



Dossiê Especial

Economia da Cultura, Cinema e Sociedade

I - Espaço e identidades

Projeto selecionado pelo Programa Cultura e Pensamento 2006
Seleção Pública de Projetos Editoriais de Debates em Periódicos Eletrônicos

Alexandre Barbalho

José Manuel Moreno

Anita Simis

Martín Becerra

Carlos Leal

Rodrigo Garcia

Celina Alvetti

Sérgio Capparelli

César Bolaño

Sérgio Muniz

David Montero

Sunny Yoon

Graciela Presas

Suzy Santos

Guillermo Mastrini

Patrocínio :



Realização :



**Ministério
da Cultura**

Co-realização :



**Ministério
da Educação**

**Eptic On Line - Dossiê Especial Cultura e Pensamento,
Economia da Cultura, Cinema e Sociedade
Vol. I - Espaço e Identidades, nov. 2006**

SUMÁRIO

4. Expediente

6. Apresentação

Entrevista

9. Sergio Muniz, uma trajetória.

Anita Simis

Debate

21. A indústria cinematográfica no Mercosul: economia, cultura e integração.

César Bolaño e José Manuel Moreno

35. La concentración de las industrias de la comunicación en América Latina; el reto de una integración económica continental.

Guillermo Mastrini e Martín Becerra

62. Asians in Hollywood: Globalization or localization.

Sunny Yoon

72. La estrategia del caracol. Un breve recorrido por la cooperación cinematográfica de la UE con otras regiones.

David Montero Sánchez e José Manuel Moreno

96. “Ceará, terra da luz”. Idéias e políticas para um pólo regional de cinema.

Alexandre Barbalho

109. Cinema em Curitiba: Indústria Cultural - Identidade Cultural.

Graciela Presas e Celina Alvetti

121. Televisão aberta alavancando o cinema: parceria entre conteúdo nacional e distribuição estrangeira.

Suzy dos Santos e Sérgio Capparelli

Pesquisa

141. Festivais Brasileiros de Cinema.

Rodrigo Garcia V. Braz

Crítica

151. Hollywood eats Bollywood.

Carlos Leal

Resenha/Nota de Leitura

153. Elsaesser, T. (coord.), Harun Farocki. Working on the Sight-Lines.

David Montero

La estrategia del caracol. Un breve recorrido por la cooperación cinematográfica de la UE con otras regiones.

David Montero Sánchez⁴⁸

José Manuel Moreno Domínguez⁴⁹

El presente trabajo defiende la idea de que la política audiovisual europea debe aprender a mirar hacia fuera, replanteando necesariamente sus relaciones externas, ya que hasta el momento ha buscado definir su identidad conforme a una serie de condicionantes que pudiesen hacerla competitiva frente a la estadounidense, ignorando de este modo que el nuevo imaginario cultural (internacional-popular) impone nuevos espacios de cooperación e intercambio de productos que superan las actuales fronteras nacionales y regionales.

En esta vuelta de tuerca, reclamamos para la Unión Europea no sólo el papel de potencia económica competitiva frente a los Estados Unidos, sino también el ejercicio de una función de liderazgo en la defensa por la diversidad cultural de nuestras pantallas. Dicho ejercicio pasa necesariamente por fortalecer las políticas nacionales de cultura, así como por avanzar en procesos de integración y cooperación interregionales, donde la industria cinematográfica puede jugar un papel esencial. En este artículo, llevaremos a cabo una evaluación de los programas de cooperación audiovisual que la UE mantiene hoy en día con otras regiones del planeta, un espacio aún por desarrollar, lastrado por todo tipo de condicionantes e intereses, pero que ofrece una salida viable y un complemento necesario e interesante a su política proteccionista.

⁴⁸ Universidad de Bath, Inglaterra.

⁴⁹ Universidad de Sevilla, España.

Si un fenómeno ha preparado el terreno de la globalización, ése ha sido el cine. Pero ahora aparece un nuevo peligro que es el de la uniformación, y en el cine eso significa la desaparición de todo lo que no sea el lenguaje de Hollywood (por cierto, cada vez más pobre, descafeinado y estéril). La libertad de mercado se confunde con la libertad de media docena de compañías americano-japonesas para dominar el mercado cinematográfico mundial.

Jorge Sánchez,

Presidente de la Asociación Nacional de Productores Independientes de México

1. Introducción

En los últimos años nuestras sociedades están sufriendo un sensible cambio propiciado por las transformaciones sociales que han generado el desarrollo de las nuevas tecnologías y la internacionalización de los mercados y las transacciones financieras. Esta nueva “sociedad global” ha levantado un amplio debate sobre los aspectos culturales que se mueven en dos lógicas aparentemente contradictorias: la de una homogeneización cada vez mayor como principal elemento favorable de cara a los intereses de las empresas transnacionales que comercian con ellos y, al mismo tiempo, la diversificación de identidades a través de un proceso de recuperación territorial y reconstrucción de rasgos y valores comunes tradicionales.

Una dualidad que no es ajena a los intereses del mercado sino más bien, como sostiene el francés Armand Mattelart, que reproduce su funcionamiento:

A quienes sostienen que el mundo es ya un mercado único, se oponen quienes piensan que el mercado mundial sigue trabajando simultáneamente por lógicas de globalización y lógicas de desmasificación generalizada. Todo esto estimula la búsqueda de segmentos transnacionales, es decir grandes conjuntos de individuos que comparten, por encima de sus fronteras nacionales, condiciones de vida, sistemas de valores, de prioridades, de gustos, de normas, en una palabra mentalidades socio-culturales. (MATTELART, 1995:76).

Más allá de planteamientos unívocos, lo que sí parece evidente es que esta dinámica de globalización y regionalización simultánea ha desencadenado nuevos espacios de integración que mezclan en sus relaciones, al mismo tiempo que se oponen y complementan, aspectos e intereses sociales, políticos, económicos y culturales. Por esta misma razón, cualquiera de las problemáticas que nos interese analizar debe ser abordada desde planteamientos metodológicos que no se ciñan a las naciones sino a espacios más amplios que

son en los que se está generando el proceso de globalización económica y tecnológica, lo que el sociólogo brasileño Renato ORTIZ (1994) denomina como *cultura internacional-popular*.

El reconocimiento de esta cultura mundializada según Ortiz, hace hincapié, por un lado, en el imaginario común, en el universo simbólico específico que el siglo XX nos ha deparado (en el que el cine y la televisión han jugado un papel primordial) y, por otro, en la convivencia de este universo con otras visiones del mundo entre las que se establecen jerarquías, conflictos, acomodaciones, readaptaciones, etc. Por tanto, entendemos que, si bien los aspectos culturales han sido desplazados a un segundo plano en beneficio de los intereses económicos, son éstos los que están determinando en gran medida la orientación y el desarrollo de nuevas formas de agrupación social.

En esta interacción de lo internacional con lo popular han jugado un papel fundamental los medios de comunicación de masas, que no sólo están imponiendo nuevos valores y formas culturales sino que, al mismo tiempo, están transformando los sistemas de producción de la cultura. De este modo, lo que han venido a llamarse como industrias culturales cobran un papel determinante en la configuración de estos nuevos “imaginarios mundializados” que como señala Miguel de Moragas hacen inseparables ya los aspectos culturales de las políticas de comunicación:

En sociedades como la europea apenas es posible referirse a algún aspecto de las políticas culturales que pueda interpretarse de forma autónoma respecto de las políticas de comunicación. Ante estos cambios ambas políticas convergen en un sector concreto: el sector audiovisual (el cine y la televisión) que pasa a ser considerado sector “prioritario”, no sólo de la cultura sino también de la economía y de las tecnologías. (MORAGAS, 1996: 57).

