propio país de producción. De hecho, una coproducción no genera beneficios en la fase de producción, sino que se cubren los gastos y el beneficio se genera en la distribución, es decir en la venta de los derechos. Existen pocas distribuidoras que trabajen exclusivamente para el documental, pero éstas - ya se dediquen plenamente o no - son las que llevan a cabo la tarea de exportación de nuestro producto. Es cierto que se exportan muchas horas de documental pero a precios mucho más bajos que hace unos años debido al gran crecimiento de canales temáticos, que si bien atribúan la falta de presupuestos de compra a la baja cantidad de abonados, actualmente el número de abonados ha crecido pero no se han adecuado a los precios de compra de este tipo de producto.

En cuanto al tema de la distribución, es necesario recordar al productor que las distribuidoras también pueden llegar a ser co-financiadoras si en la fase de desarrollo del proyecto trabajamos para que la temática y la adaptación internacional faciliten la tarea de distribución. Para terminar este apartado de la misma manera que lo hemos inaugurado, insisto en la necesidad de tener presente que la distribución es tan importante como el desarrollo o la producción. Si no tenemos medios para mover el producto acabado difícilmente podremos sacarle beneficios. Por esta

razón es necesario incluir en el presupuesto una partida de promoción que incluya conceptos tales como las copias, los envíos, las inscripciones a festivales, los *flyers*, los subtítulos, etc... No obstante, también hay que recordar que esta observación presenta dificultades dentro del funcionamiento actual del mercado, ya que muchas veces las televisiones que financian las obras documentales no aceptan esta partida presupuestaria como parte del presupuesto de producción. Las cadenas de televisión consideran que ellas no tienen por qué asumir el presupuesto de distribución cuando su aportación económica se basa en la posibilidad de hacer realidad la obra y en la compra de los derechos de emisión.

Las productoras de documentales

Actualmente, en el Estado español no existen productoras que vivan sólo de la producción documental. Ha sido necesario buscar alternativas empresariales que permitan la subsistencia de un equipo humano básico para poder mantener un ritmo de producción continuado. Las compañías tenderán a ser o bien muy pequeñas, de entre 1 y 2 personas o bien de entre 20 y 40. La franja del medio tenderá a desaparecer ya que es muy difícil de mantener.

Elaborar un documental de medio/gran formato, en un 90% de los casos con un presupuesto de entre unos 150.000/300.000 euros para una hora de producción, nunca suele costar menos de dos años. Así pues, hay que seguir llevando a cabo otras actividades -entre las que también está la producción de documentales de bajo presupuesto- que permitan en paralelo llevar a cabo el desarrollo y la producción de piezas únicas. No obstante, no existe una definición estándar de *empresa de producción*. La filosofía, la dimensión, el concepto de trabajo son totalmente divergentes pero sí que existe una diferencia entre las que se pueden considerar grandes y pequeñas empresas. Los grandes grupos suelen tener capital para invertir y esto hace que se puedan soportar errores mientras que las pequeñas empresas tienen que apostar claramente por la calidad y no se pueden permitir el lujo de cometer ninguna equivocación ya que esto podría costarles la continuidad de la compañía. De hecho, la producción de documentales se basa en una filosofía de supervivencia y reinversión y,

pocas veces, como algunos podrían pensar, en una filosofía de beneficios a corto plazo. Por esta razón hay que elevar el nivel de autoexigencia de las pequeñas y medianas empresas, e intentar que no tientes la suerte tomando decisiones sin prever las consecuencias y que tengan siempre en mente la posibilidad de aliarse entre ellas para llegar a ser más fuertes. En estos momentos, por tanto, la mayoría de empresas que sobreviven en el mercado se mueven dentro de unos parámetros basados en la producción de calidad; la potenciación de los procesos de desarrollo de sus proyectos; la adaptación de sus producciones al presupuesto con el que se está trabajando; la delegación de la gestión de la empresa a profesionales que tomen decisiones objetivas y, finalmente, invirtiendo energía y economía en la promoción del reciclaje y la formación continuada de sus trabajadores.

Formación: elemento estratégico del sector

Este último punto referente a la formación constituye otra cuestión básica del estado actual del género documental. Las nuevas generaciones encuentran una oferta formativa cada vez más completa dentro del terreno que nos ocupa. Las universidades incluyen ciclos formativos dedicados al audiovisual y la especialización dentro del área del documental está cubierta con cursos de formación continua y talleres. Sin embargo, los cursos que se están moviendo no sólo están destinados a cubrir la vertiente de quienes se quieren dedicar al sector de realización, sino que también existe formación pensada para otras profesiones del sector como pueden ser los guionistas o los mismos productores.

De todos modos, hay que diferenciar la preparación que reciben los jóvenes estudiantes que salen de las universidades, de la que va destinada a los profesionales en permanente reciclaje y que están avalados por unos años de trabajo en activo. A menudo son estos últimos quienes pueden ilustrar las clases de los primeros y siempre teniendo en cuenta que la cultura documental de nuestro país nunca se ha transmitido a los más veteranos siguiendo unas normas pedagógico-formativas bien definidas, sino que más bien se ha aprendido a través de la experiencia.

A pesar de todo, en este momento existe una cantera de jóvenes promesas importante en la que hay que trabajar

para ofrecerle la posibilidad de demostrar sus habilidades. Y cuando pienso en jóvenes promesas no sólo me imagino realizadores ya que la globalidad de un buen documental no se limita a la destreza o a la virtuosidad de los autores, sino que hay todo un equipo detrás que debe saber hacer bien su trabajo para que el resultado final sea tan bueno como las expectativas puestas en la obra desde un principio.

Aunque se pueda intuir la maestría de ciertos jóvenes, es complicado - pero no imposible - darles la responsabilidad de un gran proyecto y, por tanto, hay que potenciar las oportunidades de trabajo para poder acceder a la posibilidad de aprendizaje y demostrar las aptitudes. Estas ocasiones suelen darse a través de las prácticas o las becas de trabajo y, obviamente, a través de apuestas tan arriesgadas pero tan enriquecedoras como los programas "Òpera Prima" o "Taller.doc" que se emitieron por el Canal 33 de Televisió de Catalunya. Pero realmente una buena parte del sector está de acuerdo en que faltan peldaños entre la formación y la industria audiovisual actual y una parte del trabajo de los profesionales se basa en conseguir crear caminos para introducir este talento en el mercado.

Conclusión

El documental catalán está pasando por un momento de expansión que cada vez se identifica más con el de los países de larga tradición documentalista que con el resto de los países del sur de Europa. Sin la ayuda del programa Media y de EDN difícilmente estaríamos donde estamos ahora, aunque también es cierto que el crecimiento experimentado se debe a la buena voluntad, al esfuerzo y al riesgo que personas individuales y empresas privadas han invertido. Por tanto, si hemos sido capaces de haber realizado este largo recorrido, no es muy difícil imaginar lo que se podría llegar a hacer si todos los sectores creativos, profesionales, institucionales y sociales trabajasen en la misma dirección.

Traducción del catalán por: Patrícia Ortiz

Bibliografía

Libros

NICHOLS, BILL. *La representación de la realidad*. 1a edició. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A, 1997. ISBN 84-493-0435-0

RENOV, MICHAEL. *Theorizing Documentary*. New York: Routledge, Inc (AFI Film Readers), 1993. ISBN 0-415-90381-5

CATALÀ, J.M; CERDÁN, J; TORREIRO, C. *Imagen, memoria y fascinación. Notas sobre el documental en España*. Madrid: Festival de Cine Español de Málaga y Ocho y Medio, Libros de Cine, 2001. ISBN 84-931376-5

BARNOUW, ERIK. *El Documental. Historia y estilos*. Barcelona: Gedisa Ediciones (Multimedia), 1996 ISBN 84-7432.563-3

Otros

Conclusiones del "I Congreso de Cine Documental Español e Iberoamericano". (Málaga, 2001)

Nota: No han sido publicadas.

Conclusiones del "II Congreso de Cine Documental Español e Iberoamericano". (Málaga, 2002)

Nota: No han sido publicadas

Crítica de Libros

Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España.

