

El caso europeo

Globalización y políticas de comunicación regionales

Marcial Murciano

RESUMEN

En el contexto de una dinámica económica de Globalización cobra importancia mayor el estudio de la nueva articulación regional de los espacios comunicativos.

El autor estudia concretamente el caso europeo. Analiza aquí la construcción, funciones, políticas y ejecutorias de cuatro grandes organismos europeos, bajo cuya responsabilidad principal están las políticas públicas de comunicación: la Unión Europea, el Consejo de Europa, la Unión Europea de Radiodifusión y la Organización Europea de Satélites de Comunicación.

El Estudios, con adecuado respaldo documental, aporta valiosa información. El estudio llega a una conclusión importante: la comprensión de una realidad, en la que los desafíos económicos, industriales y culturales, están interconectados, ha pasado a ser considerada prioritaria en la agenda política europea.

ABSTRACT

In the context of an economical dynamic of Globalization, the study of the new regional articulation for the communications sector is of a great importance.

The author studies the European case. He analyzes the constitution, functions, policies and performance of four big European institutions, which have the responsibility over the communications public policies: The European Union, The European Council, The European Union of Broadcasting and The European Organization of Communications Satellites.

With a good documental backing, the study shares a valuable informations. It also arrives to an important conclusion: the comprehension of a reality, in which the economic, industrial and cultural challenges are interconnected, has arrived to be consider a priority in the European political agenda.

INTRODUCCIÓN

Para todos los que nos hemos venido dedicando durante algún tiempo al estudio de los sistemas de comunicación desde la perspectiva de su acción internacional, los acontecimientos ocurridos durante la última década nos han hecho modificar significativamente el punto de vista con el que abordamos los temas tradicionales de la información, la comunicación, la cultura o la innovación tecnológica en los sistemas portadores de mensajes.

En mi opinión, uno de los aspectos centrales que caracterizan este desplazamiento de perspectiva reside en la intensificación de la actual fase de *mundialización regionalizada* en la que nos encontramos, como consecuencia de la *dinámica económica*

de mundialización en curso. A esta dinámica de mundialización el pensamiento anglosajón la denomina habitualmente *globalización*, atendiendo sobre todo a los aspectos tecnológicos que están transformando nuestra perspectiva del espacio y del tiempo. Como es sabido, el pensamiento crítico latinoamericano había introducido ya en los años ochenta el concepto de *transnacionalización* para estudiar estos mismos fenómenos.

No me voy a extender en la compleja problemática teórica que introduce la mundialización. Me interesa tan solo subrayar que el tema de las políticas de comunicación se inscribe en el marco que define la regionalización del sistema mundial. Es en este contexto que analizaré las principales características de las políticas



públicas de comunicación en el espacio europeo.

GLOBALIZACIÓN Y NUEVOS ESPACIOS REGIONALES

Una de las características sobresalientes de la mencionada dinámica de mundialización es la configuración de una *nueva articulación* de los *espacios comunicativos*.

Frente a los enfoques tradicionales de hace veinte años, en los que analizábamos la oposición de las fuerzas nacionales frente a la emergencia de una creciente actividad exterior transnacional, lo característico de la actual fase es identificar en el escenario planetario al menos cuatro espacios de actividad comunicativa, cada vez más diferenciados. Estos espacios son, en un orden de mayor a menor dimensión: en primer lugar, el *espacio global* que favorece la nueva tecnología y en el que se incrementa una difusión cada vez más amplia de mensajes sincrónicos; en segundo lugar, los espacios supranacionales o *macroespacios regionales*, característicos de la actual fase de regionalización; en tercer lugar, el espacio tradicional del *Estado nación*; y, por último, y cada vez con una mayor identidad propia, los *espacios locales*, diferenciados por sus características de comunidad específica (lengua, historia, religión, costumbres, territorio, etc.)

Es en el contexto de esta nueva dinámica de espacios comunicativos que me parece oportuno introducir el tema de las políticas de comunicación en la Unión Europea.



COMUNICACION

La Unión Europea es desde 1992 el espacio regional en construcción más desarrollado. La integración, no solo económica, sino también política y cultural, ha configurado sobre todo un amplio mercado que en la actualidad supera los 350 millones de personas y en el que se produce aproximadamente una cuarta parte del PIB mundial y algo más de una tercera parte del comercio mundial.

Esta integración ha originado una importante dinámica de cambios de todo tipo: políticos, jurídicos, comerciales, y, por supuesto, es también motor de una serie de transformaciones que se observan en la *esfera comunicativo-cultural*, por otra parte, muy afectada por la dinámica de innovación tecnológica ocurrida en la última década.

En un par de décadas, Europa se ha convertido en uno de los modernos espacios geoeconómicos que se desarrollan por todo el planeta. En la actualidad, este proceso de integración está compuesto por quince estados miembros -tras la reciente incorporación de Austria, Suecia y Finlandia-, y hay una lista de más de doce países de Europa Central y Oriental que han solicitado su ingreso, de los cuales la mitad podrían adherirse después de la unificación de la moneda europea, prevista para final de siglo. Estas integraciones, darían una dimensión demográfica a la unión por encima de los 400 millones de habitantes y un espacio geográfico ampliado que iría del Atlántico a las fronteras de la actual Rusia.