Por otro lado, tanto la forma de operar de estas nuevas industrias culturales apoyadas en el uso de las nuevas tecnologías (a través de empresas transnacionales y de discursos universales como el lenguaje de la imagen), como la disolución de las fronteras del estado-nación a la hora de establecer políticas y controlar los procesos de liberalización de las telecomunicaciones o los tratados de libre comercio, han dado lugar a un periodo donde los procesos de integración y de cooperación regional han ido aumentando de forma notable y relevante en el contexto mundial. En este sentido, algunos de estos nuevos espacios de integración como la UE, el MERCOSUR o el TLC, que ya se han dotado de instancias

supranacionales que regulan sus diferentes formas de cooperar, mantienen debates abiertos sobre la necesidad de establecer mayores vínculos y unos estrechamientos más profundos de sus políticas culturales, entre las que la del audiovisual, como se ha mencionado, se encuentra a la cabeza. Ya no sólo por los aspectos simbólicos y de construcción de identidades que éstos deparan sino porque se han convertido en un importante factor económico y social como demuestra el hecho de que los productos audiovisuales sean actualmente en EEUU la segunda materia que más ingresos genera en concepto de exportación.

Otros datos interesantes a este respecto son las cifras globales de volumen de negocios dentro del sector de la cultura que hablan de un incremento casi exponencial en los últimos veinte años, pasando de los 47.800 millones de \$ de 1980 a los más de 350.000 millones del año 2000 (UNESCO, 2004). Si bien el 80% de este comercio se realiza en los países más desarrollados, hay que resaltar que algunas de las pocas estadísticas que se refieren a este ámbito en países menos desarrollados económicamente hablan de cifras nada despreciables, como los 20.000 millones correspondientes al movimiento de capital de la industria audiovisual latinoamericana sólo en el año 2000 o el volumen de negocio que genera un país como la India que produce más de 800 largometrajes anuales, una cifra bastante superior a la de los Estados Unidos (MUKHERJEE, 2003).

No es de extrañar, por tanto, que el debate sobre la liberalización del comercio de bienes culturales, especialmente los del audiovisual, haya constituido una de las discusiones más importantes dentro de la nueva configuración de la Organización Mundial del Comercio. La posición que tanto Europa (encabezada por Francia) como otras regiones menos desarrolladas (especialmente India y América Latina) han adoptado para impedir que dichos servicios se consideren simples bienes comerciales y, por el contrario, pasen a disfrutar de condiciones especiales por sus cualidades simbólicas y de movilización de imaginarios culturales supone, en cierto modo, un fuerte varapalo en el proceso de liberalización total y de consolidación de la ley del más fuerte iniciado por esta organización. Además, como señala esclarecedoramente Omar López Olarte (2004: 4), “los contenidos audiovisuales tienen un carácter público que contribuye a la difusión de la identidad colectiva y a la diversidad, lo que les da una dimensión social que está por encima de la de otros bienes y servicios”.

En este sentido, la importancia económica, pero también cultural y social en general de estos sectores ha comenzado a ser enfatizada incluso por los organismos financieros de diferentes regiones. Así, por ejemplo, la oficina europea del Banco Interamericano de

Desarrollo (BID) destacaba en un reciente informe que “la diversidad cultural no sólo forma parte del patrimonio de la región que es preciso preservar, sino que también constituye un factor fundamental de desarrollo económico y social. Su consolidación es la base de los intercambios pacíficos en el interior de los países y puede llegar a convertirse en uno de los pilares del afianzamiento de las democracias de la región”. (Citado por BUSTAMANTE, 1999).

Siguiendo dicha lógica, y en concordancia con la concepción que determina la diversidad cultural como un valor que debe preservarse como han compartido la UE y otras regiones en la última Cumbre Mundial de la UNESCO, podemos pensar en la industria audiovisual como en un espacio privilegiado de cooperación para el desarrollo. Además, la convergencia entre desarrollo económico e interés cultural que se produce en este campo, lo transforma en un ámbito ideal de acción. Sin embargo, como veremos, hasta la fecha las políticas y los escasos programas que la UE ha puesto en marcha en este sentido han estado lastrados por intereses geopolíticos diversos, así como fuertemente unidos a objetivos políticos y económicos de la propia Unión, lo que ha supuesto no sólo una oportunidad perdida para establecer programas de cooperación externa exitosos, sino también que se hayan ignorado soluciones efectivas para algunos de los problemas de la industria audiovisual europea.

2. Pensando en una nueva política audiovisual desde Europa

Si nos centramos en el caso europeo⁵⁰, sin duda la experiencia de integración de mayor calado y trayectoria histórica hasta el momento, encontramos precisamente una coyuntura actual en la que la necesidad de apertura y reconocimiento de nuevos espacios de cooperación emergen de forma continua y manifiesta. Así, tanto desde las instancias políticas correspondientes como desde los propios intereses generados por las nuevas dinámicas transnacionales de los mercados se reconoce la necesidad de actuar a un nivel global como forma de respuesta a demandas concretas y como única vía para garantizar la conservación de expresiones culturales autóctonas.

⁵⁰ El antropólogo Néstor GARCÍA CANCLINI (1996) se refiere a la integración europea como a “un laboratorio de ensayo del mayor interés” ya que se trata de “la más radical experiencia de articulación entre globalización y regionalización, que ha dado lugar a un vasto debate en el que se han elaborado decisiones y acuerdos para coordinar los sistemas educativos, las industrias culturales, la administración y circulación de bienes y los conocimientos” citado en la introducción al libro *Culturas en Globalización*, Nueva Sociedad: Caracas.

Una buena prueba de este cambio de perspectiva la encontramos en las palabras de la Comisaria de Educación y Cultura de la UE, Vivianne Reding, cuando durante la celebración del Festival Internacional de Cine de Cannes 2003, en la jornada dedicada al cine europeo, hacía referencia a estas nuevas relaciones como eje central de su discurso en el que destacaba el papel que la Unión debe jugar a partir de ahora en relación con otras cinematografías.

El respeto y la promoción de la diversidad cultural, el respeto y la promoción de cada cultura, no son objetivos exclusivamente europeos, sino valores comunes al mundo entero. Sin embargo, hace falta organizarse no sólo para preservar la capacidad creativa de cada sociedad sino también para promover intercambios entre los países y regiones. No existe diversidad cultural sin intercambio. Y esos intercambios deben estar mejor equilibrados (...). En África, en América Latina, en el Mediterráneo, en Asia y también en la Europa del Este las películas son difíciles de financiar y distribuir, incluso dentro de los mercados nacionales y no digamos a nivel internacional (...). Hace falta hacer más. (REDING, 2003).

Al contrario de lo que pudiese parecer, este cambio de orientación no se aleja de la idea que había prevalecido históricamente en la UE, la de preservar y construir un mercado interno efectivo y autosuficiente para los productos audiovisuales europeos, sino que implícitamente reconoce la necesidad de definir espacios de acción global en los que dichos productos puedan convivir en dinámicas de intercambio con los de otros actores, más allá de la lógica del mercado internacional que los amenaza. Lo que nos lleva a afirmar que esta nueva estrategia de acercamiento amplía las políticas comunicativas establecidas por la Unión a lo largo de las dos últimas décadas, en las que se había embarcado en un proceso de “europeización” de su espacio audiovisual que frenaba en gran medida el contacto con otras cinematografías, perjudicando de esta forma el establecimiento desde lo audiovisual de un diálogo cultural enriquecedor y diverso.