BUSTAMANTE, E. 1ª ed. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002
ISBN 84-7432-985-x

per Laura Gómez Bustos, membre de l'Observatori de la Globalització

Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España constituye una herramienta de reflexión muy valiosa para plantearnos un conflicto de actualidad: concentración económica frente a diversidad cultural. Este estudio detallado toca muchas cuestiones sobre el estado actual de las industrias culturales en España, pero seguramente la tensión entre concentración y diversidad destaca por encima de las demás y aparece reiteradamente a lo largo de la lectura.

Enrique Bustamante coordina expertos de varias universidades españolas y abre el libro con una breve pero indispensable introducción que orienta al lector y le sitúa dentro de la dinámica que adoptarán los capítulos posteriores, dedicados a la industria editorial, la industria discográfica, la industria cinematográfica, prensa, radio, televisión, videojuegos *on-line* y políticas culturales territoriales. Cada autor, en su sector correspondiente, lo describe minuciosamente y de una forma fácil de entender, sin argumentos retorcidos y recurriendo a menudo a otros textos y autores y a infinidad de datos numéricos que se presentan en cuadros y gráficos que no dificultan la lectura, si bien la ralentizan en determinados momentos.

El objetivo de este libro, como indica el coordinador de la obra en su introducción, es analizar el estado de las industrias culturales en España durante la última década para aportar una evaluación de las perspectivas de todos los sectores estudiados en el nuevo mundo digital y una reflexión sobre las propuestas que se pueden plantear,

tanto para mejorar la situación actual de cada sector como para encarar mejor la entrada en el mundo digital. Los autores, con buen tino, optan por dar al estudio un carácter pluridisciplinar que facilita la visión de conjunto de la materia y las conexiones entre sectores, y huyen de academicismos al cerrar el libro con una sección de propuestas. Para elaborarlas, han contado con la participación de un consejo asesor -formado por expertos españoles reconocidos en el ámbito de estudio- y con el resultado de debates realizados alrededor de mesas sectoriales compuestas por empresarios y miembros de asociaciones de los diferentes sectores. En ningún momento se intenta ocultar las limitaciones que un estudio de estas características puede presentar: datos incompletos o parciales proporcionados por agentes privados, rápida transformación de los sectores a examinar, imposibilidad de abarcar todos los sectores, etc. A pesar de estas limitaciones, el uso de la matriz DAFO, que abre el libro y reaparece hacia el final, es de gran utilidad y sistematiza de forma clara y completa lo explicado durante los ocho capítulos que conforman esta publicación.

El papel de la cultura como motor de las sociedades y como factor de identidad y cohesión social ha sido ampliamente reconocido y repetido por políticos, empresarios y artistas, con la intención de transmitir esta idea a la ciudadanía. Para que la cultura pueda jugar este papel motor deben garantizarse la creatividad (en el momento de la producción) y la diversidad de contenidos y audiencias (lo cual exige disponer de un ámbito de difusión). Pero, para la producción y la difusión, especialmente en el mundo digital, hacen falta infraestructuras suficientemente desarrolladas para adaptarse a las nuevas tecnologías. Y este problema es sobre todo económico. Aquél que haga una lectura rápida de este libro hallará repetidamente una palabra que

describe un fenómeno que en la actualidad abarca la mayoría de industrias culturales: concentración (empresarial). Las estructuras oligopólicas (con procesos de integración vertical y horizontal) copan la mayoría de los sectores, con la consiguiente pérdida de diversidad cultural y los problemas de supervivencia que ello acarrea para las pymes. El libro insiste en la necesidad de mantener un equilibrio entre la lógica mercantil y la lógica cultural. Se desprende del análisis que la lógica dominante en el momento actual es la mercantil, hecho que perjudica la creatividad y el acceso de los ciudadanos a una pluralidad ideológica y creativa.

No obstante, los autores mencionan todas las mejoras que ha experimentado el mercado cultural español durante los últimos años, como el aumento del tamaño de los mercados, la mejora de la capacidad creativa y de atractivo de la producción nacional y la mejor adaptación a los nuevos instrumentos digitales de determinados sectores "tradicionales", como el sector de la prensa (en el desarrollo, todavía en fase de pruebas, de nuevos formatos en Internet) o el de la música (con enormes perspectivas de éxito de los nuevos modelos de negocio). Nos encontramos, pues, en un período de transformación de los sectores que, como todo período de cambio, comporta actitudes de desconfianza e incluso de oposición. Un buen ejemplo de ello es el temor de algunos actores privados a que la entrada en el mundo digital empeore la situación en el mundo analógico. Los autores animan a disipar estas dudas y a asumir que este nuevo mundo que se nos presenta ofrece nuevas oportunidades y nuevos modelos de producción que no debe utilizarse simplemente como un camino paralelo donde verter contenidos y formatos iguales a los actuales medios.

Las industrias culturales españolas se encuentran en un compás de espera. Por un lado, la entrada en la era digital es inevitable y beneficiosa desde el punto de vista de la preservación y el fomento de la diversidad cultural, ya que se abren nuevos espacios en los que las barreras de entrada y los costes son muy inferiores. Pero, a su vez, hay que ser consciente de que este paso importante debe darse en buenas condiciones y no en las actuales, con unas redes infradesarrolladas y poca previsión a largo plazo. Para conseguirlo, el libro apela a las administraciones públicas para que impongan su carácter público y garanticen unas

determinadas condiciones sociales y económicas para la consolidación de este tipo de industrias y su desarrollo en un contexto de diversidad cultural que enriquezca la identidad cultural de un país. Algunas de las propuestas más destacadas que se incluyen en las conclusiones de esta publicación serían, en relación con la cultura analógica, la planificación de políticas integrales que apoyen y fomenten la cultura y ayuden a las pymes, una buena regulación anti-concentración monomedia y multimedia y la creación de un órgano autónomo que coordine y controle la regulación tanto de los actores privados como de los públicos. En cuanto a la cultura digital, se hace hincapié en tres cuestiones: la consecución de un servicio universal que incluya las nuevas redes, las políticas de fomento del uso de estas redes, que ayuden a las pymes en su transición a esta nueva situación, y la garantía de que los actores privados independientes tengan acceso a los nuevos instrumentos digitales en igualdad de condiciones que los demás agentes y de que se controlan los fraudes de los derechos de autor con estos nuevos medios.

Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España no es un libro de grandes sorpresas. Por su fácil lectura, visión crítica e inclusión de datos numéricos, el libro es merecedor de un "apto para todos los públicos". O, mejor dicho, para los públicos que quieran hacerse un retrato fiel del estado actual y de las perspectivas de los seis sectores de la industria cultural más relevantes económicamente (las tres mayores industrias creativas y los tres medios de comunicación masivos) y un sector, el de los videojuegos, que se presenta como la primera potencia de la industria multimedia. La lectura del libro, al menos en mi caso, deja una cierta desazón y un regusto amargo. Habrá que esperar para ver si publicaciones como ésta sirven como un toque de atención para encontrar la guía que nos dirija de forma satisfactoria a través de esta transición hacia la era digital.

Traducción del catalán por: Marc Alba

L'Europe en première ligne

LAMY, P. 1ª ed. París: Seuil, 2002 ISBN 2.02.055025.3

por Martí Petit, jefe de redacción de *Quaderns del CAC*

Ya en 1991, en una entrevista en la revista francesa *Esprit*, Pascal Lamy definía Europa como un sistema que conjuga el poder público, el mercado y los agentes sociales. Aquella opción política que no reconozca el papel de alguno de estos vértices (mercado como motor económico, poder público como instancia reguladora y equilibradora, o los agentes sociales como vía de participación ciudadana) queda fuera de este modelo económico y social. De hecho, la construcción europea se fundamenta en este triángulo equilátero, compartido tanto por la familia social-demócrata como por la demócrata-cristiana. Y sobre esta realidad bicéfala, que garantiza una alternancia de poder ordenada, Europa debe jugar un papel en el mundo con personalidad propia. Esto no quiere decir una defensa de los intereses pragmáticos inmediatos, sino la defensa de un modelo de sociedad que asume el mercado, pero no lo idolatra.

Y es en este eje de convicciones en el que el comisario europeo de comercio Pascal Lamy plantea la necesidad de “domesticar (*maîtriser*) la globalización. Lamy, interlocutor de la Comunidad Europea y de los quince Estados miembros ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), propone una aproximación política a la globalización. La regulación del comercio internacional no es un debate entre el liberalismo económico y el proteccionismo, afirma. Éste es un planteamiento caduco. La globalización va más allá de la simple diversificación de los intercambios de los bienes y las mercancías, y compromete temas de más largo alcance, como el desarrollo sostenible, el medio ambiente, la salud pública y cuestiones relacionadas con la protección social, el servicio público y la diversidad cultural. No es aceptable, pues, que la política comercial no contribuya de manera decisiva al desarrollo social.