Tal como se ha avanzado, el caso de la Unión Europea no constituye un ejemplo aislado en la construcción de macroespacios regionales, sino el modelo más acabado de esta nueva tendencia. Dentro de ella, podemos considerar también la integración económica que se está produciendo en el Atlántico Norte, con la ratificación de Tratado de Libre Comercio, liderado por Estados Unidos que integran las economías de este país, Canadá y México.

En el Pacífico, se están poniendo las bases desde hace tiempo para una asociación similar, prevista para los inicios del siglo próximo, aunque a Japón le resulta difícil liderar un espacio en el que se encuentran involucradas China y la India, que por su dimensión y potencia cultural son

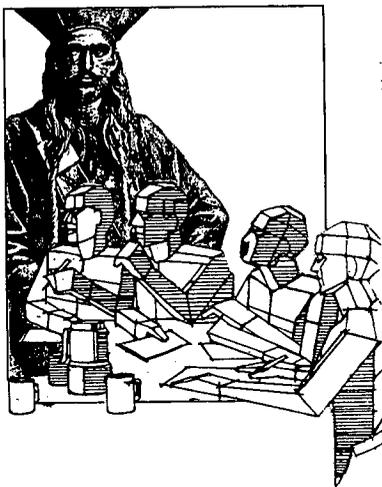
verdaderos macroespacios en sí mismos.

La otra gran experiencia regional en marcha la constituye el sur del continente americano, donde se ha acelerado la integración de los países meridionales con la firma del tratado de Mercosur, liderado por Brasil y Argentina, y en el que participan también Uruguay y Paraguay.

Quisiera añadir dos regiones más a este nuevo orden multirregional. Por un lado la Ex Unión Soviética, la actual Rusia, parte de cuyos problemas residen en su transformación en un espacio regional, con moneda, ejército y economía unificados. Por otro, el mundo árabe que ha iniciado desde hace décadas diversos procesos de unificación regional sin mayor éxito hasta el momento, pero que encierra todos los factores que pueden fomentar su unión: coherencia lingüística, tradición histórica y cultural, necesidad económica y voluntad política.

Esta nueva forma de agrupación de economías y espacios nacionales, se realiza como se ha avanzado en el seno de la *dinámica de integración de la economía mundial* y exige una *redefinición* de los sistemas de *comunicación* y de sus espacios de *actuación*, que se encuentran ahora conectados por una nueva dinámica de articulación que tiene una *lógica de acción global*, la que le infiere la actividad económica mundializada; los actores económicos principales que definen estos nuevos espacios son las modernas compañías transnacionales.

En el seno de estos macroespacios, los medios de comunicación constituyen uno de los elementos centrales; por ejemplo, favorecen la creación y difusión de la moderna cultura audiovisual, redefinen las nuevas identidades colectivas, contribuyen a la creación de una cultura política común, etc. La esfera de lo comunicativo es por tanto el elemento de enlace entre los nuevos espacios regionales y la dinámica global del sistema. La esfera comunicativa constituye el nexo simbólico que permite la articulación de los espacios que hemos mencionado: el local, el nacional, el regional y el mundial.



LOS GRANDES ORGANISMOS DE ACTUACIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN EUROPEAS

Contrariamente a una idea bastante extendida, en el espacio europeo y en el ámbito de las políticas públicas de comunicación coexisten en la actualidad diversos organismos supranacionales de actuación. Los principales organismos son:

En primer lugar, la Unión Europea, que incluye a los 15 países que han firmado el tratado de la Unión, en 1992, y que se encuentran comprometidos en el proceso de integración europea. Fundamentalmente es la Comisión Europea quien toma las iniciativas en materia de políticas de comunicación, aunque también lo hacen en menor medida el Parlamento de la Unión y el Consejo, que son órganos con competencias y poder diferentes.

Un segundo gran actor lo constituye el Consejo de Europa, institución fundada a finales de los años cincuenta. Es el organismo europeo más representativo al que pertenecen más de treinta países e integra la casi totalidad de los países de la Europa Oriental, pero con un menor peso y poder en la definición de las políticas europeas.

El tercer actor que mencionaremos es la Unión Europea de la Radiodifusión (UER), fundada en 1950, en la que se encuentran integrados la

totalidad de los organismos públicos europeos de radio y televisión.

Por último, señalaremos el papel de la Organización Europea de Satélites de Comunicación (EUTELSAT), fundada en 1977, que agrupa los entes de Correos y Telecomunicaciones públicos europeos y actúa como rama regional de la organización mundial INTELSAT. En general, en Europa, los organismos de Correos y Telecomunicaciones son las instituciones encargadas para la transmisión de señales y los difusores (canales y medios) deben negociar con ellos la distribución de emisiones.

Estos cuatro actores son los que han intervenido significativamente y en diverso grado en la configuración de políticas de comunicación en los principales cuatro ámbitos siguientes:

La política organizadora de emisiones de televisión.

La política de promoción de una industria audiovisual.

La política de telecomunicaciones (reglamentación, desarrollo de nuevas redes, diseño de las autopistas de la información, etc.)

La política industrial de materiales para la comunicación (en el sector electrónico, de equipos, etc.)