En este sentido, los esfuerzos principales de las autoridades europeas estuvieron destinados a contrarrestar lo que se ha dado en llamar la “dominación norteamericana”, concentrando la acción en dos vertientes. Por un lado, el establecimiento de políticas proteccionistas a escala nacional y, por otro, la creación de un espacio audiovisual auténticamente común, donde los productos del sector pudiesen encontrar en todo el territorio de la Unión las condiciones idóneas para minimizar la influencia creciente de la pujante industria audiovisual norteamericana.

Sin embargo, una evaluación rápida de los resultados logrados hasta la fecha por estas medidas no nos permite ser demasiado optimistas al respecto y nos revela, que si bien se ha

conseguido estabilizar en muchos países una considerable producción nacional (tanto en cine como en televisión), la circulación y difusión de obras europeas en el interior del continente sigue siendo especialmente baja, incluso nula como ocurre en algunos países importantes como el Reino Unido. Así lo confirma un estudio realizado por el director del Observatorio Audiovisual Europeo, André Lange (2004) donde alerta sobre algunos signos de deterioro de la industria como la crisis financiera de muchas empresas especializadas en la producción de ficción televisiva o la incapacidad de sectores independientes para garantizar su participación en un mercado cada vez más integrado verticalmente donde sólo se invierte en productos que garanticen previamente una rentabilidad considerable. Según un estudio del propio Observatorio, la presencia de películas norteamericanas en las salas de cine europeas alcanza cotas de hasta el 70% en la mayoría de los países miembros, mientras que la producción propia se ha mantenido estable, apoyada por los programas de subvenciones y con el objetivo claro de evitar que el mercado ponga en peligro la supervivencia de algunas industrias nacionales. Por tanto, podemos afirmar que en términos generales la industria audiovisual europea en su propio territorio sigue siendo preocupantemente débil frente a la norteamericana.

En este contexto, es posible observar que la situación de desequilibrio comercial respecto a los Estados Unidos en lo que se refiere a productos audiovisuales está empeorando lentamente, ascendiendo el déficit europeo en este sentido a un total 8.2 billones de dólares en 2000. Sólo en lo que respecta al cine, las principales compañías de distribución norteamericanas vieron incrementarse sus ingresos en Europa en un 1.7% entre 1999 y 2000, de \$1721 m. a \$1750 m., mientras que las magras exportaciones europeas al inaccesible mercado norteamericano disminuían en un 3%, hasta alcanzar un total de \$ 827 m., de los que \$691 m. corresponden a películas británicas de fácil exportación al mercado norteamericano por estar rodadas en inglés y utilizar con frecuencia actores estadounidenses.

Una situación sobre la que tendríamos que hacer un recorrido histórico para entender de forma más profunda sus causas, pero donde al menos se pueden señalar varios condicionantes:

- Un debilitamiento de la industria cinematográfica europea tras las consecuencias económicas de la Segunda Guerra Mundial. (SORLIN, 1991)
- La consolidación definitiva del sistema de producción en cadena de Hollywood que, gracias al propio mercado interno de los EEUU, permitió abaratar los costes y, por tanto,

hacer productos competitivos de cara a su exportación, al tiempo que se blindaba el mercado norteamericano ante cualquier posible intento de competencia extranjera.

- La diversidad de situaciones que regían el desarrollo de las industrias nacionales europeas (ancladas en muchos casos en sus propias fragmentaciones y contradicciones internas de intereses políticos, culturales y lingüísticos), donde además no se compartían criterios de regulación, aplicaciones tecnológicas o facilidades para el intercambio de productos audiovisuales.
- Por último, la desintegración del sistema europeo de servicio público propiciada por el desembarco masivo de productos de ficción norteamericanos (teleseries, películas, etc.) emitidos a través de los nuevos operadores privados mediatizados por un claro enfoque de rentabilidad comercial.

Estos condicionantes han provocado una situación que nos llevan a hablar de la mano de varios teóricos de un fracaso parcial en la estrategia cultural de integración de la Unión Europea (SIERRA, 2002), donde ha dominado desde el inicio la vertiente industrial y económica (CRUSAFÓN, 1998) y donde se ha evidenciado una falta de referencias culturales comunes que propiciasen una implicación popular en un nuevo modelo de organización política que venía impuesto desde instancias exclusivamente institucionales (THEILER, 2001). Al mismo tiempo, el mercado norteamericano e internacional permanece por completo bajo el control de las *majors* que, a través de procesos de integración vertical, ejercen un dominio cada vez más absoluto de las condiciones de distribución, imponiendo lo que Enrique Sánchez Ruiz (2004) ha definido como un “proteccionismo de mercado”, definiendo un panorama en el que apenas un 5-6% de la recaudación total en taquilla procede de filmes producidos fuera de Estados Unidos⁵¹.

No obstante, el dominio estadounidense del mercado cinematográfico no es una característica exclusiva del territorio europeo, sino que se reproduce en la mayoría de países del resto de continentes. Por citar algunos datos significativos, de las veinte películas más taquilleras que se vieron en el mundo⁵² entre 2000 y 2004, el 82% eran estadounidenses y el 16,3% fueron coproducciones donde participaba igualmente los Estados Unidos. Y aún como dato más impactante podemos decir que si excluyésemos la Unión Europea y tres países

⁵¹ De acuerdo con un informe publicado por “Screen Digest” (*Foreign films make advances in US*, 2005) 2004 fue el segundo mejor año de la historia para los filmes de habla no inglesa estrenados en Estados Unidos, logrando entre todos una recaudación total de \$98.3 m., de los cuales \$53.6 m. correspondieron a la película china *Hero*. Para poner estos datos en contexto, una única película no especialmente exitosa de ese mismo año, *50 First Dates*, con Adam Sandler y Drew Barrymore, alcanzó una recaudación de más de \$120 m.

⁵² Exceptuando India.

asiáticos (China, Corea del Sur y Japón) el promedio de asistentes a películas estadounidenses en los mercados domésticos se sitúa entorno al 87% del total.⁵³

Además de ser monopolizado por un solo país la industria cinematográfica se encuentra altamente concentrada por algunas grandes empresas o *majors* que aprovechando las ventajas de competir en condiciones inigualables con productos que ya han sido rentabilizados en el enorme mercado interno de los Estados Unidos, ocupan los canales de distribución y exhibición (en muchos caso pertenecientes a las mismas empresas o integrados verticalmente a ellas) de la mayoría de países del mundo. Así los ingresos de recaudación en taquilla de estas *majors* que no superan la decena llegaron en 2003 a 20,3 millones de dólares, de los cuales el 53% lo habían facturado en países foráneos. Con este control del mercado, con la inversión que se hace para las producciones, con las estrategias y el dinero destinados al marketing y la publicidad, así como con técnicas de control y presión de los canales de distribución y exhibición, es difícil imaginar industrias nacionales (especialmente de pequeños países o de zonas desfavorecidas) que puedan encontrar espacio de mercado en este ámbito.

