

*El espacio audiovisual europeo
ante el desafío de la era digital: dinámicas y políticas*

Javier **MORENO**



*El espacio audiovisual europeo
ante el desafío de la era digital: dinámicas y políticas*

Javier **MORENO**

Introducción

A partir de 1993, en Europa podemos hablar de un nuevo escenario político económico en el que se desarrolla el Espacio Europeo del Audiovisual. En éste se dan cita una serie de dinámicas como: convergencia intensiva; internacionalización del mercado; revolución tecnológica digital; transnacionalización del mercado televisivo; concentración exacerbada.

La Comisión Europea, en este contexto, propone como retos estratégicos para la industria audiovisual el desarrollo de la competencia en un mercado audiovisual abierto y la integración de sus estructuras, el desarrollo de la creatividad y de la identidad cultural europea y, por último, el crecimiento económico y la creación de empleo (Sierra, 2002: 53-54).

Pero las políticas que la Unión Europea pone en funcionamiento para el logro de estos retos están centradas en los aspectos económicos y técnicos, relegando a un segundo plano los aspectos culturales, configurándose así más como políticas industriales que como políticas de comunicación.

Asistimos a la configuración de un entorno marcado por rápidos cambios, por nuevos actores y por la consolidación de nuevas formas de televisión. Un contexto de convergencia que se ha presentado como el ámbito propicio para la creación de empleo y el crecimiento económico, pero que, con los datos empíricos recogidos en los distintos anuarios estadísticos sobre el audiovisual, no parece arrojar conclusiones tan optimistas.

La entrada de la televisión digital y sus consecuencias para el sector audiovisual; la llegada y la consolidación del cable y el satélite; la crisis de los sectores públicos de radiodifusión; las dinámicas desreguladoras de las políticas públicas audiovisuales engendradas por la Unión Europea; las medidas tomadas a fin de desarrollar el sector audiovisual europeo de cara al norteamericano; etcétera. Todas estas características conforman el nuevo panorama audiovisual, que analizaremos en las siguientes páginas.

Para la elaboración del trabajo hemos tomado como referencia los documentos elaborados por la Unión Europea en lo relativo a políticas audiovisuales así como a los informes y datos elaborados por distintas instituciones estadísticas (OEA, CSA, SGAE, etc.). Estos datos nos permiten aproximarnos a la situación actual del audiovisual en Europa. A partir de los informes y documentos de la UE hemos analizado las políticas que las autoridades europeas ponen sobre la mesa a la hora de intervenir en el terreno audiovisual comunitario (programas como el Media Plus o la Directiva Televisión Sin Fronteras entrarían en este ámbito).

La situación del audiovisual en Europa

El panorama audiovisual europeo ha sufrido importantes cambios en los últimos años. La progresiva introducción y consolidación de las nuevas formas de televisión (cable, satélite, etc.) ha llevado a redefinir el marco en el que se desarrolla el espacio audiovisual comunitario. En Europa, el modelo dominante elegido para el desarrollo de estos nuevos formatos es el de la televisión de pago, lo que resulta especialmente interesante, ya que se «*confirma la consolidación de un «pagar por ver» impensable hace unos años, y considerado un atentado contra el derecho del espectador a ver en abierto*» (SGAE, 2001: 346).

A comienzos del Siglo XXI, la televisión digital, ya sea por satélite, por cable o terrestre, se ha convertido en la vía de expansión de la oferta televisiva. Según el IDATE, el número de hogares que pueden recibir la nueva oferta televisiva de origen digital ha pasado de 10,2 millones a finales de 1999 a más de 14 millones a finales del año 2000.

4 Crecimiento de la televisión digital en Europa (en millones)

Fuente: IDATE

| tv digital (hogares) | 1999 | 2000 | 2001 |
|----------------------|------|------|------|
| Digital STB | 13,0 | 26,6 | 44,4 |
| IDTV | 1,3 | 2,0 | 3,6 |
| Digital TV | 14,1 | 28,4 | 47,0 |
| Digital / TV | 9,6 | 19,1 | 31,2 |

4 Crecimiento de suscriptores a la televisión de pago en Europa (en millones)

Fuente: IDATE

| tv de pago (suscriptores) | 1999 | 2000 | 2001 |
|---------------------------|------|------|------|
| al cable | 45,3 | 46,1 | 27,7 |
| a TVT | 5,1 | 5,8 | 7,1 |
| al satélite | 11,2 | 13,3 | 15,8 |
| total suscriptores | 61,5 | 65,3 | 68,9 |

Entre los miembros de la Unión Europea se percibe un desigual desarrollo en la implantación de estos servicios, por ejemplo, en lo relativo al cable y siguiendo con los datos de IDATE de finales de 1999, hay un profundo contraste entre países nada o apenas cableados (Grecia e Italia) y países muy cableados (Holanda con un 89,7% de hogares cableados o Bélgica con un 80,6%). Lo mismo ocurre con la implantación de antenas receptoras de la señal satélite, que ocupa altas tasas de penetración en países como Austria o Reino Unido (con un 37,9% y con un 32,4% de hogares recibiendo televisión por satélite respectivamente), datos que contrastan con el 6,3% de España.

Aparte del tradicional medio televisivo por ondas terrestres, el cable es desde lejos, el interconector de ancho de banda más utilizado en Europa. Sirva a título de ejemplo que en Europa, casi 84 de los 148 millones de hogares han pasado por el cable, percibiéndose anualmente un aumento del 5,7% desde 1995. En el campo del cable, el control del mercado por parte de pocas empresas confirma las dinámicas monopolísticas en el ámbito de los nuevos medios. En Europa, los grandes operadores de cabledistribución son filiales de grupos como Bertelsmann o Havas, ya conocidos por sus propiedades en medios audiovisuales y escritos (Giordano/Zeller, 1999: 49).

Otra de las transformaciones que afectan al espacio audiovisual comunitario es la relativa al lanzamiento de la Televisión Digital Terrestre (TDT) que está previsto sustituya a la televisión analógica antes del 2015 (2012 en España). La TDT abre nuevas posibilidades con la multiplicación de canales y servicios a la industria de proveedores de contenido así como a la industria de equipos digitales, además ofrece una oferta de servicios basados en Internet que se une a la de televisión. Pero donde mejor se ven los "beneficios" de la TDT es en el hecho que supone la renovación de todos los aparatos de televisión, cuestión muy atractiva para los industriales dedicados a la fabricación de éstos.