LA ACTUACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Hasta la firma del reciente tratado de la Unión de 1992, las competencias de actuación de la Comunidad Europea en materia de comunicación estaban limitadas a los aspectos económicos e industriales (bienes y servicios). En este sentido, la comunicación -y más en concreto el cine y la televisión- sólo pudieron ser tratados en tanto que actividades económicas. El tratado de 1992, después de un intenso y controvertido debate, atribuyó a la Unión competencias culturales que hasta el momento desempeñaba solamente el Consejo de Europa en el espacio europeo.

Tal como se ha dicho, de todas las instituciones de la Unión, la Comisión (el ejecutivo europeo) es la que ha tenido un papel más activo. Las iniciativas desarrolladas por la Comisión se encuentran repartidas en tres departamentos (direcciones) encargados de la elaboración de informes y estudios específicos en materia

de comunicación:

-La Dirección General III, encargada del Mercado interior y los Asuntos Industriales.

-La Dirección General X, dedicada a la Información, la Comunicación y la Cultura.

-La Dirección General XIII, dedicada a las Telecomunicaciones, las Industrias de la Información y la Innovación.

Desde principios de los años ochenta, fundamentalmente estos tres departamentos se han encargado de abordar los diferentes aspectos de las políticas de comunicación europeas: la dimensión jurídica, la dimensión comunicativa y la cultural, y la dimensión tecnológica e industrial.

La primera actuación significativa de la Unión en el campo de la televisión se remonta a una docena de años. En 1984, la Comisión presenta un primer informe *Libro Verde para el establecimiento de un mercado común de la televisión en Europa*, conocido posteriormente como "la Directiva sobre la televisión sin fronteras". El objetivo del informe era estudiar la situación del audiovisual en el seno de los países miembros y la necesidad de: 1) desarrollar una política coherente para la armonización del sector en los diferentes países -sobre todo en lo que se refiere a la publicidad, la protección de la juventud, el derecho de respuesta y los derechos de autor-; y 2) el proponer una política comunitaria común capaz de superar las dificultades nacionales existentes en cada país y responder conjuntamente a los grandes retos económicos y culturales involucrados en el sector audiovisual.

Dos años más tarde, en 1986, los contenidos del informe se transformaron en una propuesta de directiva comunitaria (ley para los estados miembros) en la que se definieron los aspectos centrales de la Unión en el campo de la política audiovisual.

La directiva proponía, en primer lugar, la planificación de una política tecnológico-industrial para los equipos audiovisuales e invitaba a la adopción de normas técnicas comunes, en especial en la promoción de una norma para el desarrollo de la televisión de alta definición y su estandarización a nivel mundial.

En segundo lugar, establecía un programa de política económica-industrial con el propósito de generar

el espacio audiovisual europeo, por medio de la libertad para la libre retransmisión de cualquier emisión de televisión y su libre recepción sin ningún tipo de trabas. Hasta ese momento el mercado europeo del audiovisual se encontraba muy fragmentado por las normativas nacionales y las obras europeas circulaban muy difícilmente entre los diferentes países (menos de un 8 por ciento de la producción europea era difundida en la región).

Por último, la directiva sentaba las bases para el desarrollo de una industria de programas audiovisuales europeos -transformadas después en el Programa MEDIA (*Medidas para impulsar y desarrollar una industria audiovisual europea*)-, capaz de responder al reto político y cultural de promover la distribución de las obras audiovisuales europeas en el seno de la comunidad, frente a las posiciones dominantes que ocupaban y ocupan los Estados Unidos y el Japón tanto en el mercado europeo como en el mundial.

En esta primera fase la política europea se centra en dos objetivos mayores:

1.- Por un lado, en la consideración de los aspectos vinculados con la *dimensión tecnológica, industrial y económica de la comunicación*, objetivos en el sector audiovisual, campo que aglutina tanto los medios tradicionales como el cine, la televisión y el vídeo como las infraestructuras introducidas por la nueva tecnología (satélites, cable y nuevas redes portadoras).

El interés europeo se focaliza sobre todo en fomentar y desarrollar este gran sector económico e industrial, por otra parte tan estratégico y sensible en la nueva economía mundializada de los años ochenta. Datos de 1993, establecidos por el Consejo de Europa, evaluaban en 10 billones de pesetas la actividad económica del audiovisual europeo.

En efecto la economía del audiovisual se ha convertido en pocos años en uno de los sectores de mayor proyección e importancia para cualquier economía avanzada. La televisión, como medio de multirreceptor, constituye el elemento básico para toda una serie de redes de comunicación -las herzianas, las de cable y las de satélite-, aglutinando una actividad económica que des-

borda por completo los marcos geográficos tradicionales. Los objetivos europeos se han centrado en construir una industria europea competitiva frente a la concurrencia de norteamericanos y japoneses. De las 130.000 horas de programas difundidos en Europa a mediados de los 80, solo 25.000 horas eran producciones europeas. La mitad de los programas importados eran norteamericanos y el 60 por ciento del cine distribuido en Europa era estadounidense.

Por lo que se refiere a la política industrial en la puesta a punto de una tecnología para el desarrollo de la televisión de alta definición (TVAD), la comisión hizo aprobar, en 1986, una directiva que comprometía a todos los Estados miembros en la aceptación de un estándar de alta definición denominado *MAC-Paquets*, que ha sido capaz de bloquear la adopción mundial por parte del Comité Consultivo Internacional para las Radiocomunicaciones (CCIR) de la norma japonesa MUSE, mucho más avanzada en su proceso de desarrollo tecnológico. La adopción de la norma japonesa hubiera significado, en términos de política industrial, un fracaso para los intereses europeos, puesto que toda la cadena de producción audiovisual depende del tipo de norma adoptado.

