

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Publicación trimestral

Edición marzo 2011

Número 113

Tema principal: Ciudadanía digital

Coordinado por Dr. Francisco Sierra Caballero, Universidad de Sevilla

Llamada de trabajos: septiembre 2010

Aprobación de trabajos: febrero 2011

Cierre de edición: marzo 15 de 2011

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Dolores Santistevan de Baca
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Rosa González
Delegada del Director General Regional de los países
andinos UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador
• Registro M.I.T., S.P.I. 027 • ISSN 13901079

En esta edición

- 3** TDT y servicio público.
Retos del audiovisual
iberoamericano
Francisco Sierra
- 7** Industrias globales de
contenido y diversidad
cultural
Florence Toussaint
- 16** Marco teórico
para el análisis de
una política pública
cinematográfica
en los nuevos espacios
del siglo XXI
Marta Fuertes
- 22** El big bang
socio-económico-mediático
Ramón Reig
- 27** Medios de Servicio Público,
Periodismos Alternativos y
Esfera Pública Deliberativa:
hacia un nuevo consenso
sobre el rol del periodismo
en la era digital
María Lamuedra Graván
- 34** Credibilidad de la prensa:
misión y responsabilidad
social corporativasocio-
económico-mediático
Francisco Campos
Jenny Yaguache
Diana Rivera
- 40** Detrás de la titulación
impresa
Omaira García de Berrios
Mayra Berrios de Peña
Mélida Briceño
Freddy José Berrios
- 44** Acceso y participación en
la era digital: caso TDT en
Argentina
Ornela Carboni
Carla Rodríguez Miranda
- 50** Comunicação
Organizacional e Crises:
questionando políticas e
reviendo perspectivas
Patrícia Milano Pérsigo
Maria Ivete Trevisan Fossá
- 55** Medios de Comunicación,
Cooperación Internacional
y Responsabilidad Social.
Nuevos espacios en España
Isabel Ruiz
Silvia Olmedo
- 60** Consumos identitarios
juveniles. Construcciones
comunicacionales
recíprocas entre “chetos” y
“cumbieros”
Norberto Leonardo
Murolo
- 65** Bibliografía



Marco teórico para el análisis de una política pública cinematográfica en los nuevos espacios del siglo XXI

Marta Fuertes

Doctora en Comunicación por la Universidad de Salamanca (España). Analista de industrias culturales, y en especial, de la industria cinematográfica. Profesora de producción y gestión audiovisual y espacio audiovisual latinoamericano.

mfuertes@usal.es

Resumen

Marco teórico para el análisis de la política cinematográfica de los países que tutelan sus cinematografías con el objetivo de procurar normativas adaptadas al actual entorno digital. El estudio del funcionamiento de las instituciones cinematográficas, de los mecanismos políticos como la cuota de pantalla y los convenios de coproducción, y de la estructura de las ayudas económicas, se revelan imprescindibles para mantener la diversidad cultural cinematográfica.

Palabras clave: audiovisual, coproducción, política pública cinematográfica.

Resumo

Um quadro conceptual para a película de análise política dos países que protegem seus filmes com o objetivo de proporcionar política adaptada ao atual ambiente digital. O estudo de como as instituições filme, os mecanismos políticos, tais como quotas e acordos de co-produção e estrutura de apoio financeiro, revelar-se fundamentais para a manutenção da diversidade cultural de cinema.

Palavras-chave: a co-produção audiovisual, política cinematográfica.

Por una política pública cinematográfica que persigue la diversidad cultural y la pluralidad empresarial

El análisis de un marco teórico para el estudio de las políticas cinematográficas de los países que

tutelan sus cinematografías nacionales plantea como imprescindible, de cara a preservar la diversidad cultural en el mundo dentro de este ámbito. Consideramos necesario un planteamiento ajustado a las realidades actuales, donde la convergencia digital ya es un hecho,

de cara a contribuir al fortalecimiento de las industrias cinematográficas, porque trabajamos bajo la base de que el cine, y todos los contenidos audiovisuales, no son una mera mercancía que se pueda fabricar y vender exclusivamente bajo imperativos comerciales, sino que es un recurso estratégico de valorización y constitución de lo social.