Analizaremos estos índices y la evolución del ámbito audiovisual tomando a España y a Francia como ejemplo para ilustrar las transformaciones por las que atraviesa el sector:

1. - España presenta una oferta de canales que se puede resumir en: cuatro canales nacionales, dos públicos (TVE1 y TVE2) y dos privados (Antena 3, Tele 5), de difusión en abierto; un canal de pago (Canal +) que alterna emisión en abierto y emisión codificada; once canales autonómicos públicos; un nuevo canal nacional de TTD (Quiero), que ha quebrado recientemente, más dos concesiones en noviembre del 2000 a los canales Net TV y a Veo TV, aparte de las emisiones de La Otra y Onda 6 (Madrid); dos plataformas de televisión digital por satélite (Canal Satélite Digital y Vía Digital); de 400 a 650 estaciones locales de televisión; 39 operadores de cable, los cuales se reparten entre Telefónica (con un pacto con el grupo Prisa) y las sociedades privadas AOC y ONO. De la oferta de servicios difundidos por satélite, solo hay siete canales con estatus público, TVC satel.lit (Corporación Catalana de Radio y Televisión) y los seis canales de cine pertenecientes a TVE Temática (que se oferta con Vía Digital) de un total de más de 80 (Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual).

2. - Francia presenta: seis canales de servicio público (France 2, France 3, La Cinquième, ARTE France) de los cuales uno es de cobertura regional (TV5) y otro destinado hacia el extranjero (RFO); dos canales privados gratuitos de difusión nacional (M6 y TF1); 70 canales privados de pago (destaca Canal + que alterna programación en abierto); 4 canales locales hertzianos; 56 canales locales por cable; 3 plataformas digitales (ABSat, TPS y CanalSatellite); 12 estaciones locales en los departamentos y territorios de ultramar; 15 operadores de cable. De la oferta de servicios difundidos por satélite, solo cinco tienen estatus público, de un total de más de 90 (Fuentes: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel; Observatorio Europeo del Audiovisual).

En España, por una parte se han consolidado durante el año 2000 el abono a las ofertas de televisión digital como las plataformas Canal Satélite y Vía Digital, en proceso de fusión, aunque sin llegar a índices de rentabilidad estables. Por otra parte, nos encontramos con la situación de quiebra financiera y desaparición a la que se enfrenta la plataforma de TDT Quiero. Con los datos disponibles en el OEA, se puede decir que en España y Francia el número de hogares equipados con antenas de recepción de satélite o con un abono a las redes de cable ha crecido de manera gradual, aunque sin superar en ninguno de los dos casos más de un 20% de los hogares totales. Un hecho que destaca en el panorama audiovisual de estos dos países es que la introducción de los servicios de satélite en Francia y España es mucho mayor que la de los servicios de cable.

La televisión de pago ha calado hondamente en Francia donde "el tercio de hogares franceses que están abonados a la televisión de pago (la mayoría a Canal+) gastan ahora tanto por sus abonos como el conjunto de los hogares por sus compras de material audiovisual" (CSA, 2001: 7).

A pesar del crecimiento del número de canales en las nuevas modalidades de televisión, sus índices de difusión y de audiencia así como sus cifras de negocios siguen siendo todavía bajos en comparación con los canales de la red hertziana, habida cuenta de lo fragmentado de su oferta. Sin embargo, los canales hertzianos, con una financiación importante proveniente de la publicidad, van perdiendo terreno económico frente al crecimiento de estas nuevas modalidades.

En el campo de la televisión por satélite, el retrato de la industria española y francesa es el siguiente:

1. - En España, existen dos plataformas de satélite digitales en proceso de fusión: Canal Satélite Digital (creado en 1995 y ligada al grupo PRISA) y Vía Digital (creado en 1997 y parte de Telefónica Media). Ambas plataformas están ligadas de alguna forma a los canales hertzianos privados, que recibieron las concesiones de explotación de la televisión privada por satélite, una muestra más de cómo las empresas que operan en el mundo mediático tienden a ser un pequeño grupo que controla la mayor parte del espectro audiovisual (aparte de otros dominios mediáticos). En el año 2000, CSD supera el millón de abonados (quizás gracias a su oferta de eventos deportivos que llegó a protagonizar uno de los episodios de la "Guerra de las Plataformas") y Vía Digital ronda los seiscientos mil. Sin embargo, el sector del satélite ha demostrado escasa rentabilidad, valga como ejemplo la situación financieramente negativa que arrastra Vía Digital (334 millones de euros de pérdidas en 2001) o los pocos beneficios de CSD (2,3 millones de euros).

2. - En Francia las plataformas de satélite digital son tres: ABSat (1996), CanalSatellite y TPS (1996). A finales del año 2000 sumaban entre las tres más de dos millones setecientos mil abonados, siendo CanalSatellite (correlato francés de CSD) la plataforma con mayor cifra de negocios. CanalSatellite pasó de facturar 186 millones de euros en 1997 a 348 millones de euros en 1998, le sigue TPS que con 166 millones de euros experimentó un crecimiento de un 364% con respecto a la facturación de 1997 y en último lugar aparece ABSat que facturó en 1998 aproximadamente veinticuatro millones de euros.

La oferta de televisión por satélite se va justificando cada vez más como un medio destinado a saturar los canales de cable por parte de los grupos mediáticos controladores de ambas modalidades de televisión. En el caso español observamos como la unión de CSD y VD supone abre la puerta a la saturación del cable en países de habla castellana por medio de los canales de Sogecable y de las redes de Telefónica en América Latina.

En el ámbito de la televisión por cable, en España encontramos 39 operadores de cable, existiendo 43 demarcaciones (algunas están desiertas), mientras en Francia el número de operadores es de 15. El cable en España ha adolecido de un lento crecimiento debido, entre otras razones, a las cuantiosas inversiones y a los complejos trámites que supone cablear una ciudad, esto da lugar a un ritmo de crecimiento de abonados muy lento, como se aprecia en el siguiente cuadro.

