

Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe

Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky (Eds.)

Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe

Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky (Eds.)

Título: Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe.
Coordinación: Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky (Eds.)

Editorial: Quaderns Gescènic. Colección Cuadernos de Cultura nº 5

1ª Edición: Agosto 2019

ISBN 978-84-938519-3-4

Coordinación editorial: Giada Calvano y Anna Villaroya

Edición y maquetación: Sistemes d'Edició

Impresión: Rey Center

Traducción: María Fernanda Rosales, Alba Sala Belfort, Debbie Smirthwaite

Fotografías de Lluís Bonet (páginas 12, 22, 64, 214, 243, 270, 296, 334 y 354), de Shutterstock.com, adquiridas por la OEI, originales de A. Horulko, Delpixel, V. Cvorovic, Ch. Wollertz, G. C. Tognoni, LucVi y J. Lund (páginas 96, 118, 138, 168, 208, 216, 234 y 386) y de www.pixnio.com, original de pics_pd (página 404).

Imagen de cubierta: Acuarela de Lluís Bonet



EULAC Focus ha recibido financiación del programa de investigación e innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea en virtud del acuerdo de subvención nº 693781.



Giving focus to the Cultural, Scientific and Social Dimension of EU - CELAC relations (EULAC Focus) es un proyecto de investigación financiado por el programa Horizonte 2020 de la UE, coordinado por la Universidad de Barcelona e integrado por 18 centros de investigación de Europa y Latinoamérica y el Caribe. Su principal objetivo es enfocar la dimensión cultural, científica y social de las relaciones UE-CELAC, con el fin de determinar las sinergias y la fertilización cruzada, así como identificar asimetrías en las relaciones bilaterales y birregionales.

Esta publicación refleja únicamente el punto de vista de los autores y no el de la Unión Europea. La información utilizada puede basarse en datos de fuentes externas al Consorcio del proyecto EULAC-FOCUS. Los miembros del Consorcio no aceptan responsabilidad por pérdidas o daños sufridos por terceros como resultado de errores o inexactitudes en dichos datos. La información en este documento se proporciona "tal cual" y no se otorga ninguna garantía de que sea adecuada para ningún propósito en particular. Sus usuarios utilizan la información bajo su único riesgo y ni la Unión Europea ni ningún miembro del Consorcio EULAC-FOCUS es responsable del uso que pueda hacerse de la información.

ÍNDICE GENERAL

Perfil de los autores.	5
Presentación.	13
MARCOS INSTITUCIONALES DE LA COOPERACIÓN.	21
1. Política y diplomacia cultural en las relaciones Euro-Latinoamericanas y caribeñas: génesis, discurso, praxis y prospectiva.	23
2. Impulso a la cooperación cultural EULAC: lecciones aprendidas de los programas de la UE.	51
3. La dimensión cultural de las relaciones entre la Unión Europea y América Latina bajo el prisma de cuestiones transversales de movilidad, desigualdad, diversidad y sostenibilidad.	87
4. Cooperación europea y acción cultural de los clústeres EUNIC en América Latina y el Caribe.	113
LA EXPERIENCIA Y LAS DINÁMICAS SUBREGIONALES.	137
5. La experiencia de los programas de cooperación iberoamericanos y su potencial desarrollo a escala EU-CELAC.	139
6. El posible impacto del Brexit en las relaciones culturales UE-Caribe.	169
7. Las relaciones culturales Euro-Centroamericanas: un encaje poliédrico.	191
FLUJOS Y ESTRATEGIAS.	215
8. La cooperación cultural interuniversitaria entre CELAC y UE: conceptos, actualidad y perspectivas.	217
9. Las asimetrías del comercio exterior cultural entre América Latina y el Caribe y la Unión Europea.	235

10. Interpretar la fantasía de la movilidad mientras se promulga la violencia de la inmovilidad	271
11. Relaciones entre Europa, América Latina y el Caribe en el ámbito del espectáculo en vivo	297
12. Flujos audiovisuales en América Latina y Europa	327
13. Patrimonio cultural digital en los países UE-ALC: la protección de los derechos de autor en el ambiente digital	355
14. Latinoamérica y el Caribe miran a Europa en el viaje de sus bienes culturales	381
15. Los intercambios deportivos entre Europa y América Latina: flujos, migraciones e indiferencias	405

PERFIL DE LOS AUTORES

Pablo ALABARCES

Profesor titular de Cultura popular en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en la que dirigió su programa de doctorado entre 2004 y 2010, e Investigador Principal del CONICET. Doctor en Sociología, es considerado uno de los fundadores de la sociología del deporte latinoamericana. Entre sus catorce libros publicados se cuentan *Fútbol y Patria* (2002) y su reciente *Historia Mínima del Fútbol en América Latina* (2018).

Jordi BALTÀ PORTOLÉS

Investigador y formador en políticas culturales y relaciones internacionales, experto en diversidad cultural, políticas culturales locales y el papel de la cultura en el desarrollo sostenible. Es asesor de la Comisión de Cultura de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), miembro del Grupo de expertos para la implementación de la Convención de UNESCO sobre la Diversidad de las expresiones culturales y colabora regularmente con otras organizaciones, como la Asia-Europe Museum Network (ASEMUS).

Mônica BARCELOS

Coordinadora del programa de cooperación Ibermuseos y consultora de la Organización de los Estados Iberoamericanos. Ha trabajado para múltiples proyectos culturales públicos y privados en Brasil y en el exterior. Tuvo a cargo la estructuración del área cultural de los Instituto Cervantes de Brasilia y Curitiba. Máster en Gestión cultural por la Universidad Carlos III de Madrid, Postgrado de Cooperación y gestión cultural internacional por la Universidad de Barcelona y Especialista en Planificación sostenible del turismo por la Universidad de Brasilia.

Simone BELLI

Investigador del Programa de atracción del talento investigador de la Comunidad de Madrid, Facultad de Ciencias políticas y sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Profesor visitante de la Yachay Tech University y de la Università della Valle d'Aosta. Doctor Europeus en Psicología Social por la Universidad Autónoma de Barcelona, ha sido investigador postdoctoral en la University of San Diego-California, Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Autónoma de Madrid. Es director del Grupo de Investigación YT-IN (Yachay Tech - Innovación).

Peter BIRLE

Director de la División de investigación y del Departamento de investigación y publicaciones del Ibero-Amerikanisches Institut (Instituto Ibero-Americano) de Berlín. Doctor en Ciencias políticas, es Profesor adjunto en la Freie Universität Berlin. Sus intereses de investigación se centran en los sistemas políticos, las políticas exteriores, la cooperación regional y la integración latinoamericana desde una perspectiva comparada.

Lluís BONET

Director del programa de Gestión cultural y profesor titular de la Universidad de Barcelona. Coordina el proyecto EULAC Focus y participa como investigador en los proyectos europeos: Be SpectACTive! (Europa Creativa) y CultureBase, Mesoc y SPOT (Horizon2020). Investigador de Kunnskapsverket, ha sido presidente de ENCATC y del Cultural Policy Research Award. Galardonado con el premio de investigación del CAC, ha sido investigador invitado en el MIT y en la Universidad de Montpellier, además de consultor del BID, la OEI y la UNESCO. Doctor en Ciencias económicas y empresariales, se ha especializado en economía, gestión y políticas culturales.

Suzanne BURKE

Docente de Estudios culturales de la University of West Indies, campus de St. Augustine. Doctora en sociología por la Universidad de Essex, su investigación se centra en la cultura, el carnaval, las industrias culturales y el emprendimiento creativo en el Caribe, y su relación con el desarrollo y la evaluación de programas y políticas culturales.

Giada CALVANO

Investigadora del Programa de Gestión Cultural y Doctoranda en Gestión de la Cultura y el Patrimonio en la Universidad de Barcelona. Investigadora de los proyectos europeos BeSpectACTive! (Europa Creativa) y EULAC Focus (Horizonte2020). Docente universitaria sobre cooperación cultural internacional y gestión de festivales y artes performativas. Consultora de proyectos en los ámbitos de la cultura, edición, sostenibilidad ambiental y turismo. Ha sido responsable de investigación del Observatorio del Espectáculo de la Región Emilia-Romagna (Italia).

Vanessa DE BRITTO M

Consultora de proyectos de programa de cooperación Ibermuseos. Fue Directora ejecutiva de la Fundación Cinemateca Boliviana, y Directora de Promoción cultural y artística del Ministerio de Culturas de Bolivia. Ha sido consultora del Instituto Brasileño de Museos y

de evaluación de políticas de cooperación cultural para distintas instituciones. Máster en Gestión Cultural por el Instituto Univ. Ortega y Gasset, Especialista en Gestión y Planificación de Intervenciones de la Cooperación al Desarrollo por el CAEU-OEI, (Univ. de Oviedo y FLACSO), y en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la Universidad Autónoma de México.

Mónica GARCÍA ALONSO

Secretaria Técnica de Cultura en la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Participa de un gran número de redes y proyectos de cooperación cultural (Rutas Culturales del Consejo de Europa, EU Public Diplomacy in LAC-EU, EULAC Focus, etc.). Licenciada en Periodismo, Postgrado en Políticas Culturales por el CONACULTA-CENART y en Relaciones Culturales Internacionales por la Universidad de Girona-AECID, entre otras titulaciones.

Inmaculada GONZÁLEZ GALEY

Jefa del Área de Planes, Patrimonio Histórico y Turismo Cultural en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. Funcionaria del Cuerpo superior facultativo de conservadores de Museos, ha sido responsable de tráfico ilícito y jefa del servicio de exportación e importación de bienes culturales en el Ministerio de Cultura de España. Licenciada en Historia del Arte y en Derecho, es docente de distintos cursos nacionales e internacionales y autora de artículos sobre el régimen jurídico del patrimonio histórico y tráfico lícito e ilícito de bienes culturales.

Francisco GUEVARA

Artista visual, cofundador y codirector de la Fundación Arquetopia. Especialista en ética levinasiana aplicada al diseño de proyectos artísticos transculturales y en análisis de la performatividad en las prácticas artísticas contemporáneas. Experto en Gestión y planificación de proyectos de ayuda al desarrollo en los ámbitos de la educación, la ciencia y la cultura de la UNED, la OEI y el CIDEAL, Posgrado en Gestión cultural y comunicación por FLACSO y estudió Raza, género y historiografías del arte en la Universidad de Nuevo México.

Carlos Enrique GUZMÁN CÁRDENAS

Profesor Asociado e Investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Doctorante en Humanidades, MSc. en Administración, Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela.

Barbara GÖBEL

Directora del Ibero-Amerikanisches Institut (Instituto Ibero-Americano) de Berlín. Doctora en Antropología Social, es profesora honoraria del Instituto de Antropología Social y Cultural de la Freie Universität Berlin. Sus intereses de investigación se centran en el análisis de las desigualdades socio-ambientales, la geopolítica del conocimiento, los archivos y la transformación digital.

Guillermo HERAS TOLEDO

Director de escena, dramaturgo y gestor cultural. Dirigió el Centro nacional de Nuevas tendencias escénicas. Ha sido Secretario Técnico del Programa Iberescena y Director de la muestra de Teatro español de Autores Contemporáneos de Alicante. Docente en distintos cursos universitarios, asesor de artes escénicas de la Casa de América de Madrid. Es autor de obras dramáticas y del libro *Pensar la gestión de las artes escénicas. Escritos de un gestor*, ha dirigido la edición de varias colecciones teatrales y ejercido de crítico en la revista *Primer Acto*.

Bernardino HERRERA LEÓN

Profesor Asociado e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela. Doctor en Historia, Master en Historia Republicana y Licenciado en Historia por la Universidad Central de Venezuela (UCV).

Fernando KRAKOWIAK

Docente en Políticas y planificación de la comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Es autor de diversas obras sobre políticas de la comunicación, economía política de los medios y procesos de digitalización audiovisual.

Jakob KRUSCHE

Asistente de investigación en el Ibero-Amerikanisches Institut (Instituto Ibero-Americano) de Berlín y colaborador del proyecto EULAC Focus. Máster en ciencias sociales con un enfoque regional en América Latina.

Cristian LÓPEZ RAVENTÓS

Profesor e investigador de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad Morelia, de la Universidad Nacional Autónoma de México. Participa en proyectos de investigación

nacionales e internacionales en temas de cultura visual, violencia, semiótica de la imagen, estudios culturales, memoria y discurso. Licenciado en Sociología por la Universidad de Barcelona y Doctor en Psicología Social por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Xavier MARCÉ CAROL

Concejal de Turismo e industrias creativas del Ayuntamiento de Barcelona. Economista y gestor cultural, fue director de cultura del Patronato de Cultura de l'Hospitalet y autor del Mapa cultural de Sabadell. Ha sido Director de Recursos y de Acción cultural del Instituto de Cultura de Barcelona, del Instituto Catalán de las Industrias Culturales, y Vicepresidente y director general de estrategia de la empresa de espectáculos Focus. Docente de cursos y seminarios en Europa y Latinoamérica, participa regularmente en distintos medios de comunicación y es autor de los libros *El Exhibicionismo del mecenas* y *Imaginem Barcelona*.