Planteamos un análisis de las políticas públicas, primero, desde su papel social y cultural, y después, desde su papel económico. "En cualquier democracia, la política normativa cultural no puede separarse del resto de políticas y es necesario que los argumentos para la intervención y subvención sean avanzados y defendidos" (McQuail, 1998: 99). No es nuevo decir que la desregulación mueve la industria audiovisual fuera del ámbito gubernamental permitiéndole entrar de lleno en un doble mercado, el comercial y el político (Tunstall, 1985.). Por otro lado, Guback (1980: 21) ya observó en 1969 que uno de los grandes mitos liberales es que la ausencia de regulación gubernamental garantiza un libre mercado. El caso más claro lo encontramos en Estados Unidos, donde a decir de Sánchez Ruiz (2003: 31) su tendencia al monopolio constituye una suerte de "proteccionismo de mercado" hacia el interior, exigiendo la libre circulación de mercancías en el exterior. Debemos analizar el sistema tanto por sus acciones como por sus omisiones, dado que ambos casos determinan y orientan los destinos de la creación, de la producción, difusión y consumo de los productos culturales y comunicativos (Bustamante, 2003: 34).

Cuando después de la Primera Guerra Mundial Europa pierde su potencial productivo se ve en la necesidad de defender su espacio de exhibición. La primera batalla real de esta salvaguardia se produce en la Francia de 1928 cuando este país pretende regular un sistema de reciprocidad de importaciones/exportaciones de su cine, mecanismo no aceptado por los grandes estudios estadounidenses, que finalmente proponen una modificación del concepto ligando las importaciones de sus películas a la producción nacional (Ulf-Moller, 1998).

Pero el temor de que estas demandas se extiendan hace que el contingente estadounidense despliegue toda su fuerza y desde entonces no ha dejado de presionar defendiendo la idea de que las películas/audiovisual son simplemente un producto comercial que no debe ser sometido a restricciones, mientras que del otro lado se defiende el legítimo derecho a la protección cultural. A partir de ese momento, el debate libre circulación de contenidos audiovisuales versus diversidad cultural no ha cesado (Frau-Meigs, 2002).

La directriz más importante en favor de la diversidad cultural la encontramos en la Convención de la UNESCO

sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005), texto que recoge explícitamente el valor cultural, y no solamente económico, de las industrias culturales: "las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial".

Pasamos a plantear los elementos teóricos que consideramos relevantes para un estudio y diagnóstico de una política pública cinematográfica que debería llevarse a cabo a través de la herramienta metodológica de análisis de contenido de las distintas normativas y sus posteriores correlaciones con los indicadores industriales de cada mercado (Fuertes y Mastrini, en prensa). De cara a simplificar su estudio hemos diseñado tres categorías de análisis para aplicar al corpus legislativo de cada país.

Mecanismos generales reguladores de una cinematografía

En el análisis general de cada cinematografía nacional se pretenden detectar las infraestructuras cinematográficas del país y su modelo de funcionamiento.

La existencia y el buen hacer de un organismo/instituto público de cinematografía, así como de una filмотeca/cineteca que preserve y difunda el acervo cinematográfico, son elementos que ayudarían a la consolidación de una industria estable, fuerte y rentable, así como a generar una apreciación positiva de la cinematografía nacional, dentro y fuera del país.

En este mismo sentido, es clave en el funcionamiento general del sistema la existencia de fondos para la promoción de la cinematografía y la modalidad de financiación de estos fondos con el fin de evaluar su independencia de los vaivenes políticos. Si el presupuesto de dicho fondo está sujeto, año a año, a una decisión política, o si su capital es constante y permite una planificación a medio y largo plazo del sector. Varias son las vías de generar un fondo cinematográfico estable e independiente: (1) a través de una partida consolidada en los presupuestos generales del Estado, (2) a través de tasas que se pueden recaudar por distintas actividades relacionadas con el sector, (3) o a través de algún sistema de desgravación fiscal.

Las características de funcionamiento de dicho organismo también ofrecen elementos importantes de análisis. Planteamos algunas de las obligaciones que consideramos necesarias para un mejor control del sistema de ayudas: (1) inscripción en registro público de empresas audiovisuales; (2) depósito de una copia final para promoción de la cinematografía nacional,



así como para la preservación del acervo fílmico del país; (3) compromiso de mantenimiento de propiedad sobre la titularidad de los derechos de la película; (4) comunicación de las fechas de inicio y de fin de rodaje; y (5) prohibición de transferencia de la ayuda otorgada.

La denominación de origen de las producciones

Un país que cuenta con una política pública cinematográfica necesita criterios para otorgar el pasaporte de nacionalidad de las producciones, pues sin él podría optar a los impuestos de todos los ciudadanos cualquier producción del mundo.