↳ Abonados a ONO y a AOC

Fuente: SGAE

| | dic. 1999 | dic. 2000 | dic. 2001 |
|-----|-----------|-----------|-----------|
| AOC | 100.000 | 250.000 | 460.000 |
| ONO | 40.639 | 168.237 | 338.826 |

El paisaje del cable en España contempla dos redes paralelas: una para Telefónica y otra en régimen de concesión a sociedades privadas. Las sociedades privadas en régimen de competencia con Telefónica giran en torno a los grupos ONO y AOC. En cuanto a la estructura empresarial, las empresas ligadas a AOC están relacionadas a sociedades vinculadas a Retevisión, o lo que es lo mismo, al conglomerado AUNA (principalmente Telecom Italia, Unión Fenosa, Endesa y BSCH), por su parte, ONO está fuertemente vinculada al BSCH, también presente en AOC, y al grupo Spaincom, un grupo de corporaciones financieras norteamericanas. Ambas sociedades privadas de cable intentaron en 1999 que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones impusiera una moratoria a Telefónica debido a su posición de ventaja, moratoria que no se concedió. Por su parte, Telefónica llegó a un acuerdo con el grupo Prisa para *"establecer el primer operador de televisión por cable (Cablevision) en condiciones de casi monopolio al poder estar presente en todas las demarcaciones"* (Giordano/Zeller, 1999: 89-90). Lo que cabría preguntarse en el sector de la televisión por cable en España es dónde queda el ámbito de actuación de la radiotelevisión pública en este mercado emergente.

En lo relativo a la TDT, en España su fecha de lanzamiento fue mayo de 2000 y se calculaba un número de once multiplexes (frecuencia múltiple de cuatro o cinco canales codificados por operador) a repartir entre: los grupos privados ya existentes, un nuevo operador privado, RTVE y cada una de las televisiones autonómicas. El gobierno adjudicó licencias para Quiero TV (Retevisión, del holding Auna), para Veo TV (Grupo Recoletos) y para Net TV (Grupo Correo). La comunidad de Madrid recibe emisiones de La Otra, de propiedad pública, y Onda 6, de explotación privada (ligada al Grupo Correo).

La adjudicación de las licencias para la explotación de los nuevos canales de cable, satélite y TDT está también bajo la influencia de los grupos privados de comunicación, los cuales imponen sus intereses por medio de presiones y exigencias. La concentración de licencias y de capital, apoyadas y permitidas por las políticas reguladoras de las instituciones europeas, es lo que caracteriza el desarrollo de estas nuevas formas de televisión.

Asistimos a la reducción progresiva de agentes en el sector de la comunicación. Grandes grupos como Telefónica, PRISA, Grupo Correo, Auna o Grupo Recoletos controlan, aparte de los tradicionales canales de televisión, las nuevas ofertas de televisión por cable, por satélite y digital terrestre así como los principales medios escritos y radiofónicos. La estructura accionarial de estos grupos contiene importantes grupos financieros como el BBVA y el BSCH, así como conexiones internacionales con los principales grupos mediáticos internacionales como RTL, Vivendi o Mediaset. La dinámica convergente de grupos financieros y grupos de comunicación se ve completada por la entrada en el reparto de la tarta de sectores industriales como Endesa o Unión Fenosa.

Ante esta radiografía empresarial del sector, dominada por los clásicos grupos mediáticos y financieros españoles, la oferta digital se termina equiparando a la de la televisión privada, aceptable en términos comerciales pero muy negativa para la posibilidad de innovación en los contenidos, así como cerrada al pluralismo emisor, ya que se encuentra de lleno imbuida en el proceso homogeneizador a escala mundial de las emisiones de televisión (Giordano/Zeller, 1999: 107).

- La crisis de la radiodifusión

Según informes del Observatorio Audiovisual Europeo, las pérdidas netas del conjunto de empresas de televisión de la Unión Europea han sobrepasado 1,5 millardos de euros en el 2000. Con la excepción de los canales privados financiados por la publicidad, todos los otros tipos de canales de televisión son globalmente deficitarios. Nueve sistemas nacionales de televisión sobre 15 eran deficitarios en el año 2000.

Estos datos reflejan el pago que esta realizando el sector audiovisual europeo por el paso a lo digital y el incremento de la competencia en el mercado de programas. Si en el período 1997/2000, los ingresos con tasas de crecimiento más elevados han sido, por un lado la telecompra (38,7%) y por otro lado el abono (22,8%), los ingresos públicos (canon, subvenciones...) destinados a las empresas de radiotelevisión públicas han conocido un incremento de tan sólo un 3,3%. Por su parte los ingresos comerciales han aumentado a un ritmo del 11,6%.

Esta situación negativa afecta a todos los sectores de la industria audiovisual empezando por los canales privados, pasando por los canales de pago y las plataformas digitales y terminando en los organismos públicos de radiotelevisión:

1. - Crisis en los canales privados: si las empresas privadas financiadas por publicidad son las únicas que escapan al déficit generalizado, esto se ha debido al fuerte crecimiento del mercado publicitario en los años 1997-2000. Pero esta cifra positiva ha sido sacudida por la depresión del mercado publicitario en el año 2001, a partir de la cual las cifras de negocios de los principales grupos privados han frenado bruscamente. Por ejemplo, la cifra de negocios publicitarios de TF1 ha experimentado una bajada del 4,7 por ciento y la del grupo Carlton PLC un 23,4%.

2. - Crisis en las plataformas digitales: a pesar de que las principales empresas del sector no publican periódicamente sus cuentas detalladas, se puede decir que las pérdidas netas anuales han pasado de 252 millones de euros en 1997 a 1,7 millardos de euros en el año 2000. Ante esta situación, la quiebra (caso de Quiero TV) o las fusiones son las salidas presentadas a esta crisis, abriendo la puerta a la concentración del mercado. Véase a título de ejemplo el caso de CSD y VD y las declaraciones de Polanco en *El País* (10/mayo/2002) afirmando que la única opción para evitar el desastre de VD es la fusión de ambas plataformas.

3. - Crisis en los canales de pago y temáticos: estos han pasado de una situación equilibrada a mediados de los 90 a pérdidas en 1998. Su margen de beneficios global era del -4,29% en 1998, de -0,97 en 1999 y de -2,8 en el año 2000.

4. - Crisis de los organismos públicos de radiotelevisión: estos organismos públicos europeos presentan distintas formas de financiación que van desde el canon, todavía fuente principal en algunos países, hasta el progresivo aumento de los ingresos comerciales, pasando por subvenciones, créditos garantizados o, como en los Países Bajos, directamente por el sistema impositivo general.

El ritmo de crecimiento de las empresas públicas es notablemente inferior al de los canales privados. Las pérdidas no paran de aumentar, si en 1998 eran de 193 millones de euros, en el año 2000 son ya de 578 millones. Los organismos públicos de Alemania, España, Finlandia e Irlanda han experimentado importantes pérdidas.

