

**Las políticas culturales y de comunicación para el desarrollo de los mercados digitales:  
un debate necesario(1)**

**Por J.M. Álvarez Monzoncillo y R. Zallo \***

**J. M. Álvarez Monzoncillo es Profesor de la U. Complutense de Madrid Ramón Zallo es Profesor en la EHU/UPV.**

**Artículo Resumen**

*Resumen:*

*El artículo resume el punto de vista y conclusiones de una investigación colectiva - recién publicada- coordinada por Enrique Bustamante. Las industrias culturales de la era digital tienen una vinculación estructural con las de la era analógica en tanto beben de sus contenidos, experiencias y modelos de gestión. Sin embargo, porque hay nuevas expresiones culturales y comunicativas y de producción y gestión, se trata de detectar sus especificidades. Los riesgos de la apropiación de la comunicación por grandes Grupos y de la desigualación en el acceso son tan grandes que, lejos de una desregulación, en esta época de extensión cualitativa de los mercados, se requiere profundizar en la regulación, eso sí, con herramientas adaptadas a los ámbitos territoriales, a las quiebras estructurales del sector cultural y comunicativo y a las especificidades de los ámbitos digitales. Tras un balance sumario de las políticas culturales al uso y sus magros resultados, se apuntan algunas problemáticas nuevas ya detectables en la era digital y se arriesgan propuestas muy concretas y de futuro, fruto de discusiones colectivas, aptas tanto a la cultura analógica como digital.*

*Abstract:*

*The article summarizes the results of an extensive research, recently published, on the cultural industries in Spain that has been carried out under the direction of Enrique Bustamante. Cultural industries in the digital era are developing new cultural and communicative expressions as well as new ways of organizing and managing production and markets. Along with these changes there are also clear and dangerous signs of a deeper domination of communication by even few and bigger companies; it is possible as well to perceive deepening inequalities in the access to communication. It is not more deregulation what is required in these times of qualitative expansion of markets, but a new system of regulation and new policy tools that will properly take into account issues as important as the territorial dimension of communication, the structural weaknesses and divides of the culture and communication sector and the specific characteristics of the digital worlds. We first make a sum-up balance of the cultural policies that are currently being implemented and their poor results; then we point out some new problems that can be observed facing the digital era; finally we risk to make detailed proposals for the future that can be apt for both the analogic and digital culture.*

**1. Introducción**

Las transformaciones en la comunicación no se pueden comprender sin analizar el cambio cualitativo que está conociendo el sistema económico mundial, y el determinante papel que juega la comunicación global en el mismo, tanto por tratarse de una de las herramientas que permite la globalización económica, como por ser uno de los sectores en los que la mundialización se expresa con más plenitud.

**2. La necesidad de nuevas políticas culturales y de comunicación**

En el ámbito de las industrias culturales, la mundialización es también una tendencia fuerte, que se expresa en la dialéctica global/local, la multiculturalización y la crisis de la reproducción cultural asociada al Estado Nación (Marín 1998:189).

Sin embargo, la mundialización económica y comunicativa da prioridad a tres ámbitos espaciales: el global en el que los vectores tanto financieros como tecnológicos fluyen en busca de mercados y oportunidades de expansión, especialmente desde la plena operatividad de las reglas del libre comercio que vigila la Organización Mundial del Comercio (OMC); los Estados-nación como tales y la agrupación regional de estos en forma de uniones económicas, dependientes de la concertación entre Estados; y las ciudades metropolitanas como núcleos productivos, distribuidores y de demanda centrales, auténticos nodos del sistema en cualquier país del mundo.

Como se ve, en la economía-red no hay preeminencia para los ámbitos regionales con identidad, sino para los nodos de los centros mundiales tecnológicos y financieros (tienen ventajas en conexión, competencia y articulación económico-tecnológica), de los Estados nación (tienen ventaja por su articulación política y de poder) y de las ciudades (tienen la ventaja de la aglomeración). La presencia de aquellos como actores no se deriva de factores económicos y geopolíticos, que privilegian otros marcos, sino de factores políticos y culturales vinculados a la autogestión y descentralización(2).