El caso africano es quizás el más desalentador; un continente (olvidado a su suerte y ahogado por la deuda externa) donde a lo largo de los últimos noventa años se han producido únicamente algo más de 600 largometrajes⁵⁴, o donde en el año 2000 menos del 2% de sus habitantes vieron una película africana. A pesar de la disparidad de situaciones de un continente tan grande, el promedio de películas estadounidenses se sitúa por encima del 70% mientras que el cine nacional no supera un paupérrimo 3% (JOFFE Y JACKLIN, 2001). Evidentemente existen otros condicionantes económicos, lingüísticos o de la propia configuración de los mercados regionales o de la televisión sobre los que no podemos extendernos aquí, pero que sin duda, ayudarían a evaluar caso a caso este análisis.

No obstante, y a pesar de la difícil situación, el cambio de política de la UE en relación al audiovisual (anunciado por la Comisaria Reding y ratificado más tarde por la organización de seminarios para profesionales de países del sur con fondos MEDIA), parece apostar por nuevas estrategias de cooperación que fortalezcan el papel del cine como elemento articulador y facilitador de intercambios culturales, de nuevos flujos comerciales y valores estéticos y éticos que intenten contrarrestar las asimetrías de esta industria y el monopolio de algunas

⁵³ Datos citados por Omar López Olarte (2004) y extraídos del documento *World Film Market Trends*, FOCUS, 2004.

⁵⁴ Por tener una referencia, en el año 2000 la producción cinematográfica mundial fue de 3.540 películas tomado de <http://www.screendigest.com>.

grandes empresas. A pesar, como veremos a continuación, de que ya existen algunos proyectos en marcha, y de que paso a paso (como si de un caracol se tratase) la UE está invirtiendo en este sentido, hace falta –como señalaba la comisaría- hacer más, hacer mucho más, si la apuesta europea pretende crear un mundo donde la circulación de imágenes cinematográficas sea más justa y equilibrada, de tal forma que se garantice y beneficie la diversidad cultural de nuestro planeta.

Esta nueva política de cooperación, vendría a completar una estrategia de internacionalización del cine europeo que ya se inició algunos años atrás con la puesta en marcha en el año 1997 del *European Film Promotion (EFP)*, un organismo compuesto por 27 organizaciones de países europeos que financian junto con los fondos MEDIA actividades centradas en incrementar la visibilidad del cine europeo en mercados y eventos estratégicos para su promoción. Entre sus iniciativas más importantes destaca el programa “Film Sales Support”⁵⁵, que va a celebrar este año su tercera edición, y que tiene como objetivo fundamental apoyar la presencia de películas europeas en festivales internacionales que no se celebren en territorio europeo. Para ello ofrece ayudas a productores, distribuidores o agentes de ventas que quieran exponer sus catálogos o películas europeas en festivales previamente seleccionados de entre los más relevantes de Asia y América.

3. Algunos proyectos de cooperación cinematográfica de la UE con otras regiones

A la hora de realizar el análisis de los programas e iniciativas de cooperación externa en el ámbito del audiovisual hemos tomado como referencia la agrupación de países que la propia UE ha tenido en cuenta a la hora de establecer sus relaciones comerciales y estratégicas con otros países no europeos, clasificándolos en cuatro bloques (Martínez Coll, 2001): Países Mediterráneos, Países de África, del Caribe y del Pacífico (ACP), América Latina y Asia y Otros Países Desarrollados. Asimismo nuestro recorrido se limitará a los tres primeros grupos de estos bloques donde, a pesar de la complejidad de sus territorios y de la existencia de situaciones excepcionales (como es el caso de Nigeria, India, China o Japón), con más propiedad se puede hablar de la necesidad y de la puesta en marcha de programas de desarrollo en el ámbito audiovisual, dado que se trata de zonas de escasa producción

⁵⁵ Los gastos de puesta en marcha del programa son costeados, además de por los miembros del EFP, por la Secretaría para la Cultura y los Media del gobierno alemán, por el Instituto español de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), por el Film Council del Reino Unido y por el Fondo Nórdico para el Cine y la Televisión.

cinematográfica y de casi nula repercusión económica fuera de sus fronteras, a pesar de la enorme calidad y originalidad de algunas de sus obras como se reconoce en multitud de festivales internacionales.

En primer lugar, nos acercaremos a los dos únicos programas específicos de cooperación audiovisual externa puestos en marcha por la UE a lo largo de la última década: el ambicioso y escasamente dotado, “Euromed Audiovisual”, destinado a los países de la cuenca mediterránea, y el denominado “Cinema Support Programme” que pretende ayudar a paliar la difícil situación que atraviesa la industria audiovisual en la mayoría de los países ACP. Trataremos de evaluar estos programas en el contexto global de las iniciativas de cooperación de la UE para cada una de estas regiones, teniendo en cuenta los intereses geopolíticos y económicos que determinan dichas iniciativas. Igualmente, analizaremos los convenios con Asia y América Latina que comparten programas de cooperación comunes, aunque bastante deficitarios en material audiovisual.

3.1. Países del Mediterráneo

Si comenzamos por el primer bloque, podemos afirmar que el programa de cooperación externa más completo de los que la UE ha puesto en marcha hasta la fecha es “Euromed Audiovisual”, destinado a promover iniciativas de cooperación en materia audiovisual entre organizaciones europeas y aquellas que desarrollan su trabajo en los países mediterráneos asociados MEDA (Argelia, Chipre, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Malta, Marruecos, Siria, Territorios Palestinos, Túnez y Turquía.). Se trata de un proyecto ambicioso en sus objetivos, concebido sobre el papel como un primer paso hacia el establecimiento de un área audiovisual común entre la UE y la cuenca mediterránea, que sin embargo está pobremente financiado, sobre todo en comparación con la cooperación bilateral en el ámbito político y económico puestas en marcha por la UE en la zona. En líneas generales, es posible ver “Euromed Audiovisual” como un ejemplo sintomático (quizás más evidente que otros por la distancia que separa sus objetivos de sus posibilidades reales de acción) del papel secundario otorgado a la cultura en el ámbito de las relaciones externas de la UE, donde la creación de instrumentos económicos que fomenten la economía de mercado y la consolidación instituciones políticas estables se han revelado como las prioridades más importantes.

“Euromed Audiovisual” emerge del llamado Proceso de Barcelona, puesto en marcha en 1995, en un intento por facilitar co-producciones audiovisuales, mejorar los estándares de conservación del patrimonio audiovisual, compartir experiencias y conocimientos técnicos, así como fomentar en general el diálogo intercultural en general entre ambas orillas del Atlántico. La versión actualmente en funcionamiento, “Euromed Audiovisual II”, continuación de “Euromed Audiovisual I” (2000-2004), comenzó a funcionar en 2005 y está dotada con un total de 15 millones de euros, destinados principalmente a la financiación de co-producciones entre países miembros de la UE y los de la cuenca mediterránea y a la conservación de archivos audiovisuales. Además, el programa también contempla la financiación de una serie de iniciativas en los campos de formación de profesionales, distribución, exhibición y promoción del cine de los países MEDA⁵⁶.