2.- En segundo lugar, en la consideración de los aspectos asociados a la *dimensión política y cultural de la comunicación*. Para la Comunidad Europea, el interés por actuar en materia de comunicación debe entenderse como una voluntad política explícita por superar el viejo marco de problemas existentes en el conjunto de las naciones europeas, muy fragmentado por diferentes intereses tradicionales, políticos, culturales y lingüísticos. Por ejemplo, la directiva sobre la televisión sin fronteras es el primer instrumento político que permite suprimir el régimen de monopolio que durante más de 40 años había estado vigente en Europa y había estructurado la totalidad de los sistemas de radiodifusión europeos.

La intervención en materia de comunicación abre las expectativas para la redefinición de una gran proyecto cultural europeo, que se concreta después de 1992, fecha en que se le conceden las competencias culturales a la Unión. Desde un punto de



vista político, el proyecto cultural común para los quince permite reforzar la cohesión que induce la integración económica, por medio de la expresión de la diversidad cultural que expresan las diferentes culturas nacionales europeas. Sin embargo, hasta el momento, la *europización* de la cultura del viejo continente se ha identificado más por su oposición a las amenazas de *americanización* de las industrias culturales europeas o a las denuncias de *japonización* tecnológica, que a la consecución de una específica *identificación colectiva europea*. El establecimiento de una *política cultural común* es un reto mayor por alcanzar todavía en el proyecto federal europeo.

Además de la directiva comentada para el establecimiento de una norma común en el espacio europeo en la televisión de alta definición y de la directiva para la armonización del mercado de la televisión, la Unión Europea ha intervenido de manera decisiva en la definición de un *Programa de ayuda para la promoción de la industria de obras para el cine y la televisión* (Programa MEDIA), a través de un amplio conjunto de iniciativas que puedan complementar los objetivos definidos por las políticas tecnológicas y económicas ya mencionadas.

El Programa MEDIA fue creado por la D.G. XII -que es el departamento encargado de los temas más específicamente comunicativos y culturales-, en 1977, a propuesta del

Parlamento y la Comisión de las Comunidades Europeas. Primero funcionó experimentalmente, entre 1988 y 1990, y más adelante, entre 1990 y 1995, con carácter plurianual. A la primera fase se le conoce con el nombre de MEDIA 92 y a la segunda como MEDIA 95. En la actualidad, el Programa se encuentra en una tercera fase, en la que se están redefiniendo los objetivos iniciales.

El programa fue creado para atender las necesidades de ayuda para el fomento del sector de la producción, la distribución y la financiación de los programas de cine y televisión en Europa. El objetivo del programa era la creación de amplias redes para la colaboración en proyectos europeos, fomentados por un capital financiero compartido al 50 por ciento, en los costes iniciales, que permitieron la atracción de fuentes financieras complementadas. Capitales provenientes de fondos públicos europeos, organizaciones profesionales, empresas privadas y sponsors han contribuido a crear de esta forma un número importante de actuaciones europeas. A finales de 1990, los fondos comprometidos en el programa MEDIA ascendían a unos 11 millones de ECUS y habían generado unas actividades en el sector audiovisual por un valor superior a los 300 millones de ECUS.

La Comisión estableció tres objetivos mayores para el programa MEDIA:

1.- *Unificar los mercados nacionales y crear sinergías transfronterizas* que permitan a los operadores reforzar su posición gracias a las economías de escala.

2.- *Contribuir a la reestructuración de la industria audiovisual*, dando prioridad a las pequeñas y medianas empresas y abarcando todos los del campo audiovisual, ya que estos son interdependientes.

3.- *Respetar las sensibilidades e identidades nacionales y evitar la uniformidad cultural*, teniendo en cuenta los intereses de los Estados más pequeños y las lenguas menos extendidas.

El Programa Media se basa en la estrecha colaboración con los profesionales de la industria audiovisual (cine, televisión, vídeo, satélites y cable) y su acción se sitúa a lo largo de toda la fase de producción y a lo largo de la cadena industrial gene-

rada, sin intervenir en la financiación directa de obras concretas. Por norma general, las ayudas financieras que concede son anticipos sobre taquilla, reembolsables posteriormente. Las cantidades devueltas se integran de nuevo en el fondo y se reinvierten. En su fase más avanzada, el programa incluía casi veinte ámbitos de actuación y financiación divididos en seis campos principales: *la formación de profesionales, la mejora de las condiciones de producción, la distribución, la explotación y financiación y el desarrollo de segundos mercados* (archivos, reposiciones, etc.). Los fondos presupuestados para el período 1991-1995 han sido de 200 millones de ECUS. El programa MEDIA no ha estado limitado a los 15 miembros que componen la Unión Europea sino que se ha abierto a los países de Europa Central y Oriental. Más de dos mil sociedades y organizaciones, principalmente pequeñas y medianas empresas, han participado en el período 1988-1995.