Otro índice que muestra cómo la televisión pública va cediendo terreno a los imperativos empresariales es la comparación entre la importancia de sus ingresos comerciales y la de sus ingresos públicos. En Europa, por tónica general, los ingresos comerciales en los organismos públicos de radiotelevisión se mantienen por debajo del 50%, aunque se observa un crecimiento generalizado de este porcentaje desde hace unos años. Sin embargo, se dan casos de organismos públicos cuyos ingresos comerciales son desde lejos la forma principal de financiación. El Channel 4 inglés percibe la totalidad de sus ingresos de fuentes comerciales (publicidad, venta de programas y televisión de pago). En RTVE, en la RAI (Italia) y en la ORF (Austria), los ingresos comerciales ocupan la posición predominante en detrimento de los públicos.

Partiendo de los datos del OEA, la evolución de los recursos consolidados de financiación de los organismos públicos de radiotelevisión en España y Francia (donde el canon es una fuente importante) es significativa: RTVE arrastra un importante déficit económico y ha ido perdiendo capacidad financiera de forma paulatina, si en 1993 recibió 750 millones de euros, en 1998 esta cifra había bajado hasta 641 millones (solo la televisión pública portuguesa presenta peores resultados). Las pérdidas de RTVE han alcanzado los 637 millones de euros en el año 2000. En contraste, en Francia los cuatro canales públicos de difusión nacional han visto aumentar sus ingresos desde 1993 de manera más o menos gradual, sin embargo, llegado 1998 se observan bajadas en los recursos de todas ellas.

En España, vemos como RTVE, que ya era ejemplo de televisión pública financiada mayoritariamente por publicidad, ha experimentado un aumento de la financiación proveniente de los ingresos comerciales (publicidad, venta de programas, patrocinio, etc.), que en 1998 le suponía el 77,6% de los ingresos frente al 11,5% proveniente de los recursos públicos. Es destacable en este sentido el retroceso que sufrió la financiación pública para RTVE entre los años 96 y 97, año en que pasó de suponer el 24% de los ingresos del organismo al 13%.

En Francia, si analizamos los canales TF2 y TF3 se evidencia que TF2 está mucho más orientado a los ingresos comerciales (57% de sus ingresos en 1998) aunque todavía sin llegar al nivel español. Esto contrasta con los ingresos públicos del organismo TF3, que se mantienen todavía por encima del 60% (64,1% en 1998).

La financiación de un canal público es una decisión que debe ser adoptada desde el campo político ya que los contenidos de los programas vendrán condicionados por el tipo de financiación. De momento en España predomina este modelo de televisión comercial que poco puede considerarse un servicio que responda a las necesidades reales de los ciudadanos. Es más, la adopción del modelo de televisión comercial como táctica en la carrera por la obtención de la máxima audiencia ha demostrado su inutilidad en RTVE.

Una de las consecuencias de la crisis que viven los organismos de radiotelevisión europeos es la reducción del número de trabajadores en plantilla, medida encaminada a contener la pérdida de dinero en el sector público debida a su mala gestión. Los datos que arroja el OEA informan de que el empleo en los organismos de radiotelevisión de servicio público de la Unión Europea ha descendido un 5,6% desde 1994. Este descenso en el número de empleados es especialmente significativo en cadenas como la RTBF de Bélgica donde el descenso llega al 35% con respecto a la situación de 1994. En España se observa un descenso en RTVE del 2%, aunque en las autonómicas el empleo aumenta en cómputo general. La otra cara de la moneda la encontramos en Francia, donde hay aumentos significativos del empleo en el sector. Esta situación de incertidumbre contrasta con el número de efectivos permanentes de algunos grupos privados del sector mediático, que ha ido aumen-

tando paulatinamente, como por ejemplo del grupo Canal +, que pasa de 2084 empleados en 1994 a 3816 en 1998.

↳ Ingresos y gastos de RTVE (en millones de euros)

* Teniendo en cuenta gastos e ingresos extraordinarios

Fuente: OEA

| | 1996. | 1997 | 1998. |
|----------------------|---------|---------|---------|
| ingresos públicos | 142,7 | 70,7 | 74,0 |
| ingresos comerciales | 452,9 | 466,3 | 497,5 |
| gastos | 1.438,1 | 1.578,8 | 1.333,8 |
| déficit | -771,9 | -869,3 | -705,2 |

↳ Ingresos comerciales y públicos de France 2 y de France 3

(en millones de francos)

Fuente: CSA

| | 1999 | 2000 | 2001 | |
|-----------------|----------------------|---------|---------|---------|
| France 2 | ingresos públicos | 2.588 | 3.382 | 3.798 |
| | ingresos comerciales | 2.728 | 2.338,7 | 2.253,4 |
| France 3 | ingresos públicos | 3.543 | 4.086,9 | 4.725,4 |
| | ingresos comerciales | 2.350,3 | 2.114,5 | 1.862,8 |

En Europa las televisiones públicas vienen compitiendo desde hace tiempo con las privadas por la publicidad, lo que ha traído como consecuencia la homogeneización de la oferta de programas. A esto ahora se le suma otro problema para las televisiones públicas y es que los nuevos soportes (cable y satélite) le comen el terreno ofreciendo programas de calidad. Los organismos de radiotelevisión pública están gestando una crisis que puede estallar definitivamente si estos no realizan el despegue tecnológico que le haga superar la situación de incertidumbre e inactividad en el campo de la televisión digital con respecto a la televisión privada (Bustamante, 1999). Para poder adaptarse a un ambiente particularmente movido, el sector público debería tener independencia económica y política.

Desde distintos sectores se viene apuntando la necesidad de introducir a los organismos públicos de radiotelevisión en la carrera de lo digital: *"en el contexto de la era digital, para que la televisión digital no se convierta en un simple soporte de publicidad y de comercio electrónico, la televisión pública (referencia de calidad y garantía de pluralismo) debe permanecer en el mundo digital como vector de cohesión social"* (UER, 2000a: 1). Ahora bien, para poder subirse al carro de lo digital, el sector público necesita unas condiciones técnicas y jurídicas específicas así como una financiación fuerte para hacer frente a los elevados costes que

ello supone, superando la penuria financiera que ha marcado los últimos años. Como señala C. Belot, *"hay que aprovechar la oportunidad, puede que la última para el sector público, de coger el tren digital y en particular de desarrollar servicios interactivos múltiples"* (Belot, 2000: 43).

Para Bernard Münch (ex secretario general de la UER), los desafíos a los que tendrá que hacer frente la radiodifusión de servicio público durante la próxima década son: el cuasimonopolio de los decodificadores, una reglamentación obsoleta sobre financiación que impide el desarrollo de nuevos servicios y la ampliación de presiones políticas de cara a confinar a las radiodifusores públicos a un papel de complementariedad al lado del poderoso sector privado.