Lo primero que debemos destacar es que, a pesar de su ambicioso articulado, en términos presupuestarios “Euromed Audiovisual II” representa un esfuerzo ínfimo, tan sólo 0.28% de los 5.350 millones de euros que entre los años 2000 y 2007 pondrá en juego el programa MEDA II⁵⁷. Además de esta cifra, MEDA II contempla también la creación por parte del Banco Europeo de Inversión de un fondo de 6.400 millones de euros destinado principalmente a promover la iniciativa privada en la zona, tanto local como procedente del extranjero, con el objetivo de facilitar la creación de una zona de libre comercio en el año 2010. Frente a este nivel de inversión en aspectos políticos y económicos, la reducción del presupuesto general de “Euromed Audiovisual II” con respecto a su antecesor, de 20 a 15 millones de euros, resulta una indicación evidente de que la cooperación audiovisual, y por extensión los programas de cooperación cultural, no se encuentran entre las prioridades de la UE en el Mediterráneo. Este hecho resulta, cuanto menos contradictorio, dado que el elemento audiovisual, el reclamo de las imágenes y el desconocimiento de una información más precisa entre los países, se señala de forma constante como uno de los elementos imprescindibles a la hora de entender el problema de la inmigración, quizás el principal desafío y prioridad de la Unión en esta área.

Además, los escasos recursos empleados por “Euromed Audiovisual II” parecen concentrarse en medidas que no se dirigen de forma evidente hacia las áreas necesitadas de una atención más urgente de cara a la rehabilitación de la industria audiovisual en los países

⁵⁶ El programa dispone de una página web en la que es posible obtener información acerca de los proyectos financiados a través del mismo: <http://www.euromedaudiovisuel.net>.

⁵⁷ El presupuesto final fue acordado entre la discrepancia de varios países, algunos de los cuales reclamaban una mayor dotación (Italia, España), mientras otros (Austria, Reino Unido) argumentaban que se trataba de una cantidad de dinero excesiva.

de la cuenca mediterránea, ignorando o abordando de forma poco eficaz problemas como la falta de canales de distribución efectivos en la mayoría de estos países, así como la escasez de escuelas de formación técnica y equipamiento⁵⁸. En este último apartado, por ejemplo, “Euromed Audiovisual II”, vistas sus carencias presupuestarias, se limita a la organización de talleres de formación puntuales que, si bien pueden resultar relativamente útiles para un número limitadísimo de profesionales, no palián la falta de centros formativos, fundamentales para el desarrollo de las industrias audiovisuales en estos países. Por el contrario, buena parte del escaso presupuesto se dedica a financiar co-producciones que, por su presupuesto (la dotación mínima destinada por “Euromed Audiovisual II” a este apartado es de 1 millón de euros por proyecto), resulten atractivas para empresas audiovisuales europeas, lo que indudablemente revierte en beneficios de imagen y prestigio para la propia Unión. Además, el proyecto sirve para avanzar en una de las preocupaciones más evidentes de la UE en materia audiovisual: la emergencia de la piratería entre los países de la cuenca mediterránea.

Teniendo estos datos en cuenta, es posible evaluar “Euromed Audiovisual II” más como una consecuencia secundaria, y de relativa importancia, de la ahora llamada Política Europea de Vecindad que como un esfuerzo serio por reforzar la industria audiovisual de los países de la cuenca mediterránea de cara al establecimiento de un mercado audiovisual común.

3.2 Países de África, del Caribe y del Pacífico (ACP)

Los acuerdos de cooperación entre la Unión Europea y la ACP se regulan actualmente a partir del llamado acuerdo de Cotonou, firmado en junio de 2000, y que, en su artículo 27, estipula las bases de una cooperación cultural en la que el audiovisual juega un papel destacado. De forma más específica, y a partir de las bases firmadas en dicho acuerdo, la UE ha establecido dos programas de desarrollo cultural destinados a las 79 naciones africanas, del Caribe y la zona del Pacífico que forman la ACP⁵⁹. El primero de ellos, PAMCE, está destinado a facilitar la organización de eventos culturales en Europa en los que tomen parte representantes de los países ACP, mientras que el segundo, más específicamente para el ámbito audiovisual, se denomina “Cinema Support Programme”. Financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo, esta iniciativa está destinada a promover la producción, distribución y

⁵⁸ De acuerdo con un informe publicado por UNESCO en 2001 el número de escuelas de cine en todo el continente africano es de siete.

⁵⁹ De forma más modesta también se han puesto en marcha programas destinados a preservar la herencia cultural de los países ACP y a alentar programas de cooperación descentralizada de tipo diverso.

exhibición de la industria cinematográfica de estos países. El programa, cuya segunda versión se puso en marcha en 2003, cuenta con un presupuesto total de alrededor de seis millones de euros (cinco destinados a la producción de proyectos y uno para el apoyo a la distribución y promoción de títulos), con una dotación máxima de 820.000 euros por proyecto, cantidad que en ningún caso debe superar el 40% del presupuesto general⁶⁰.

Una vez más lo primero que resulta evidente es la escasa dotación reservada al aspecto cultural en el marco de los fondos destinados a la cooperación con los países ACP. Se estima que dichos fondos ascienden aproximadamente a un total de 2.600 millones de euros, de los cuales sólo el 0.23% (cifra sorprendentemente parecida al porcentaje destinado a “Euromed Audiovisual”) se reserva a programas destinados exclusivamente a la industria audiovisual. La cifra aparece aún como más inadecuada si tenemos en cuenta que los problemas a los que se enfrentan la mayoría de estos países son, en general, significativamente más graves que aquellos de sus colegas del Mediterráneo. De hecho bastante de los países pertenecientes al grupo, entre los que se encuentran, Jamaica, Barbados, Kenia, Botswana, Congo, la República Dominicana, Guinea Ecuatorial, Antigua, Gabón, Bahamas, Gambia, Belice, Haití, Senegal, Benin, Zimbabwe, Uganda o Samoa entre otros, son oficialmente naciones que no logran producir ni un solo film al año dada la falta de ayuda estatal necesaria (UNESCO, 2001).

Además, en la mayoría de los casos, se trata también de países en los que la inexistencia de redes de distribución y exhibición adecuada (durante los últimos diez años, por ejemplo, naciones como Camerún han visto reducido el número de cines de cuarenta a apenas siete (LEDAN, 2002) impide el establecimiento de un principio de industria “a la europea” como normalmente pretenden los programas auspiciados tanto por la UE como por sus miembros a nivel particular. Curiosamente los casos más exitosos son los de países como Nigeria donde la industria audiovisual está valorada en alrededor de 10.000 millones de dólares, pero donde el recurso a métodos informales de producción, exhibición y distribución está cada vez más extendido, hasta el punto de resultar claramente imprescindible para la supervivencia de la industria. Por el contrario, programa “Africa Cinemas”, promovido por la UE y destinado ambiciosamente a crear una red de distribución y exhibición en el continente africano, apenas ha conseguido despertar el interés de los exhibidores de la región⁶¹. Otras dos iniciativas merecen mención en este sentido son, en primer lugar, la implicación de la UE en

⁶⁰ En la actualidad, tras la cuarta cumbre de la ACP celebrada en Maputo en junio de 2004 se ha acordado un nuevo programa de ayuda para el cine y la industria audiovisual en los países de la ACP dotado con un total de 8 millones de euros procedentes asimismo del Fondo Europeo de Desarrollo.

⁶¹ A fecha de enero de 2005, la red que comprende “Africa Cinemas” estaba compuesta por tan sólo 25 cines.

el Festival Panafricano de Cine y Televisión de Ougadougou (FESPACO), con diferencia uno de los foros de referencia principales en el ámbito del audiovisual en el África sub-sahariana, y también la inminente celebración del primer Festival Cultural ACP que tendrá lugar en Octubre de 2006 en Santo Domingo.