Un ejemplo de este posicionamiento lo encontramos en la polémica sobre la propiedad intelectual en el terreno de la industria farmacéutica. Durante la cumbre fallida de la OMC en Seattle el diciembre de 1999, se celebró un foro paralelo de ONG sobre patentes farmacéuticas y políticas de salud pública. Éste fue el punto de partida de una campaña liderada por Médicos Sin Fronteras (MSF), en la que se

pedía que el acceso a los medicamentos no fuera un obstáculo para el desarrollo de políticas de salud. Uno de los temas centrales era el uso de medicamentos genéricos (algunos hasta 100 veces más baratos) en los países en vías de desarrollo. Según MSF, en aquellos momentos “el tratamiento antisida en Kenia costaba 20 dólares al día, cifra que bajaba hasta 0,70 dólares en Tailandia, país en el que los medicamentos utilizados no son objeto de patente industrial.”

Después de movilizaciones cívicas contra una globalización “sin domesticar”, y que acaso no se recogieron debidamente en los informativos *fast food*, la OMC movió ficha. En la cumbre de Doha (Qatar) celebrada en noviembre de 2001, se consiguió una conciliación entre los imperativos de salud pública y la preservación de la propiedad intelectual de la industria farmacéutica. Así, las nuevas cláusulas del TRIPS (Acuerdo sobre aspectos de los derechos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio -- Agreement on Trade Related aspects of Intellectual Property rights, en inglés) permiten la concesión de licencias voluntarias de uso limitado a los países en vías de desarrollo. Gracias a esta medida, los medicamentos antiretrovirales en Burkina Faso son hoy un 70% más baratos que hace dos años.

De hecho, los propios EE.UU. experimentaron la necesidad de una flexibilización de los derechos de la propiedad intelectual en este campo. Cuando después del 11 de septiembre, se extendió la alarma social por los atentados de ántrax, la Administración Bush se vio impotente para garantizar la salud pública. Entonces, el Gobierno pasó el siguiente mensaje a las empresas farmacéuticas: “o nos hacéis un precio razonable o recorreremos a la licencia obligatoria”. Esta actitud coincide, precisamente con la de los países en vías de desarrollo en su lucha contra el sida o la malaria. ¿O es que el sida y la malaria no representan una situación excepcional para aquellas sociedades?

Este episodio nos da una lección. Si nos hemos extendido en el ejemplo de la propiedad intelectual que rige los medicamentos (el libro está lleno de líneas argumentales como ésta), es para mostrar y demostrar que otra globalización es posible. Y es aquí donde Europa puede jugar un papel decisivo, aportando un modelos de sociedad que deja espacios sin mercantilizar. Así, la salud pública o

la cultura, el tema que nos ocupa, son patrimonio de la sociedad, no del mercado. La globalización tiene que asumir que las culturas y el diálogo intercultural no deben ser objeto mercantil. La diversidad cultural es un valor en sí misma y no debe someterse al tribunal del beneficio económico. ¿Quién se atrevería a decir sobre la biodiversidad que sólo deben sobrevivir aquellas especies animales rentables al mercado? ¿Sólo han de sobrevivir las especies que dan carne para el consumo humano?

A nadie se le escapa que en el siglo XXI, el audiovisual será el medio privilegiado para generar y transmitir la cultura. En este punto, Lamy asume la herencia de Jacques Delors, de quien fue jefe de gabinete cuando era presidente de la Comisión Europea: "El audiovisual no es una mercancía como las demás." De hecho, Lamy va más allá. Frente a la actitud norteamericana de "encuadrar" la noción de *diversidad cultural* para no obstaculizar el desarrollo del mercado, Lamy pretende "encuadrar el mercado a partir de valores y preceptos comunes, a fin de que el desarrollo del mercado respete la diversidad de las culturas".

La institución que puede servir como plataforma para este debate internacional es la UNESCO, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. El 2 de noviembre del 2001, una semana antes del inicio de la cumbre de la OMC en Doha, la conferencia general de la UNESCO aprobó en sesión plenaria la "Declaración universal sobre diversidad cultural". Ésta proclama que los derechos culturales forman parte de los derechos humanos y que las políticas públicas juegan un rol primordial en la protección y la promoción de la diversidad cultural. No se puede dejar la cultura en manos de las fuerzas del mercado. Y para tal fin, la UNESCO plantea la oportunidad de un instrumento jurídico internacional que vele por la diversidad cultural.

Pero allende las declaraciones, necesarias pero no suficientes, hay que negociar debidamente los tratados internacionales que establecen compromisos a los Estados. En opinión de Lamy, "una comunidad, un Estado tiene que poder conservar su libertad de acción para aplicar instrumentos legislativos y financieros, con el objetivo de promover la creación cultural y la difusión de sus creaciones." En este sentido, el Tratado de la Unión Europea es un argumento favorable a esta tesis, puesto que establece en su Protocolo número 32 que el sistema de

radiodifusión pública de los Estados miembros "está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo en los medios de comunicación."

A partir de esta premisa, establecida como pilar en el proceso de construcción europea, hay que velar para que los acuerdos internacionales sobre comercio respeten el espíritu del mencionado Protocolo. Las palabras de Lamy en este sentido son tranquilizadoras. Fiel al espíritu de la disposición, el Consejo de la Unión Europea ratificó el mandato para el próximo ciclo de negociaciones en el seno de la OMC: "La Unión velará, en las próximas negociaciones de la OMC, para garantizar la posibilidad de la Unión y de los Estados miembros -- como fue el caso durante la Ronda Uruguay -- de mantener y desarrollar su capacidad para determinar y aplicar su política cultural y audiovisual y de salvaguardar la diversidad cultural". El mandato del Consejo a Lamy para las negociaciones de la OMC en materia audiovisual queda, así pues, bien claro.

No obstante, la posición que debe defender el comisario Lamy en la OMC encontrará una fortísima oposición. Para los EE.UU., el audiovisual es un sector estratégico, puesto que representa la segunda fuente de ingresos por exportaciones de la economía del país. Pero más allá de la importancia comercial, el audiovisual es un proyector de las formas de vida americanas. De hecho, en contrapartida del plan Marshall, que contribuyó a la reconstrucción de Europa después de la Segunda Guerra Mundial, los EE.UU. exigieron la apertura del mercado europeo a sus películas. Hace ya medio siglo que Norteamérica ha entendido la importancia de este sector y, combinando políticas públicas e inversiones privadas en un mercado extenso y homogéneo, ha conseguido crear grupos mediáticos poderosos que ejercen una posición dominante en todo el planeta. Todo un reto, pues, para Europa y para su comisario de comercio en particular, en la próxima ronda de negociaciones de la OMC que se lanzará oficialmente en Cancún (México) el próximo mes de septiembre.

Valdría la pena pararnos en la figura de Pascal Lamy, ya que, bajo mandato del Consejo, él es el interlocutor de la política exterior comercial común de la Unión Europea. Volvamos a la entrevista publicada en *Esprit* el 1991 para conocer su *psicología profesional*. Fiel a la tradición francesa, Lamy ha recibido formación de alto funcionario, la

categoría llamada a ocupar lugares clave a la administración. En la mayoría de los países, nos explica Lamy, se reciclan economistas, contables y juristas en funcionarios. En Francia, se hace a la inversa: "primero se crean los funcionarios, que después se transforman, casi siempre provisionalmente, en especialistas." De esta manera, no se entrega a los "tecnócratas" el monopolio de la elaboración estratégica.

Y es con este bagaje con el que los europeos seremos representados en la OMC. Podemos estar tranquilos. Pascal Lamy, este socialista francés que prefiere "el teléfono al megáfono", concluye su libro con una declaración de intenciones lapidaria: "[Tengo] la firme voluntad que el próximo ciclo de negociaciones en la OMC pueda contribuir a regular la globalización, a encuadrarla para que quepan los valores y las preferencias colectivas tan ligadas a los europeos y haga que las relaciones comerciales sean la piedra angular de la política de "desarrollo sostenible". Sostenible en el sentido que da la ONU: económicamente en el crecimiento, ecológicamente en el respeto al equilibrio medioambiental, y socialmente en al lucha contra las desigualdades."