Entre las principales iniciativas impulsadas por el Programa Media se encuentran: *la Oficina Europea de Distribución de Películas (EFDO)*, con base en Hamburgo; *el Espacio de Vídeo Europeo (EVE)*, coordinado por la Mediateca de Bélgica y el Instituto Irlandés del Film; *el Fondo Europeo para el desarrollo del Multilingüismo Audiovisual (BABEL)*, establecido en Suiza; *la Asociación Europea para el Mercado Audiovisual independiente (EURO-AIM)*; *el Club de Inversiones Media (MIC)*, una colaboración del INA francés y las grandes empresas europeas; *la Asociación Europea de Dibujos Animados (CARTOON)*; *la Media Business School (MBS)*, establecida en Madrid con la Ayuda del Instituto Español de Cine y de las Artes Audiovisuales, *el Programa SCRIPT*, de ayuda a la elaboración de guiones, etc.

Después de la firma del tratado de la Unión, en 1992, la Comisión Europea ha orientado su preocupación política a armonizar las situaciones monopolísticas y de dominio existentes en el sector de los medios europeos. El *Informe sobre Pluralismo y concentración de los medios en el mercado interior* (libro verde, de diciembre de 1992) constituye un borrador de trabajo en curso y muy controvertido, pues introduce la nece-

sidad de crear a nivel europeo una institución independiente encargada de armonizar las políticas nacionales en favor del pluralismo en los medios, desfavorecido por la tendencia internacional hacia la convergencia y la concentración multimedia.

La última preocupación en política de comunicación en la Unión Europea la constituye la reflexión en torno a la sociedad de la información y la liberalización del sector de las telecomunicaciones, estructurado en Europa mayoritariamente en monopolios públicos. El reciente *Informe Bangemann, sobre Europa y la sociedad global de la información*, presentado en 1994, por un grupo de políticos y empresarios europeos, insta a la Unión Europea a establecer un planteamiento reglamentario que favorezca en toda Europa la aparición de nuevos sectores dinamizadores de la economía y del establecimiento de un mercado competitivo para los servicios de información, en la línea de la ortodoxia liberal internacionalizada.

LAS POLÍTICAS DEL CONSEJO DE EUROPA

Paralela y en ocasiones en confluencia con las intervenciones de la Unión en materia de políticas de comunicación, el Consejo de Europa ha elaborado diversas medidas en el campo del audiovisual y de los medios de comunicación por medio de un Comité Director para los Medios de Comunicación de Masas (CD-MM). El Consejo de Europa es un organismo geográficamente con un

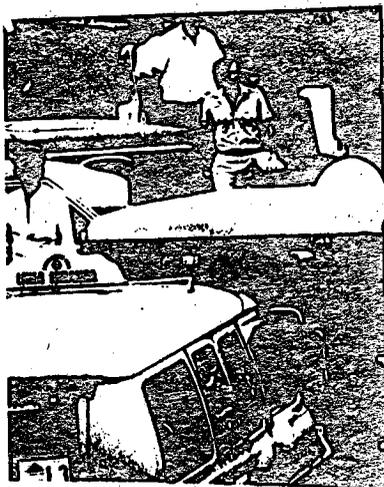


campo de acción más amplio que la Unión, que alcanza una treintena de países europeos, pero tiene un menor peso coercitivo en la aplicación y seguimiento de las políticas de comunicación que desarrolla. El cuadro reglamentado que elabora se transforma en una acción denominada *convención* a la que se adhieren voluntariamente los países miembros.

El fundamento de la actividad política del Consejo de Europa se basa en que esta institución es depositaria de la *Convención europea de los derechos del hombre*, cuyo artículo 10 concierne a la libertad de expresión y a la libre circulación de ideas, y a la *Convención cultural europea*.

Después de haber formulado durante la primera parte de los años ochenta diversas recomendaciones sin poder ejecutivo, el Consejo de Europa se dedicó, a partir de la Conferencia Ministerial Europea sobre la Comunicación de Masas, realizada en Viena, en diciembre de 1986, a la elaboración de una *Convención europea sobre la televisión transfronteriza*, de ambición similar a la promulgada por la Unión Europea, y que fue adoptada por el Consejo de Ministros Europeo, en mayo de 1989. Desde esa fecha, los diferentes estados miembros del Consejo de Europa han ido rectificando a través de los parlamentos nacionales dicha convención.

La segunda iniciativa política significativa tomada por el Consejo en materia audiovisual ha sido la creación, en 1989, de un *Fondo Europeo de Ayuda a la Coproducción* y



la *Difusión de Obras de Creación Cinematográficas y Audiovisuales* (EUROIMAGES), de acuerdo con el planteamiento de la *Convención cultural europea*, establecido en Estrasburgo. Al igual que el Programa MEDIA el objetivo de EUROIMAGES es fomentar la coproducción y distribución de programas por medio de ayudas financieras parciales o bien contribuyendo a los costos del doblaje y subtitulación de los programas europeos.

De forma similar al Programa MEDIA, EUROIMAGES abrió sus fondos a los países del Centro y Este de Europa antes de que estos formaran parte de la organización.