Hoy en día, este concepto se está complicando y diluyendo. La mayor parte de los países restringen la nacionalidad con los mismos criterios: capital humano y económico, a los que se suele añadir lengua, lugares de rodaje, y nacionalidad de las empresas. La nacionalidad de los filmes también tiene una relación directa con el desarrollo de las coproducciones, como veremos más adelante.

El debate está abierto pues cada vez más productores están iniciando vías alternativas de financiación de sus contenidos. Consideramos que los legisladores deben ser cautos en este aspecto pero también que se deben tomar en cuenta las prácticas positivas del sector de cara a activar las industrias cinematográficas nacionales y no dejarlas obsoletas ante la globalización y la convergencia digital.

El coste real de la producción

El coste de una producción queda definido como el dinero realmente gastado en el proceso de producción, que puede ser igual o muy diferente al presupuesto inicialmente planteado dada la larga trayectoria y el sinnúmero de imprevistos de una película. Este estado de gastos debe ser realizado por la institución cinematográfica del país y se debe formalizar al terminar la producción. También puede ser realizado por una auditora externa, reconocida y con licencia para tal actividad. Ambas opciones no tienen por qué ser excluyentes, simplemente consideramos que habría que analizar las prácticas de cada país para que una medida de control no se pueda convertir en una vía de escape.

Los organismos cinematográficos deberían marcar una norma clara y concisa sobre los conceptos que pueden ser incluidos en el coste de la producción, así como las fechas de los gastos admitidos, tomando como referencia las fechas de rodaje. Consideramos en este sentido que serían de gran utilidad para el sector seminarios internacionales de trabajo entre los países que realizan

producciones en cooperación de cara a homologar un modelo de presupuesto que agilizará la gestión de las casas productoras, elemento que no estimamos pueda considerarse una ingerencia en la autonomía política de cada país.

La definición de empresa independiente

La definición de empresa independiente se nos revela como clave en el desarrollo de toda política cinematográfica porque de ello depende la construcción de un tejido empresarial plural. Al poder diferenciar entre las empresas que tienen algún tipo de relación con los grandes grupos de comunicación, tanto para productoras, distribuidoras, exhibidoras, como para empresas auxiliares, se puede determinar, a través de las políticas cinematográficas, quién accede al dinero público entendiendo que las empresas independientes tienen menor capacidad financiera.

Se suele definir como independiente a la persona física o jurídica que no es objeto de influencia dominante por parte de un prestador de servicio de comunicación audiovisual por razones de propiedad o participación financiera; también quedan fuera del grupo de las independientes las empresas creadas como filiales de conglomerados extranjeros, caso muy común dentro de la cinematografía ya que en todos los países existen delegaciones de la 'majors'.

La necesaria renovación

En este apartado definimos otro concepto que ha demostrado ser clave en el desarrollo de un marco regulatorio que pretende construir una industria plural y democrática: la definición de nuevo/a realizador/a. Este concepto debe quedar bien definido pues es la vía más efectiva para que se regenere el tejido creativo de los países. Un fondo de ayudas, normalmente selectivas, premia las propuestas de estos cineastas. Es una discriminación positiva cada día más necesaria mientras el sector productivo no se capitalice, y mientras no se desarrollen planteamientos innovadores de explotación de la producción cinematográfica que puedan generar confianza en las propuestas arriesgadas, fomentando a su vez la creatividad y evitando una reproducción sin fin del modelo que no está funcionando.

Normalmente se consideran dentro de este grupo las personas que no han dirigido más de dos/tres largometrajes calificados para su estreno en sala comercial. Las películas para televisión no suele entrar en esta categoría, pero quizá este es un término que debería revisarse en la situación actual de convergencia de medios. Consideramos lo más adecuado y democrático que esta categoría quede totalmente desligada de la

edad, al ser definida por el número de trabajos realizados y no por los años vividos.

Estudio de los mecanismos políticos

Analizamos las medidas que no suponen inyección económica directa por parte de la administración pública al entramado cinematográfico, pero que están detrás de casi todos los sistemas de protección. Suelen ser medidas con fuerte carga política, y muchas de ellas ampliamente criticadas en los foros económicos internacionales, como la cuota de pantalla.