Traducción del catalán por: Marc Alba

CATALUÑA

El gobierno de la Generalitat aprueba un decreto a fin de «legalizar» las televisiones locales

Decreto 15/2003, de 8 de enero, por el que se regula el régimen jurídico transitorio de las televisiones locales por ondas terrestres (DOGC núm. 3801, de 16/1/2003). El objetivo es dotar a las más de 100 televisiones locales que emiten en Cataluña de una autorización administrativa para seguir emitiendo hasta el momento de «migración» a la tecnología digital. Esta disposición, por tanto, es de carácter transitorio hasta que se produzca el cambio de tecnología de emisión (véase *supra* las modificaciones introducidas por el legislativo español en la Ley de 1995 de Televisión Local, que prevé la adopción del Plan Técnico de la Televisión Local Digital). No obstante, este decreto permitirá, a parte de dotar de seguridad jurídica al sector, disponer de un «mapa real» de la televisión local en Cataluña.

Hay que recordar que ésta era una de las primeras peticiones realizadas por el sector en el *Informe sobre la revisión del modelo de la televisión local* adoptado por la Mesa de Televisiones Locales, coordinada por el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Esta iniciativa fue valorada positivamente por el gobierno en el momento de hacer pública la adopción del decreto.

Se modifica el régimen sancionador del Consejo del Audiovisual de Cataluña

Mediante la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2003 se modifica la Ley de Creación del Consejo del

Audiovisual de Cataluña, a fin de que este organismo disponga de capacidad sancionadora en aquellos casos en que los operadores de servicios de comunicación audiovisual no le remitan la información requerida para el ejercicio de las funciones del Consejo.

Concretamente, mediante el artículo 92 de la Ley 31/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas, se añade un segundo párrafo al artículo 11 de la Ley 2/2000, de 4 de julio, con el siguiente texto: «*Sin perjuicio de lo establecido en el párrafo anterior, en el marco de las competencias del Consejo del Audiovisual de Cataluña, la desatención de los requerimientos formulados en virtud de lo que establece la letra h del artículo 10 de esta Ley, constituye una infracción leve que debe ser sancionada de acuerdo con lo que establece el apartado 2 del artículo 82 de la Ley del Estado 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones*» (el mencionado artículo de la Ley General de Telecomunicaciones prevé la sanción con multa de hasta 30.050,61 €).

Decreto sobre señalización de la programación de televisión

Decreto 361/2002, de 24 de diciembre, por el que se regula el sistema de señalización de los programas de televisión (DOGC, nº 3795, de 8/01/2003). El sistema de señalización establecido afecta, con carácter general, a toda la programación de televisión de los operadores de televisión dependientes directamente de la Generalitat de Catalunya; a los operadores de televisión cuyo título de habilitación deba ser otorgado por la Generalitat de

Catalunya y a los operadores de televisión que, independientemente de su medio de transmisión, tengan un ámbito de cobertura que no sobrepase el límite territorial de Cataluña. Quedan incluidos los operadores de televisión de acceso condicional y los operadores que presten este servicio a través de redes de telecomunicaciones, así como los operadores de otros servicios de televisión cuando efectúen programación dirigida específicamente a los usuarios de Cataluña.

No obstante, y de acuerdo con el texto del decreto, el sistema adoptado es, en líneas generales, el que ya es aplicable en virtud del Real Decreto 410/2002, de 3 de mayo. Las únicas diferencias son: la adición de dos categorías de edad —programas no recomendados para menores de 10 años y de 16 años—; la adopción de un sistema de formas uniforme —en el caso de la normativa estatal son los operadores de televisión quienes deciden las formas de los símbolos—; y el tiempo que el símbolo permanece en pantalla —en el decreto catalán se prevé que los símbolos se mantengan, como mínimo, durante 10 segundos (5 en el caso del estatal) y durante toda la emisión en los programas X—.

Concurso para la adjudicación de 12 concesiones de radio digital

El gobierno de la Generalitat ha publicado el anuncio de licitación del concurso público para la concesión de 12 licencias de DAB (radio digital terrestre) de ámbito autonómico; 6 de ellas con posibilidad de desconexión provincial y las otras 6 con capacidad de desconexión

comarcal (véase DOGC nº 3792, de 2/1/2003, p. 25). El pliego de explotación y sus anexos están disponibles en el web de la Dirección General de Medios Audiovisuales y en concreto en: <http://www6.gencat.net/dgrtv/catala/ftp/plecct.pdf>

Entre las cláusulas del pliego, cabe destacar que se prevé la obligación de emitir en lengua catalana en un porcentaje superior al 50% del tiempo de su emisión, así como la emisión de canciones interpretadas en lengua catalana o en aranés en un porcentaje superior al 25% de la programación de música cantada —ambas obligaciones previstas en la Ley de Política Lingüística y por consiguiente de obligado cumplimiento, aunque se prevé la valoración de su mejoramiento—. A parte, se prevé que los lotes del pliego no se puedan integrar en cadenas con concesiones de DAB de otros ámbitos territoriales ni repetir su programación, a excepción de los supuestos que lo hagan con concesiones cuyo ámbito territorial sea de habla catalana. Las alianzas y asociaciones con ofertas presentes exclusivamente en estos territorios son unos de los criterios de valoración de las ofertas. Las desconexiones deberán ser como mínimo de una hora diaria y, como máximo, de un 25% del cómputo total de emisión diaria. Se valorará la diversificación de agentes informativos en emisoras de DAB y de los compromisos y garantías formulados para alcanzar este objetivo; la adecuación de los objetivos de la programación a las necesidades socioculturales de su ámbito de audiencia y, en concreto, el tipo de fórmula radiofónica que se propone implantar; el carácter formativo de los programas que se ofrecen; y el plan de servicios adicional de transmisión de datos considerando de especial interés los que se enmarquen en el desarrollo de la sociedad de la información.

ESTADO ESPAÑOL

Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2003: reformas de los regímenes jurídicos de la televisión local y de los límites de participación accionarial

Mediante la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2003 —Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas

Fiscales, Administrativas y de Orden Social (BOE nº 313, de 31/12/2002)— se modifica el régimen jurídico aplicable a la televisión local y los límites de participación accionarial aplicables a las sociedades concesionarias del servicio de televisión. Unas reformas que el gobierno anunció el 25 de noviembre y que se sumaban a las ya propuestas el 9 de octubre.

Sobre la televisión terrestre de ámbito local. Se modifica el articulado de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres, en el sentido de prever, en términos generales: la **emisión sólo en digital** (no se prevé la existencia de televisión analógica terrestre de ámbito local); la **supresión del límite de número de televisiones posibles** en la misma demarcación (hasta ahora dos por municipio); y la **modificación del ámbito de cobertura** (hasta ahora municipal), que será el que determine en cada caso el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local. En relación con las televisiones municipales —de gestión directa— se modifica el artículo 9 en el sentido de prever la posibilidad de que, una vez aprobada en el Plan Técnico la reserva de frecuencia para la emisión en una determinada demarcación, los municipios incluidos podrán acordar la gestión por sí mismos de un programa de televisión local. La Administración General del Estado controlará la formación de cadenas y las emisiones en cadena de las televisiones locales cuando éstas emitan en el ámbito de más de una comunidad autónoma. Hay que tener en cuenta que la situación de las actuales televisiones locales viene dada, básicamente, por la falta de un plan técnico de la televisión local analógica. No obstante, ahora, el gobierno considera este nuevo plan como «instrumento fundamental en el desarrollo del modelo de televisión local» y la televisión local como «plataforma de lanzamiento de la tecnología digital». El calendario establecido empieza el 1 de enero de 2003 con el inicio del plazo para que las comunidades autónomas presenten las solicitudes y finalizará a mediados de 2004 con la adjudicación a las comunidades autónomas de las concesiones de televisión local digital.

Sobre el régimen de incompatibilidades accionariales. Se da una nueva redacción al artículo 19 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, en el sentido de **suprimir** los límites a la participación en una misma sociedad concesionaria de televisión (actualmente con el límite de un máximo del 49%) y de **modificar** los límites a la participación en más de una sociedad concesionaria con objeto de incluir sus distintos niveles territoriales. Concretamente, se establecen las siguientes incompatibilidades de participación accionarial en más de una sociedad concesio-

naria de televisión entre una de ámbito estatal con cualquier otra; una de ámbito autonómico con una de local de la misma comunidad autónoma; y una de ámbito local con otra de la misma demarcación. En los casos de participación en sociedades concesionarias de distintos ámbitos autonómicos o locales, quedará sujeta a límites a razón de la población que se determinarán reglamentariamente.