Guillermo MASTRINI

Profesor Titular de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad de Buenos Aires. Investigador adjunto del Conicet. Especialista en políticas públicas de la comunicación y economía de la cultura. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires, fue director de la Carrera de Ciencias de la comunicación de la UBA y de la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes.

Mario Hernán MEJÍA

Director de Cultura de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Representante de UNESCO para la Ventana de Cultura y Desarrollo (F-ODM) en Honduras. Consultor de UNESCO, PNUD, OEI, CECC-SICA en políticas culturales y sector museos en Centroamérica. Gestor cultural en cargos de dirección en el sector público y privado. Máster en Gestión Cultural (UOC-UdG-UIB); Postgrado en Cooperación para el Desarrollo en Educación, Ciencia y Cultura (UNED-OEI); Licenciado en Literatura Dramática y Teatro (UNAM- México).

Carlos MORA

Doctor en Estadísticas por la Universidad de Michigan. Investigador la Universidad de Michigan e Investigador invitado del ININCO de la Universidad Central de Venezuela.

Paula MORGAN

Profesora de Literatura y Cultura Antilleña en la University of the West Indies, St Augustine. Ha sido previamente Directora del Instituto de Estudios de género y desarrollo y del

Departamento de Estudios literarios, de comunicación y culturales de la UWI St Augustine. Sus principales intereses de investigación son la violencia doméstica y los constructos de masculinidad y feminidad en la literatura y cultura caribeña. Es autora de numerosos libros, destacando entre estos *The Terror and the Time: Banal Violence* y *Trauma in Caribbean Discourse*.

Emmanuel NÉGRIER

Director de investigación del Centro nacional de investigación científica (CNRS), del Centro de estudios políticos de la Europa latina (CEPEL) y de la revista de ciencias políticas *Pôle Sud*. Politólogo especializado en el análisis de las políticas y las prácticas culturales locales, nacionales e internacionales, la metropolización y los procesos electorales franceses y europeos. Es autor de un gran número de libros especializados en dichas materias.

Keron NILES

Profesor del Instituto de Relaciones Internacionales de la University of the West Indies, campus de St. Augustine, es doctor en física por la Universidad de Otago y master en derecho internacional por la Universidad de Aberdeen. Ha trabajado para el Consejo Asesor de Desarrollo Económico de Trinidad y Tobago que depende directamente de la Oficina del Primer Ministro. Experto en diversificación económica y desarrollo del sector creativo.

Rosa Sophia RODRÍGUEZ

Coordinadora de Ibermedia digital y apoyo a la Secretaria técnica y ejecutiva del programa. Gestora cultural, ha sido responsable del montaje y posproducción de obras de ficción, documentales y programas de televisión en Perú y España. Graduada en Comunicaciones por la Universidad de Lima, y de Edición por la Escuela Internacional de Cine de San Antonio de los Baños. Ha realizado estudios de periodismo en la Universidad Católica de Chile y artes visuales en el Banff Centre for the Arts de Canadá.

Araceli SÁNCHEZ GARRIDO

Jefa Adjunta de Cooperación Cultural de la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas de la AECID desde donde se ocupa de la aplicación de la Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española. Miembro del Cuerpo facultativo de Conservadores de museos ha trabajado en el Museo de América de Madrid y ha dirigido cursos de antropología, museología, turismo y gestión del patrimonio cultural en numerosos países de América Latina. Es Licenciada en Geografía e Historia, especialidad en Antropología y Etnología de América por la Universidad Complutense de Madrid.

Héctor SCHARGORODSKY

Fundador y actual director del Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, es Director de la Maestría y la Especialización en administración de organizaciones del sector cultural y creativo en la misma facultad. Miembro del grupo de expertos en políticas culturales de UNESCO, dicta regularmente cursos en distintas universidades de Argentina, Sudamérica y Europa. Es doctor en Administración por la Universidad de Buenos Aires.

Elena VILARDELL ESCOT

Secretaria técnica y ejecutiva del Programa Ibermedia, fondo financiero multilateral de fomento a la actividad cinematográfica. Trabajó como coordinadora del Aula del Cine de la Universidad de Valencia y en la Filmoteca de la Generalitat Valenciana. Ha sido miembro del Comité de redacción de la revista Archivos de la Filmoteca y escrito para el *Journal of Film Preservation*. Es Licenciada en Filología, especialidades Hispánica-Literatura Española y Lenguajes Audiovisuales, y Diplomada en Historia y Estética del Cine por la Universidad de Valladolid.

Mariano Martín ZAMORANO

Consultor de Eticas consulting. Experto y docente en políticas culturales y diplomacia de la cultura. Doctor en Gestión de la cultura y el patrimonio por la Universidad de Barcelona. Miembro del Centro de Estudios sobre Cultura, Política y Sociedad de la Universidad de Barcelona.

Fabíola WÜST ZIBETTI

Profesora del Cuerpo docente permanente del Programa de Postgrado Stricto Sensu en Derecho de la Universidad de Passo Fundo, Brasil. Profesora Invitada del Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile y de la Academia de Ciencias Policiales de Carabineros de Chile. Doctora en Derecho internacional por la Universidad de São Paulo, y postdoctorados en la Universidad Federal de Santa Catarina y el Centro Iberoamericano de la USP. Maestría en Derecho y Diplomas en Propiedad Industrial, en Derechos de Autor y en Análisis Económico del Derecho por la Universidad de Buenos Aires.



PRESENTACIÓN

Lluís BONET y Héctor SCHARGORODSKY

El presente libro es una de las principales contribuciones del proyecto de investigación EULAC Focus, financiado por el programa Horizonte 2020 de la Unión Europea, que tiene por objetivo poner el foco en la dimensión cultural, científica y social de las relaciones entre la Unión Europea (UE) y la Comunidad de Estados de América Latina y el Caribe (CELAC). El proyecto pretende evaluar el estado de las relaciones científicas, culturales y sociales entre ambas regiones, reflexionar sobre los desafíos más importantes y aportar, a partir del análisis de la literatura e investigación de campo, propuestas útiles para la dinamización de las iniciativas existentes y el desarrollo de nuevas propuestas de cooperación. En particular, este trabajo profundiza en los principales retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe, uno de los tres ámbitos sectoriales del proyecto.

El proyecto EULAC Focus se inscribe en el contexto de los estudios preliminares de la estrategia europea para fortalecer las relaciones entre la UE y América Latina y el Caribe. La premisa implícita de dicha estrategia es que toda nueva propuesta debe sustentarse en el marco jurídico establecido por los tratados de la UE, en el acervo comunitario y en la praxis de los programas de relación internacional de la Unión con terceros países. Por esta razón, el enfoque, conclusiones y recomendaciones del proyecto EULAC Focus se sustentan en dicho acervo y en la construcción de unos escenarios realistas sobre las dinámicas previstas tanto a nivel de la Unión Europea como de América Latina y el Caribe. Sobre dicha base, el proyecto, y este mismo libro como fruto de las investigaciones realizadas, pretende aportar nueva luz y proponer estrategias a la vez ambiciosas y viables para fortalecer las relaciones y la cooperación cultural entre ambas regiones.

En este marco, la aportación del grupo de trabajo 3 del proyecto EULAC Focus se centró inicialmente en la elaboración y el análisis de un repositorio de documentación clave en torno a las relaciones culturales entre ambas regiones¹. Seguidamente, se analizaron los antecedentes y el estado actual de las relaciones culturales a escala birregional, en el marco general de las dinámicas bilaterales, regionales y globales, y en el contexto específico de la acción cultural exterior de la Unión Europea. Dicho análisis se utilizó de base para la

¹ Disponible en la web del proyecto: <http://eulac-focus.net/publications--repository/repository>

realización de un ejercicio Delphi orientado a obtener opinión experta en el diagnóstico y acerca de las futuras estrategias para fortalecer las relaciones birregionales entre la UE y la CELAC. En el mismo se encuestó y debatió con un gran número de expertos con miradas, aproximaciones disciplinares y orígenes geográficos e institucionales distintos, complementarios entre sí. Con este conjunto de materiales se organizó un seminario de expertos en Buenos Aires, en noviembre de 2017, que permitió validar las principales conclusiones y recomendaciones, cara a la redacción del documento *Relaciones culturales – Propuesta de acciones de alto impacto. Aportaciones para el proceso de construcción de escenarios y visión* que se presentó a inicios de 2018.

Asimismo, se han tenido en cuenta los procesos de reflexión general llevados a cabo en el marco del proyecto EULAC Focus, tal como la reflexión sobre los escenarios de futuro de las relaciones UE-CELAC, y se ha contribuido al documento final del proyecto con propuestas para fortalecer las relaciones culturales birregionales.

Uno de los colofones de grupo de trabajo 3 es el libro *Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe* que el lector tiene en sus manos. Los temas seleccionados responden a las necesidades detectadas a lo largo del proceso de investigación. Los capítulos han sido escritos por un grupo selecto de expertos europeos, latinoamericanos y caribeños, y está dirigido tanto a los operadores culturales de ambas regiones como a los funcionarios y agentes directamente implicados o que pueden incidir en el desarrollo y fortalecimiento de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe. En este sentido cabe resaltar la colaboración de la Fundación EULAC a lo largo de la investigación y difusión del proyecto. También el acompañamiento del responsable de la unidad «Sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas» de la Agencia ejecutiva de investigación de la Unión Europea, y los aportes de los evaluadores del proyecto que han seguido el proceso.

El libro se estructura en tres grandes bloques. El primero, titulado MARCOS INSTITUCIONALES DE LA COOPERACIÓN, introduce al lector en las relaciones culturales entre Europa y América Latina y el Caribe a través de cuatro artículos complementarios. En el primero de ellos, *Política y diplomacia cultural en las relaciones Euro-Latinoamericanas y caribeñas: génesis, discurso, praxis y perspectiva*, Lluís Bonet, Emmanuel Négrier y Mariano Martín Zamorano parten de la evolución y desarrollo de la diplomacia cultural a escala internacional para explicar su incidencia en la relación cultural entre ambas regiones. A partir de aquí se estudian 8 casos de estudio clave: Argentina, Brasil, México y Colombia en Latinoamérica, y Alemania, España, Francia y el Reino Unido en Europa. Dichos casos ponen en evidencia la densa y compleja trama institucional y normativa que sostiene las relaciones culturales birregionales, las asimetrías de poder entre países y regiones, así como la incorporación de nuevos actores públicos y privados en un mundo cambiante.

Ante esa situación, los autores se interrogan acerca de las estrategias de futuro de una región respecto de la otra, en el contexto de la política y la diplomacia cultural global.

El segundo artículo, *Impulso a la cooperación cultural EULAC: lecciones aprendidas de los programas de la UE*, escrito por Jordi Baltà, describe el marco general y la evolución reciente de la acción cultural exterior de la UE. En particular, analiza los distintos programas de apoyo de la cooperación cultural europea a escala internacional y su incidencia en América Latina y el Caribe. Bajo el foco de promover la cohesión social a través de la cultura y como marco de oportunidad para fortalecer las relaciones culturales birregionales, contrasta el nivel de desarrollo de dichos programas con las oportunidades de la Nueva Agenda Europea para la Cultura (2018). A partir de este análisis, el autor aporta orientaciones y recomendaciones para potenciar las relaciones culturales UE-ALC, y sugiere una arquitectura multinivel, plural y flexible, que permita abordar los desequilibrios existentes, y dar prioridad a las cuestiones de interés común.

A continuación, destaca el artículo de Peter Birle, Barbara Göbel y Jakob Krusche del Ibero-Amerikanisches Institut (Instituto Ibero-Americano de Berlín), centrado en el análisis de la dimensión cultural de las relaciones entre la Unión Europea y la CELAC bajo el prisma de cuatro dimensiones transversales clave: movilidad, desigualdad, diversidad y sostenibilidad. También se abordan aspectos significativos de las relaciones birregionales que condicionan la agenda birregional UE-CELAC, y se proporciona una síntesis de los logros y de los desafíos que ayuden a contribuir a un mayor desarrollo de la dimensión cultural en las relaciones birregionales.

El cuarto artículo que completa este bloque, *Cooperación europea y acción cultural de los clústeres EUNIC en América Latina y el Caribe*, escrito por Giada Calvano y que ha contado con el inestimable apoyo de Elisa Grafulla, presenta el renovado papel de la red EUNIC de institutos nacionales de cultura europeos en el extranjero, en el contexto de la nueva estrategia de relaciones culturales de la Unión Europea a escala internacional. El trabajo parte del mapeo de la acción de distintos actores culturales en cada una de las ciudades o territorios latinoamericanos y caribeños de referencia, los llamados clústeres EUNIC, para a partir de aquí diagnosticar la situación y el futuro de la cooperación cultural birregional.

