

*La industria de contenidos:
clave para el impulso de la sociedad de la información en Europa*

Cristina **VILLALOBOS MOLINA**



*La industria de contenidos:
clave para el impulso de la sociedad de la información en Europa*

Cristina **VILLALOBOS MOLINA**

La Unión Europea se propuso en el 2000 en el Consejo de Lisboa, un objetivo estratégico ambicioso, que marcó un hito muy importante en la evolución de las políticas comunitarias. La aspiración de la Unión de convertirse en la sociedad del conocimiento más competitiva del mundo en la próxima década ha sido repetida hasta la saciedad, en prácticamente todos los documentos posteriores sobre la Sociedad de la Información. La recién clausurada Presidencia española de la Unión Europea, tenía entre sus objetivos ahondar en lo se ha denominado 'el espíritu de Lisboa', es decir, en sentar las bases de lo que se supone la futura y idílica sociedad del conocimiento. El Consejo Europeo de Sevilla ratificaba el nuevo Plan de Acción hasta el 2005, el llamado *e-Europe*, que políticamente se había alcanzado en la cumbre de Barcelona.

El porqué el objetivo estratégico no era puesto sobre la mesa, tiene que ver con que no se están cumpliendo las expectativas que se generaron en Lisboa, donde se dio una receta mágica para solucionar algunos de los problemas más acuciantes de la Unión Europea, como son el desempleo, la fragmentación cultural y lingüística o la aspiración a un mercado único potente.

Una de las claves de solución de estos problemas se sitúa en la industria de contenidos como un empuje fundamental a la aspiración de la sociedad del conocimiento. La imposibilidad del cumplimiento de este objetivo estratégico, incluso a ocho años vista por muchos bailes de números y porcentajes que aparezcan en los documentos oficiales tiene que ver con dos aspectos fundamentalmente: el desfase entre la sociedad real y cotidiana de los europeos occidentales con la aspiración a una sociedad tecnologizada inmersa en la nueva economía y el discurso de las políticas comunitarias que está barnizado por una progresía inexistente.

Nuestra hipótesis de trabajo incide en que esta supuesta progresía está muy presente al abordar la industria de contenidos como solución que se propone en el papel a tan variopintos problemas como son el empleo, la diversidad lingüística y cultural de la Unión Europea, el papel de las pequeñas y medianas empresas, porque nos parece mucho más peligrosa y sibilina esta postura que la que sirve de referente: la estadounidense que es mucho más explícita.

Las políticas audiovisuales adoptadas por la Unión Europea a lo largo de su trayectoria se han caracterizado por dos constantes: la economía y la cultura. El peso una u otra, como afirma Schlesinger, dependerá del momento. Así, estas iniciativas que aspiran a regular la industria de contenidos tanto tradicionales como digitales son para los EEUU (...) sólo un negocio, mientras que para los europeos es tanto un negocio (como cuando conviene) un asunto cultural.

El elemento cohesivo del binomio economía-cultura de las políticas audiovisuales europeas son los contenidos. Esta idea se recoge en un doble sentido; por un lado la diversidad cultural y la identidad europea se retroalimentan gracias al consumo individualizado de los contenidos y a la vez esta industria de contenidos encuentra en la cultura su principal materia prima. Existe un tercer elemento implícito en todas las políticas de contenidos que llega a anular la dimensión cultural. Ésta sigue estando presente en el discurso de la UE, pero no entre los objetivos reales de la Unión que están inmersos en una perspectiva estrictamente economicista.

La diversidad cultural y lingüística

A lo largo de la historia, el sentido de afinidad y pertenencia entre los continentales han estado más o menos desarrollado por los vientos del conflicto y la cooperación; la guerra y el pacto. Esta realidad diversa de la identidad europea suponía un reto para la integración de la UE en la Sociedad de la Información.

Las posturas políticas han evolucionado desde medidas proteccionistas que intentaban salvaguardar la especificidad de la 'euroheterogeneidad' de los últimos veinte años a las actuales medidas plenamente insertas en el discurso neoliberal de la nueva economía.

Desde esta perspectiva, la identidad diferente y diferenciada de lo europeo era vista como un problema, un obstáculo para la consolidación de un mercado único fiel reflejo del estadounidense. Pero la realidad de la diversidad del mercado europeo no podía ser obviada, como tampoco las radicales diferencias con respecto al mercado modelo y poco después, en documentos como el e-content (2000) se empezó a hablar de la identidad y la diversidad cultural como potencialidad, como posibilidad de desarrollo económico.