Sobre las licencias de radio. Se establece el régimen de renovación automática para las concesiones de radio, excepto en los casos de incumplimiento de alguna de las condiciones esenciales de la concesión o por condena en sentencia firme por vulneración de un derecho fundamental.

En relación a esta Ley, el pasado 15 de enero, el Consejo del Audiovisual de Cataluña aprobó un informe en el que recuerda que «cualquier modificación introducida en un articulado de la normativa audiovisual vigente está obligada a respetar las competencias de desarrollo y ejecución que, en el caso catalán, corresponden a la Generalitat».

<http://www.audiovisualcat.net/recerca/informellei.htm>

Finalmente, cabe destacar el hecho de que el Ministerio de Ciencia y Tecnología, en el mismo comunicado de 25 de noviembre anuncia la voluntad del gobierno de adoptar la **Ley del Audiovisual** en el próximo período de sesiones y que tendrá como aspectos más importantes: la **liberalización** del sector mediante la declaración de la radio y la televisión como servicios que se prestan en régimen de libre competencia; la **declaración de servicio público de los medios de titularidad pública**, que quedan sujetos a un control parlamentario y cuyas emisiones deberán constar, fundamentalmente, de contenidos de interés general; la **diferenciación entre editores de canales, operadores de difusión y portadores de señal**; la introducción de medidas para facilitar la transición tecnológica que permita avanzar hacia «el final de la era analógica» e implantar de forma definitiva la radio y la televisión digital; la previsión de regímenes de incompatibilidad accionariales; y, finalmente, el fomento de la autorregulación mediante la adopción de códigos de conducta.

El Consejo de Ministros aprueba la fusión sujeta a 34 condiciones

El pasado 29 de noviembre el Consejo de Ministros aprobó la fusión por absorción de las plataformas digitales Canal Satélite Digital y Via Digital, siempre y cuando la nueva Sogecable acepte las 34 condiciones adoptadas por el gobierno. Sogecable y Telefónica deberán decidir en un plazo de dos meses si aceptan o no estas condiciones, y presentar un plan de actuación al servicio de defensa de la competencia.

<http://www.la-moncloa.es/web/asp/muestraDocImp.asp?Codigo=c2911020#TVDigital>

A parte, y de acuerdo con las normas de incompatibilidad accionarial aplicables (vigente artículo 19 de la Ley de Televisión Privada), Telefónica tendría que vender su participación a Antena 3 TV (47,5%). En el caso de Sogecable, y de acuerdo con el Proyecto de Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2003 (véase *supra*), y la nueva redacción del citado artículo 19, tendría que prescindir de Localia.

Cabe destacar que el Consejo de Ministros adopta su decisión sobre la base de los informes adoptados por las autoridades de defensa de la competencia y, en concreto, el del informe del Tribunal de Defensa de la Competencia (<http://www.mineco.es/tdc/>). No obstante, el gobierno ha ido más allá imponiendo condiciones más restrictivas, sobre todo en cuanto a precios y a la determinación del género de los canales de los programadores independientes, a los que deberá garantizar un porcentaje de su programación.

Las condiciones

Las condiciones impuestas por el gobierno se pueden dividir en dos apartados, 24 que hacen referencia al cine, canales temáticos, pluralidad informativa y otros medios de transmisión digital o Internet y 10 sobre los derechos del fútbol. A continuación se enumeran las principales condiciones adoptadas, el resto hacen referencia a cuestiones de procedimiento.

Cine:

- No se podrán ejercer los derechos de tanteo o retracto de los contratos vigentes.
- Los nuevos contratos no podrán superar los 3 años.
- No podrá adquirir derechos exclusivos de largometrajes para ser explotados en régimen de PPV en otros medios no explotados hasta ahora (como Internet o la telefonía móvil).
- La duración de emisión en primera ventana se limita a un año.
- MGM (Metro Goldwyn Mayer) tendrá derecho a rescindir unilateralmente los contratos existentes.
- Se garantizará la comercialización a terceros de al menos un canal *premium* que incluya largometrajes producidos por "grandes estudios" en primera ventana de televisión de pago.
- Sogecable no podrá actuar como agente o distribuidor exclusivo para España de los canales temáticos producidos o distribuidos por los "grandes estudios", ni por productores o distribuidores internacionales independientes.

Canales temáticos:

- Se reserva un 20% de la oferta de la nueva plataforma para que sea explotada por canales de terceros (canales de calidad adecuada no controlados ya sea directamente o participados por Sogecable o sus principales accionistas).
- El acceso de terceros para la emisión de canales a través de la nueva plataforma tendrá que hacerse en condiciones equitativas, transparentes y no discriminatorias.
- Además, Sogecable habrá de mantener contabilidades separadas para el negocio de gestión de canales y de los contenidos.
- Sogecable no podrá actuar de distribuidor o agente exclusivo de canales temáticos extranjeros.
- Sogecable deberá garantizar la comercialización a terceros de los canales temáticos producidos por empresas de su grupo incluyendo a los que supongan la explotación de los derechos en segunda ventana de televisión de pago de largometrajes cinematográficos producidos por los "grandes estudios".
- Sogecable deberá garantizar la prestación del resto de servicios relacionados con esta comercialización, quedando

prohibida su agrupación en paquetes.

- No podrá comercializar contenidos conjuntamente con Telefónica para ser distribuidos por ADSL o por el proyecto Iamgenio, ni favorecer los intereses de Telefónica ante el resto de competidores.

Canales informativos:

- Sogecable deberá permitir la entrada de cualquier canal informativo que no pertenezca a su grupo y los costes que se apliquen sólo serán los derivados del transporte de la señal.

Precios:

- Los costes derivados de la fusión no se podrán repercutir a los abonados.
- Durante el año 2003 no se podrán modificar los precios.
- Las tarifas han de ser las mismas para todo el territorio estatal, independientemente de si hay o no operadores de cable.
- En los 3 años siguientes, los precios podrán incrementarse, como máximo, por debajo del IPC fijado por el BCE, de acuerdo con un % establecido por el SDC.

Internet y otros medios:

- La nueva plataforma no podrá ofrecer servicios en otros medios no explotados hasta el momento como Internet o dispositivos móviles.
- Sogecable no podrá discriminar la venta de sus contenidos audiovisuales a favor de los proyectos de Telefónica y, en particular, ante los operadores de cable o de ADSL.
- Sogecable deberá garantizar que el retorno de los servicios interactivos se pueda realizar por las redes de los operadores concurrentes en el mercado, no pudiendo promover o imponer la red de Telefónica.

Fútbol:

- Las condiciones sobre el fútbol están sujetas a la decisión de la Comisión Europea (expediente COMP/37.652 AVSII).
- Los nuevos contratos no podrán sobrepasar los 3 años.
- No se podrán ejercer los derechos de tanteo o de retracto de los contratos actuales.
- No se podrán adquirir derechos exclusivos en otros medios no explotados hasta ahora (como Internet o la telefonía móvil).
- En caso de adquirir en exclusiva los derechos del fútbol, deberá garantizarse su comercialización o cesión.
- Se mantiene el panorama actual, con un partido en abierto los sábados, uno codificado los domingos y el resto en modalidad PPV.

Otras novedades:

Ley 39/2002, de 28 de octubre, de Transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (BOE nº 259, de 29/10/2002). Concretamente, se incorpora al ordenamiento jurídico español la normativa comunitaria sobre la acción de cese en materia de protección de los intereses de los consumidores (Directiva 98/27/CE) y sobre la **publicidad comparativa** (Directiva 97/55/CE).