La elaboración paralela de políticas europeas de comunicación por parte de la Unión Europea y el Consejo de Europa ha generado un doble régimen jurídico europeo. Por un lado, la Unión ha creado diversas *directivas* proteccionistas inspiradas hasta el momento por consideraciones fundamentalmente de tipo económico e industrial (la libre circulación de servicios y la promoción de las producciones europeas y su difusión mayoritariamente a través de cuotas exigidas en la programación de las Cadenas de televisión, al menos en un 50 por ciento). Por otro, el Consejo de Europa ha creado *convenciones*, inspiradas esencialmente por consideraciones de derecho público y cultural (libre circulación de programas y promoción de obras culturales europeas). En general, las políticas de ambas instituciones son convergentes en numerosas disposiciones y contribuyen a la *cristalización en el espacio europeo de una política audiovisual cohesionada*. Ambas instituciones fomentan la política de cuotas en las emisiones de televisión -discutida por la asociación de televisiones privadas y el lobby publicitario europeo de la publicidad, entre otros-; la reglamentación de los contenidos y del tiempo publicitario (del 15 al 20 por ciento del tiempo de emisión en televisión); el derecho de respuesta; la protección de la infancia y la juventud; la limitación a la interrupción publicitaria de emisiones, etc.

LAS INICIATIVAS DE LA UNIÓN EUROPEA DE RADIODIFUSIÓN (UER) Y DE LA ORGANIZACIÓN EUROPEA DE SATÉLITES DE TELECOMUNICACIÓN (EUTELSAT)

Junto a las dos instituciones mayores mencionadas en la toma de iniciativas políticas en comunicación en Europa, es necesario señalar el papel desarrollado por otras dos organizaciones la UER y EUTELSAT, complementario de las anteriores.

La UER fue fundada en 1950 y es un organismo internacional no gubernamental que agrupa a los servicios de radiodifusión de Europa con el objetivo de coordinar sus actividades en el plano técnico, jurídico y de programación, en colaboración con diversos países y asociaciones de radiodifusión extra europeos. Tiene sede administrativa en Ginebra y dispone de un centro técnico en Bruselas. A través de cuatro comisiones -la de programas de radio, la de programas de televisión, la comisión jurídica y la comisión técnica- ha venido desarrollando sus actividades por más de cuarenta años en el espacio geográfico europeo. La más conocida de entre ellas consiste en el intercambio diario de noticias de actualidad entre sus miembros. El papel de la UER en la radiodifusión europea ha sido muy importante. Hasta fechas muy recientes detentaba prácticamente en exclusiva los derechos sobre todas las grandes retransmisiones deportivas y los grandes acontecimientos políticos y culturales europeos.

En 1987, en el contexto de las emergentes políticas de la Unión Europea y del Consejo de Europa, el Consejo de Administración de la UER solicitó a la Comisión de Programas de televisión un estudio de viabilidad para el lanzamiento de una cadena europea de información de actualidad en continuo. A este proyecto se le denomina *Euronews* y nace como una muestra más de la política europea de medios.

Así, dos años después, en 1989, el Consejo de Administración aprueba el *Informe elaborado por el Grupo Euronews*, como una acción de gran importancia y con un gran significado en la constitución del espacio audiovisual europeo. Posteriormente esta

iniciativa se integrará en el horizonte de objetivos diseñados por el Programa Eureka Audiovisual. Y, finalmente, dos años más tarde, recibe el respaldo del Parlamento Europeo y empieza a funcionar en enero de 1993, desde las cercanías de Lyon, en Francia.

El canal de información en continuo *Euronews* es quizás, aunque fallido, una de las mejores iniciativas europeas para fomentar una autonomía audiovisual en la actualidad informativa.

Se fundamenta en los recursos no explotados de información de que dispone la televisión pública europea. Sólo una mínima parte de las noticias que se emiten en los diferentes espacios nacionales europeos alcanza a ser difundida en el conjunto europeo (menos del 10 por ciento de las noticias).

Como la UER gestiona todo el intercambio de noticias de Europa, es fácil y factible tecnológicamente desviar vía satélite todas las noticias de que dispone la televisión europea a un nuevo centro en el que se puedan tratar en continuo, es decir 24 horas al día y en diferentes formatos y bloques.

Pensado y diseñado como un canal público de derecho privado con vocación y responsabilidades de servicio público, *Euronews* ha sido financiado en una primera etapa por las grandes empresas de radiodifusión europeas (France Television, Radio-Televisión Española, la RAI italiana y en menor medida por las radiotelevisión públicas de Mónaco, Bélgica, Grecia, Finlandia, Portugal y Suiza). Sus inversiones iniciales fueron de 25 millones de ECUS.

Gracias a la nueva tecnología (los archivos automatizados, el tratamiento electrónico de la información audiovisual, la postproducción digital, la difusión multicanal de emisiones, etc.) la información se emite por satélite, vía herziana y cable a una audiencia de 10 millones de hogares, en los cinco grandes idiomas europeos y de forma sincrónica a través de cinco diferentes bandas de sonido (alemán, inglés, francés, italiano y español; a estos se ha estudiado añadir el ruso y el árabe).

La experiencia de *Euronews* define como ninguna otra la nueva realidad comunicativa de los macroespacios y como la tecnología per-

mite una articulación flexible y enriquecedora de las dinámicas informativas y culturales entre los nuevos espacios locales, nacionales, regionales y mundiales.