En el ámbito cultural, el entierro temprano en los 80 de las políticas culturales de "democracia cultural" que habían nacido de los rescoldos de "mayo del 68", significó la subordinación de las políticas de democratización cultural a los imperativos de la reproducción económica y social, al sustituirse la mirada del lado cultural del desarrollo por la visión casi exclusiva del lado económico de la cultura (Zallo (dir), 1995).

En la actualidad, hay indicios para pensar que nos encontramos en una fase de transición hacia un cambio de modelo. Las últimas tendencias liberales y economicistas conviven con algunos desarrollos conceptuales interesantes que parecen aflorar desde la sociedad civil, con nuevas exigencias hacia lo público, y que podrían dar lugar a un nuevo modelo, en la medida que desde una visión más multidimensional se supere la visión instrumental de la cultura que ha hecho furor en los años 90.

Esa visión más amplia y equilibrada significa que, junto a los valores atribuibles a la cultura en sí y al lado económico de la cultura, se le solapan otros puntos de vista: su carácter central para la identidad de un país, nación o región; su prestigioso papel como factor de integración social; su factor de imagen identificatoria en el ámbito internacional; y su combinación con políticas tecnológicas y de telecomunicaciones para las que la cultura es tanto un contenido, un valor añadido como un factor central para su propio desarrollo.

Es por ello que se empiezan a reclamar políticas culturales y comunicativas globales, que enmienden las políticas culturales al uso en un sentido democratizador, diversificador y de gestión mixta, con amplia participación de distintos sectores de la sociedad civil, animando también a una evolución desde el modelo de subsidio al modelo de incitación y coparticipación. Paralelamente, se trataría de ayudar al espesor de la red comunicativa de la sociedad civil como condición misma para la asimilación colectiva de los cambios.

### **3. Las debilidades de las industrias culturales en España**

Las industrias culturales muestran mejoras notables en la última década, especialmente en la talla de los mercados, en la capacidad creativa y en el atractivo de los repertorios. De todos modos, aunque comienzan a darse algunos mimbres necesarios para fundamentar una industria cultural fuerte y sólida para el futuro, su examen revela asimismo empeoramientos importantes. Así se advierte en los desequilibrios económicos del sistema cultural y comunicativo, tanto en lo relativo a estructura de los mercados -con el debilitamiento de las Pymes culturales- como entre modelos -con el deterioro del servicio y, en general, del espacio público-. Si en los 80, "las industrias culturales han pasado de ser un sector tradicional y protegido a configurarse como parcialmente desregulado, dinámico y rentable, concentrado y transnacionalizado" (Bustamante/ Zallo,1988), esas grietas estructurales tienden a agudizarse en la transición al mundo digital.

### **3.1. Políticas culturales analógicas**

Las políticas culturales analógicas examinadas en el caso español pueden sintetizarse como un edificio débil e incoherente de origen, cuarteado por los prejuicios ideológicos neoliberales, incapaz de remendar los peores efectos de unas derivaciones de mercado que sólo atienden a beneficios inmediatos.

#### **3.1.1. Las industrias culturales en general**

El tratamiento fragmentario y desigual de los sectores, con atención especial al cine y lateral al libro, y el abandono a la sola dinámica del mercado de sectores vitales de la cultura, como la edición fonográfica o los medios de comunicación, se enraízan en un largo proceso de carencias. La regulación formal de algunas actuaciones, como la Ley del audiovisual de 2001 centrada de nuevo sólo sobre el cine, pone aun más de relieve sus lagunas. El diferenciado tratamiento fiscal de las industrias culturales -favoreciendo a la prensa o al libro, pero castigando al disco o a la televisión de pago- continúa siendo un expresivo mapa de esta concepción de la cultura según actividades.

Esa estructura incoherente, ha tendido a deteriorarse aun más por la aplicación de principios neoliberales que, si no llegan a implantarse totalmente por las resistencias de la realidad (cuotas de pantalla en el cine) o de los agentes sectoriales (precios fijos del libro) tienden a debilitar y deslegitimar los resortes de protección, sin poner en pie alternativas consistentes. El precario control de las cuotas de origen en la televisión es otro caso de este deterioro que, en ocasiones, no parte de ninguna reforma legal y se efectúa tan solo por omisiones estatales.