El segundo bloque del libro se centra en presentar la EXPERIENCIA Y LAS DINÁMICAS SUBREGIONALES que conforman las relaciones culturales birregionales, analizando por un lado la experiencia de la cooperación cultural a escala iberoamericana (entre la América y la Europa de habla española y portuguesa), y por el otro la realidad particular de dos subregiones particularmente vulnerables: el mundo caribeño y el istmo centroamericano. El primero de sus tres artículos, *La experiencia de los programas de cooperación iberoamericanos y su potencial desarrollo a escala EU-CELAC*, aborda la experiencia de la cooperación cultu-

ral iberoamericana con el objetivo de evaluar su contribución y utilizar sus aprendizajes para ampliar su recorrido a escala birregional euro-latinoamericana y caribeña. Este trabajo, escrito por algunos de los protagonistas técnicos de los programas culturales iberoamericanos – Araceli Sánchez Garrido, Elena Vilardell, Rosa Sophia Rodríguez Ruiz, Guillermo Heras, Mónica Barcelos y Vanessa de Britto –, ha sido coordinado por Mónica García Alonso de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. El texto permite calibrar el importante aporte de la cooperación cultural iberoamericana a través de la descripción y análisis de los resultados de algunos de sus principales programas, así como comprender el marco institucional en que se desarrolla la cooperación multilateral (los programas Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno), con el papel determinante jugado por algunos países. El texto presenta algunos de los desafíos que enfrenta la cooperación y propone recomendaciones puntuales para contribuir a reforzar la dinámica de las relaciones culturales basadas en una experiencia como la iberoamericana con muchos años de cooperación entre ambos lados del Atlántico.

El segundo artículo se titula *El posible impacto del Brexit en las relaciones culturales UE-Caribe*, y es escrito por tres investigadores caribeños con larga experiencia en el análisis de las industrias culturales de dicha región: Suzanne Burke, Paula Morgan y Keron Niles. El trabajo comienza por situar al lector en la problemática histórica de la cooperación internacional en el Caribe y describe el andamiaje institucional y financiero que la soporta, particularmente el Protocolo III del AAE CARIFORUM-UE. Éste apuesta por facilitar «la colaboración, los intercambios culturales, la coproducción de obras audiovisuales y la prestación de asistencia técnica proporcionando un marco efectivo para que las naciones caribeñas y europeas intensifiquen los flujos comerciales existentes de bienes y servicios culturales entre ambas regiones». A continuación, analiza los posibles escenarios sobre la región según la forma que adopte la salida del Reino Unido de la Unión Europea. Así, los autores distinguen un «Brexit blando» de un «Brexit duro», opciones que conllevan implicaciones y consecuencias diferentes en el campo de la cooperación cultural internacional, y recomiendan posibles estrategias para enfrentar ambas posibilidades.

El bloque se completa con el texto *Las relaciones culturales Euro-Centroamericanas: un encaje poliédrico*, a cargo de Mario Hernán Mejía. En él se exponen las similitudes, diferencias, fortalezas y debilidades que existen entre los países centroamericanos en relación a las políticas de cooperación con la Unión Europea, y se exploran, con una visión prospectiva, «posibles escenarios que marquen un punto de inflexión en las relaciones culturales entre ambos bloques regionales a partir de sus propias políticas, mecanismos y programas existentes que hagan de la cultura una estrategia de cooperación al desarrollo». El autor señala que, aunque al presente la dimensión cultural no registra acciones suficientemente relevantes, ni sus problemáticas figuran en los ámbitos principales de la agenda del desarrollo regional, hay instrumentos vigentes que podrían cambiar esa situación. En

sus propias palabras, «la región mesoamericana puede constituirse un circuito de distribución, de programación de actividades de cooperación cultural que fortalezcan la creación (protección en términos de patrimonio), producción, distribución y disfrute de una vida cultural a partir del intercambio y conocimiento mutuo, (...) y facilitar las relaciones políticas e intercambios comerciales entre Unión Europea/Centroamérica y hacer de la cultura el eje integrador del desarrollo». El artículo incluye un cuadro que contiene los instrumentos de cooperación cultural de la UE y las potenciales estrategias de cooperación con la región centroamericana.

Finalmente, el tercer y más extenso bloque del libro, titulado FLUJOS Y ESTRATEGIAS, reúne en ocho capítulos aportes transversales y sectoriales que atraviesan las relaciones culturales entre ambas regiones. El apartado se inicia con un artículo escrito por S. Belli, C. Raventós y H. Schargorodsky centrado en *La cooperación cultural interuniversitaria entre CELAC y UE: conceptos, actualidad y perspectivas*. El sistema universitario es un actor cada vez más relevante en el panorama de las relaciones culturales entre los países que componen la UE y la región América Latina/Caribe. Ambas regiones cuentan con un número muy importante de universidades que, a través de actividades de formación, de investigación y de extensión, constituyen un puente que sirve de vínculo a manifestaciones culturales de ambas regiones. Los autores describen la tipología de la cooperación entre universidades y la ejemplifican con casos exitosos de intercambio birregional. A modo de conclusión señalan que para inducir un cambio positivo «sería deseable un fuerte incremento de la comunicación interuniversitaria y la adopción de nuevos protocolos y formas de organización, más dinámicas, que actualicen y superen las actuales formas burocráticas de la cooperación cultural interuniversitaria entre países y regiones».

Carlos E. Guzmán Cárdenas, Bernardino Herrera León y Carlos Mora abordan la cuestión de *Las asimetrías del comercio exterior cultural entre América Latina y el Caribe (ALC) y la Unión Europea*. Tomando como referencia el marco de las estadísticas culturales de la UNESCO y los datos procedentes de la UNCTAD, el artículo repasa la situación del comercio mundial de bienes y servicios culturales y creativos, y pone el foco en las «profundas asimetrías económicas intrarregionales y extrarregionales que diferencian y condicionan el perfil productivo cultural-creativo de los países de ALC además de poner en relieve el mayor potencial del lado de la UE». Según su análisis, es evidente que el sector de las industrias culturales y creativas en ALC presenta una serie de problemáticas que limitan su desarrollo y su proyección en el mercado internacional y particularmente en sus intercambios con los países que integran la UE.

A continuación, Francisco Guevara reflexiona en *Interpretar la fantasía de la movilidad mientras se promulga la violencia de la inmovilidad* sobre la hipocresía y las disfunciones de la movilidad de profesionales artísticos entre ambos continentes. Desde una perspectiva crítica, analiza cómo la movilidad cultural tiene profundas implicaciones históricas con

consecuencias perjudiciales y duraderas en América Latina y el Caribe, y muy a menudo oculta una perspectiva sesgada de estas regiones a la vez que se fantasea con el potencial transformativo del arte en lo referente a los procesos de creación artística y los encuentros internacionales. El texto analiza la función ideológica de la movilidad cultural, especialmente en el contexto de las relaciones entre Europa y América Latina y el Caribe. Considera que no hay incremento en el movimiento sin extensos sistemas de inmovilidad, y presenta distintos ejemplos de repercusiones y experiencias en la práctica del movimiento. Finalmente centra la atención en la cuestión de la cooperación cultural en América Latina y el Caribe con la mirada puesta en la *Guía de Financiamento para la Movilidad Cultural*, como referencia y panorama actual de estas regiones, para repensar los principales obstáculos que se nos presentan.

En cuanto a la situación de las artes escénicas – el teatro, la música y la danza – Xavier Marcé propone en su artículo *Relaciones entre Europa, América Latina y el Caribe en el ámbito del espectáculo en vivo* estrategias concretas para profundizar su desarrollo. Marcé considera que los «problemas más relevantes para la cooperación cultural entre la UE y Latinoamérica y el Caribe provienen del diferencial jurídico-administrativo y de las trabas aduaneras y fiscales que dificultan la circulación de productos y personas». Mientras que las principales ventajas provienen de la existencia de puntos de apoyo estables a partir de la presencia generalizada de Institutos Culturales Europeos en la mayoría de los países americanos, a los cuales agrega otros propios de la región Latinoamérica/Caribe. A partir de datos sobre distintos mercados y de las experiencias de varios países, propone acciones concretas, como un Programa «País o ciudad invitada europea», la creación de una Agencia Europea de coordinación de giras y espectáculos latinoamericanos en Europa, la creación del Visado Artístico, un gran fondo europeo-americano de inversiones privadas para promover la producción de contenidos culturales, así como crear una clasificación específica para empresas culturales de alto nivel a escala europea interesadas en la exportación a la región Latinoamérica/Caribe. Finalmente, señala el autor, «el objetivo central que debería fijarse la Unión Europea es pasar de las relaciones unilaterales a las multilaterales, favoreciendo la creación de estructuras de gestión que pudieran trabajar a escala directamente europea».

La digitalización tiene un importante impacto en la producción, circulación y consumo de los bienes y servicios culturales. El acelerado desarrollo de las industrias culturales bajo el impulso de las tecnologías digitales ha modificado substancialmente los intercambios birregionales en materia audiovisual. Los especialistas Guillermo Mastrini y Fernando Krakowiak examinan los *Flujos audiovisuales en América Latina y Europa* a la luz de esos cambios y en relación con las políticas públicas. Su artículo expone la evolución de las políticas audiovisuales europeas y latinoamericanas y el intercambio birregional en materia de cine y televisión. Para los autores, las políticas públicas se han mostrado efica-

ces para aumentar la producción cultural pero señalan en sus conclusiones que «las políticas públicas para el sector audiovisual deben atender específicamente el problema de los desequilibrios intra-regionales, protegiendo especialmente a los mercados y países más pequeños».

Seguidamente, Fabiola Wüst Zibetti aborda también el impacto de la digitalización y la protección de los derechos de autor centrado esta vez en el ámbito del patrimonio cultural, en un texto titulado *Patrimonio cultural digital en los países UE-LAC: la protección de los derechos de autor en el ambiente digital*. El texto parte de la constatación de que en América Latina y el Caribe existen «no solo amplias asimetrías en la legislación de derechos de autor, sino también de forma general la obsolescencia y la falta de adaptación de la legislación de derechos de autor al nuevo entorno tecnológico». A modo de respuesta, considera que el potencial de intercambio cultural entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe podrían beneficiar el proceso de intercambio cultural entre los países del EULAC. Sin embargo, constata el desafío que ello implica debido a la gran diversidad de regulaciones entre los países en ambas regiones. Para avanzar en esa dirección la autora propone «establecer un espacio de diálogo entre estos países con el fin de promover sinergias entre las naciones para encontrar una solución al delicado equilibrio entre la protección de los derechos de autor y el acceso al patrimonio cultural digital. En este contexto, la experiencia europea se puede usar como referencia para el análisis, particularmente en aquellos temas que no están regulados en los países de América Latina y el Caribe, como las obras huérfanas».

Otro aspecto clave de la circulación de bienes culturales a escala birregional es el centrado en el comercio artístico y en el tráfico lícito e ilícito de patrimonio cultural. En su artículo *Latinoamérica y el Caribe miran a Europa en el viaje de sus bienes culturales* Inmaculada González Galey analiza los antecedentes legislativos en la protección del patrimonio histórico, así como el rol de coleccionistas y galerías de arte por una parte, y por la otra describe las dificultades para combatir el tráfico ilícito de bienes culturales en los países latinoamericanos. Según la autora, este flagelo que tuvo su origen en la colonización «ha continuado y se ha visto incrementado con los robos en museos arqueológicos e históricos, y no sólo focalizado en los bienes precolombinos sino también en el arte sacro, principalmente el colonial y virreinal, que viene siendo objeto de numerosos actos vandálicos». Para ella, «la ley es la mejor arma para luchar contra cualquier ilegalidad cometida en este ámbito pues aunque, *a priori*, pueda parecer que coarta la libertad del comercio del arte restringiendo la circulación de los bienes, sin embargo, es la ley la que realmente permite la libertad en el movimiento de obras pues su incumplimiento no da la libertad, sino el libertinaje y el recorrido de éste es mucho más corto». En ese sentido nos brinda un panorama de la legislación contra el tráfico ilícito de bienes culturales existente en ambas regiones, y describe los esfuerzos que realiza la UNESCO para colaborar en esa lucha.

El libro se cierra con un artículo de Pablo Alabarces que trata sobre *Los intercambios deportivos entre Europa y América Latina: flujos, migraciones e indiferencias*. La inclusión del deporte entre los desafíos que enfrentan las relaciones culturales entre las regiones América Latina y el Caribe y la Unión Europea responde tanto a la necesidad de ampliar el foco a un concepto más antropológico del concepto de cultura como a una solicitud de la convocatoria del proyecto para que se incluyera dicha mirada. El análisis que propone el autor nos ayuda a comprender los distintos roles jugados por el deporte en la construcción de un cierto orden social. Así, citando al historiador alemán Stefan Rinke, señala que «la historia del deporte en América Latina es el de la integración en el mercado mundial capitalista» lo cual abre la posibilidad de establecer analogías y contactos con la situación en el sector cultural propiamente dicho. El artículo aborda la cuestión de los flujos de deportistas entre las dos regiones, tanto en el deporte amateur como a nivel profesional, y la transformación de algunos deportes en una industria de gran facturación, así como algunas de las respuestas que ofrecen los estados a los distintos desafíos que deben afrontar. Al respecto, señala que existe una relación estrecha entre deporte, salud colectiva, bienestar social y conocimiento mutuo, resulta claro que esta relación no puede quedar librada solamente al mercado o a la mera filantropía.