La cuota de pantalla

La cuota de pantalla¹ es una medida proteccionista en la fase de exhibición. Queda definida como una reserva obligatoria mínima del tiempo de exhibición a favor de las producciones nacionales. Esta medida se ha extendido al ámbito televisivo bajo los mismos criterios a fin de preservar la comunicación pública de los contenidos nacionales en unos medios, que independientemente de su capital, son servicio público.

No es una medida única de los países con mecanismos de defensa de la diversidad cultural, pues ya en 1908, en Estados Unidos, se formó un 'trust' cinematográfico, en el que se agruparon las más poderosas compañías del momento, llamado la 'Motion Pictures Patents Company' (MPPC), a través del cual se orquestó un sistema de exclusividades y licencias que impedía que nadie de fuera del cártel pudiera entrar en el mercado. Podemos hablar de un sistema de cuotas inteligentemente estructurado dentro de un marco capitalista iniciado a principios del siglo pasado y que ha conseguido mantener las siguientes cuotas de mercado dentro de sus fronteras: 91,8% en 2009, ó 95,9% en 2008 (Kanzler, 2010: 42; Kanzler, 2009: 42).

No por lo explicado creemos que puedan ser comparables estas 'barreras invisibles' a una regulación estructurada, con el mecanismo de cuota de pantalla, consistente en preservar las identidades propias ante la abrumadora presencia de producción de un único país en circuitos mayoritariamente propiedad de ese mismo país: hablamos de entre un 70 a un 95 por ciento de cuota de mercado de filmes cultura Hollywood o 'lingua franca' (Gitlin, 2001).

Las primeras cuotas aparecen en los años veinte del siglo pasado nacidas de la irrupción del cine estadounidense

1 Queremos aclarar que "cuota de pantalla" es un concepto legal que en multitud de ocasiones se utiliza erróneamente, sobre todo en medios de comunicación, pero también en algún estudio académico, confundiendo con el concepto de "cuota de mercado". Este último se refiere a los ingresos o a la cantidad de espectadores que han visto/ oído/leído un contenido en un medio de comunicación.

en las pantallas europeas después de la Primera Guerra Mundial. En Alemania surge en 1924, en 1927 se promulga la "British Quota Act" (Harvey, 2005), pero la que realmente da paso a un enfrentamiento internacional se origina en Francia, al pedir este país, como decíamos arriba, un sistema de reciprocidad entre importaciones/exportaciones.

La definición de cuota de pantalla no implica mayores problemas, pero su regulación y aplicación, ha llevado a perversiones muy dañinas para las cinematografías nacionales. Nos referimos al modo de medir el tiempo en pantalla así como a la permanencia en sala de las películas los días más atractivos para su consumo, los fines de semana.

Se puede regular esta reserva sobre varias unidades, como son los estrenos, los días, las sesiones u horas²; nuestro análisis indica que la unidad menor siempre es la más recomendable (Fuertes, 2002).

Para una aplicación eficaz de esta medida es necesario un control real de taquilla de todas las salas de un país que debe ser orquestado por el organismo oficial de cine, con el único fin de saber en qué días y en qué horarios se está programando una película, así como sus espectadores; dato este último importante cuando existen subsidios calculados sobre el número de espectadores, así como para los cálculos económicos entre productores, distribuidores y exhibidores.

En la regulación de la cuota de pantalla también es necesario tomar en cuenta qué tipo de producciones computan en la misma de cara a excluir, por ejemplo, publicidad/comerciales, así como determinar en qué modo pueden entrar los cortometrajes.

Los convenios de coproducción

Una coproducción queda definida como una "fórmula empresarial que garantiza como principio el riesgo compartido, nuevos mercados y mayores posibilidades artísticas y económico/financieras" (Borau, 1998: 251). Es un "negocio jurídico" (Suárez Lozano, 2000), por medio del cual, dos o más productoras, con independencia de su nacionalidad, y a través de un contrato, deciden abordar la producción de una obra audiovisual de la cual pretenden sacar beneficio y cuyos derechos de explotación pretenden compartir. Las coproducciones internacionales implican distintas nacionalidades de los productores y su legalidad queda definida por convenios

2 Si tomamos como modelo una situación en la que se estrenan 100 películas en el año, de las cuales 25 son producciones nacionales, encontramos que (1) según estrenos estaríamos ante el 25% sobre el total; (2) según día, estaríamos ante un 6,84%; y (3) según sesión y programada únicamente en una de las sesiones del día, el cálculo, con 1.095 sesiones anuales (tres por día), sería de un 2,28% de cuota de pantalla.



bilaterales o multilaterales de coproducción, que regulan las características que la producción debe cumplir para ser visada como coproducción, y automáticamente como nacional en todos los países firmantes del acuerdo, pasando a computar en la cuota de pantalla y teniendo acceso a todo tipo de ayudas.