Las justificaciones para atraer a inversores que rentabilizaran esa diversidad han sido muchas y variadas. Así, en documentos como el MLIS se habla de la diversidad lingüística y cultural para integrar en el núcleo de la Comunidad a estados nuevos o a regiones periféricas. Se dice que es necesario potenciar el uso de idiomas poco hablados para asegurar la participación e integración de todos los ciudadanos europeos en la Sociedad Red, dentro de esta tendencia se encuentran medidas como el programa MLIS que pretende trastocar el actual porcentaje de idiomas en Internet, que ronda el 70% de contenidos en inglés. El objetivo es conseguir reducir esa cifra al 50% en los próximos cinco años. La diversidad cultural y lingüística ha de ser también una 'herramienta' al desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa en el entorno globalizado, pues le permite satisfacer necesidades muy concretas de consumidores muy específicos, a esta idea remite el concepto de 'localización', por el que se afirma que en la Sociedad Global pueden tener éxito tanto grandes multinacionales como pequeñas empresas que se especialicen en 'nichos' de mercado- la idea sería concebir y distribuir contenidos de industrias europeas en checo por ejemplo- a los que estas grandes multinacionales no lleguen.

Apostar económicamente por la diversidad cultural se dice, asegura también la formación del usuario en nuevas tecnologías, lo que favorece el desarrollo de la educación a distancia o la demanda a las PYMES de contenidos de calidad especializados. La diversidad cultural en la Sociedad de la Información tiene aspiraciones aún más altas; se afirma que favorecerá la cohesión social y mejorará la calidad de vida y el medioambiente.

El problema de todas estas ideas es que no son más que justificaciones que intentan matizar el claro objetivo economicista con apuntes culturales y sociales: cohesión social, integración de regiones desfavorecidas, educación del ciudadano europeo... El propio objetivo estratégico planteado para los próximos diez años pre-

tende dar solución a la eterna paradoja europea entre diversidad e identidad cultural a partir del desarrollo de una industria de contenidos (individualizados y específicos).

Es claro entonces, que estamos hablando de 'industria' y no de identidad. De un sector industrial con un enorme crecimiento económico que encuentra en la diversidad cultural el requisito indispensable para su desarrollo. El patrimonio cultural europeo se ha convertido en diferencia comparativa de la industria de contenidos europea en los mercados internacionales.

También, tenemos que hablar de 'consumidor' y no de usuario de nuevas tecnologías. Las políticas de formación tecnológica como el e- Europa, o el IST buscan cualificar al ciudadano para que demande contenidos de calidad especializados, de forma que ayude a diversificar el mercado europeo tremendamente fragmentado (el tejido industrial básico está en las PYMES que gracias a las nuevas tecnologías aspiran a establecerse en Intranets).

Por todo, es claro que el objetivo real de la UE no es potenciar y consolidar la identidad cultural, que debería afianzarse a través de políticas educativas y culturales que fomentaran procesos de socialización y formación no contaminados por una visión industrial, sino que el objetivo vuelve a ser económico con una máscara culturalizante.

Empleo

La economía basada en el conocimiento- objetivo estratégico de la UE para la próxima década- pretende solucionar uno de los problemas europeos más acuciantes: el desempleo. Actualmente, en Europa hay 20 millones de parados y alto porcentaje de esta cifra corresponde a personas mayores y a paro femenino. Además existen en la Comunidad importantes desequilibrios regionales, ya que hay zonas donde el desempleo se ha convertido en un problema endémico- como es el caso del área mediterránea.

La relación del desempleo, como un gran problema estructural de Europa, y la industria de contenidos como solución única, no es explícita ni directa en ninguno de los documentos analizados pero esto no quita, que esté fuertemente vinculada (relación causa- efecto) de forma implícita por dos razones:

1. En los documentos de política audiovisual no aparecen cifras absolutas del desempleo, lo que impide que hasta las previsiones más optimistas como los 4 millones en el sector de contenidos que aparece en programas como el e-content quede contrastadas por los 20 millones totales.

2. El sector audiovisual es la única propuesta que hace la Unión a esta preocupación, es decir no hay ninguna otra línea de actuación que complemente los casi 5 millones trescientos mil puestos de trabajo que suponen las previsiones más optimistas para todo el sector de contenidos en los próximos cinco años. De esta manera, la Presidencia del Consejo se llevaba las manos a la cabeza al afirmar en Lisboa que cómo era posible hablar de desempleo si existían en Europa puestos de trabajo (relacionados con el sector industrial de contenidos) que estaban desocupados- lo que no se ha abordado es la naturaleza y el número de estos puestos).