El problema de la concentración es otro revelador fundamental tanto de los condicionamientos históricos como de los deslizamientos recientes. Mal enfocado en sus escasas herramientas y dotado siempre de escasa voluntad política de control. España sigue siendo (como ya señaló el Libro Verde de la U.E. de 1992) uno de los países miembros más desregulados en la práctica de toda Europa, con evidentes riesgos para la transparencia de la competencia y para el pluralismo creativo e ideológico.

Si se analiza cada medio, se advierte que carece de freno legal alguno la concentración en la prensa. En la radio se han violado todos los límites legales ya liberalizados. La concentración interna en la televisión -ya sin topes en el accionariado- queda al albur del mercado, mientras que la integración vertical de las cadenas (con la producción) se extiende avasalladoramente sin mecanismos de contrapeso. Las redes de distribución multinacionales en el cine y el disco son dominantes, y también se extienden parcialmente en el caso del libro.

Considerando varios medios al mismo tiempo, se advierte que no hay límite alguno para la concentración multimedia (peso simultáneo en varios medios) y con pocos agentes dominantes. Ha sido impulsada no sólo por el mercado sino también, especialmente por decisiones discrecionales de los Gobiernos sucesivos a los que tampoco han sabido o querido, según los casos, poner límites las Comunidades Autónomas a la hora de las concesiones de licencias de radio, por ejemplo.

La descentralización de las competencias culturales y, en parte, comunicativas, ha dado ciertamente un positivo impulso a este ámbito, con nuevas inversiones y promesas de mayor eficacia y proximidad y de un mayor equilibrio. Sin embargo, no puede dejar de verse en esas políticas, rémoras heredadas del modelo central como el endeudamiento, la censura radiotelevisiva o las relaciones clientelares en ocasión de las licencias radiotelevisivas(3). El Ministerio de Cultura, hoy en la práctica una Secretaría de Estado, no ha ejercido siquiera de animador, mientras que la renovación de las políticas surgía del impulso particular de los gobiernos autonómicos.

Asimismo se constata que no parece estarse avanzando hacia un reequilibrio cultural entre las CC.AA., sino más bien hacia lo contrario, con un proceso de recentralización cultural con sede en la capital del Estado que absorbe y atrae cada vez más recursos públicos y privados, en busca de sinergias, contactos, iniciativas...

La cooperación europea(4) y la expansión internacional de la cultura y la comunicación hacia el espacio iberoamericano, sufre también de todos los males de una óptica a corto plazo, de relación unilateral escasamente fructífera. Con la única excepción del sector editorial, la política cultural se ha limitado a ensalzar a los "campeones nacionales" (las empresas motoras) en el exterior y, en los últimos años, a apoyar en el cine un programa Ibermedia de tan buenos deseos como minúsculos presupuestos. En este sector, como en el de la prensa escrita o la música, la constatación de un mercado común iberoamericano no deja de ser "virtual", con una reducida tasa de exportaciones y de coproducciones.

### **3.1.2. Medios de comunicación**

La desviación del audiovisual hacia las redes de telecomunicaciones entendidas solo como negocio, han resultado tan claras que, so pretexto anticipado de la convergencia, el debate sobre la necesidad de una Alta Autoridad del Audiovisual se ha saldado a escala española pero también en algunas comunidades (como Galicia) con autoridades mixtas como la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, carentes de toda autonomía orgánica y presupuestaria respecto a los Gobiernos y sin auténticas capacidades de control y sanción. Así, el tratamiento del audiovisual como "servicio final de telecomunicaciones", no sólo tiende a privarle de toda connotación cultural sino también de los mínimos principios mercantiles, como el control de las prácticas anti-competitivas de mercado o de las posiciones de posible abuso dominante.