En este contexto, los actores europeos, bien a nivel nacional (Francia y los Países Bajos son especialmente activos en este campo) o a través del “Cinema Support Programme” acaban asociados, de forma casi exclusiva, a la producción de un tipo de cine africano muy concreto, filmes artísticos y de autor, de indudable valor y calidad, pero que conectan menos con los gustos locales a nivel popular. Son estos filmes, escasos en número y obviamente destinados a maximizar en términos de prestigio la inversión realizada por la UE y sus miembros, los que finalmente reflejan la naturaleza de la cooperación externa de la UE con países en vías de desarrollo como una inversión calculada para obtener principalmente beneficios de imagen de cara a actores geopolíticamente interesantes.

3.3 Asia y América Latina

Pese a los lazos históricos que Europa tienen con América Latina y el mercado emergente que constituye la región asiática, podríamos decir que la cooperación cultural con ambas regiones se ha postergado a un segundo plano y tan sólo ha comenzado a estructurarse en los últimos años a partir de dos campos no directamente implicados con el audiovisual: la educación y las nuevas tecnologías. En este sentido, se han puesto en marcha programas similares que, por un lado, intentan estrechar lazos a través de redes de educación superior (como los programas ALFA para América Latina y LINK para Asia) que fomenten el intercambio de conocimientos y profesionales, y por otro, impulsar la innovación y aplicación de nuevas tecnologías (como el programa Asia IT&C) que puedan fortalecer el desarrollo de la Sociedad de la Información (como el programa @lis para América Latina).

En relación a América Latina, en 1995 se iniciaron los contactos entre ambos lados del Atlántico para establecer Acuerdos Marco de Cooperación Interregionales que se vieron materializados desde el punto de vista comercial en los Acuerdos de Asociación Económica y Libre Comercio que la Unión Europea firmó en 1999 con México y en 2002 con Chile. Desde el punto de vista político el acontecimiento más importante a favor de esta cooperación se inició en 1999 en la ciudad de Rio de Janeiro donde tuvo lugar la primera Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de los países de América Latina y el Caribe y la Unión Europea que, de

algún modo, institucionalizaba el interés de estas regiones por colaborar, al mismo tiempo, que daba inicio a una reflexión sobre cuales serían las prioridades comunes a la hora de afrontar políticas y medidas concretas que materializasen esta cooperación.

No obstante, si nos centramos en el ámbito de la industria audiovisual, encontramos que ya mereció un punto específico en esta Primera Cumbre donde se recogía en el apartado 62 de la Declaración Final que ambas regiones se proponían: “Estimular una mayor cooperación e intercambio entre las industrias culturales así como en el sector audiovisual, como pilares fundamentales en la cooperación cultural y económica, con vistas a lograr un interés incrementado en las producciones de alta calidad”. Sin embargo, los dos encuentros posteriores no ampliaron significativamente esta declaración inicial, y tanto en la II Cumbre de Madrid (2002) donde se firmó un documento sobre Valores y Posiciones Comunes (que reconocía la importancia de la cultura), como en la de III Cumbre de Guadalajara (2004) donde se hacía una mención especial al tema educativo, no se avanzó en la puesta en marcha de políticas y recursos que favorecieran el intercambio de bienes y servicios culturales, incluyendo los del audiovisual. Por lo que no podemos evaluar ningún programa específico que haya trabajado en este campo la cooperación de ambas regiones.

De cualquier forma, es conveniente resaltar que a pesar de esta deficiencia en el proceso de cooperación, la UE, Latinoamérica y el Caribe no parten de cero a la hora de empezar a construir un nuevo espacio audiovisual euro-latinoamericano, si tenemos en cuenta la experiencia e importancia que Europa otorgó en su proceso de integración a la creación de un espacio audiovisual común y la reciente puesta en marcha del programa Ibermedia⁶². Dicho programa, aprobado de forma definitiva por la VII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Iberoamérica en Isla Margarita (Venezuela) en el año 1997 y limitado a España y Portugal en lo que a participación europea se refiere, ha sentado en sus ya ocho años de funcionamiento las bases de una colaboración significativa en el ámbito audiovisual; un esfuerzo que podría haber sido mucho más fructífero si se hubiese dispuesto de una mayor dotación económica y de unos objetivos más ambiciosos. Actualmente trece países⁶³ colaboran en Ibermedia, que funcionando a través de un fondo multilateral común, ha

⁶² Para consultar cualquier dato relativo a este programa es posible dirigirse a la siguiente dirección web: <http://www.programaibermedia.com>.

⁶³ El fondo fue comprometido en un primer momento por doce países, aunque finalmente arrancarían en 1998 con la aportación de tan sólo nueve, entre los cuales España y México aportaban más de la mitad del total (3'5 millones de dólares). Los siete restantes eran: Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Portugal, Uruguay y Venezuela. En los últimos años se han sumado al programa tres países más por este orden: Chile, Perú y Bolivia que aportan la cantidad mínima exigida (100.000 dólares).

fomentado básicamente la realización de coproducciones, auspiciando también iniciativas en el campo de la distribución, la promoción y la formación de profesionales dentro del sector.

Aunque no han faltado críticas por la escasez de recursos del programa y por la desconfianza de ciertos productores⁶⁴, Ibermedia ha sido acogido por los políticos, intelectuales y profesionales del sector de ambos lados del Atlántico, como una experiencia de enorme valía que ha cumplido su primer ciclo quinquenal de funcionamiento con relativo éxito. Prueba de ello es que desde el año 2003 se ha reiniciado el programa con la incorporación de más países y con nuevas modalidades de financiación como la de apoyar la difusión del cine iberoamericano en nuevos mercados emergentes, ya sea a través de festivales, encuentros, exposiciones, etc. Una modalidad que abre vías de colaboración con cinematografías de otras partes de la geografía europea.

No obstante, a pesar del éxito reconocido y de que se ha anunciado oficialmente la intención de establecer acuerdos para que la Unión Europea participe del programa, todavía no se ha tomado ninguna decisión a este respecto.

La única iniciativa interesante que sí se ha puesto en marcha partió de otro de los programas que comparten Asia y América Latina, el denominado INVEST, que trata de promover y apoyar la cooperación comercial de Europa con ambas regiones. Así, una de las propuestas que surgió de este fondo para América Latina (AL INVEST) fue la de crear un *Mercado Audiovisual Europa-América Latina*, que se celebra desde 1999 anualmente en Buenos Aires y Bruselas, con el objetivo de mejorar el conocimiento y contacto entre productores y distribuidores de ambos lados del Atlántico.

Ya que si históricamente países como España o Francia han mantenido relaciones con el subcontinente latinoamericano, a través de intercambio de profesionales o de coproducciones, la distribución y exhibición de filmes latinoamericanos en Europa, y viceversa, es, sin duda, uno de los campos más desfavorecidos en la relación que actualmente mantienen ambas cinematografías, marcadas por el predominio de producciones norteamericanas. Se estima que los filmes procedentes de América Latina ocupan tan solo un

⁶⁴ Algunos intelectuales han apuntado que la limitada dotación económica del programa lo convierte en una sencilla coartada para vender la industria audiovisual española en el mercado de América Latina. Ver en MORENO, J. M. (2003).

0,14%⁶⁵ del mercado europeo (correspondiendo más de la mitad de esa cuota en la distribución específica para España). Tampoco en América Latina la situación de los filmes europeos es mucho mejor, salvo por las exportaciones españolas y portuguesas.