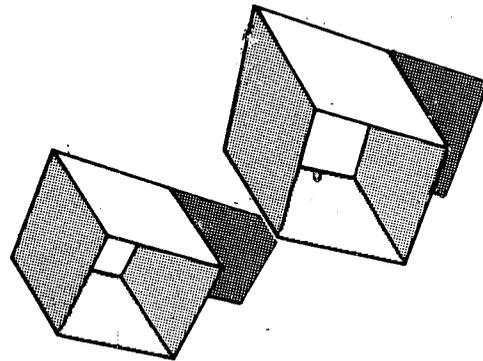
En sus tres años de funcionamiento *Euronews* ha realizado una política informativa independiente y ha difundido noticias producidas de forma descentralizada por los canales públicos de toda la Europa occidental, contribuyendo de forma muy efectiva a la creación de una nueva visión sobre las identidades informativas y culturales europeas (con más de 7300 horas de emisiones en su primer año y unas 7300 noticias emitidas, de ellas 40 por ciento de temas europeos; 2300 *magazines*, 43 retransmisiones en directo, de las cuales 22 estaban dedicadas a la política institucional europea). A título de ejemplo, en 1993, se trataron y difundieron 350 noticias con tema español en Europa. Nunca como a través de *Euronews* la *visión del otro* europeo ha estado tan presente en la sociedad europea.

Por último, señalaremos brevemente otro actor menor de la política europea. Lo constituye el consorcio europeo Eutelsat que integra a las 26 administraciones de Correos y Telecomunicaciones europeas, miembros de la Conferencia Europea de las Administraciones de Correos y Telecomunicaciones (CEPT). Eutelsat elabora, de acuerdo con la Comisión Europea, la planificación del espacio para los satélites de telecomunicación. El año pasado lanzó el satélite *Hot Bird I* al que le seguirá este año el *Hot Bird II*, para la difusión digital en Europa.

El papel de Eutelsat ha venido siendo limitado por la emergencia de las empresas de satélites privadas, como el caso del consorcio Astra, que ha adquirido el liderazgo europeo en la emisión directa de señales de televisión.

CONSIDERACIONES FINALES

Las políticas públicas de comunicación en Europa presentan un continuo variado de problemáticas no falto de abundantes claroscuros. A menudo han sido criticadas por abandonar los objetivos creativos y culturales a la dinámica del mercado y a una estrategia errónea que favorece la creación de grandes grupos

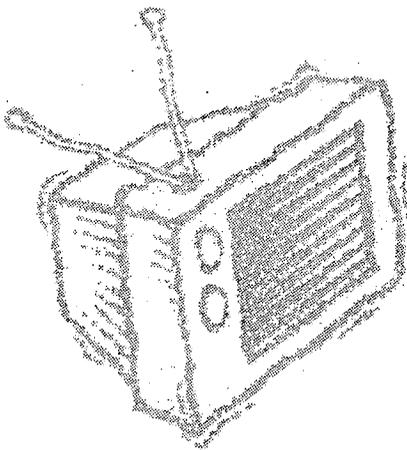


multimedia de ámbito europeo, con el peligro de que se conviertan en sí mismos en poderes políticos reales que amenazan el pluralismo político y en los propios medios (como el caso de Berlusconi, en Italia, y el de Conde, en España); y por crear casi tantos problemas como aparentemente solucionan (como en el caso de la liberalización audiovisual que ha favorecido la tendencia a la compra de productos norteamericanos y a la comercialización del sector audiovisual europeo).

Por otra parte, se ha señalado que para potenciar la frágil identidad de la cultura europea se ha recurrido a una simplificación del poder de la cultura americana, lo que por otra parte ha favorecido la toma de posiciones políticas proteccionistas en el espacio europeo.

Por encima de estas críticas reales, lo que ha puesto de manifiesto la reflexión sobre las políticas públicas en Europa ha sido la interconexión de los desafíos económicos, industriales y culturales de este sector en el seno de la comunidad, la comprensión de esta realidad ha pasado a ser considerada prioritaria en la agenda política de la sociedad europea. Los intereses económicos del sector audiovisual son muy importantes, un informe del comisario europeo J-P. Vasconcelos, de 1994, señalaba que el superávit norteamericano en el sector audiovisual ascendía a 3.400 millones de dólares y que la demanda europea, debido al incremento de canales, se duplicará antes de finales de siglo. Se estima en dos millones los puestos de trabajo que pueden ser creados por el sector audiovisual en una década.

Aún considerando todas las observaciones críticas pertinentes, las acciones europeas en el audiovisual



se han orientado muy acertadamente a la búsqueda de una acción concertada en el triple campo de la tecnología del audiovisual, en la reglamentación y la armonización del sector y la dinamización y estímulo del mercado de la programación. Sin duda, es difícil traducir en iniciativas coherentes las posiciones políticas ambivalentes de los diferentes Estados que integran la Unión. Las fuerzas centrífugas liberadas por el mercado resultan en ocasiones más determinantes que los objetivos generales que orientan la política de comunicación comunitaria.

Durante la última década, muy a menudo los acontecimientos han superado las expectativas y de las diversas iniciativas comunitarias en comunicación están emergiendo los problemas de la agenda política de mañana: la potenciación de la diversidad cultural europea como valor en sí mismo, el mantenimiento del pluralismo empresarial e informativo como garantía de la profundización de la democracia, el equilibrio entre la calidad de la producción y la concurrencia del mercado; la búsqueda de instituciones independientes supranacionales que arbitren los nuevos problemas planteados por el desarrollo de los medios de comunicación en el espacio europeo o la transformación de la sociedad europea en una sociedad postindustrial o de la información.