El problema del desempleo al que da solución estas políticas tienen unas características muy definidas. Programas como el IST, e- Europe, El Media Plus... intentan formar a profesionales que satisfagan las necesi-

dades de la Sociedad de la Información. Se buscan individuos con una amplia formación académica y tecnológica que han de mantener constantemente, a los que se les ofrecen trabajos con una buena remuneración económica. Este perfil responde al concepto de Castells de trabajador cualificado, y encierra una forma de exclusión intrínseca, la de aquel trabajador, el operario, que no va a recibir una formación permanente en nuevas tecnologías. Esta exclusión es inherente al concepto de Sociedad de la Información pero el discurso predominante culpabiliza de forma individual al operario "que no aprovecha las posibilidades de formación que le ofrecen las nuevas tecnologías que nos igualan a todos porque no quiere". La eficacia de este discurso se explica por varias razones:

- Culpabilizar de una situación estructural al individuo hace opaca la dimensión que este tiene porque acerca el horizonte e impide ver la trascendencia; además, esta argumentación tiene éxito porque la lógica social actual es profundamente individualista.

- No se tiene en cuenta el contexto en el que se desenvuelve el operario cuya formación básica ya está cubierta pero cuya formación tecnológica es mínima y desfasada.

- La Sociedad de la Información está regida por una lógica de mercado que tiende a aumentar de forma espectacular las diferencias sociales.

En definitiva, las políticas europeas (barnizadas socialmente) no dan respuesta al paro verdaderamente preocupante y estructural que afecta a casi 15 millones de 'operarios' europeos, solamente centrándose en dar empleo a individuos que sí son rentables económicamente y que serán los únicos que se conviertan en verdaderos ciudadanos de la Sociedad de la Información.

Algunas conclusiones

Se ha intentado desenmascarar algunos de los lugares comunes del discurso de la UE que beben de un supuesto carácter socializante pero que en realidad tienen mucho más de discurso neoliberal de lo que aparentan. Esta tendencia es común a otros documentos oficiales de Organizaciones Internacionales relacionadas también con establecimiento de las bases económicas y por extensión políticas, sociales culturales... de la Sociedad Global de la Información.

Hemos ido viendo que los contenidos tienen una importancia estratégica para el desarrollo de una Sociedad de la Información que se supone 'igual para todos'. Es una sociedad idílica donde no existen diferencias sociales y los ciudadanos son individuos interconectados a escala planetaria en una situación de armonía y respeto. Este sueño pasa por alto las circunstancias reales y cotidianas que condicionan la entrada a este paraíso al que sólo se tiene acceso si se cumplen una serie de requisitos económicos.

Así, la 'la educación permanente' es indispensable para ser ciudadano de esta sociedad virtual, por lo que aquel que no pueda formarse (por razones económicas, estrato social, inquietudes personales, situación familiar...) se convierte en ciudadano de segunda al que le están vedados las grandes ventajas de un 'Estado del Bienestar Mejorado'.

Este objetivo de la UE niega las complejas relaciones actuales entre lo público y lo privado y la tendencia al Estado Mínimo. La aspiración de las políticas es conseguir que el estado sea solamente regulador por lo que el protagonismo queda en manos empresariales y la perspectiva economicista se asume políticamente. Esto está también implícito en la idea europea de 'Mercado Único con regulación estable y transnacional' que veladamente oculta procesos de desregulación ya que suponen bajar al mínimo el rasero regulador de políticas de contenido. Todo esto implica que los gobiernos no satisfacen las necesidades e intereses de sus ciudadanos por muchos propósitos de enmienda que se hagan.

El concepto de cultura que habíamos intuido poner entre paréntesis para señalar que la función social que ésta tiene estaba siendo sustituida por lo económico, puede ser cambiado por otros muchos conceptos que están siendo también hilvanados por el hilo económico.

Así, las tan cacareadas 'diversidad cultural' o la 'identidad europea' han dejado de pertenecer al imaginario colectivo para convertirse en diferencia comparativa de los contenidos audiovisuales y digitales europeos en los mercados internacionales.

Todo esto, si se consigue mantener la 'pluralidad' cultural, la informativa, la identitaria continental en un entorno donde los procesos de concentración de propiedad son tan fuertes que acabarán por imponer una o dos voces hegemónicas y monocordes que negaran la propia existencia de la diferencia.

También conceptos como la 'innovación' y la 'creatividad' ya no son defendidos porque sean un derecho del individuo sino porque pueden convertirse en ventaja económica para la industria de contenidos que está falta de cerebros creadores.

Por todo esto, la cultura, la creatividad, la defensa de los Derechos, la identidad y otras nociones como la formación o la investigación están siendo puestas entre paréntesis y como excusa, como máscara que ha perdido su sentido real y su valor en la sociedad.

Hemos argumentado que todo esto ha sido asumido por la Unión Europea, el problema es que si los objetivos son estrictamente económicos y se abandonan la dimensión cultural, ¿cómo se pretende solucionar entonces el problema de la identidad? Y, ¿qué pasa con los más de quince millones de parados europeos que no existen para la nueva reglamentación del empleo? ¿Cómo se puede hablar de protección social o de integración si el papel del Estado tiende a desaparecer? ¿Qué es una Sociedad Global sin clases ante una realidad en la que se habla ya de un Cuarto Mundo?...