Queremos destacar que los autores de cada uno de los artículos que integran el libro han incluido una importante bibliografía, la cual constituye en sí misma un importante aporte al conocimiento de las relaciones culturales birregionales.

Un libro de esta magnitud no hubiera sido posible sin el trabajo de investigación y la dedicación de los autores, la tenaz colaboración del equipo del grupo de trabajo 3 especializado en relaciones culturales, y el apoyo incondicional del coordinador científico del proyecto EULAC Focus, Dr. Ramon Torrent. En particular, los editores queremos destacar la constante e inquebrantable labor de Mónica García Alonso y de Giada Calvano. Asimismo el eficaz acompañamiento de los expertos externos del equipo transectorial del proyecto: Paola Amadei, Rigas Arvanitis, Alan Cobley y Enrique Saravia. A todos ellos, ¡muchas gracias!

12

FLUJOS AUDIOVISUALES EN AMÉRICA LATINA Y EUROPA

Guillermo MASTRINI y Fernando KRAKOWIAK

Resumen

El objetivo del trabajo es analizar el estado actual del flujo de productos audiovisuales, con especial atención a la situación en Latinoamérica y la Unión Europea, bloques regionales que han sostenido un vínculo con fuertes lazos culturales y escasa relevancia económica. En un primer apartado se analiza el debate generado en torno al impacto de los flujos audiovisuales en el escenario internacional desde la década del 60 hasta la actualidad. Posteriormente se estudia como la Unión Europea y Latinoamérica establecieron políticas audiovisuales con la intención de promover sus producciones. Luego se presenta un panorama de esos flujos en ambos bloques y finalmente se realiza un balance y se proponen cuestiones a tener en cuenta para promover y garantizar los intercambios de productos audiovisuales que alimenten alternativas al dominio global de Hollywood.

12.1 Introducción

Las industrias culturales enfrentan cambios vertiginosos a partir de la digitalización. El proceso es contradictorio y genera una fuerte incertidumbre económica. Por un lado, caen los costos de producción y se multiplica la oferta, mientras que al mismo tiempo sólo unos pocos productores alcanzan los niveles de audiencia necesarios para recuperar las inversiones. La creación de mercados globales, donde el sector audiovisual tiene un lugar central, amenaza las posiciones de los productores nacionales, incluso la de los grupos más concentrados.

Las políticas culturales han resultado fundamentales a lo largo de la historia para proteger la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos diversos. Un sector económico que presenta fallas de mercado estructurales a la hora de garantizar un entorno competitivo requiere de políticas activas que deriven recursos hacia los consumos culturales no mayoritarios. Sin embargo, desde hace más de veinte años se aprecia una fuerte tendencia a considerar la cultura como una mercancía más.

La industria audiovisual adquirió carácter internacional desde sus inicios. El cine, con sus altos costos de producción por unidad, se orientó al mercado mundial con el predominio de Estados Unidos y Francia. Pocas décadas después de su surgimiento, Hollywood acaparaba el mayor porcentaje de circulación de películas con un dominio integrado de la producción y la distribución. Para hacer frente a este escenario, otros países implementaron políticas que protegieron al cine local y le aseguraron al menos una parte del mercado.

La televisión tuvo su auge después de la Segunda Guerra Mundial. Si bien una parte de su grilla siempre estuvo gestionada por productoras y canales locales, el flujo de películas y series de televisión también acaparó la atención de las productoras norteamericanas. Las políticas públicas para el sector no se hicieron esperar y las cuotas de pantalla estuvieron presentes en las legislaciones del mundo.

En el contexto de la digitalización y la globalización las políticas públicas han comenzado a trasladarse del plano nacional a los acuerdos regionales o multinacionales con el objeto de asegurar mercados más amplios. Si bien en los últimos años el flujo de productos audiovisuales desde y entre terceros países ha crecido, no logra desafiar el predominio de Hollywood.

El objetivo de este trabajo es analizar el estado actual del flujo de productos audiovisuales, con especial atención a la situación en Latinoamérica y la Unión Europea, que han sostenido un vínculo con fuertes lazos culturales y escasa relevancia económica. En un primer apartado se analiza el debate generado en torno al impacto de los flujos audiovisuales en el escenario internacional desde la década del 60 hasta la actualidad. Posteriormente se estudia como la Unión Europea y Latinoamérica han establecido políticas audiovisuales con la intención de promover sus mercados. Luego se presenta un panorama de los flujos audiovisuales en ambos bloques regionales y finalmente se realiza un balance y se proponen cuestiones a tener en cuenta para sostener los intercambios de productos audiovisuales que alimenten alternativas al dominio de Hollywood.

12.2 Un debate con historia

El impacto que provocan los flujos audiovisuales desiguales entre los distintos países ha formado parte de la agenda de los organismos internacionales y generado debate desde la década del 60. A principios de 1972 la Unesco financió un proyecto, llevado adelante por

Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis en la Universidad de Tampere, destinado a establecer un inventario de la composición de programas de televisión, particularmente en lo que refiere a la importación. Por entonces algunos académicos ya hablaban de «imperialismo cultural» (Schiller, 1976), pero no existían datos cuantitativos a nivel mundial sobre la proporción entre los programas producidos localmente y los importados en cada país. El estudio relevó los contenidos televisivos de 50 países donde se concentraban el 90 por ciento de los televisores existentes a principios de la década del 70.

El informe estimó que Estados Unidos exportaba 150.000 horas anuales de programación, contra 20.000 del Reino Unido, 20.000 de Francia y 6000 de Alemania. El aporte de América Latina era insignificante y se limitaba mayormente a las ventas de México y Argentina a países cercanos. En lo que respecta a la importación, Estados Unidos importaba apenas el 1 por ciento de su programación, mientras que la mitad de los programas de televisión de América Latina eran de origen extranjero, aunque con una dispersión considerable de un país a otro (Nordenstreng y Varis, 1976). Este tipo de estudios reforzaron las denuncias, fundamentalmente en Latinoamérica, del «imperialismo cultural» que ejercía Estados Unidos (Beltrán, 1978; Mattelart, 1974).

En 1980, una Comisión Internacional de Estudio sobre los Problemas de Comunicación presidida por Sean Mac Bride, presentó el informe *Un solo mundo, voces múltiples*, sobre la necesidad de establecer un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMIC) que equilibrara la producción y circulación de noticias y de otros productos culturales. Las recomendaciones del informe Mac Bride fueron dejadas de lado en un escenario internacional marcado por la crisis de los «Estados de Bienestar», el auge de las políticas neoliberales y la privatización de empresas.

En este nuevo contexto, algunos autores comenzaron a relativizar la imagen unilateral del *one way flow* al destacar la existencia de flujos regionales y mercados en áreas con afinidades lingüísticas y culturales. La intención era remarcar que, junto con el desarrollo de un «centro» que durante el Siglo XX dominó los mercados audiovisuales a escala global, siempre existieron «contraflujos regionales» protagonizados por potencias intermedias. Los casos de las industrias culturales de México y Brasil con respecto a la televisión en Latinoamérica constituyen un ejemplo de esos «contraflujos» (Schement y Rogers, 1984; Straubhaar, 2001). Es por ello que algunos autores, optan por hablar de redes y circuitos complejos donde muchas veces la preferencia cultural e idiomática de las audiencias lleva a producir más programación nacional e incluso a importar más contenidos de países de la misma región (Straubhaar, 2007).

Daya Kishan Thussu (2010) propone clasificar los flujos en dos categorías: los flujos dominantes, es decir, aquellos que provienen de Estados Unidos, y los contraflujos, que incluyen productos transnacionales entre países que no sean aquellos de los flujos domi-

nantes y flujos geoculturales surgidos a partir de aquellas comunidades inmigrantes que privilegian producciones de sus países de origen o al menos en su propio idioma. De este modo, busca dejar en claro que la globalización también abrió posibilidades para que se desarrollen nuevos nichos de producción y espacios mediáticos alternativos. Enrique Uribe-Jongbloed y Hernán David Espinosa-Medina (2014) dan un paso más y proponen distinguir cuatro tipos de flujos. Los que surgen de los mercados núcleo y tienen como destino esos mismos mercados; los que surgen de los mercados núcleo hacia los periféricos, los que van de la periferia a los mercados núcleo y, por último, los flujos que circulan entre países periféricos (ver tabla 12.1). Solo para citar algunos ejemplos, en los dos primeros tipos se podría ubicar el cine de Hollywood, en el nivel tres se encuentran las novelas Latinoamericanas, mientras que en el nivel cuatro se pueden ubicar intercambios de producciones que circulan en algunos festivales específicos o incluso el exitoso caso del cine nigeriano, conocido como Nollywood.

Tabla 12.1. *Tipos de flujos audiovisual.*

Tipos de flujo	Fuente de producción	Destino de producción
Mercados núcleo	Producción audiovisual hegemónica (Estados Unidos, Europa Occidental y Japón)	Europa Occidental, Canadá, Estados Unidos y Japón
Del núcleo a mercados periféricos	Producción audiovisual hegemónica (Estados Unidos, Europa Occidental y Japón)	Cualquier país que no pertenezca al Mercado núcleo
De la periferia a mercados núcleo	Producción regional o pequeña (Latinoamérica, Asia, Europa del Este)	Europa Occidental, Canadá, Estados Unidos y Japón
Mercados periféricos	Producción regional o pequeña (Latinoamérica, Asia, Europa del Este)	Cualquier país que no pertenezca al Mercado núcleo

Fuente: Uribe-Jongbloed y Espinosa (2014).

La globalización trajo consigo una visión economicista e instrumental de la información y la cultura. Así fue como la liberalización de los servicios audiovisuales comenzó a formar parte de la última fase de negociaciones de la Ronda Uruguay (1986-1994), como parte del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, en inglés), de donde surgiría el Acuerdo sobre el Comercio de Servicios (GATS, en inglés).

El intento destinado a considerar a las producciones audiovisuales como una mercancía más fue encabezado por Estados Unidos y Japón y encontró como principales contrapesos a la Comunidad Europea, en especial Francia y Bélgica, y a Canadá, quienes si bien

reconocieron el valor económico de los servicios audiovisuales también advirtieron sobre su valor simbólico y la necesidad de darles un trato particular.

Finalmente, el sector audiovisual quedó dentro del GATS que entró en vigencia en enero de 1995, junto con la Organización Mundial del Comercio (OMC), aunque los países no asumieron compromisos específicos destinados a dar libre acceso a las empresas audiovisuales extranjeras. En síntesis, se preservó el statu-quo en material audiovisual, pero aquello no resultó una victoria para los partidarios de la excepción cultural, pues el sector audiovisual quedó integrado en el proceso de liberalización futura como cualquier otro (Bonet, 2004).

Aun habiendo logrado un freno temporal a la liberalización, la inclusión de los servicios culturales en el GATS obliga a cumplir con el marco normativo general de la OMC que fija como compromiso para las partes no incrementar el proteccionismo ni diagramar nuevos programas que incrementen la discriminación entre los socios de la OMC.

A medida que recrudecieron las presiones en la OMC para dejar atrás los compromisos temporales en el sector cultural, varios países, en especial los francófonos, buscaron superar el concepto de «excepción cultural». Así fue como se decidió recuperar la noción de diversidad para hacerla jugar en el debate de la globalización reafirmando una concepción abierta y universal que le garantice a la cultura un estatuto específico.

Unesco avanzó con la aprobación de la Declaración sobre la Diversidad Cultural en su 31° Conferencia General de 2001 y dos años después con la elaboración de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (en adelante Convención), que terminaría siendo aprobada por una amplia mayoría en 2005. La decisión de ir de una declaración a una convención se explica porque las declaraciones carecen de obligatoriedad jurídica, mientras que en el derecho internacional una convención es un acuerdo vinculante firmado por Estados, por el cual estos asumen un compromiso jurídico.

El amplio apoyo que obtuvo el acuerdo y el freno de las negociaciones en la OMC fortalecieron la política de bloques por sobre la multilateralidad en el área de la cultura. Si bien la Convención no operó como una herramienta modificatoria del derecho de la OMC, es claro que se generó un escenario de conflicto potencial. El sector audiovisual está lejos de ser sometido en un esquema de liberalización comercial multilateral y lo que predominan son las estrategias bilaterales y la organización en bloques de intereses comunes. No obstante, no todos se han sabido reagrupar en defensa de sus intereses con la misma velocidad y eficacia. En lo que refiere al objeto de estudio de este trabajo, debemos decir que Europa se ha manifestado muy activa en la promoción de su industria cultural, mientras que en América Latina los programas de cooperación destinados a preservar y promover el sector audiovisual son acotados y cuentan con escasos recursos.