El profundo deterioro del servicio público radiotelevisivo, desde el punto de vista financiero pero también desde la calidad de la oferta y desde la óptica del pluralismo del espacio público, y su tendencia creciente a la comercialización extrema alcanzan su culminación en RTVE, pero se extiende a algunas cadenas autonómicas, mientras otras han iniciado un proceso de regeneración. En su conjunto, este sistema público, promotor en positivo de polos de impulso a la producción audiovisual y de su descentralización, pero distorsionado muchas veces por la politización de la gestión, evidencia modelos incompatibles con las exigencias de eficacia y control del gasto público; y precisa urgentemente de reformas

estructurales que refuercen sus funciones de servicio público, legitime su existencia y racionalice su gestión económica.

Los dos factores anteriores influyen seriamente sobre un sistema radiotelevisivo privado desequilibrado, que sólo aparenta viabilidad financiera en las épocas boyantes de la inversión publicitaria y cuya capacidad de competencia se mide muchas veces por su grado de violación de la regulación española y europea. En ausencia de mecanismos serios de medición, control y sanción, su calificación legal como "servicio público esencial" no hace más que complementar el desprestigio de este concepto ante la sociedad.

La focalización exclusiva de la política cultural sobre el cine, ha dejado al albur del mercado al resto de la producción audiovisual, perjudicando de paso las sinergias con el producto cinematográfico. Hay una oportunidad con el cumplimiento de obligaciones televisivas de inversión de un (5) por ciento de su facturación para cine y otros productos y géneros. El surgimiento de un mercado y una demanda han sido muy notables especialmente en la producción televisiva, pero aún no ha permitido afianzar un tejido de producción independiente, desplazada por los procesos de integración de las grandes productoras con los operadores, y subordinada a la externalización de riesgos de los difusores.

### **3.1.3. Medios de comunicación territoriales**

Desde la Administración Central se ha cortocircuitado históricamente la consolidación de los medios territoriales y locales, pese al doble papel esencial de estas empresas como dinamizadoras de las culturas propias, de la participación social y del desarrollo.

En la prensa diaria fallan desde 1986 los mínimos mecanismos que permitirían potenciar la competencia en cada mercado de referencia (apoyo a los segundos y terceros títulos locales). En la radio, las concesiones han marginado repetidamente a las radios municipales o comerciales locales en favor de su vinculación con las cadenas. En televisión, la alegalidad vigente de las emisoras locales ha resultado compatible en los últimos años con su compra masiva, especialmente las de las capitales por los grupos multimedia. Ninguna disposición legal ha intentado nunca reservar para estas empresas una mínima parte de los recursos publicitarios y financieros locales que permitieran su viabilidad.

### **3.1.4. Las Industrias Culturales más creativas (cine, libro, disco, producción audiovisual...)**

Las políticas culturales nunca han llegado a contemplar el papel clave de la creación (Mc Phie 2001). En el cine, el abandono del sistema de ayudas sobre proyecto, sustituido por unas limitadas subvenciones a operas primas ha marcado de nuevo un centramiento de subvenciones y facilidades crediticias y fiscales sobre la producción que, aun resultando correcta en principio como clave de la cadena de valor, ha tendido a premiar y asegurar superbeneficios a los grandes éxitos, mientras apoyaba insuficientemente a las productoras medianas y desincentivaba a las coproducciones o a las asociaciones entre empresas (Alvarez Monzoncillo 1993). En la música, se prolonga el olvido y marginación de la industria discográfica como parte esencial de la cultura.

Tabla 1: Políticas culturales y de comunicación analógicas: balance y alternativas

La distribución y la exhibición han sido, pese a múltiples denuncias, dejadas a las leyes de mercado, especialmente en sus procesos de integración y sus prácticas

abusivas de poder, y los factores claves de la promoción y el marketing han recibido una atención pública marginal.

Finalmente, y pese al discurso oficial retórico y permanente sobre las Pymes en la cultura, han sido objeto de un tratamiento industrial similar al de cualquier otro sector sin tener en cuenta la especificidad de sus funciones. Salvo algunas comunidades (Galicia, Catalunya..) no se han implementado políticas industriales específicas, adecuadas a las singularidades de la cultura y de la producción de intangibles.