- Concentración empresarial en el contexto de la convergencia

Debido a la necesidad de enormes inversiones, la televisión digital tiende a la concentración, *"el proceso de concentración del capital de la industria audiovisual y de transnacionalización de las emisiones televisivas ha encontrado su principal reclamo en la llamada televisión digital"* (Giordano/Zeller, 1999: 113). Según el OEA, el año 1999 y el inicio del 2000 han sido caracterizados por la continuación de las dinámicas de gigantismo.

En España, destaca la guerra de las plataformas digitales y su posterior proyecto de fusión. Lo que en principio era un debate sobre la creación de un *"monopolio o un duopolio en la televisión por satélite"* (Giordano/Zeller, 1999: 118), tras el anuncio de fusión de Canal Satélite y de Vía Digital llega a su resolución con la creación del monopolio de hecho, liderado por quienes ya controlan los medios audiovisuales y las telecomunicaciones. Un proyecto que dará lugar al operador líder en España de la televisión de pago con acceso a 2,5 millones de hogares. El acuerdo tomado por las empresas debe ser sometido a las autoridades de defensa de la competencia de la Unión Europea y de España. Por su parte, el gobierno español ha reaccionado *"respetando las decisiones empresariales"* (El Mundo, 10/Mayo/02), aunque, como recordó en El Mundo la ministra Birulés, Telefónica se convertiría en socia de dos cadenas concesionarias (Antena 3 y Canal +), situación que la deja fuera de la ley.

En el cable, Telefónica y su privilegio de poseer una de las dos franquicias en cada una de las áreas elegidas para establecer redes de cable entra en contradicción con la directiva de la UE de 1999 en la que se considera incompatible la explotación de infraestructuras de cable y de telecomunicaciones por una misma empresa, por estorbar el desarrollo de la libre competencia. Además, *"el sistema de cable español está concentrado en torno a los principales grupos mediáticos ya hegemónicos en la televisión privada y por satélite (Grupo Z -Antena 3 y Prisa -Canal +), Telefónica y algunos de los principales bancos del país (Santander, BCH)"* (Giordano/Zeller, 1999: 100). Estos mismos grupos mediáticos están unidos a grupos como Bertelsmann, Vivendi o Kirch, lo que ejemplifica las pocas "familias" que se reparten la amplia tarta del sector bajo el techo de la globalización.

Por otra parte, el aumento de capitales americanos en el cable francés señalado por el Consejo Superior del Audiovisual a inicios del 1999, revela que las redes de cable se convierten en una apuesta estratégica como consecuencia de la anticipación para los operadores privados del proceso de convergencia entre telefonía, Internet y televisión. En Francia, destacan los datos que apuntan a la concentración que se desarrolla en el

sector del cable y el satélite donde las cinco primeras empresas controlan el 64% del volumen de negocios y el 41% de los empleados en el sector.

En conclusión, asistimos a una serie de megafusiones cuyo proceso no llega sin embargo siempre a buen término, ya sea por restricciones impuestas por las instancias de reglamentación (no parece ser este el caso del monopolio en la televisión por satélite española), ya sea porque las evoluciones financieras o industriales conducen a uno de los actores a parar la fusión o la absorción anunciada.

En todo caso, el papel de poner freno a la monopolización del espectro audiovisual está en manos de las autoridades europeas y de la elaboración de políticas culturales.

Política audiovisual de la Unión Europea

Con los datos recopilados hasta ahora, dibujamos un sector audiovisual que destaca por sus importantes cifras de negocios, caracterizado por el desarrollo de las ofertas de televisión digital, sujeto a dinámicas de concentración del capital, con importantes efectivos empleados, un sector que se puede considerar como clave en la economía. Por ello, los organismos europeos han desarrollado una amplia labor de elaboración de políticas audiovisuales destinada a intervenir en este ámbito. Unas políticas en las que se producen un cambio de normativas sobre televisión por cable y por satélite así como nuevas orientaciones desreguladoras de los subsistemas públicos de radio y televisión (Giordano/Zeller, 1999: 41, 119).

Para resumir la dirección que siguen las políticas de la UE en materia audiovisual podemos decir que éstas tienen como estrategia coordinar las legislaciones nacionales a fin de (COMISIÓN EUROPEA, 1998: 19):

- Favorecer la oferta de servicios audiovisuales y su libre circulación en el seno de la Unión.
- Desarrollar una infraestructura de comunicación europea moderna capaz de asegurar la posición económica de la Unión Europea y su competitividad en el mercado mundial.
- Promover el desarrollo del mercado publicitario audiovisual y de programas audiovisuales europeos.
- Hacer crecer la producción y la distribución de obras europeas con el objetivo de promover las industrias culturales nacionales.
- Ofrecer nuevas posibilidades que permitan a los profesionales y a los sectores del mundo cultural a dar rienda suelta a su creatividad.

Para ello, los dos ejes principales y complementarios son:

- A) Cuadro jurídico de referencia (Directiva Televisión Sin Fronteras)
- B) Programa de apoyo financiero (programa Media).

Estas medidas, adoptadas para la creación del Espacio Audiovisual Europeo, están centradas principalmente en criterios económicos, relegando a un segundo plano los criterios culturales, formando una industria europea industrialmente competitiva más que una industria europea culturalmente diferente. Los programas como la Directiva o Media sirven para ayudar a este fin, reorganizando la industria para hacerla más fuerte a escala mundial, y es que el subdesarrollo que sufre la industria europea con respecto a la estadounidense, de la cual depende en gran medida, es preocupante. El déficit europeo de intercambios audiovisuales con América del Norte alcanzó la cifra de 8,2 millardos de dólares en el 2000, y eso que la difusión de programas americanos

por los canales de televisión europeos ha disminuido en volumen, pero lo que no disminuyó fueron los ingresos americanos en derechos televisivos, que aumentó cerca de un 16%.

Esta imposición de los criterios técnico-económicos es el resultado de la influencia que, sobre la elaboración de las políticas audiovisuales públicas, ejercen los principales grupos multimedia europeos y que provoca que la agenda de la UE en materia audiovisual comprenda propiciar un contexto competitivo, de crecimiento y concentrado (Sierra, 2002: 20).