Concentración de los medios: Resolución del Parlamento Europeo

El pasado 21 de noviembre el Parlamento Europeo aprobó una resolución en la que:

- Insta a la Comisión Europea y a los Estados miembros a velar por el pluralismo de los medios.
- Subraya que es necesario un mercado europeo de los medios para paliar la disparidad entre las normas anti-concentración de los Estados miembros y reclama una uniformización de éstas a fin de garantizar la libertad de establecimiento y libre prestación de servicios en el ámbito de los medios de comunicación.
- Insta a la Comisión Europea a iniciar una amplia consulta pública que permita evaluar el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los nuevos servicios de comunicación y, en especial, del impacto de las fusiones, de los acuerdos y de las joint ventures en el mercado interior y el pluralismo de los medios, así como la libertad de expresión de los ciudadanos y de su derecho de acceso a los servicios de la sociedad de la información mediante la promoción de la interoperabilidad, y verificar la coherencia entre las legislaciones de los Estados miembros y la normativa europea en este ámbito.
- Insta a la Comisión Europea a elaborar para antes de finales de 2003 un Libro Verde actualizado (en 1992 la Comisión Europea ya publicó un Libro Verde sobre el pluralismo en los medios de comunicación a instancia del Parlamento Europeo).
- Finalmente, insta a la Comisión a acabar, en esta legislatura, el análisis de las implicaciones políticas, económicas y jurídicas de un marco reglamentario europeo que permita salvaguardar la libertad de expresión y el pluralismo de los medios de comunicación así como preservar y promover la diversidad cultural y que garantice una competencia leal en el mercado de la publicidad.

Otras novedades

- IV Informe de la Comisión Europea sobre la aplicación

de la Directiva de Televisión sin fronteras. Documento COM (2002) 778 final, de 6 de enero de 2003. En este informe la Comisión Europea describe y analiza los hechos más destacados de la aplicación durante los años 2000-2001 y, en anexo, propone un programa de trabajo que abra un debate sobre la posible necesidad de adaptar el marco regulador en función de la evolución de los mercados y las tecnologías.

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twtf/applica/ap-int-e.htm#app_twtf_4rapp

- MEDIA Plus: Convocatorias de propuestas. En el DOCE de 19 de diciembre de 2002 la Comisión Europea publica las convocatorias para presentar propuestas de proyectos en los siguientes ámbitos: proyectos de producción; proyectos de producción «*Slate funding 2nd satg*»; difusión televisiva de obras audiovisuales europeas; y distribución transnacional de películas europeas y la integración en las redes de los distribuidores europeos. (DOCE C nº 318, de 19/12/2002).

- Informe de la Comisión Europea sobre la cuestión de la autoría de las obras cinematográficas o audiovisuales en la Comunidad (9/12/2002).

http://europa.eu.int/comm/internal_market/fr/intprop/docs/index.htm#reports

- La Comisión Europea inicia una consulta pública sobre los obstáculos al acceso universal a los nuevos servicios y aplicaciones de la sociedad de la información mediante plataformas abiertas en los sectores de la televisión digital y las comunicaciones móviles de tercera generación (3G). http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/index_en.htm

- La Comisión Europea abre una investigación detallada sobre la compra de Telepiù por NewsCorp (29/11/2002). http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.getfile=gf&doc=IP/02/1782|0|RAPID&lg=ES&type=PDF

- El Consejo de Ministros alcanza un acuerdo político sobre la propuesta de directiva relativa a la publicidad del tabaco con la voluntad de adoptarla sobre la base del texto propuesto por la Comisión, un vez introducidas dos enmiendas del Parlamento Europeo. Las delegaciones del Reino Unido y Alemania votaron en contra. Hay que

recordar que, en términos generales, el objeto de la directiva es regular la publicidad del tabaco en los medios de comunicación escritos, la radio y los servicios de sociedad de la información, y también la esponsorización con efectos transfronterizos y que sustituye a la Directiva 98/43/CE, anulada por el Tribunal de Justicia en octubre de 2000 (3/12/2002).

- Proyecto de conclusiones del Consejo de la Unión sobre la revisión de la Directiva sin fronteras, 12/11/2002, en la que se insta a continuar trabajando sobre ésta y más cuando los diferentes Estados miembros han abierto procesos de revisión de sus propias políticas audiovisuales como consecuencia de las evoluciones tecnológicas y de mercado. Éste es un debate que la Unión Europea debe tener en cuenta y que, de acuerdo con estas conclusiones adoptadas, insta a la Comisión Europea a tener en cuenta y a ampliar las cuestiones a debate y en especial los contenidos interactivos.

<http://ue.eu.int/pressData/fr/educ/73265.pdf>

- Quinto informe sobre los artículos 4 y 5 de la Directiva Televisión sin fronteras (cuotas de emisión de obras europeas) (COM (2002) 612 final).

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/art45/comm2002_612final_es.pdf

- La Comisión europea autoriza los acuerdos de «ventana única» para las licencias que permitirán difundir música de

radio y televisión por Internet (8/10/2002).

http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action=getfile&doc=IP/02/1436|0|RAPID&lg=ES&type=PDF

- Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (TPI) de 8 de octubre de 2002, sobre los asuntos acumulados T-185/00, T-216/00, T-299/00 y T-300/00 (M6, Antena 3, Gestevisión Telecinco y SIC vs. Comisión Europea). En esta sentencia, el TPI considera que las normas que regulan la adquisición por terceros de los derechos de televisión de acontecimientos deportivos en el marco de Eurovisión comportan restricciones a la competencia contrarias a las disposiciones del Tratado de la Comunidad Europea.

<http://curia.eu.int/jurisp/cgiin/form.pl?lang=es&Submit=Buscar&docrequire=alldocs&numaff=T-185%2F00&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100>

- Estudio sobre «Perspectivas de desarrollo de tecnologías y de mercados en el sector audiovisual europeo» (junio 2002), elaborado por Arthur Andersen por encargo de la Comisión Europea.

europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/tvoutlook/tvoutlook_finalreport.pdf

- Directiva 2002/77/CE de la Comisión, de 16 de septiembre de 2002, relativa a la competencia en los mercados de redes y servicios de comunicaciones electrónicas (DOCE nº L-249, de 17/9/2002, p. 21).

CONSEJO DE EUROPA

- Propuesta modificada de la Declaración sobre libertad de información en Internet (15/10/2002).

[http://www.humanrights.coe.int/media/documents/Draftdeclaration2\(F\).rtf](http://www.humanrights.coe.int/media/documents/Draftdeclaration2(F).rtf)

- El pasado mes de septiembre el Comité permanente de Televisión Transfronteriza aprobó una declaración (nº (2002) 1) en la que recuerda a los operadores televisión y a las autoridades de regulación su deber de velar por el respeto de los derechos fundamentales y de la dignidad humana.

<http://www.humanrights.coe.int/media/>

- Con objeto de promover una mejor protección ante el pirateo de los contenidos audiovisuales, el Consejo de Ministros aprobó una recomendación sobre medidas a adoptar en relación con los derechos de los organismos de radiodifusión (Recomendación (2002) 7, de 11 de septiembre de 2002).

<http://www.humanrights.coe.int/media/>

Alemania

- Nueva Ley sobre la protección de los menores en los medios electrónicos.

http://www.ulr.de/ULR_Akt_Startseite/Filebase/JMStV_uebersicht_eng.pdf

Francia

- Decisión sobre la posible composición de los multiplex de TDT francesa (12/11/2002).

http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=10568

- Informe sobre la violencia en la televisión (14/11/2002).

<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index-rapports.htm>

- Documento de respuesta a la consulta pública sobre el nuevo marco regulador de las telecomunicaciones aprobado en la sesión plenaria del *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA) de 1 de octubre de 2002.

http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=10003

- El *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* publica la lista de los operadores seleccionados por la TDT de ámbito. Concretamente se seleccionan 23 nuevos programas de televisión; 16 en abierto y 15 de pago (23/10/2002).

http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=10311

- Informe de Michel Boyon (antiguo presidente de Radio France) sobre la Televisión Digital Terrestre, dirigido al primer ministro francés (18/10/2002).

<http://www.premier-ministre.gouv.fr/ressources/fichiers/boyon02.pdf>

- Documento sobre la consulta pública llevada a cabo por el *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* en relación con la definición de obra europea.

<http://www.csa.fr/upload/publication/concertation.pdf>

Reino Unido

- La *Independent Television Commission* (ITC) aprueba un nuevo *Code Programme Supply* (25/11/2002).