Organizaciones como la UNESCO ven como una de las pocas vías efectivas de trabajo “los acuerdos de colaboración internacional que permitan a los diferentes actores compartir gastos y beneficios, y lograr un producto final de calidad, que pueda competir y atraer audiencias” (2001).

En otra de nuestras investigaciones (Fuertes y del Río, 2004) utilizamos el concepto de “marco retórico” de Valsiner (2002) como elemento conformador de diversidad cultural en la coproducción, planteándola como ampliación del mecanismo jurídico al encontrar que en un mismo drama pueden coexistir realidades de distintos países promoviendo un mayor conocimiento de la vida y cultura de nuestras sociedades. Para este juego de re-conocimiento del otro, nos basamos en el concepto de Maaluf (2000) de “identidades asesinas”, o el Álvarez y del Río (1999) de “identidades con enemigo”: un construirse a través de la confrontación y exclusión del otro, en la mayor parte de las ocasiones, por simple desconocimiento de la ajeno. Por tanto, la diversidad ficcional puede ayudarnos a ver al otro como amigo, y no como enemigo o como ajeno al grupo y por tanto peligroso para éste.

Otra de las bondades de este sistema es la posibilidad de estreno multinacional, al menos, en los países que cofinancian el filme, dado que la mayor parte de las películas no consiguen ir más allá de las pantallas de su país de origen.

Para un análisis de las ayudas económicas

En el terreno de las ayudas económicas es importante definir una doble clasificación: ayudas selectivas y automáticas; a la que hemos tenido que añadir la categoría de las semi/automáticas.

Se entiende por ayudas selectivas, que normalmente se conceden a la producción, las que se otorgan sobre proyecto y a través de un mecanismo de evaluación de una comisión experta. Deben basarse en criterios previamente marcados, pero al ser su evaluación sobre un proyecto las decisiones finales conllevan una gran subjetividad. Tienden a estimular las películas que por razones de temática o planteamiento (innovador o experimental) encontrarían difícil acogida entre los productores, así como la incorporación de nuevos talentos a la industria.

Las películas así financiadas han trasladado a la sociedad una mala imagen, creemos que en gran medida derivada de la perversión que la industria hizo de ellas en tiempos pasados, unido al poco celo de la administración en su control. Al concederse sobre porcentaje del presupuesto se produjo una inflación artificial de los mismos, dieron pie a la creación de empresas efímeras con escasas posibilidades de consolidación, y las películas por ellas financiadas han encontrado muy poca acogida en los medios de comunicación, ni siquiera en los medios públicos, dado el poco dinero para promoción, quizá unido a la falta de estrellas atrayentes para las grandes audiencias, así como a temáticas complejas y poco dadas a la diversión y a las palomitas.

Las ayudas automáticas alcanzan a todas las películas que se producen en el país sin distinción de temas, géneros o calidad. La más conocida es la ayuda a la amortización que es una medida objetiva basada en relacionar la cuantía del subsidio con los ingresos en taquilla de la película. De esta forma, las películas más exitosas son las que mayor dinero reciben del erario público, planteándose el debate de si una película que ha amortizado su presupuesto debe recibir ayuda. Consideramos que este problema quedaría resuelto otorgando una ayuda con carácter finalista debiendo ser invertida en otra producción nacional. Algo muy importante en estas ayudas es la necesidad de un control real de taquilla pues el dinero público que deriva de ellas se calcula en base a sus espectadores.

Por último, definimos las ayudas semi-automáticas que no requieren de la aprobación de una comisión que detecte valores artístico/culturales, sino que se otorgan a todas las producciones/empresas que cumplen una serie de requisitos, pero al tener un presupuesto limitado anual su concesión depende del juicio de un grupo de expertos.

Las ayudas económicas que se pueden encontrar son muy variadas: al desarrollo de guiones, a proyectos de largometraje, a la amortización, a la promoción de películas, a la distribución, a la exhibición, minoración de intereses bancarios, deducciones fiscales, a la conservación del patrimonio cinematográfico, al fomento de cortometrajes, etcétera.