BIBLIOGRAFÍA

- Barzanti, R. (1990). "La culture, parametre vital de la 'société européenne'". En *Coherence in diversity: the challenge for European Television*, European Institute for the Media, Manchester.
- Burgess, A. (1990). "European culture: does it exist? European Broadcasting". En *European Broadcasting Union Review*

, Vol. XLI, N° 2, p. 17-21.

- Collins, R. (1992). *Broadcasting and Audiovisual Policy in the European Market*, John Libley, Londres.
- Charon, J.M. (Dir.) (1991). *L'Etat des medias*, La Decouverte, París.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS:
 - 1984a *Towards a European television policy*, European File 19/84. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
 - 1984a *Televisión sin fronteras* COM (84) 300 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1986a "The Community's broadcasting Policy". En *Bulletin of the European Communities*, N° 5, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1986b "Proposal for a Directive on common technical specifications of the MAC/packet family of standards for direct satellite television broadcasting". (COM 86 1 final 22.1.1986), Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1986c *The MEDIA programme*. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
 - 1988 "Green Paper on copyright and the challenge of technology". COM (88) 172 final July, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1990a "Communication by the Commission to the Council and to the European Parliament on audio-visual policy". COM (90) 78, 21/2/1990.
 - 1990b *La política de la comunidad europea para la industria audiovisual*. Recopilación de textos legislativos y políticos, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1990c "Green paper on a common approach in the field of satellite communications in the European Community". COM (90) 490 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1991a "Proposal for a Council directive on the coordination of certain rules concerning copyright and neighbouring rights applicable to satellite broadcasting and cable retransmission". COM (91) 276 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1991b "Communication to Parliament and the Council on encouraging audio visual production in the context of the strategy for high definition television". SEC (91) 1470 final, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
 - 1992a *La política audiovisual de la Comunidad Europea*. Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1992b "Pluralism and media concentration in the internal market". COM (92) 480 final, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1992c *MEDIA guide for the audiovisual industry*. Edition 7, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.
 - 1993 *Crecimiento, competitividad, empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
 - 1994 *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual de la Unión Europea*, Oficina de Publicaciones Oficiales, Luxemburgo.
- CONSEJO DE EUROPA
 - 1988 "Setting up a European support fund for the co-production and distribution of creative cinematographic and audiovisual works (Eurimages)", Consejo de Europa, Estrasburgo.
 - 1989 "European Convention on trans-frontier television", 5.5.89, Consejo de Europa, Estrasburgo.
 - 1990 «Explanatory report on the European Convention on transfrontier television», Consejo de Europa, Estrasburgo.
 - 1991 "Council of Europe activities in the media field", Consejo de Europa, Estrasburgo.
 - Dible, J-N. (1993). *Aid for Cinematographic and Audiovisual Production in Europe*. John Libley, Londres.
 - Eurimages (1991). *Eurimages in brief*, EUR/INF 90 1-9, Eurimages, Estrasburgo.
 - Galtung, J. (1995). *Investigaciones térricas. Sociedad y cultura contemporáneas*. Ed. Tecnos, Madrid.
 - González Martín, P. (1995). *Euronews*, Ed. Icaria, Barcelona.
 - King, A. (Ed.) (1991). *Culture, Globalization and the World-System*. MacMillan, Londres.
 - Lange A. y Renaud, J-L. (1988). *L'avenir de l'industrie audiovisuelle européenne*. Institute Européen de la Communication, Manchester.
 - Maggiore, M. (1990). *Audiovisual production in the single market*. Comisión de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
 - Murciano, M. (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Ed. Bosch, Barcelona.
 - Murciano, M. (1993). "La comunicación en el nou espai europeu". En revista *Anàlisis*, N° 14, p. 107-247.
 - Murciano, M. (1994). "Log global y lo local en las estructuras de comunicación internacional". En revista *Telos*, N° 37, p. 27-32.
 - OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL
 - 1995 *Anuario estadístico*, Consejo de Europa, Estrasburgo.
 - Sánchez Taberner, A. (Dir.) (1993). *Concentración de la comunicación en Europa*. Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.
 - Sfez, L. (Dir.) (1993). *Dictionaire critique de la communication*. PUF, París (vol. 2).
 - Siune K. y Truetzschler (1992). *Dynamics of Media Politics Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. Sage, Londres.
 - Type, M. (1990). "Facing the future with confidence. The EBU celebrates 40 years of achievement". *European Broadcasting Union Review*, Vol. XLI, N° 2, p. 12-15.
 - Unimedia (1989). *Guide de l'audiovisuel Européen*. Unimedia, Bruselas.
 - Van Hamel, A. et al. (1996). *Trading Culture: GATT, European Cultural Policies and the Transnational Market*. Boekman Foundation, Amsterdam.
 - Vandersanden, G. (Ed.) (1991). *L'espace audiovisuel européen*. Institut d'Etudes Européennes, Bruselas.
 - Wangermée, R. (1989). "What rules for transfrontier television?", *Media Bulletin*, Vol. 6, N° 2, p. 1-2.
 - Waters, M. (1995). *Globalization*. Routledge, Londres.