Reforma global de la reglamentación

Debido a los nuevos desafíos de la convergencia y a las nuevas posibilidades de la era digital, la Comisión Europea prepara una reforma global de la reglamentación en materia de comunicación así como la reforma de la Directiva Televisión Sin Fronteras. Para asentar estas dinámicas de cambio de regulación sectorial en las conciencias europeas se lleva a cabo un proceso de legitimación que pone en juego la retórica política para la instauración de este nuevo modelo, haciendo hincapié en los *"imperativos y obligaciones de la unificación y en los imperativos de la competitividad internacional"* (Brenac, 1994: 19).

En esta línea legitimadora, el nuevo marco regulador se plantea en términos de respeto a las empresas y de creación de un mercado competitivo que atraiga inversiones y favorezca el crecimiento, pero que a la vez debe ser apto para garantizar el pluralismo de opinión y la diversidad de contenidos. De lo que se trata, como bien dice el Libro Verde sobre la Convergencia, es de *«allanar el camino para la elaboración de un entorno reglamentario adecuado que facilite el aprovechamiento pleno de las oportunidades que ofrece la Sociedad de la Información, en interés de Europa y sus ciudadanos, en los albores del siglo XXI»*.

Esta reforma global se plantea con la necesidad de un cuadro jurídico apropiado para favorecer la competencia, la innovación y las inversiones de las empresas, sobre todo en los nuevos servicios, y para estimular el desarrollo del comercio electrónico. Para ello, y para que la reforma sea efectiva la Comisión propone la creación de una instancia de regulación a escala europea, así como la uniformación de las autoridades de regulación nacionales y su coordinación con la UE. Si bien estas autoridades nacionales deben tener independencia, las medidas propuestas por éstas deben pasar por la decisión final de la Comisión. Este papel centralizador de la Comisión Europea con respecto a las competencias de los Estados miembros se refleja en la declaración de Syros Pappas (director general de la Dirección General X) *«con la explosión de los servicios transmitidos por cable y por satélite, transfronterizos por su propia naturaleza, la soberanía nacional en materia de radiodifusión perdía toda su pertinencia»* (Comisión Europea, 1998: 13). Surge entonces la polémica de si lo que ejerce la Comisión Europea es más control que regulación, poniendo en cuestión el papel de los Estados miembros en la estructura comunitaria y el principio de subsidiariedad.

Reforma también de la DTSE, que trataremos más adelante, cuya necesidad se justifica por la modificación del panorama audiovisual que acompaña a las nuevas tecnologías y del que se esperan nuevas exigencias en materia de pluralismo, de publicidad, de juventud, etcétera.

En el informe Bangemann se insiste sobre la necesidad de romper con las prácticas pasadas y caminar hacia la liberalización rápida del sector de las telecomunicaciones, reforma pues en el dominio de las telecomunicaciones. La Comisión ha propuesto la creación de cinco directivas: directiva cuadro, con una reglamenta-

ción común para las redes y servicios de comunicación electrónicos; directiva relativa al acceso a las redes, servicios e infraestructuras; relativa a la autorización de servicios y redes; relativa al servicio universal de esos servicios; relativa a la protección de datos. También se propone un nuevo reglamento destinado a reemplazar el cuadro jurídico en vigor en el dominio de las telecomunicaciones.

En el contexto de la convergencia, las autoridades europeas se encuentran con el problema de que las instituciones encargadas de vigilar los medios y aquellas que controlan las concentraciones se aproximan, llegando incluso hasta a unirse. Para llenar este vacío legal se proponen desde el OEA varias alternativas como ampliar el derecho sobre concentraciones o la creación de una instancia de ámbito europeo dotada de un conjunto global de competencias que se encargue de proteger el pluralismo de opinión.

Ante la magnitud de reformas, la UER (Unión Europea de Radiodifusores) propone prestar una atención particular en lo relativo al acceso de los consumidores al contenido (garantía de acceso universal a ciertos contenidos) así como al acceso de los proveedores de contenido a las redes y a las pasarelas, garantizando la interoperabilidad. También apunta al peligro que entraña una integración vertical para el pluralismo y la competencia.

La normalización legislativa y la integración jurídica propuestas por la Unión Europea denotan en realidad la falta de interés por elaborar y aplicar políticas más allá de las establecidas por el libre juego del mercado. Se prima la modernización industrial europea sobre otros objetivos como la defensa del pluralismo o la difusión de las lenguas y las culturas minoritarias (Sierra, 2002: 18, 25).

- Directiva Televisión Sin Fronteras

Acompañando a la reforma global de la reglamentación, aparece la reforma de la Directiva Televisión Sin Fronteras. Esta reforma se justifica por los cambios profundos que está experimentando el sector audiovisual, sobre todo con la introducción de la tecnología digital y con el desarrollo de Internet. Las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología digital supone nuevos retos en materia de publicidad o de promoción de obras europeas que la Directiva, una vez reformada, ha de tener en cuenta.

Esta revisión está prevista que concluya a finales del 2002 y para facilitar el trabajo se están elaborando tres estudios concretos sobre la Directiva. El primer estudio evaluará la eficacia de las cuotas de nacionalidad en comparación con otras medidas, el segundo analizará los cambios tecnológicos y de mercado en el sector y el tercero abordará las nuevas técnicas de publicidad. También se están llevando a cabo una serie de estudios y coloquios públicos entre responsables y estudiosos de la industria audiovisual europea.

De cara a esta revisión de la Directiva, la UER ha ejercido y está ejerciendo presión para que ésta se haga en términos más favorables a sus intereses. Uno de los principales problemas con los que se enfrentan los miembros de la UER es la complejidad que presenta la definición de obra europea contenida en la Directiva. Para la UER, es necesario presentar esta definición con más claridad. Por otra parte rechazan de plano una reformulación de la Directiva donde se creen obligaciones suplementarias en el sistema de cuotas, ya que *«haría mas pesada la carga administrativa y recortaría la autonomía de los radiodifusores en materia de programas»* (UER, 2001: 2).

Con respecto a la definición de producción independiente también existen reticencias por parte de la UER, porque los productores, aunque no pertenezcan directamente a un organismo de radiodifusión, están ligados a grupos mediáticos que tienen intereses en los diferentes eslabones del conjunto de valores audiovisuales. Pero si se elimina a estos productores como productores independientes podría hacerse difícil para los radiodifusores de algunos Estados cumplir con las cuotas de producción independiente. Por otro lado, los radiodifusores independientes, como los servicios públicos de radiodifusión, que no pertenecen a estos grupos mediáticos, cada vez encuentran más dificultad para competir con éstos. Ante esta problemática lo que propone la UER es ir más allá de la relación productor/radiodifusor en la definición de productor independiente, definición considerada demasiado estrecha incluso por la misma Comisión, la cual finalmente delega en los Estados miembros lo que debe ser un productor independiente.