En lo que se refiere al continente asiático, la UE ha establecido un diálogo regular utilizando dos vías fundamentales:

1) La Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), que reúne a diez países de esta región⁶⁶, siete de los cuales ya han firmado acuerdos de Cooperación con la UE.

2) El Asia Europe Meeting (ASEM)⁶⁷; que es un espacio de encuentro entre Jefes de estado y de Gobierno de ambas regiones (todavía sin marco jurídico, ni estructura organizativa) que ha abordado hasta el momento la discusión de temas como los flujos migratorios, la lucha contra la pobreza o la cooperación política y cultural.

Precisamente en el ámbito de la ASEM se creó en 1997 la Fundación Asia-Europa que se ha constituido en la principal herramienta de cooperación cultural entre ambas regiones. Además de los medios de comunicación o la educación, la Fundación estableció el campo cinematográfico como una de sus prioridades, apoyando en un primer momento la realización de Festivales y estableciendo cuatro ámbitos de trabajo:

- Encuentros para el desarrollo cinematográfico de Asia y Europa; que se inició en 2002 en el Festival Internacional de Manila y que se ha convertido en el verdadero espacio de encuentro y propuestas entre los profesionales cinematográficos de ambas regiones, fomentando especialmente, la proyección de cine joven e independiente. El quinto encuentro tendrá lugar entre los días 23 y 25 de Octubre de 2006 en el festival Internacional de Japón.

- Portal electrónico SEA-Images (*Synergy Europe-Asia in the field of cinema*); que surgió como propuesta en el encuentro de Manila y fue lanzado dos años después con tres objetivos fundamentales: Ser un centro de información sobre la industria asiática de cine independiente, constituir un archivo cuidadosamente clasificado sobre el diverso y amplio cine europeo y constituir una herramienta de información actualizada para directores y

⁶⁵ Datos extraídos de la nota de prensa que emitió el Observatorio Audiovisual Europeo sobre la distribución de filmes procedentes de terceros países en la Unión Europea (1996-2002). Disponible en http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/disfilms_pays_tiers.html.

⁶⁶ Los países miembros de la ASEAN son: Brunei, Birmania, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Singapur, Tailandia y Vietnam.

⁶⁷ Los países miembros de ASEM son: Alemania, Austria, Bélgica, Brunei, Camboya, China, Chipre, Corea, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Filipinas, Grecia, Holanda, Hungría, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Laos, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Singapur, Suecia, Tailandia y Vietnam.

productores de ambas regiones para tener acceso a anuncios, convocatorias, eventos, relacionados con el mundo cinematográfico.

- Publicaciones; apoyando la publicación de informes y materiales que se relacionasen con la industria cinematográfica de ambas regiones.

- Programa de ayudas; destinadas especialmente a jóvenes directores y profesionales cinematográficos tanto para presentar sus trabajos en festivales Internacionales como para tomar parte en reuniones o foros de debate sobre el tema. No obstante, estas ayudas han sido mínimas y prueba de la dificultad económica que tienen estas iniciativas, es que el programa se encuentra temporalmente cancelado por falta de recursos.

Por otro lado, y a pesar de que la UE tiene acuerdos bilaterales con potencias económicas y cinematográficas como China o India, el aspecto audiovisual no ha sido desarrollado en ninguno de ellos y supone, sin duda, un reto para la cooperación cultural europea de los próximos años.

4. Conclusiones

Antes de extraer cualquier conclusión definitiva sobre el mercado mundial del cine y los convenios de cooperación interregionales que ha iniciado la Unión Europea en los últimos años en materia audiovisual, tenemos que ser conscientes que la relevancia de este campo en tiempos de globalización, es mucho mayor de la que indican su nivel de discusión pública y los esfuerzos que se están dedicando a la materia. Si como señalan las Naciones Unidas (2002) “los servicios audiovisuales son el alma de la mundialización” no lo son únicamente por la capacidad que tienen de alcanzar territorios distintos, de desarrollar cadenas productivas y productos derivados o de converger con otros servicios y tecnologías como bien saben las grandes empresas multinacionales, sino mucho más, por su fuerza simbólica y de auto representación, por el vehículo que aportan para la transmisión de culturas de distintos países y de historias que se hacen universales al mismo tiempo que activan la capacidad imaginativa de cada uno de sus espectadores.

En este sentido, el debate entre economía y cultura, entre concentración y pluralismo, es al mismo tiempo un debate sobre el derecho a la diversidad cultural que necesitan nuestras sociedades y que necesitamos todos para crecer culturalmente. Es difícil imaginar esta diversidad cuando cada vez es más raro tener acceso a producciones realizadas en nuestros

propios países y donde el aumento de la oferta no implica una variedad de productos sino más bien un mismo paquete de producciones de algunas pocas empresas que controlan los circuitos integrados de la distribución y la exhibición.

Ante esta situación se necesitan impulsos por parte de los estados que logren consolidar una amplia oferta de películas que, apoyadas en la cercanía cultural de sus historias, permitan obtener beneficios que se reviertan en los costos de nuevos contenidos que, en un segundo momento y fortalecidos por el valor creciente que obtiene lo diferente en cualquier manifestación cultural, abran la posibilidad de acceso a mercados internacionales. Evidentemente, ésta es una propuesta ideal difícil de imaginar dada la situación actual de regiones empobrecidas, con Estados que abandonaron en muchos casos sus funciones de servicio público.

Por este motivo, consideramos que la Unión Europea debe jugar un papel fundamental en este sentido, y que la cooperación cultural con otras regiones debe tender a fortalecer no sólo el intercambio de productos o servicios, sino las condiciones locales de producción dentro de un marco legislativo y político que profundice en la importancia de consolidar industrias audiovisuales competitivas.

Igualmente consideramos importante que, más allá de las ayudas para producir y coproducir obras audiovisuales dentro de estas regiones, se amplíe el campo de acción de las medidas, intentando incentivar nuevos canales de comercialización y estrategias de medio y largo plazo que puedan modificar una situación estructural debilitada y enormemente desigual. Para ello, debemos pensar en políticas audiovisuales que contemplen los diferentes sectores de la industria como un todo integrado donde se incluyen las redes de distribución, la explotación de salas de exhibición, el mercado de alquiler y venta de video y DVDs o los nuevos sistemas de televisión digital y/o de pago.

Así, si entramos a valorar los programas que ya ha puesto en marcha la UE con otras regiones, tanto “Euromed Audiovisual” como el “Cinema Support Programme” representan ocasiones perdidas, proyectos desaprovechados para realizar intercambios culturales productivos que vayan más allá de las planificaciones teóricas y de prácticas publicitarias o asistencialistas. En cuanto a los casos de Asia y América Latina, que son tomados como un mismo bloque de acción, no se puede hablar ni tan siquiera de oportunidades perdidas, ya que, hasta el momento, los acuerdos de cooperación se han encuadrado en parámetros comerciales,

quedando los aspectos culturales ignorados o limitados a intercambios educativos. Se trata, sin duda, de las regiones que ofrecen un mayor reto de cara al futuro, donde las acciones de la UE determinarán no sólo la posibilidad de que exista auténtica diversidad cultural a nivel mundial en el campo cinematográfico, sino también una mayor presencia de las producciones europeas fuera de su territorio.