- La *Bournemouth Media School*, la *British Screen Advisory Council* (BSAC) y la ITC publican un estudio sobre el futuro de la televisión de servicio público. (21/11/2002).

http://www.itc.org.uk/uploads/FUTURE_REFLECTIONS_FOUR_SCENARIOS_FOR_TELEVISION_IN_2012.pdf

- La BBC, la ITC, la *Broadcasting Standards Commission* (BSC) y la *Radio Authority* publican un estudio sobre el concepto y la realidad de la televisión multicultural (*Multicultural Broadcasting: Concept and Reality*) (11/11/2002).

http://www.itc.org.uk/uploads/Multicultural_Broadcasting.pdf

- *Electronic Communications Bill* (19/11/2002).

<http://www.parliament.the-stationery-office.co.uk/pa/cm199900/cmbills/004/00004--a.htm>

- La ITC impone una multa de 10.000 £ a Kanal 5 por difundir imágenes de contenido pornográfico en horario de protección (26/09/2002).

http://www.itc.org.uk/latest_news/press_releases/release.asp?release_id=633

- *Office of Communications Act 2002*.

<http://www.legislation.hmso.gov.uk/acts/acts2002/20020011.htm>

- La ITC, la BBC y la BSC publican un estudio sobre los métodos de control de los padres en relación con el consumo de televisión de los niños (10/10/2002).

http://www.itc.org.uk/uploads/STRIKING_A_BALANCE_the_control_of_childrens_media_consumption1.pdf

Revista de Revistas

Comunicar

Revista científica iberoamericana de comunicación y educación

Núm. 19, octubre 2002

[Huelva: Colectivo Andaluz para la Educación en los Medios de Comunicación]

ISSN: 1134-3478

Esta entrega de la revista andaluza está dedicada al tema "Comunicación y divulgación de la ciencia". El dossier incluye, entre otros, los siguientes artículos: "El periodismo científico, reto de las sociedades del siglo XXI"; "Ciencia y tecnología en la formación de los futuros comunicadores"; "La información científica y el debate político contemporáneo"; "Sherlock Holmes tenía razón"; "La divulgación científica en la programación de las televisiones generalistas"; "Divulgar la investigación con revistas científicas: el caso de *Métode*"; "La divulgación científica y ambiental en la televisión"; "La divulgación científica desde las instituciones públicas".

Dentro del apartado "Experiencias", destaca un artículo sobre medios de comunicación y bilingüismo. En la sección "Investigaciones" destacan los trabajos sobre "Actitud de los jóvenes ante los medios de comunicación"; "La educación de adultos y el uso didáctico de la prensa".

Dossiers de l'Audiovisuel

Núm. 105, septembre-octobre 2002

[París: Institut National de l'Audiovisuel (INA)] ISSN: 0767-4775

Esta última entrega de la revista presenta un tema monográfico: producción independiente y creación audiovisual. Está dividido en tres apartados. El primero, con el título "L'invention française de l'indépendance" explica, primero, qué es lo que se entiende por *independencia*. A continuación habla del "meccano institucional", que incluye desde las ayudas a la producción hasta el observatorio de la producción audiovisual.

El segundo apartado, bajo el título "L'exercice de l'indépendance" trata el tema del colectivo de los productores y el papel de las televisiones públicas y privadas en la producción independiente, y termina con un artículo sobre "Quelle indépendance et pourquoi faire?". El tercer tema del dossier tiene por título "États-Unis, Europe: flux et reflux de l'indépendance" y analiza la directiva de la televisión transfronteriza; el resultado de la producción independiente en Estados Unidos como necesidad del mercado; y la situación en Holanda, Gran Bretaña, Alemania, Italia y España, este último, definido como "un sector importante marcado por graves insuficiencias".

REIS. Revista española de investigaciones sociológicas

Núm. 97, enero-marzo 2002

[Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)] ISSN: 0210-5233

La revista empieza en forma de homenaje con el artículo titulado "Pierre Bourdieu in memoriam (1930-2002)". Entre la bourdieumanía y la reconstrucción de la sociología europea".

El apartado "Estudios" incluye cuatro artículos más: "Redes, cultura e identidad en las organizaciones"; "El fin de la conscripción en Europa: un escenario de opciones singulares"; "La formación de la 'España inmigrante': mercado y ciudadanía"; "Infraclasses rurales: procesos emergentes de exclusión social en España"; y "Conciliación o contradicción: cómo hacen las madres trabajadoras".

El apartado "Notas de investigación" hace referencia a "El discurso de la Unión Europea sobre la sociedad del conocimiento".

El debate responde al título general "¿Hay choque de civilizaciones?" e incluye cuatro artículos: "Una nueva forma de conflicto"; "La economía política del encuentro entre el mundo islámico y el occidental"; "¿Hay choque de civilizaciones?" y, finalmente, "Preguntas sobre preguntas".

Revista de Libros

GALLEGO, J. (dir.)

La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género

Sant Cugat del Vallès (Barcelona): Los libros de la frontera, 2002

El libro es un estudio sobre producción informativa realizado durante tres años por un equipo dirigido por la profesora Joana Gallego y que obtuvo el XIII Premio a la investigación sobre Comunicación de Masas convocado por el CAC. Consta, por una parte, de una descripción en profundidad de las rutinas informativas de cuatro periódicos (*Avui*, *El País*, *El Periódico de Catalunya* y *La Vanguardia*) y de una agencia de noticias (Efe) y, por otra, de una reflexión crítica sobre la incidencia de las prácticas productivas de información en la transmisión y el mantenimiento de estereotipos de género.

Muestra los procesos internos de la producción de la información diaria, y plantea conclusiones y propuestas de actuación concretas. El equipo lo forma Elvira Altés, Jaume Soriano, Maria Eugènia Melús y Maria José Cantón.

Un libro interesante para estudiosos de la comunicación, profesionales del periodismo, investigadores sociales, así como colectivos comprometidos con la superación de las desigualdades entre hombres y mujeres.

RAUSELL KÖSTER, C.; RAUSELL

KÖSTER, P.

Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar el control de la realidad

Madrid: Tecnos, 2002

A partir del aumento de noticias de interés humano en detrimento de las noticias de interés social, este ensayo subraya la inadecuación de la información de los medios de comunicación a las necesidades comunicativas del sistema democrático. Intenta explicitar algunas de las contradicciones existentes entre las necesidades del sistema democrático y el resultado de la producción real de información en un entorno de mercado. Denuncia no sólo el hecho de convertir la realidad mediática en un culebrón, sino también la ilegitimidad del poder político que hoy en día ejercen los medios, y propone que el consumidor informativo participe en la concepción de la realidad social que propone el medio. Para ello, plantea la necesidad de diversificar la oferta informativa y de definir la noticia de interés social. Finalmente, con la llegada de las nuevas tecnologías, alerta sobre la creciente importancia de los nuevos mediadores sociales y apunta hacia el consumo ideológico como posible manera de participación social.

LAW, I.

Race in the news

Nova York: Palgrave, 2002

¿Hasta qué punto los servicios de noticias y los medios pueden ser caracterizados como institucionalmente racistas? ¿De qué modo se reflejan en las noticias los modelos cambiantes del discurso sobre racismo y etnicidad?

En el contexto cambiante de las comunicaciones globales, la forma en que aparecen representados la raza y el racismo también cambia. Con el paso de los siglos, el racismo ha tenido la habilidad de reinventarse a partir de la construcción de nuevas imágenes, argumentos y víctimas. En el siglo XXI, la tarea de recorrer los caminos por los que las formas de racismo y antirracismo están cambiando sigue siendo de vital importancia. El catedrático de sociología Ian Law examina el debate sobre cómo se puede conceptualizar y medir el racismo en los medios, y analiza, en uno de los capítulos, cómo las noticias en Gran Bretaña pueden ser consideradas un "gran espectáculo antirracista". El autor identifica la cobertura de las noticias sobre raza desde los años ochenta y pone al descubierto las inadecuaciones y las limitaciones de las principales corrientes de los servicios de noticias.

LOBATÓN, P. (coord.)

La televisión en tiempos de guerra. La onda expansiva de los atentados del 11-S. Barcelona: Gedisa, 2002

¿Cuales son las posibilidades y los límites que afrontan los informadores profesionales en una situación como la del 11 de septiembre? ¿Cómo deben actuar periodistas, reporteros, presentadores y documentalistas de la televisión para cumplir con su responsabilidad? ¿Qué intereses están en juego? ¿Existe detrás de la noticia directa un mecanismo de censura gubernamental que obliga a maquillar la verdad, a cortar y a esconder hechos importantes?

La Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión convocó en noviembre de 2001 un debate entre los directores de informativos de las cadenas españolas, autonómicas e internacionales (la CNN y Al-Yazira). El libro se completa con artículos y reflexiones de Noam Chomsky, Ignacio Ramonet, Manu Leguineche, Manuel Martín Ferrand, Enrique Vázquez, Enric Sopena, Emili Prado y Ricardo Vaca, quienes abordan temas como el nuevo rostro del mundo, el dilema de la TV- ¿ayudar a ganar la guerra o a conquistar la paz?- o el papel de la TV en el siglo XXI, entre la espectacularización de la realidad y la realidad espectacular.

OSWELL, D.

Television, Childhood and the home. A History of the Making of the Child Television Audience in Britain Nueva York: Oxford University Press, 2002

Las audiencias de televisión, como las audiencias de los otros medios, son entidades virtuales. Su existencia, aunque no visible de manera inmediata, estimula la investigación, la inversión en programas, la preocupación del público y la política de los gobiernos.

Más que ninguna, la audiencia infantil de la televisión ha generado debates, ansiedad y acciones. ¿Daña la televisión a los niños? ¿Deberían los padres restringir el uso que sus hijos hacen de ella? La televisión infantil, ¿está demasiado comercializada? ¿Cómo podemos hacer programas destinados a los niños más pequeños?

Este libro, realizado por un profesor de sociología de la Universidad de Londres y que constituye el primer estudio académico de su género, descubre la historia de la audiencia televisiva infantil. A partir de la observación en detalle de la televisión infantil y de su audiencia en Gran Bretaña durante los años 40, 50 y 60, el libro pone de manifiesto cómo nace una audiencia televisiva, cómo adquiere carácter y cómo llega a ser un lugar de intervención pública.

CRUSELLS, M.

Las Brigadas Internacionales en la pantalla Ciudad Real: Universidad de Castilla-La Mancha, 2001

La Guerra Civil española fue la primera guerra tratada a través de películas. Esta obra de Magí Crusells, que es su tesis doctoral, presenta un estudio detallado de los documentales y filmes de ficción sobre las Brigadas Internacionales producidos durante y, sobre todo, después de la guerra. El capítulo de documentales comprende todas las realizaciones de distinto metraje desde la llegada de los primeros voluntarios en 1936 hasta la retirada de los últimos en 1939, a parte de los documentos que dejan constancia posteriormente de su protagonismo, de 1940 a 1996. En el capítulo de la ficción, se repasa la aparición de las películas argumentales que incluyen algún brigadista como personaje de la trama y que van desde, por ejemplo, *Sierra de Teruel* de André Malraux (1939) a *Tierra y Libertad* de Ken Loach (1995).

Revista de Webs

La diversidad cultural

En esta entrega la Revista de Webs reseña diversas páginas web relacionadas con la diversidad cultural. Entidades públicas, asociaciones y profesionales de la investigación abordan el tema desde diferentes puntos de vista.

Ministère de la Culture et Communications du Québec

<http://www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/esp/publicaciones.htm>

El ministerio de Cultura y Comunicación del Québec defiende la importancia de la diversidad cultural y elabora informes, estudios y publicaciones. Destaca un artículo de Ivan Bernier que trata sobre la posible viabilidad de un instrumento jurídico internacional sobre la diversidad cultural.

http://www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/106145_faisabilite.pdf.

International Network for Cultural Diversity

<http://www.incd.net>

Red internacional para la diversidad cultural que representa a artistas individuales, grupos culturales e industrias que pretenden contrarrestar los efectos homogeneizadores de la mundialización sobre la cultura. Su página web, en francés, inglés y español, ofrece información sobre las actividades que lleva a cabo, como la promoción de la diversidad cultural y el desarrollo.

Programa Media Plus

<http://www.mediadeskspain.com>

El programa Media Plus de la Unión Europea se puso en marcha en el 2001 y tiene como objetivos el refuerzo de la competitividad de la industria audiovisual europea en el mercado mundial mediante el apoyo al desarrollo, la distribución y la promoción de obras audiovisuales europeas. Finaliza el año 2005.

UNESCO – Sección de Cultura

http://www.unesco.org/culture/pluralism/html_sp/index_sp.shtml

"De la diversidad al pluralismo" es el lema de la UNESCO en lo que se refiere a la cultura. Su web informa sobre las diferentes políticas culturales, el desarrollo, la diversidad, el pluralismo, las industrias culturales y el patrimonio. La web incorpora la Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural.

http://www.unesco.org/culture/pluralism/diversity/html_sp/index_sp.shtml

También, ofrece otros documentos de interesante lectura como el Informe sobre la Diversidad Cultural, el conflicto y el pluralismo correspondiente al año 2000.

http://www.unesco.org/culture/worldreport/html_sp/media.shtml

Consejo de Europa – Cooperación cultural

http://www.coe.int/T/E/Cultural_Co-operation/

En lo que respecta a la cooperación cultural, el Consejo de Europa defiende el desarrollo de políticas culturales públicas y democráticas que respeten los siguientes principios: la identidad, la diversidad y la participación. Así mismo, otro objetivo que persigue es la integración de la dimensión cultural en el desarrollo sostenible y el asesoramiento a los estados miembros sobre la concepción, planificación y gestión de sus políticas culturales. Su página web ofrece una comparativa por estados y un compendio de políticas públicas.

Organización Mundial del Comercio

<http://www.wto.org/indexsp.htm>

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la entidad internacional que rige las normas de comercio entre países. Sus acuerdos, negociados y firmados por la gran mayoría de países del mundo han sido ratificados por sus respectivos parlamentos. El debate se centra en si es necesario incluir en ellos los bienes culturales.

RIPC – Red Internacional de Políticas Culturales

<http://www.incp-ripic.org>

Cerca de cincuenta estados de todo el mundo conforman el tejido de esta red o foro internacional que trabaja las políticas culturales y que intenta determinar la forma de integrar y promover la diversidad cultural dentro de un enfoque común de desarrollo global.

Culturelink

<http://www.culturelink.org/>

Culturelink se autodenomina “red de redes para la investigación y la cooperación en el desarrollo cultural”. Establecida en 1989 por la UNESCO y el Consejo de Europa, tiene su sede en Croacia. Culturelink centra sus investigaciones, estudios y noticias en la comunicación, la industria y la identidad cultural.

Observatorio de la Educación Iberoamericana

<http://www.campus-oei.org/observatorio/>

Uno de los principales objetivos del Observatorio de la Educación Iberoamericana es analizar la educación en toda su complejidad, haciendo hincapié tanto en la diversidad como en los elementos comunes que tiene actualmente la cultura en Iberoamérica.

Organización Internacional de la Francofonía

<http://www.francophonie.org/oif.cfm>

Organización que agrupa a los diferentes países francófonos, incluidos Egipto, Polonia, Canadá y Rumania, entre otras. Sus actuaciones están orientadas a establecer líneas de cooperación en diferentes ámbitos, entre ellos, la educación y la cultura. En cuanto a la diversidad cultural, intenta preservarla en las negociaciones mundiales y también apoya a la producción audiovisual, a la prensa escrita y a las emisoras de radio local.

■ Presentación	2
■ Tema monográfico: Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural	
"Excepción cultural", políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de la modernidad Divina Frau-Meigs	3
La "excepción cultural" en la Organización Mundial del Comercio (OMC): la base de la política audiovisual en Cataluña Ramon Torrent	19
Los retos culturales de la ronda de negociaciones de Doha de la OMC Pierre Sauvé	29
De la defensa de la "excepción cultural" a la promoción de la "diversidad cultural": la política cultural europea y el mundo árabe Dima Dabbous-Sensenig	37
"El Sur del Norte": las coordenadas culturales del sistema audiovisual australiano Stuart Cunningham i Terry Flew	51
México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural Laura Márquez Elenes	59
La televisión india en la era de la globalización: ¿unidad, diversidad o desigualdad? Mira Kapil Desai	65
La OMC, las negociaciones de Doha y los países en desarrollo Miguel Rodríguez Mendoza	77
Entrevista a Pascal Lamy, comisario europeo de Comercio Ramon Torrent	83
■ Observatorio	
Entrevista a Bertrand Tavernier Esteve Riambau	85
50 años de <i>Cahiers du Cinema</i> : cartas de navegación de una revista de cine Domènec Font	91
Una mirada al entorno documental Joan González i Herrero	97
■ Agenda	103