12.3 Política de bloques en el escenario audiovisual global

12.3.1 Política audiovisual europea

La directiva sobre Televisión sin Fronteras, aprobada por el Consejo de la Comunidad Económica Europea en 1989, ha sido un paso clave para intentar armonizar mínimamente la diversidad y disparidad de leyes nacionales en el Viejo Continente constituyendo la piedra angular de la política audiovisual. Su principal objetivo ha sido fomentar la libre circulación de programas televisivos europeos en el mercado común a partir del principio de regulación en el país de origen. En 2010 fue convertida en la Directiva de Medios Audiovisuales y desde 2015 se trabajó en una nueva revisión, aprobada finalmente por el Parlamento Europeo en octubre de 2018, que da cuenta del proceso de convergencia entre la televisión y los servicios de internet. Las nuevas reglas no sólo se aplicarán sobre las televisiones, sino que plataformas digitales como Netflix, YouTube, HBO, Amazon o Facebook también tendrán que adaptarse al escenario legal. Una de las novedades ha sido el establecimiento de una cuota mínima de obras europeas en el catálogo de los servicios bajo demanda que se ha fijado en el 30 por ciento. Además, las plataformas tendrán que contribuir al desarrollo de la producción audiovisual europea, mediante inversión directa en contenido o con contribuciones a los fondos nacionales.

De modo paralelo, entre los programas internacionales que impulsó Europa se destaca MEDIA (*Mesures pour l'encouragement et le développement de l'industrie audiovisuelle*), puesto en marcha en 1991 con el propósito de fomentar la colaboración entre los profesionales del audiovisual y reforzar la industria europea. En 2014 MEDIA se convirtió en un subprograma de Europa Creativa, iniciativa que nace desde la Comisión Europea para dar apoyo a la industria audiovisual europea. MEDIA dispone de un presupuesto de 817,6 millones de euros para el período comprendido entre 2014 y 2020. Su objetivo es apoyar la distribución en todo el mundo de más de 1.000 películas europeas, a través de plataformas tradicionales y digitales; aportar financiación a los profesionales audiovisuales para acceder a los mercados internacionales y fomentar la realización de películas y otras obras audiovisuales con un potencial de circulación transfronteriza.

La Unión Europea también buscó impulsar la cooperación audiovisual con terceros países. En 2007 lanzó el programa MEDIA Internacional con un presupuesto anual de 2 millones de euros y en 2009 surgió MEDIA Mundus, programa destinado a favorecer el intercambio de información entre profesionales y a mejorar la competitividad y la distribución transnacional de las obras audiovisuales.

A su vez, se buscó la cooperación multilateral con América Latina a través de la creación de Ibermedia, un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y

documentales realizadas por España, Portugal, Italia y 18 países americanos,¹ que comenzó en 1998. Desde entonces, se realizaron 25 convocatorias y se le dio ayuda a 787 proyectos cinematográficos iberoamericanos, facilitando la exhibición de 298 películas con una inversión de 93 millones de dólares.²

El apoyo al sector audiovisual es considerado estratégico porque las industrias culturales y creativas suponen alrededor de 4,5 por ciento del PIB de la UE y un 4 por ciento del empleo (8,5 millones de puestos de trabajo). «Europa es, con diferencia, líder mundial en la exportación de productos de la industria creativa. Para mantener esta posición hemos de invertir en la capacidad de estos sectores para que actúen fuera de sus fronteras», destaca la propia Unión Europea.

12.3.2 Política audiovisual latinoamericana

La situación en Latinoamérica es diferente a la resumida en Europa. En gran medida esto se debe a que el proceso de integración política es muy limitado en comparación con el desarrollado en el viejo continente. Por otra parte, en Latinoamérica no resulta difícil encontrar declaraciones sobre la importancia de promover y proteger las industrias culturales de la región, pero resultan mucho menos habituales las acciones concretas. No es arriesgado señalar que la mayoría de las iniciativas han sido de carácter nacional, y la principal acción cooperativa es el programa Ibermedia, muy importante para fomentar la producción, pero con menor peso en términos de flujos audiovisuales. Los intentos de establecer políticas comunes en el Mercado Común del Sur (Mercosur) han tenido un alcance muy limitado.

Si bien el sector audiovisual figura en el Protocolo de Integración Cultural firmado en 1994, en los primeros años del Mercosur la producción de bienes masivos ha quedado desatendida. Galperín (1999) subraya que una característica sintomática de las políticas culturales en Latinoamérica es haberse concentrado en la llamada «alta cultura» y en la preservación del patrimonio cultural, en lugar de atender los productos culturales masivos que consumen las clases populares.

En lo que respecta a las industrias culturales, Galperín tempranamente advirtió algo que se corroboraría con el tiempo. Las políticas de fomento del Mercosur se orientaron hacia el cine, y tuvieron escasa incidencia en la televisión. Este hecho diferencia al Mercosur de la Unión Europea. Un aspecto que explica la distinción es el peso de las televisiones

¹ Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

² Cifras a partir de <http://www.programaibermedia.com/el-programa/ibermedia-en-cifras/> (último acceso: 28 de octubre de 2018).



públicas en Europa, frente a la orientación de mercado que presenta el sector televisivo en Latinoamérica. De hecho, los flujos, principalmente de telenovelas, estuvieron marcados por el comercio privado. La orientación de la política pública hacia el cine en lugar de la televisión no es menor, ya que implica centrar los esfuerzos en un sector cuyo consumo es mayoritario entre las clases altas y medias altas, mientras que la televisión es de consumo popular, con mucha mayor capilaridad en el territorio.

Dos trabajos recientes, (Moguillansky y Poggi, 2017; Poggi, 2018), dan cuenta de la pluralidad de acciones desarrolladas por el Mercosur en materia cinematográfica:

- En 2003 se convocó a entidades públicas y privadas de los países miembros para crear el Foro de Autoridades Cinematográficas del Mercosur, que posteriormente se formalizó en la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM).
- En 2004, se impulsó la creación de una «Cuota de Pantalla Regional» para el Mercosur que nunca se concretaría. Un poco más de éxito tuvo el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), que se inició en 2004. Bajo la dirección de Octavio Getino tuvo un comienzo auspicioso, pero tres años después fue cerrado por falta de recursos.
- En 2006 se creó el Certificado de Obra Cinematográfica del Mercosur, que no llegaría a instrumentarse.
- En 2009 se implementó el Programa Mercosur Audiovisual, para aprovechar la cooperación con Europa, que es el principal y casi único financiador. Fue sin dudas la acción de mayor envergadura realizada por el Mercosur. Poco tiempo después se creó también el Programa Mercosur Digital, que promueve un régimen regulatorio único para el comercio electrónico.
- En 2015 se promovió la creación de la Red de Salas Digitales del Mercosur (RSD), equipadas con proyectores de alta definición, cuyo impacto al día de la fecha es mínimo.

Poggi (2018) destaca la importancia de las medidas tomadas por el Mercosur en relación al sector cinematográfico. Desde nuestra perspectiva, si bien se debe reconocer la constante preocupación por el tema, las experiencias dan cuenta de las dificultades de la región para instrumentar políticas duraderas y de largo alcance, que construyan nuevos escenarios. En todo caso, permiten observar el permanente deseo de la incipiente industria cinematográfica compuesta por directores y pequeñas productoras para mantener el interés público sobre el tema.

La política audiovisual hasta aquí descripta tomó como modelo de referencia la de la Unión Europea (Crusafon, 2009). Como destacan Sarikakis y Ganter (2014), la firma del

Protocolo de Integración Cultural estuvo guiado por la lógica europea de fortalecer las industrias audiovisuales nacionales y regionales. Crusafon destaca que el audiovisual se convirtió en un tema importante en la agenda de cooperación entre el Mercosur y la Unión Europea y agrega:

En cuanto a la estructura de la política supranacional, se observan grandes similitudes en los ejes de actuación del Mercosur con relación a la UE. De hecho, las acciones del Mercosur recuerdan a la primera etapa de definición de la PAE, a mediados de los 80. Además, se constata en los documentos de la RECAM una referencia clara en tomar como modelo la política audiovisual de la Unión Europea (Crusafon, 2009: 101).

En México la política audiovisual quedó definida por la entrada del país al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA). Como advierte Galperín (1999), la firma del tratado no alteró la estructura del mercado audiovisual mexicano que en realidad ya se encontraba en proceso de liberalización por parte de las autoridades del PRI. Más tarde, Sánchez Ruiz (2003) ha documentado como la industria audiovisual sufrió mermas en su participación en el mercado nacional, especialmente en el área del cine.

Una experiencia distinta, aunque reciente, es la puesta en marcha del Mercado de Industrias Culturales del Sur (Micsur), una iniciativa destinada a potenciar el intercambio directo de productores independientes a partir de la generación de espacios de encuentro financiados por los Estados.

12.4 Los flujos audiovisuales en la actualidad

El desarrollo tecnológico y la digitalización transformaron la capacidad de producción, distribución y consumo del cine y la televisión hasta formas insospechadas en sus inicios. Las políticas públicas oscilan entre la protección de los bienes culturales y la liberalización de los mercados. El contexto de globalización económica promovió también mayores intercambios y no resulta extraño que los flujos audiovisuales se hayan incrementado. Si bien este proceso parece sostener las teorías que relativizan el concepto de imperialismo cultural, veremos que la diferencia entre países que dominan el mercado mundial y los que participan ocasionalmente se mantiene.

La propia OMC señala que las estadísticas sobre el comercio internacional de servicios audiovisuales tienen limitaciones, aunque permiten destacar algunas tendencias. Los datos sobre balanza de pagos muestran que el comercio de servicios audiovisuales y conexos ha crecido con rapidez en los últimos años. Las exportaciones mundiales aumentaron en promedio a un 8 por ciento desde 2000, para alcanzar 35.000 millones de dólares en 2007. A su vez, los datos sobre balanza de pagos indican también que los principales exportado-

res son los Estados Unidos (con 15.000 millones de dólares) y las Comunidades Europeas (con 9.900 millones de dólares o 4.000 millones si no se considera el comercio intracomunitario), mientras que otros exportadores de primera línea son países en desarrollo como China, México y Argentina. (OMC, 2010).

OMC destaca también que el mercado mundial del sector audiovisual se estimaba en 2008 en 516.000 millones de dólares. El segmento correspondiente a la televisión representaba la mayor parte (68 por ciento, equivalente a 352.000 millones de dólares), seguido por la cinematografía (84.000 millones, equivalentes al 16 por ciento). El comercio de servicios audiovisuales representa sólo el 1 por ciento del total de volumen del sector servicios. Para Estados Unidos representa el 3,2 por ciento del total de sus exportaciones de servicios comerciales y generaba un superávit comercial de 13.600 millones de dólares en 2007 (OMC, 2010).

En este apartado nos centraremos sobre los intercambios comerciales audiovisuales en la Unión Europea y América Latina, con el objetivo de analizar la presencia de producciones foráneas en sus mercados, y la capacidad de inserción de bienes culturales europeos y latinoamericanos en otros países. Una dificultad conocida para este tipo de trabajos es la falta de datos consolidados de una misma fuente. Al trabajar con diversas fuentes documentales se presentan problemas de unificación estadística.

12.4.1 Mercado audiovisual en la Unión Europea

Europa es uno de los principales productores del mundo, aunque a considerable distancia de Estados Unidos. Tiene un mercado de más de 300 millones de personas, con un poder adquisitivo superior a la media mundial. Ambos hechos facilitan el desarrollo de las economías de escala. Sin embargo, la fragmentación lingüística y tradiciones culturales diversas son factores desestimulantes. Desde los orígenes del cine, varios países se encontraron entre los principales productores, destacándose Francia, el Reino Unido, Italia y Alemania. La televisión desarrolló un modelo de servicio público que estimuló la producción nacional y local. A partir de la década del 80 el mercado televisivo fue desregulado y hoy predominan modelos comerciales, aunque la televisión pública continúa siendo un productor de considerable importancia.

Flujo cinematográfico desde la Unión Europea

Europa es un gran productor de cine. De acuerdo a un estudio del Observatorio Europeo del Audiovisual (2016), durante 2015 se estrenaron 5.939 películas de origen europeo. Sin embargo, sólo un 50 por ciento de dicha cantidad logra estrenarse fuera de su país de origen, con un total de 2.990 películas que cruzan la frontera. El dato más relevante para este

trabajo es que sólo el 10 por ciento de las películas europeas estrenadas en 2015 llegó al menos a un mercado no europeo. De esta manera, el principal flujo cinematográfico del cine europeo queda acotado dentro de la región (EAO, 2015). Si se toma en cuenta la recaudación, la importancia del circuito mundial cobra más relevancia, ya que obtiene un 24 por ciento de las entradas vendidas. En este punto cabe reflexionar sobre el efecto de las cuotas intra europeas, ya que los datos indican que los estrenos cinematográficos no garantizan venta de entradas. Los mercados extraeuropeos son más importantes económicamente que en términos de penetración de películas. La cuota de películas exportadas por Europa al resto del mundo en los últimos años se ha mantenido estable.

La exportación de películas a otras regiones es importante económicamente para dos países: Francia y el Reino Unido. Entre ambos venden el 87 por ciento de las entradas de cine europeo en otras latitudes. A gran distancia, los siguen Alemania (4 por ciento) y España (3 por ciento). El quinto productor de cine europeo, Italia, no logra colocar significativamente su producción en el mercado internacional (Klanzer, 2016). Estos datos nos ayudan a comprender la ineficacia de algunas políticas de promoción cinematográfica en términos de diversidad.