Esta valoración nos hace ser críticos ante una postura que puede reproducir el mismo error que ya se cometió dentro de las fronteras de la UE donde se incidió fuertemente en la construcción de un espacio audiovisual propio, pero donde al mismo tiempo, faltaban políticas culturales que fortaleciesen la identidad europea, dentro de sus diferencias y diversidades, para que los productos pudiesen circular con éxito y autorreconocimiento. Así, nos encontramos ahora, en el marco de un mundo globalizado, con nuevas políticas de la Unión que intentan acercarse y cooperar con otros actores y regiones, pero que no acaban de asumir el elemento de la cultura (del audiovisual en particular) como un hecho diferencial para esta cooperación. Tanto es así, que las acciones individuales de los países miembros a través de sus ministerios de asuntos exteriores o de organizaciones como el British Council o el Instituto Cervantes siguen siendo más significativas en este sentido que los esfuerzos de la propia Unión

En 2004, un estudio independiente sobre la materia ponía precisamente de relieve la forma en la que estos programas acaban asociados a estrategias marco cuyo interés en asuntos culturales es, cuando menos, relativo.

“No existe una estrategia formal destinada específicamente a la cooperación cultural con terceros países. La cooperación cultural y audiovisual externa es considerada más bien en términos de zonas geográficas, teniendo en cuenta las relaciones globales de la Unión Europea con una región determinada. Dicha cooperación se formaliza a través de documentos marco que no se centran en ella y que varían en su naturaleza de una zona geográfica a otra⁶⁸”

Esta afirmación parece apuntar, sin querer explicitarlo abiertamente, al hecho de que son los condicionantes geopolíticos y económicos de la Unión Europea los que actúan como motor no confesado de los escasos programas de cooperación cultural puestos en marcha, es decir, la cooperación cultural sigue quedando en un plano secundario, supeditada a los nuevos procesos políticos y económicos que ha abierto la Unión tras la últimas reconfiguraciones geoestratégicas del mundo. No obstante, mientras esto ocurre, los flujos audiovisuales

⁶⁸ Disponible en: http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/docs/library/studies/finalised/5770_barbier/58-02-summary_en.pdf#search=%22Study%20of%20external%20Cooperation%20of%20the%20European%20Union%22.

asimétricos también configuran un panorama propio donde la diversidad de voces, géneros y visiones del mundo se echan en falta.

5. Referencias

ARMES, R. **Third World Film Making and the West**. London: University of California Press. 1987.

BRANTS, K.; HERMÉS, J. y Van ZONEN, L. (Eds.): **The Media in Question: Popular Cultures and Public Interests**. Londres: Sage. 1998.

BUSTAMANTE, E.. "Audiovisual y desarrollo regional: una perspectiva económica" en LEDO, M. and KROHLING, M. (Eds.) **Comunicación Audiovisual: investigación e formación universitarias**. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela. 1999.

COLLINS, R.. "Unity in Diversity? The European Single Market in Broadcasting and Audiovisual". **Journal of Common Market Studies**, 32, 1. 1994.

CRUSAFÓN, Carmina. "El nuevo enfoque de la política audiovisual europea (1994-1998): la primacía de la dimensión económico-industrial". **Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación**, 1. Sevilla: Universidad de Sevilla. 1998.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. **Press note on the distribution of foreign films within the European Union (1996-2002)**. Disponible en: http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/disfilms_pays_tiers.html. 2002.

GARCIA CANCLINI, N. (Coord.). **Culturas en globalización. América Latina – Europa - Estados Unidos: libre comercio e integración**. Caracas: Nueva Sociedad. 1996.

GETINO, O.. **Cine y televisión en América latina: producción y mercados**. Santiago de Chile: LOM/ Ediciones CICCUS. 1998.

HERNÁNDEZ, T.. "América Latina-Europa: La cooperación cultural como eje del conocimiento mutuo". In: **Cooperación Cultural Euroamericana. I Campus Euroamericano de Cooperación Cultural**. Madrid: OEI, Fundación Interarts. 2000.

HILL, J.. "Cinema". In: BETHELL, L. (ed.). **A cultural history of Latin America: Literature, Music and the Visual Arts in the 19th and 20th century**. London: Cambridge University Press. 1998.

HUMPHREYS, Peter J.. **Mass media and media policy in Western Europe**. Manchester: Manchester University Press. 1996.

JOFFE, A. Y JACKLIN, N.. "SME development and employment in the cultural sector in the SADC region: The film and TV industries in the SADC region" Informe Elaborado para la Organización Internacional del Trabajo (OIT). 2001.

LEDAN, P.. "ACP Cinema: Problems and promise" disponible en: http://ec.europa.eu/comm/development/body/publications/courier/courier194/en/en_062.pdf#search=%22ACP%20cinema%22. 2002.

LÓPEZ OLARTE, O.. "Las fuerzas económicas del mercado mundial del cine". Informe elaborado para el proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. 2004.

MARTÍNEZ COLL, J. C.. "Las relaciones comerciales de la Unión europea con terceros países" en *La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*. Disponible en http://www.eumed.net/cursecon/17/terceros_paises.htm. 2001.

MATTELART, A.. "Nuevos horizontes de la comunicación: El retorno de la cultura" en *Diálogos de la comunicación*, 41. Quito: FELAFACS. 1995.

MC QUAIL, D. y SIUNE, K. (Eds.). *Media Policy. Convergence, Concentration and Commerce*. Londres: Sage. 1998.

MILLER, T. y YÚDICE, G.. *Cultural Policy*. Londres: Sage. 2002.

MORAGAS, M. de. "Políticas culturales en Europa: entre las políticas de comunicación y el desarrollo tecnológico" en GARCIA CANCLINI, N. (Coord.): *Culturas en globalización. América Latina – Europa - Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad. 1996.

MORENO, J. M.. "Hacia una política audiovisual iberoamericana: el caso de Ibermedia" en SIERRA y MORENO (eds.): *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información. Economía, Políticas y Lógicas Culturales*. Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. 2003.

MUKHERJEE, A.. "Audio-visual Policies and International Trade: The Case India". In: *HWWA Report*, 227 Hamburg Institute of International Economics. 2003.

NACIONES UNIDAS. "Servicios audiovisuales: aumento de la participación de los países en desarrollo". Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. 2002.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense. 1994.

PATTERN, C. "La dimensión europea de América Latina". Disponible en: http://europa.eu.int/comm/external_relations/news/patten/sp02_447_es.htm. 2002.

REDING, V.. "Les cinemas du monde: L'Europe partenaire". Disponible en: http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/03/244|0|AGED&lg=FR&display=. 2003.

SÁNCHEZ RUIZ, E.. "El empequeñecido cine latinoamericano y la integración audiovisual... ¿Panamericana?: ¿Fatalidad de mercado o alternativa política?".

Disponível en : <http://www.allbusiness.com/periodicals/article/326898-1.html>.
2004.

SIERRA, F.. **Bases de la Política Audiovisual Europea**. Sevilla: Mergablum "Edición y Comunicación". 2002.

SORLIN, P.. **European Cinemas, European Societies (1939-1990)**. London: Routledge. 1991.

THEILER, T. "Why the European Union Failed to Europeanize Its Audiovisual Policy". In: CEDERMAN, L.E. (ed). **Constructing Europe's Identity. The External Dimension**. London: Lynne Rienner Publishers. 2001.

UNESCO.. "**International flows of selected cultural goods**". disponible en: <http://www.gm-unccd.org/FIELD/Multi/UNESCO/flows.pdf>. 2000.

UNESCO.. "**A survey on national cinematography**". disponible en: http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey.shtml. 2001.

UNESCO. "**International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003**" Quebec: Institute for Statistics. 2004.