A modo de cierre

Estamos en un momento complejo, pues ya hemos entrado de lleno en los nuevos consumos del audiovisual y seguimos con políticas públicas de fomento del sector de hace décadas. Para las nuevas redes, las políticas públicas son más necesarias que nunca. Sin embargo, sus objetivos y sus herramientas han de ser revisadas a fondo de acuerdo con la investigación en las industrias culturales en la era digital (Bustamante et al., 2003; Bustamante, 2004.).

Transparencia, control, estabilidad, objetividad y participación de todas las comunidades de expertos (industria y academia), son necesarios para conformar políticas de comunicación convergentes con los tiempos que corren.

Y quizá urge repensar una ideología de lo que es el cine, según terminología de (Williams, 1994: 25), a través de la cual todos los involucrados compartiéramos las mismas creencias formales y conscientes sobre el sector.

Bibliografía

- Álvarez, Amelia, y Pablo del Río. "Cultural Mind and Cultural Identity: Projects for Life in Body and Spirit." *Activity Theory and Social Practice: Cultural-Historical Approaches*. Eds. Seth Chaiklin, Mariane Hedegaard y Uffe J. Jensen. Aarhus: Aarhus University Press, 1999. 302-324.
- Borau, José Luis. *Diccionario del cine español*. Madrid: Alianza; Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España; Fundación Autor, 1998.
- Bustamante, Enrique. "Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions." *Media, Culture & Society* 26.6 (2004): 803-820.
- , "Las industrias culturales, entre dos siglos." *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Ed. Enrique Bustamante. Vol. 25. Barcelona: Gedisa, 2003. 19-38.
- Bustamante, Enrique, et al. "Conclusiones: un nuevo sistema de comunicación y cultura en gestación." *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Ed. Enrique Bustamante. Vol. 25. Barcelona: Gedisa, 2003. 333-355.
- Frau-Meigs, Divina. "Excepción cultural", políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo." *Quaderns del CAC 14 (Monográfico Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural)* (2002): 3-18.
- Fuertes, Marta. "La coproducción cinematográfica entre España y Argentina 1990-2000." Tesis doctoral. Universidad de Salamanca, 2002.
- Fuertes, Marta, y Pablo del Río. "El viento se llevó lo qué... Un análisis del drama y de la creación cultural en el cine." *Cultura y Educación* 16.1-2 (2004): 181-201.
- Fuertes, Marta, y Guillermo Mastrini, eds. *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones y AECID, en prensa.
- Gitlin, Todd. "La tersa utopía de Disney." *Letras Libres Convivio*. III.28, Abril (2001): 16-20.
- Guback, Thomas H. *La industria internacional del cine*. Madrid: Editorial Fundamentos, 1980.
- Harvey, Edwin R. *Política y financiación de la cinematografía. Países iberoamericanos en el contexto internacional (Antecedentes, instituciones y experiencias)*. Madrid: Fundación Autor, 2005.
- Kanzler, Martin. *Focus 2009. World Film Market Trends: European Audiovisual Observatory*, 2009.
- . *Focus 2010. World Film Market Trends: European Audiovisual Observatory*, 2010.
- Maaluf, Amir. *Identidades asesinas*. Madrid: Alianza Editorial, 2000.
- McQuail, Denis. "Se precisa ayuda de una política normativa: con buena disposición y capaz, culturalistas de los medios de comunicación soliciten información, por favor." *Economía política y estudios culturales*. Eds. Marjorie Ferguson y Peter Golding. Vol. 24. Barcelona: Bosch Comunicación, 1998. 95-120.
- Sánchez Ruiz, Enrique. "Una aproximación histórico estructural a la hegemonía planetaria de la industria cinematográfica estadounidense." *Eptic. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* 5.1 (2003).
- Suárez Lozano, José Antonio. *El régimen legal de la coproducción audiovisual*. Madrid: Laxes S.L. Ediciones. EGEDA, 2000.
- Tunstall, Jeremy. "Deregulation Is Politicization." *Telecommunications Policy* 9.3 (1985): 203-215.
- Uff-Moller, Jens. "The origin of the French film quota policy controlling the import of American films." *Historical Journal of Film, Radio & Television* 18.2 (1998): 167-183.
- UNESCO. *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales (CLT-2005)*. París: UNESCO, 2005, 20 de Octubre.
- . "A Survey on National Cinematography." 2001. UNESCO. <www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey.shtml>.
- Valsiner, Jaan. *Comparative study of human cultural development*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje, 2002.
- Williams, Raymond. *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1994.