Tabla 12.2. Cuota de pantalla de películas europeas estrenadas fuera de la UE 2011-2015 (%).

Región/Año	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Fuera de Europa	19%	19%	19%	21%	20%	19%
EE.UU. & Canadá	20%	21%	19%	24%	23%	21%
América Latina	25%	26%	24%	24%	26%	25%
Australia & Nueva Zelanda	22%	25%	22%	22%	21%	22%
China & Corea del Sur	-	-	-	16%	12%	14%
Canadá	21%	28%	23%	20%	19%	22%
Estados Unidos	18%	18%	16%	23%	23%	20%
Argentina	20%	23%	17%	18%	23%	20%
Brasil	23%	18%	27%	26%	30%	27%
Chile	19%	16%	17%	16%	20%	17%
Colombia	21%	29%	26%	27%	29%	26%
México	22%	28%	20%	23%	27%	14%
Venezuela	13%	21%	14%	12%	17%	15%

Fuente: Klanzer (2016), en base a datos del Observatorio Europeo del Audiovisual / LUMIERE, comScore.

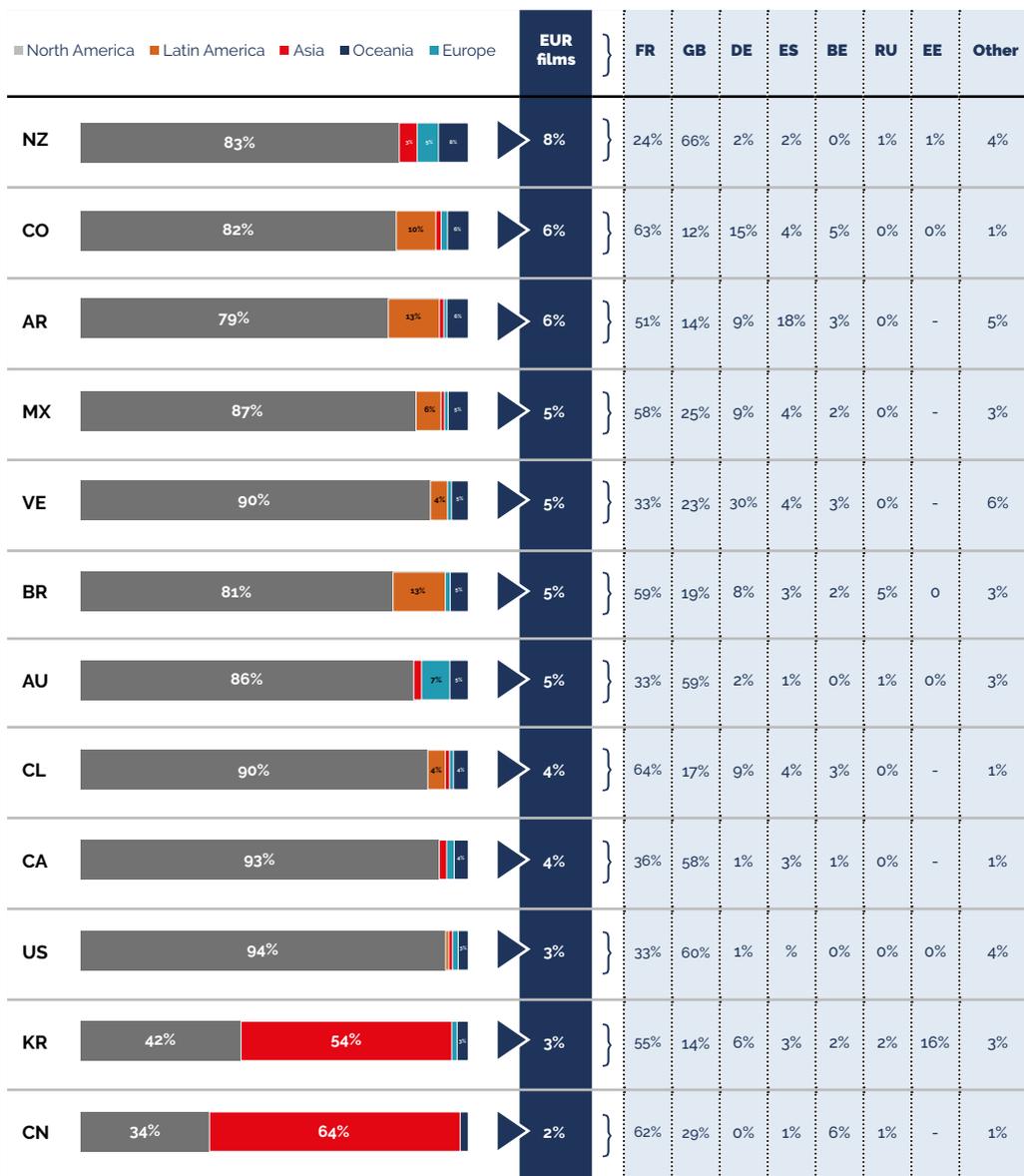
Tabla 12.3. Cuota de mercado de películas europeas estrenadas fuera de la UE 2011-2015 (%).

Región/Año	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Fuera de Europa	3%	5%	3%	3%	3%	3%
EE.UU. & Canadá	3%	5%	3%	2%	3%	3%
América Latina	4%	6%	4%	4%	5%	5%
Australia & Nueva Zelanda	6%	8%	6%	8%	5%	7%
China & Corea del Sur	2%	4%	2%	2%	2%	3%
Canadá	2%	5%	3%	3%	4%	3%
Estados Unidos	3%	5%	3%	2%	3%	3%
Argentina	6%	9%	6%	4%	6%	6%
Brasil	4%	5%	4%	4%	5%	4%
Chile	3%	4%	4%	3%	4%	3%
Colombia	5%	8%	5%	5%	6%	6%
México	4%	7%	3%	4%	5%	5%
Venezuela	3%	5%	2%	2%	5%	3%

Fuente: Kanzler (2016), en base a datos del Observatorio Europeo del Audiovisual / LUMIERE, comScore.

Las tablas 12.2 y 12.3 muestran respectivamente la cuota de pantalla alcanzada por el cine europeo y el porcentaje de entradas vendidas en los principales mercados cinematográficos del mundo, de acuerdo a un estudio realizado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. Aunque las películas europeas alcanzan una respetable cuota de pantalla del 20 por ciento, su participación en el mercado de entradas vendidas es significativamente menor. El cine europeo, que mantiene la impronta de cine de autor, se vincula con públicos altos y medios, frente a los blockbusters americanos desarrollados para un público masivo. De hecho, la película europea con más entradas vendidas en 2015 fue la francesa *Búsqueda implacable 3* que reproduce las lógicas narrativas del cine estadounidense. La siguiente figura reproduce la distribución de la cuota de entradas de diversos mercados mundiales de cine.

Figura 12.1. Porciones de mercado en términos de entradas – por región/país de origen (2015).



Fuente: Kanzler (2016), en base a datos del Observatorio Audiovisual Europeo /LUMIERE, comScore.

La participación europea es baja y apenas supera el 5 por ciento en 3 de los 12 mercados analizados. El cuadro se puede relacionar con las tesis de proximidad cultural. Más allá del claro dominio del cine estadounidense en casi todos los países, el factor nacional y regional se torna importante. En el caso de los países latinoamericanos, las películas de la región obtienen mejor resultado en el market share (color naranja) que las europeas (color azul). Por ejemplo, Argentina tiene un 13 por ciento de Latinoamericanas y 6 por ciento de europeas. Por otra parte, del desglose de la participación del cine europeo en el mundo, se desprende que dos países, Francia y Reino Unido, son lo que obtienen más del 70 por ciento del mercado.

La capacidad del cine europeo para alcanzar otras regiones es acotada, pero la recaudación obtenida no resulta despreciable. El 3 por ciento de la cuota de entradas vendidas en el mercado estadounidense, le permite obtener 287 millones de euros, el triple de lo alcanzado en América Latina donde apenas supera los 100 millones de euros. El país latinoamericano donde más recauda el cine europeo es México con 41 millones de euros en 2015, seguido por Brasil con 30 millones (OEA, 2016). El principal problema es la excesiva concentración de la taquilla en unas pocas películas, ya que 42 filmes (7 por ciento) de 599, obtienen el 90 por ciento de la recaudación.

Para completar el análisis de los flujos de cine europeo, debe señalarse el rol particular que cumple España en relación a Latinoamérica. Si bien como se ha visto hasta aquí la participación del cine español en el contexto europeo no es tan importante, tiene una destacada tarea en la articulación con los países latinoamericanos de habla hispana. En menor medida, Portugal cumple una función similar con Brasil. España ha sido un pilar en el desarrollo de coproducciones cinematográficas entre ambas regiones. La coproducción es un sistema que permite la apertura de mercados en los países productores, ampliando la circulación de productos culturales.

Flujos de programas de televisión europeos

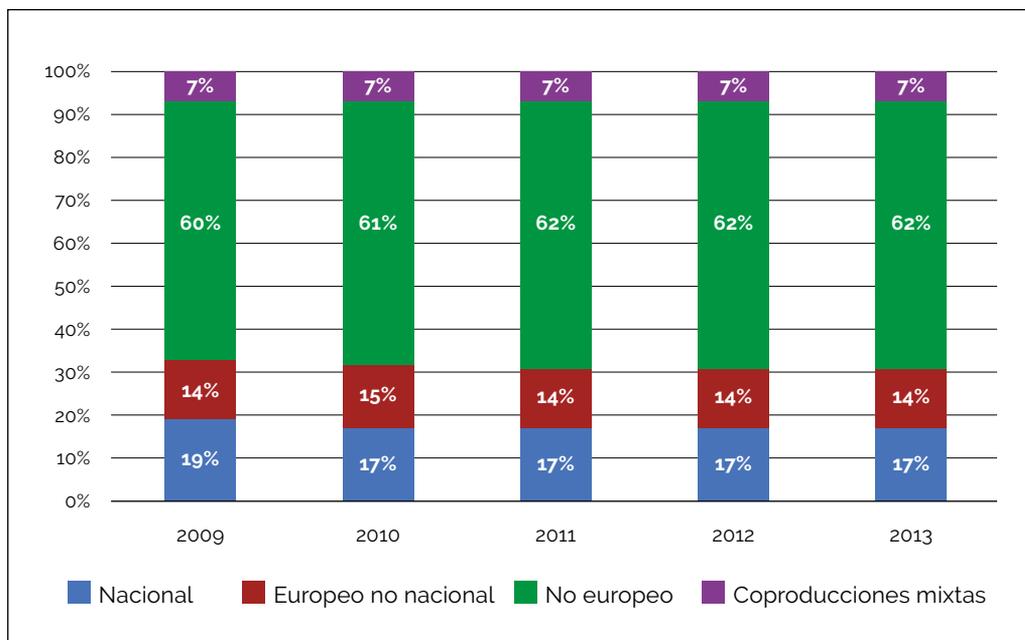
La televisión en Europa estuvo marcada por los servicios públicos que tuvieron un carácter virtualmente monopolístico hasta la década del 80. Estos canales, nacidos con la intención de promover la cultura y la identidad nacional, no tuvieron un rol destacado en el mercado internacional con la excepción parcial de la BBC. El principal flujo televisivo desde Europa fue direccionado hacia los antiguos sistemas coloniales. Doyle (2012) destaca que a lo largo del siglo XX la televisión se mantuvo como un fenómeno nacional.

En 1992 se publicó el Libro Verde Televisión sin Fronteras que estableció cuotas de pantalla europeas, facilitando el flujo de programas al interior de la comunidad.

Los datos de la industria televisiva son más escasos y dispersos que en el caso del cine. De acuerdo a un estudio realizado por Martín Kanzler (2016) para el Observatorio Europeo

del Audiovisual, la presencia del contenido europeo de ficción es minoritaria en los canales de la Unión. La figura 12.2 permite una primera aproximación.

Figura 12.2. *Proporción de programación de ficción europea en canales de la UE 2009-2013.*



Fuente: Observatorio Audiovisual Europeo sobre la base de información de ROVI Internacional.

Como puede apreciarse, el contenido europeo de ficción alcanzaba un promedio de 31 por ciento del total de los programas emitidos en 2013, que se extendían hasta 38 por ciento si se consideran las coproducciones. Si se analizan los canales públicos y privados se pueden apreciar diferencias significativas. Mientras que en los canales públicos la ficción nacional y europea supera el 50 por ciento de su programación, en los canales privados, apenas supera el 20 por ciento (Kanzler, 2016). Los canales privados, surgidos en la década del 90, deben sustentarse en el mercado publicitario, y achicar los costos de producción con contenidos más económicos, como son las latas extranjeras. Los canales públicos invierten mucho más dinero en la producción que los privados, ya que suelen contar con ingresos por licencias. El problema de los canales públicos es que su audiencia tiende a ser la de mayor edad, mientras que los jóvenes prefieren los canales privados.

El predominio de la programación extranjera es mayoritario en las series de televisión (67 por ciento) y en las películas cinematográficas (60 por ciento), mientras que los mejo-

res resultados para los productos europeos se alcanzan en películas para televisión (50 por ciento) y animaciones (38 por ciento) (Kanzler, 2016).