De todas formas, con el actual panorama de la industria audiovisual y con los grupos privados cada vez más concentrados se hace difícil que esta modificación de la Directiva se aparte del camino de la libre competencia y adopte posturas favorables al aumento del pluralismo o a la diversidad cultural.

En la actualidad, y paralelamente al proceso de revisión de la Directiva, también se debate en torno a los últimos informes sobre la aplicación de la Directiva entre 1997 y 2000. Sendos informes presentados ante la Comisión, el Consejo y el Parlamento europeos hacen una valoración positiva en general.

Con respecto al cumplimiento de los artículos referidos a las cuotas de obras europeas e independientes, se puede decir que ha sido cumplido casi sin excepción por todos los Estados miembros (salvo Portugal). Destaca el hecho de que algunos países han adoptado cuotas más estrictas que las propuestas por la Directiva aunque no hay que olvidar que la DTSF sólo tiene el poder de aconsejar el cumplimiento de los artículos. Esto último, unido a que en países como España se ha demorado al máximo el inicio de la adopción de las cuotas recomendadas, refleja el poder que ejercen los grupos privados de comunicación a la hora de influir en la elaboración y en la adopción de las políticas audiovisuales tanto a escala europea como nacional.

Si tomamos como ejemplo la adopción de las cuotas en España, Francia y Reino Unido observamos como los canales distribuidos por cable y por satélites son los que más problemas tienen a la hora de cumplir lo establecido. Destaca la declaración pública en la que se afirma que los canales especializados por satélite no tienen por que ajustarse a estas cuotas porque *"no van a estar todo el tiempo pasando películas de Jacques Tati"* (Collins, 1994). Estos canales alegan una serie de razones, como las relativas a su novedad, a su carácter temático, a la dificultad de encontrar obras cinematográficas de gran presupuesto y europeas para los canales de cine, a su estatus de filial de otra empresa de un país tercero, etcétera.

Ahora bien, las cuotas de pantallas de obras europeas y nacionales se resuelven inútiles cuando, debido a los procesos de concentración de capital en la industria audiovisual, los principales grupos audiovisuales europeos no son completamente europeos (Giordano/Zeller, 1999: 49).

- Las políticas e instrumentos de ayuda al sector audiovisual: el programa Media

En el curso de los cinco últimos años, la financiación pública directa en materia de producción y de distribución cinematográfica y audiovisual ha sido reforzada en el conjunto de países miembros de la UE (10% en el

año 2000), ya sea por el impulso de medidas de política estratégica o por el aumento de los ingresos fiscales en los diversos segmentos del mercado.

Los comunicados de prensa del OEA apuntan al hecho de que asistimos a una diversificación creciente de las políticas e instrumentos de ayuda. Diversificación de las fuentes de financiación de los fondos de ayuda; de la paleta de programas de ayuda a la producción y a la distribución; de los instrumentos políticos para el desarrollo de las industrias nacionales y europeas del cine (fondos de garantía, ventajas fiscales, etcétera). Este desarrollo se encuadra dentro de la lógica de la importancia creciente de los mecanismos de ayuda a las empresas en la política global. *“En los años futuros, la inversión pública en materia de mecanismos de ayuda a las empresas de la cual se podrán beneficiar las sociedades de producción y distribución cinematográfica y audiovisual pasará probablemente, en términos financieros, las fuentes tradicionales de financiación directa.»* (OEA, 2001a).

- Media Plus

Es el segundo vértice de la política audiovisual después de la Directiva TSF. El programa Media Plus (2001-2005), que coge el relevo de los programas Media I y Media II, se divide en dos campos de acción: el estímulo al desarrollo, la distribución y la promoción de obras audiovisuales (dotado con 350 millones de euros); y el estímulo a la formación de profesionales de la industria europea (dotado con 50 millones de euros).

Los objetivos del programa de formación son: incentivar a los profesionales a desarrollar su experiencia a escala europea; asegurar una red eficaz y durable de centros de formación y de empresas interesadas por este tipo de formación a escala europea.

Por otra parte, los objetivos del programa de desarrollo, distribución y promoción son: facilitar la producción de obras de creación como filmes de ficción, documentales y obras de animación, con el fin de evitar una dominación del mercado por los programas importados, en particular los americanos.

A la hora de formular las condiciones en que debería desarrollarse el programa, surgieron una serie de disputas entre países, como la relativa al montante financiero que dotaría al programa. Países como Reino Unido o Alemania consideraban excesivo el presupuesto de 400 millones de euros, mientras otros países, como Irlanda; España o Italia deseaban un presupuesto superior al finalmente impuesto (Guillame, 2000: 10-11).

Otro punto polémico es el relativo a que el máximo de ayuda sea del 50% del coste de la producción, ya que países donde los ingresos de explotación en salas no sean fuertes quedarían aislados de este tipo de programas.

Entrando ya en el punto relativo a las insuficiencias del programa, una vez constatada la precaria situación de la industria audiovisual europea y su necesidad de ayuda, se llega a la conclusión de que el programa Media Plus no puede responder solo a este tipo de desafíos, es demasiado débil y además no debería ser su vocación la de sustituir los programas nacionales de ayuda. El programa Media Plus toma una serie de medidas que no tienen sentido aisladas de una política global cuya finalidad debe ser precisada. El apoyo al audiovisual debe ser extendido a diversos niveles: comunitario, nacional y regional. Si lo que la Comisión pretende con el

programa Media Plus es sustituir las ayudas nacionales al cine, el resultado puede ser catastrófico (Guillame, 2000).

Si bien el programa es útil, éste puede ser mejorado. Se hace imprescindible aumentar su partida financiera ya que, en el contexto de la «ofensiva norteamericana» contra las ayudas nacionales al cine, las propuestas de la Comisión Europea en ayudas al cine están lejos de ser útiles. Es necesario igualmente dejar a los Estados miembros sostener la producción.

Sirva como ejemplo de esta necesidad de desarrollo las declaraciones de Veronique Cayla, miembro del Consejo Superior Audiovisual francés, que afirma que no ha habido todavía un verdadero mercado europeo de la producción audiovisual a pesar de los programas propuestos en la Unión Europea, y que los programas americanos constituyen, de hecho, el verdadero denominado común cultural del paisaje audiovisual europeo. (Comisión Europea, 1998: 85)

Conclusión

Se ha ido configurando un Escenario Audiovisual Europeo a partir de las medidas que las instituciones europeas han puesto en juego para su creación y marcado por la revolución tecnológica digital.