De acuerdo a Fontaine (2016), un tercio de los canales de televisión y servicios on demand en la Unión Europea procuran alcanzar mercados extranjeros. Los canales con vocación de exportación pertenecen en un 60 por ciento a capitales europeos, mientras que un 40 por ciento son de capital extranjero, principalmente estadounidense. Dentro de Europa, se destaca Gran Bretaña como productor de señales destinadas al extranjero.

Si bien el mercado de la televisión en streaming está aún en desarrollo, la presencia de contenidos europeos es menor. Un informe del Observatorio Europeo del Audiovisual destaca la circulación de películas en la TVOD es aún menor que en el cine (EAO World film markets trends, 2017). Para Fontaine (2016) los servicios on demand tienen un papel marginal en la producción de contenidos de ficción con el 1,2 por ciento de los títulos y el 0,4 por ciento de las horas de ficción producidas en Europa en 2015 y 2016. Las principales productoras en este rubro son Netflix, Amazon, ViaPlay, y Canal Play.

En términos generales puede señalarse que la televisión europea ha sido más receptora que exportadora de productos audiovisuales. Si bien a lo largo de la historia ha demostrado tener capacidad productiva, a partir de la irrupción de la televisión privada los flujos audiovisuales externos se han incrementado, con una notable expansión de programas estadounidenses. La programación latinoamericana ocupa un lugar marginal, con la excepción de las telenovelas, que han ganado espacio fuera del prime time.

12.4.2 Flujos audiovisuales en América Latina

Las industrias culturales latinoamericanas han sufrido los vaivenes propios del contexto político y económico inestable que les ha dado marco. Si bien los países más importantes de la región se integraron tempranamente a la producción cultural, su historia muestra un recorrido sinuoso con etapas de mucha producción y otras de abrupta caída. El cine se integró rápidamente en el circuito mundial y en las décadas del 30 y 40 del siglo pasado, México y Argentina tuvieron su edad dorada como productores para el mercado latinoamericano, cuando colocaron su producción en toda la región y compitieron con el cine estadounidense (González, 2015). Al llegar la década del 90 el sistema productivo estaba agotado y la producción cayó notablemente, aunque en los primeros años del Siglo XXI se ha recuperado. Distinto fue el caso de la televisión, que en sus orígenes tuvo una fuerte impronta de Estados Unidos. De hecho, la noción de imperialismo cultural desarrollada en los 70 en la región tomó como referencia este mercado televisivo. Sin embargo, conforme el mercado televisivo se expandió logró generar un contenido original que traspasó las fronteras nacionales y regionales como son las telenovelas.

El cine en América Latina

El cine en América Latina pasó por distintos momentos y abarca diferentes situaciones. Predominio de la programación nacional hasta los 50 en Argentina y México, dominio de la producción estadounidense desde entonces, y la recuperación notable de la capacidad productiva en los primeros años del siglo XXI, aunque sin que esto se refleje en mayores audiencias. Argentina, Brasil y México se encuentran entre los primeros 20 mayores productores del mundo, con una fuerte dependencia de las políticas públicas, especialmente en el financiamiento de la producción.

La producción de películas latinoamericanas ha crecido de forma importante en los últimos años. Según cifras oficiales de cada país, entre 2010 y 2017 la cantidad de estrenos nacionales creció 116,2 por ciento en Brasil, 81,8 por ciento en Argentina y 57,1 por ciento en México (ver tabla 12.4).

Tabla 12.4. Películas nacionales sobre el total de estrenos en Argentina, Brasil y México (2010-2017).

Año/país	Argentina			Brasil			México		
	Estrenos	Estrenos nacionales	%	Estrenos	Estrenos nacionales	%	Estrenos	Estrenos nacionales	%
2010	336	121	36,0%	303	74	24,4%	313	56	17,9%
2011	334	129	38,6%	337	100	29,7%	321	62	19,3%
2012	339	145	42,7%	327	83	25,4%	319	67	21,0%
2013	389	168	43,5%	397	129	32,5%	364	101	27,7%
2014	406	173	42,6%	393	114	29,0%	330	68	20,6%
2015	433	185	42,7%	446	129	28,9%	414	80	19,3%
2016	446	200	44,8%	457	143	31,3%	407	90	22,1%
2017	473	220	46,5%	463	160	34,6%	424	88	20,7%

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INCAA (Argentina), IMCINE (México) y ANCINE (Brasil).

El aumento de la capacidad productiva, sin embargo, no se ha visto acompañado por un incremento de la demanda del cine nacional. Entre 2010 y 2017, en Argentina los estrenos nacionales representaron entre el 36 y el 46,5 por ciento del total, pero en el mismo período la recaudación del cine nacional osciló entre puntas de 8,5 y 11,7 por ciento, con un pico de 16,2 por ciento en 2014. En Brasil la tendencia es similar. Las películas nacionales acapararon entre el 24,4 y el 34,6 por ciento de los estrenos entre 2010 y 2017, pero la recaudación de esos filmes varió entre un techo de 17,9 por ciento en 2010 y un piso de 8,9 por ciento en 2017. Por último, en México los estrenos nacionales representaron en el mismo período entre el 17,9 y el 27,7 por ciento según el año, pero recaudaron solo entre

el 6 y el 12 por ciento del total de entradas vendidas. Cabe preguntarse entonces si las políticas públicas no han estado demasiado centradas en la producción y si las películas latinoamericanas no están dirigidas en una gran cantidad hacia públicos de clase media y media alta, y no a los sectores populares.

Tabla 12.5. *Porcentaje de recaudación de películas nacionales sobre la recaudación total de estrenos en Argentina, Brasil y México (2010-2017).*

Año/País	Argentina	Brasil	México
2010	8,5%	17,9%	6,0%
2011	6,6%	11,1%	6,0%
2012	8,7%	9,8%	4,0%
2013	14,5%	16,9%	12,0%
2014	16,2%	11,3%	10,0%
2015	13,0%	11,8%	6,0%
2016	12,8%	13,9%	9,0%
2017	11,7%	8,9%	6,0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INCAA (Argentina), IMCINE (México) y ANCINE (Brasil).

Si el cine latinoamericano tiene dificultades para insertarse en sus mercados nacionales, su inserción en el mercado internacional es mucho más compleja. Ni en el ámbito latinoamericano ni en el europeo logra, salvo contadas excepciones, llegar al circuito mundial. El market share de las películas latinoamericanas en la región apenas alcanza el 1 por ciento en el mejor de los casos. México, Brasil y Argentina son los que logran traspasar sus fronteras con más de 10 películas anuales, aunque con escasas entradas vendidas.

España es la puerta de entrada del cine latinoamericano a Europa. En gran parte debido al incremento de las coproducciones con países latinoamericanos, que facilitan el estreno en salas ibéricas. En los acuerdos de coproducción, las entradas vendidas en España quedan para el productor español, por lo que en términos económicos no representa beneficios especiales, más allá de bajar los costos. Un estudio de Getino y Schargorodsky (2008) muestra que en el período 2000-2005, el 82 por ciento de las entradas vendidas en Europa por el cine argentino tuvo lugar en España, seguido por Francia con el 9 por ciento. De Mora, tomando datos de Kanzler y Lange, afirma:

El estudio de Kanzler and Lange (2008) concluía que de las 1.324 películas extranjeras (sin incluir ni las producciones de países de la UE ni las de EE.UU.) que fueron estrenadas en la UE entre 2002 y 2006, tan sólo 172 tenían nacionalidad latinoamericana. El cine extranjero no estadounidense continúa siendo minoritario y

en el periodo 2002-2006 consiguió tan sólo un 2,3 por ciento del total de admisiones en salas de cine. Kanzler and Lange (2008), sin embargo, observan un crecimiento desde el 1,6 por ciento en 2002 al 3,3 por ciento en 2006. Argentina se ubica como el único país latinoamericano dentro de los 10 mayores productores de películas no europeas estrenadas en la UE. Con 82 películas y la venta de 4.171.251 entradas, obtuvo un market share del 0,12 por ciento en la UE. (De Mora, 2009).

La cooperación ha resultado un instrumento fundamental para estimular el desarrollo cinematográfico en los países latinoamericanos en los primeros años del Siglo XXI. Para ello, el programa Ibermedia ha cumplido un rol fundamental, con una modalidad de aportes y recepción de fondos que estimula el uso de las cinematografías más pequeñas. El informe anual del ejercicio 2016 del Programa Ibermedia, da cuenta de la participación de 19 países y más de 100 proyectos aprobados.

Tabla 12.6. Fondos Programa Ibermedia 1998-2016.

País	Aportado US\$	Recibido US\$	Aportado %	Recibido %
Argentina	6.099.956	8.950.823	0,07	0,1
Bolivia	1.699.980	2.989.976	0,02	0,03
Brasil	10.842.947	9.124.689	0,12	0,1
Chile	2.447.634	4.892.869	0,03	0,05
Colombia	2.644.885	5.494.641	0,03	0,06
Costa Rica	1.100.000	2.044.677	0,01	0,02
Cuba	2.301.136	4.276.669	0,02	0,05
Ecuador	1.319.273	2.424.884	0,01	0,03
España	37.523.205	15.721.682	0,4	0,17
Guatemala	100.000	415.000	0	0
México	6.506.192	6.831.964	0,07	0,08
Panamá	1.375.000	2.701.533	0,01	0,03
Paraguay	400.000	600.000	0	0,01
Perú	2.117.388	4.174.921	0,02	0,05
Portugal	4.850.000	5.297.513	0,05	0,06
Puerto Rico	1.800.000	1.986.999	0,02	0,02
Rep. Dominicana	1.075.000	1.445.709	0,01	0,02
Uruguay	2.375.000	4.345.446	0,03	0,05
Venezuela	6.112.094	6.450.749	0,07	0,07
Total	92.689.689	90.170.744		

Fuente: SEGIB, 2016.

En términos generales, todos los países iberoamericanos presentan una balanza comercial desequilibrada hacia las importaciones en el mercado cinematográfico, por el peso de las importaciones norteamericanas. De Mora (2009) señala que el 67 por ciento de las exportaciones de los países iberoamericanos se dirigen a países de la región. Latinoamérica es una importadora neta de películas y su balanza comercial es deficitaria.

Flujos televisivos en América Latina

Los orígenes de la televisión latinoamericana estuvieron marcados por la importación de programas. El despegue del mercado tuvo lugar en la década del 60, cuando los receptores comenzaron a popularizarse. La televisión adoptó un criterio comercial, financiado por publicidad, donde las estrategias estuvieron marcadas por la lógica costo/beneficio.

En sus inicios, la inversión publicitaria era escasa y los canales recurrieron a alianzas con las grandes cadenas estadounidenses. Esta situación repercutió especialmente en los géneros de ficción, los más costosos para producir, dando lugar a las teorías del imperialismo cultural. Un trabajo de Joseph Straubhaar et al. (2003) da cuenta de una abultada presencia de contenidos norteamericanos.

Tabla 12.7. Porcentaje de programación ocupado por importaciones de EE.UU. en países de Latinoamérica.

	1962		1972		1982		1991		2001	
	Prime time	Global								
Brasil	30%	31%	14%	44%	36%	37%	9%	20%	8%	19%
Chile	0%	4%	22%	38%	16%	28%	18%	22%	14%	31%
Colombia	31%	18%	11%	10%	14%	23%	/	/	13%	21%
México	31%	38%	26%	26%	37%	35%	42%	24%	27%	27%
Venezuela	37%	40%	38%	39%	42%	36%	/	/	42%	32%

Fuente: Straubhaar et al. (2003).

Si bien se puede apreciar un relativo descenso de la importancia de las compras externas, el trabajo analiza los contenidos generales, y no hace un análisis específico de la ficción que es donde la producción norteamericana ocupa un lugar principal.

Durante la década del 70 se produjo una expansión de la producción nacional en los principales mercados televisivos latinoamericanos. Fue en estos momentos cuando se consolidó un género original que luego constituirá la principal fuente de exportaciones de

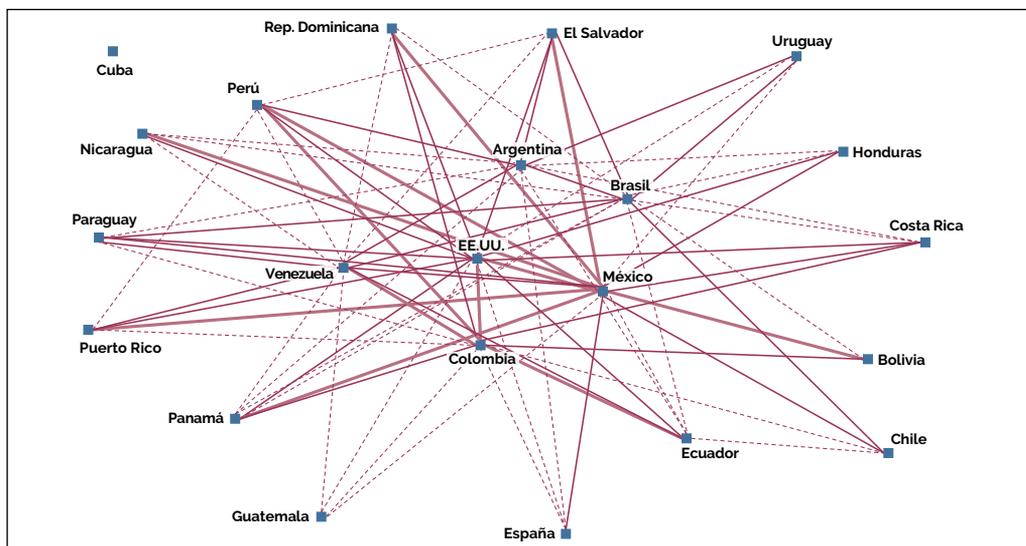
la región: las telenovelas. Al igual que en el cine, los tres países con economías más grandes (y por lo tanto con mayores economías de escala) fueron los principales productores de programas, e inicialmente ganaron mercados entre sus países vecinos.