En el período actual, donde toma fuerza la televisión digital y sus servicios de televisión por cable, por satélite o digital terrestre, se va consolidando la dinámica de pagar por ver a la vez que se va devaluando el servicio público de radiotelevisión.

Si la progresiva consolidación de los servicios digitales es un hecho evidente, igual de evidente es el atraso que con respecto a esta tecnología están protagonizando los organismos públicos de radiotelevisión europeos. A esto se añade el aferramiento al modelo de televisión comercial que ha llevado a organismos como RTVE a recortar plantilla e incluso a tener el fantasma de la privatización sobre él.

¿Debe ser éste el verdadero papel de los organismos públicos de radiotelevisión?, esperemos que no. Pero para superar la crisis es necesaria la predisposición de las autoridades europeas a elaborar políticas de comunicación verdaderamente protectoras del audiovisual como servicio público.

Ahora bien, si las políticas que emanen de la Unión Europea van a seguir siendo el resultado de las influencias de los lobbys de los grandes grupos de comunicación europeos y sigan favoreciendo unos procesos de concentración que están llegando a unos niveles más que preocupantes no hay nada que hacer.

La lógica industrial se va imponiendo sobre los aspectos culturales a fin de conseguir un mercado competitivo que pueda equipararse al estadounidense. Sin embargo, lo industrialmente competitivo está resultando ser lo culturalmente vacío, teniendo además en cuenta que los procesos de concentración del capital traspasan las fronteras europeas y afecta a la mayoría de los grupos privados audiovisuales.

Ya hemos visto cómo el servicio público se va quedando fuera del ámbito digital, la labor está ahora en procurar que la televisión pública tenga un sitio en la configuración de la Sociedad Europea de la Información.

Bibliografía

- BELOT**, Claude (2000): *L'audiovisuel public en danger*, París: Editorial Senat.
- BRENAC**, Edith (1994): «Les remises en cause du modèle de service public dans les télécommunications en Europe. Le politique dans la régulation sectorielle», en *Réseaux*, número 66, París : Hermès.
- BURGELMAN**, Jean-Claude (1996) *Á la conquête électronique de la toison d'or ou la mise en place des contenus et des services sur les autoroutes de l'information*, en *Réseaux*, número 78, París: Hermès.
- BUSTAMANTE**, Enrique (2000): *La televisión económica*, Barcelona: Gedisa.
- COLLINS**, Richard (1998): «Les politiques audiovisuelles européennes du Royaume-Uni et de la France», en *Réseaux*, número 87, París: Hermès.
- COMISIÓN EUROPEA** (1998) *L'evolution du paysage audiovisuel en Europe Central depuis 1989*, Bruselas : CECA-CE-CEEA.
- CRUSAFÓN**, Carmina (1999) *El nuevo enfoque de la política audiovisual de la Unión Europea 1994-1998*, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 15, La laguna, Tenerife.
- DOCUMENTACION FRANCESA** (2001): *Indicateurs statistiques de l'audiovisuel*, París: Documentación Francesa.
- GIORDANO**, Eduardo y **ZELLER**, Carlos (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Barcelona: Icaria.
- GUILLAUME** , François (2000) *Media Plus et la défense de la diversité culturelle*, París : Asssemblée Nationale.
- INA, CSA, CNC, SJTIC** (1999) *Indicateurs statistiques de l'audiovisuel : cinéma télévision, vidéo. 1998*, París : La Documentación francesa.
- McGONAGLE**, Tarlach (2001) *¿El cuadro reglamentario en vigor en materia de televisión es aplicable a los nuevos medios?*, Estrasburgo : OEA.
- MIÈGE**, Bernard (2000) *Les industries du contenu face a l'ordre informationel*, Grenoble : PUG.
- MORAGAS y SPÀ**, Miquel y **PRADO**, Emili *Repensar la televisión en el contexto digital*, en Portal de la Comunicación : UAB.
- OEA** (2000): *Annuaire statistique*, Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.
- (2001a): *Le financement des films européens : Hausse moyenne de 10% du financement public direct à la production cinématographique et audiovisuelle dans les pays de l'Union Européenne en 2000*, Estrasburgo : Comunicados de Prensa.
- (2002) *Le déséquilibre des échanges audiovisuels entre l'Amerique du Nord et L'Europe ne cesse de s'aggraver*, Estrasburgo : Comunicados de Prensa.

- (2002b) *El déficit europeo de radiodifusión no para de agravarse desde 1998*, Estrasburgo : Comunicados de Prensa.
- (2002c) *La situación financiera de los organismos públicos de radiotelevisión en Europa tiende a degradarse*, Estrasburgo : Comunicados de Prensa.
- (2002d) *¿Quién controla los radiodifusores?*, Estrasburgo : Comunicados de Prensa.
- PALZER**, Carmen y **HILGER**, Carolina (2001) *La vigilancia de los medios en el inicio del Siglo XXI : organización y competencias de las autoridades de vigilancia bajo el signo de la convergencia*, Estrasburgo : OEA.
- SCHEUER**, Alexander y **STROTHMANN**, Peter (2002) *La vigilancia de los medios en el inicio del Siglo XXI : ¿cuáles deben ser las obligaciones de una regulación en materia de radiodifusión, telecomunicaciones y de concentraciones*, Estrasburgo : OEA.
- SGAE** (2001): *Anuario SGAE 2001*, Madrid: Fundación Autor.
- SIERRA**, Francisco (2002): *Bases de la política audiovisual europea*, Sevilla: Mergablum.
- SIMON**, Jean-Paul (1994): *Vers une réglementation européenne unifiée*, en *Reseaux*, número 66, París: Hermès.
- UER** (2000a): *Le modèle européen de la télévision*, Bruselas : UER.
- (2000b) *Commentaires de l'UER sur les propositions de directives de la Commission européenne portant réexamen du cadre réglementaire des communications*, Bruselas : UER.
- (2001) *Commentaires de l'UER sur le document de travail des services de la Commission relatif à certains aspects juridiques liés aux œuvres cinématographiques et autres œuvres audiovisuelles*, Bruselas : UER.

Internet

- CENTRO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA:
www.cnc.fr
- CONSEJO SUPERIOR DEL AUDIOVISUAL:
www.csa.fr
- OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL:
www.obs.coe.int
- PORTAL DE COMUNICACIÓN
www.portalcomunicación.com
- REVISTA RESEAUX
www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/