A partir de los 80, los grandes grupos multimedia comienzan su expansión y el flujo regional se expande. El consorcio mexicano de Televisa, Globo de Brasil y Cisneros de Venezuela se consolidan como los grandes grupos regionales. Por cuestiones políticas internas, los grupos argentinos Clarín y Telefé recién se insertarán en el mercado a partir de los 90.

La expansión del flujo de exportaciones generadas por las novelas se extendió luego al resto del mundo. Los trabajos de Obitel (Observatorio Latinoamericano de Ficción Televisiva) dan cuenta del crecimiento de la producción y el comercio de programas latinoamericanos. Durante 2016, los canales abiertos latinoamericanos ofrecieron un total de 9.818 horas de programación de ficción nacional y 20.766 horas iberoamericanas (Franco, Gómez y Orozco, 2017).

El trabajo de Raúl de Mora (2009) muestra de manera gráfica los intercambios de telenovelas entre el conjunto de países de Iberoamérica y Estados Unidos. La presencia de Estados Unidos debe considerarse vinculada al mercado hispanohablante de dicho país. Debe constituir uno de los pocos casos donde la balanza audiovisual se invierte y es deficitaria para el país del norte. Por su parte, resulta fácil observar con en el centro del intercambio se encuentran los grandes países productores de la región: Argentina, Brasil, México, Colombia y Venezuela.

Figura 12.3. Red de distribución de telenovelas.



Fuente: De Mora (2009).

La televisión en América Latina, aún con sus contrastes entre países, constituye un ejemplo de la capacidad de revertir al menos parcialmente una situación de extrema dependencia. Al aprovechar el desarrollo de contenidos originales y los bajos costos comparativos, los canales privados encontraron en la producción de telenovelas el desarrollo de contenidos capaces de generar recursos económicos y divisas para los países. Si bien en la mayoría de los casos la balanza comercial televisiva continúa siendo deficitaria, el comercio regional e internacional alcanzó niveles insospechados en la década del 70.

12.5 Palabras finales

La producción, distribución y consumo de contenidos audiovisuales constituye un sector de creciente importancia en la sociedad actual. La televisión es además una fuente importante para la información de las personas y facilita el debate público robusto. Los Estados nacionales han fomentado la existencia de contenidos capaces de estimular una identidad colectiva común mediante políticas públicas que operaran sobre un mercado con imperfecciones económicas. Las empresas, por su parte, se guían por una lógica de costo/ beneficio, pero interactúan con el Estado a efectos de lograr mejores condiciones para su desarrollo. La sociedad civil se ha mostrado menos activa. En los últimos 20 años ha predominado una orientación mercadocéntrica de las políticas públicas, en un contexto de creciente globalización de la circulación de los bienes simbólicos.

El análisis de los flujos audiovisuales en América Latina y Europa nos deja una serie de enseñanzas al mismo que plantea desafíos a tener en cuenta tanto para el desarrollo de los mercados como para las políticas públicas.

¿Qué hemos aprendido luego de más de 100 años de intercambios simbólicos entre los países?

Las peculiaridades económicas de la producción cultural implican condicionamientos para las políticas públicas. Para que las producciones culturales sean económicamente sustentables deben alcanzar una escala masiva. Los países y empresas con mayor población y/o mercado cuentan con condiciones de base superiores para desarrollar industrias culturales fuertes. La concentración del mercado en muy pocas empresas resulta una derivación de las características sintetizadas. El proceso de globalización desplaza el centro de consumo de los mercados nacionales a uno sólo de carácter mundial. Al mismo tiempo, la digitalización reduce los costos y estimula a nuevos productores. El escenario actual contempla la paradoja de una oferta creciente y un consumo masivo centrado en grandes mega producciones.

Se ha comprobado la emergencia de nuevos contraflujos y mercados emergentes en el sector audiovisual. Sin embargo, el consumo de bienes culturales sigue estando mayoritariamente vinculado a las grandes producciones estadounidenses.

Las políticas públicas resultan determinantes para promover la diversidad de la oferta y facilitar el acceso a bienes culturales. Esto se ha comprobado claramente en el sector cinematográfico, mientras que el televisivo ha estado más orientado por lógicas privadas comerciales. Sin embargo, la televisión pública constituye un ejemplo de aliento a la diversidad de programas y programación. Las políticas de cooperación internacional han contribuido a estimular la circulación internacional de bienes simbólicos y a generar flujos alternativos.

¿Cuáles son los desafíos que se presentan para garantizar la diversidad de los intercambios simbólicos en cultura?

Definir una estrategia para mantener la actual capacidad de implementar políticas de comunicación y cultura a nivel mundial y entre regiones. El paso de una industria analógica a una digital en un contexto de liberalización del e-commerce sostenido en acuerdos supranacionales y organismos internacionales amenaza los escenarios de cooperación.

Las políticas públicas para el sector audiovisual deben atender específicamente el problema de los desequilibrios intra regionales, protegiendo especialmente a los mercados y países más pequeños. La idea de contraflujo no siempre ha tenido en cuenta este problema. La promoción de «campeones nacionales» o «europeos» presenta el mismo problema.

Las políticas públicas se han mostrado eficaces para aumentar la producción cultural. Sin embargo, aunque los flujos se hayan incrementado el consumo de bienes culturales a nivel regional continúa siendo marginal. Las políticas públicas deben procurar mantener un equilibrio entre la promoción de la diversidad, la protección de las minorías y la innovación, y el fomento de producciones que conecten con los gustos mayoritarios. De lo contrario, las políticas se arriesgan a tener escasa visibilidad y legitimidad.

Finalmente, tener una política para potenciar el uso de las Nuevas Tecnologías de Información (NTI). No basta con promover políticas de acceso, sino que es preciso desarrollar los mejores usos de la misma para potenciar los recursos culturales. En este sentido, la cooperación tiene un importante lugar para promover la articulación de los países en el uso avanzado de las NTI, especialmente en grandes portales de indexación, búsqueda, servicios de aviso y de clasificación de la enorme cantidad de productos culturales de la región. De no hacerlo, es probable que las NTI sólo sirvan para agrandar la brecha existente en la producción y consumo de productos culturales como ocurre con Netflix. El altísimo costo de desarrollo de este tipo de iniciativas y su carácter estratégico torna indispensable que esto sea resuelto de forma cooperativa y colectiva entre los países.

El sector de la comunicación y la cultura se ha constituido en un lugar estratégico en la economía global. El especialista norteamericano, Eli Noam (2004), adelanta las consecuencias de no tener esto presente: «fallar en la participación en el comercio global impli-

ca estagnación a largo plazo». Habiendo sufrido este proceso repetidas veces, el desafío es evitar que ocurra una vez más.

Referencias

- Beltrán, L.R. (1978). TV etchings in the minds of Latin Americans: conservatism, materialism, and conformism. *The international Communications Gazette*, 24(1): 61-85. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001654927802400107> [último acceso: 30/01/2019].
- Bonet, L. (2004). La excepción cultural, *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, Área de Lengua y Cultura*, ARI N° 94. 19.5.2004. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari+94-2004 [último acceso: 30/01/2019].
- Crusafon, C. (2009). La política audiovisual del Mercosur y la influencia del modelo europeo. *Cuadernos de Información*, 25: 93-104.
- De Mora Jiménez, R. (2009). *Cooperación e integración audiovisual en Iberoamérica*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Dep. Comunicación Audiovisual y Publicidad I.
- Doyle, G. (2012). *Audio-visual services: International trade and cultural policy*. ADBI Working Paper Series, No. 355, Asian Development Bank Institute (ADBI), Tokyo.
- European Audiovisual Observatory (2017). *Focus 2016. World Film Market Trends*. Disponible en: <https://rm.coe.int/focus-2016/168088dcaa> [último acceso: 30/01/2019].
- Franco, D.; Gómez, G.; Orozco, G. (2017). «Comparative Synthesis of Obitel countries in 2016». En: Vasallo de López y Orozco Gómez (eds.), *One decade of television fiction in Ibero-America. Analysis of Ten Years of Obitel (2007-2016)*. Porto Alegre: Globo Comunicação e Participações S.A.
- Fontaine, G. (ed.) (2016). *Films on television: Origin, age and circulation*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Galperin, H. (1999). Cultural Industries Policy in Regional Trade Agreements: The Case of NAFTA, the European Union and Mercosur. *Media, Culture, & Society*, 21: 627-648.
- Getino, O.; Schargorodsky, H. (2008). *El cine argentino en los mercados externos. Introducción a una problemática económica y cultural*. Buenos Aires: Observatorio Cultural.
- González, R. (2015). *Políticas públicas cinematográficas. Neofomentismo en Argentina, Brasil y México (2000-2009)*. Tesis Doctoral. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

- Kanzler, M. (2016). *The Circulation of European Films Outside Europe. Key Figures 2015*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Mattelart, A. (1974). *La cultura como empresa multinacional*. Ciudad de México: Era.
- Moguillansky, M.; Poggi, M.F. (2017). ¿Hacia una política digital para el cine del Mercosur? Nuevas orientaciones en la agenda regional. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (134): 373-389.
- Noam, E. (2004). «Overcoming the three digital divides». En: D. Thussu, *International Communication. A Reader*, p. 423-434. London: Routledge.
- Nordenstreng, K.; Varis, T. (1976). *¿Circula la televisión en un solo sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el mundo*. París: Editorial de la Unesco.
- Organización Mundial de Comercio (2010). *Servicios Audiovisuales*. S/C/W/310, 12 de enero de 2010 (10-0111).
- Poggi, M. (2018). *La agenda audiovisual del Mercosur: desafíos detrás del nuevo contexto político regional*. Disponible en: <https://www.seminario2018.abri.org.br/arquivo/downloadpublic> [último acceso: 30/01/2019].
- Sánchez Ruiz, E. (2003). *Hollywood y su hegemonía mundial planetaria, una aproximación histórico-estructural*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruiz, E. (2011). El espacio audiovisual iberoamericano: entre el mercado y las políticas públicas. *ALAIIC*, 14.
- Sarikakis, K.; Ganter, S.A. (2014). Priorities in global media policy transfer: Audiovisual and digital policy mutations in the EU, Mercosur and the U.S. triangle. *European Journal of Communication*, 29(1): 17-33.
- Schement, J.R.; Rogers, E.M. (1984): Media Flows in Latin America. *Communication Research*, 11(2): 305-320.
- Schiller, H. (1976). *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- SEGIB (2017). *Programa Ibermedia. Informe anual del ejercicio 2016*. Disponible en: https://www.segib.org/wp-content/uploads/Informe-2016_IBERMEDIA.pdf [último acceso: 30/01/2019].
- Straubhaar, J. (2001). «Brazil: The role of the state in world television». En: S. Waisbord & N. Morris (eds.), *Media and globalization: Why the state matters*, p. 133-154. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

- Straubhaar, J.; Fuentes, M.; Abram, D.; McCormick, P.; Campbell, C. (2003). *National and Regional TV Markets and TV Program Flows*. International and Development Communication division, International Communication Association, San Diego, California, May 23-27, 2003.
- Straubhaar, J. (2007). *World Television. From Global to Local*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Thussu, D.K. (2010). «Mapping Global Media Flow and Contra-Flow». En: D.K. Thussu (ed.), *International Communication: A Reader*, p. 11-32. London: Routledge.
- Uribe-Jongbloed, E.; Espinosa-Medina, H.D. (2014). A clearer picture: Towards a new framework for the study of cultural transduction in audiovisual market trades. *Observatorio (OBS*) Journal*, 8(1):1-23.



El presente libro es uno de los resultados del proyecto de investigación EULAC Focus, financiado por el programa Horizonte 2020 de la Unión Europea, centrado en la dimensión cultural, científica y social de las relaciones entre la Unión Europea y la Comunidad de Estados de América Latina y el Caribe. De la mano de grandes expertos europeos, latinoamericanos y caribeños se analizan los principales desafíos detectados a lo largo del proceso de investigación previo, y que cualquier programa que pretenda fortalecer las relaciones culturales entre estas dos regiones debe afrontar. Sus resultados están dirigidos tanto a los operadores culturales como a los funcionarios directamente implicados en el desarrollo y fortalecimiento de las relaciones culturales birregionales.