### **3.2. Políticas Culturales digitales**

El balance de las políticas culturales en el ámbito digital se puede sintetizar como una gran laguna que, partiendo del hipnotismo por las redes y las infraestructuras de telecomunicaciones y su dinámica mercantil, ha permitido un serio subdesarrollo de los contenidos y servicios culturales digitales que dificultan el tránsito a la proclamada Sociedad de la Información.

#### **Redes**

Las actuaciones estatales en las redes son centrales pese al discurso dominante que dice que el motor privado es esencial. Y sin embargo, más allá de las razonables dudas sobre su liberalización y sobre el efecto de estos procesos sobre los consumidores, pueden constatarse fallos e ineficacias que pesan gravemente sobre el desarrollo de los mercados y sobre el derecho de acceso ciudadano. En particular, el servicio universal no ha sido desarrollado y garantizado en las telecomunicaciones y la nueva radiotelevisión.

Además, los planes, licencias y concesiones gubernamentales han dado como resultado hasta ahora un notable infradesarrollo de algunas redes digitales como el cable o la TDT. La regulación vigente incita hacia una integración vertical entre infraestructuras y productores y empaquetadores de contenidos, lo que plantea graves riesgos para el desarrollo económico equilibrado y la diversidad creativa e ideológica. La televisión digital y de pago es una muestra acabada de este panorama oligopólico, en el que ni siquiera está garantizada para el futuro la concurrencia entre soportes, con serias amenazas para la producción independiente y para los consumidores(5).

Tabla 2: Políticas culturales en el ámbito digital: balance y alternativas. Los contenidos digitales

La extrema fascinación por las redes ha llevado a las Administraciones a desinteresarse de la formación y de los contenidos y servicios digitales -de raíces y naturaleza muchas veces claramente cultural- como se advierte en la ausencia de planes de conexión del sistema escolar o en los grandes proyectos como el Info XXI. Y ello a pesar de que muchos documentos europeos cifran en el factor humano la capacidad de un país para aprovechar las nuevas oportunidades (Skillset, 2001).

En coherencia con tales lagunas, la proyección exterior digital se revela muy limitada, mientras que el espacio iberoamericano digital es, salvo las inversiones de telecomunicaciones, casi inexistente.

### **4. Orientaciones y Propuestas de Futuro**

Del análisis crítico realizado de los sectores y políticas públicas pueden ya deducirse, en buena medida, las orientaciones y propuestas de futuro, tanto para el ámbito analógico que sobrevivirá largamente, como para su transposición y consolidación en el ámbito digital. Solo se enunciarán sobre la base de la definición de las políticas públicas fijada por el Comité de Cultura del Consejo de Europa (CE-DG IV, 2000).

#### **4.1. Para la Cultura analógica**

1. Planificación coherente e integral del apoyo a las industrias culturales, incluyendo los medios de comunicación masivos, en busca de una potenciación de sus sinergias.
2. Apoyo fiscal general a todas las industrias culturales, que debe desembocar en un I.V.A. Cultural mínimo o tendente a cero, como vía simultánea de apoyo a los consumidores y a los productores. Esta descarga fiscal no es incompatible con mecanismos fiscales recaudatorios que puedan nutrir fondos de apoyo para los ramas más débiles.
3. Sustitución paulatina de mecanismos proteccionistas por sistemas positivos de fomento cultural tendentes a su viabilidad: desde subvenciones a desgravaciones fiscales sistemáticas a la inversión pasando por el acceso al capital-riesgo.
4. Estricta regulación anti-concentración monomedia y multimedia, especialmente en los sectores y mercados de referencia más amenazados y más sensibles, como son el ámbito local y regional.
5. Articulación consensuada de las políticas culturales territoriales y del Estado Central para maximizar sus recursos y potenciar sus efectos, con respeto estricto por la diversidad cultural y lingüística.
6. Reforzamiento de la política de apoyo a la proyección cultural exterior, con atención especial a las asociaciones de Pymes, a la cooperación europea y a la cooperación horizontal con Iberoamérica.
7. Establecimiento y coordinación de Consejos Audiovisuales políticamente autónomos y presupuestariamente independientes.
8. Regeneración de los servicios públicos radiotelevisivos mediante contratos-programas que concreten las misiones y compromisos de servicio público y con suficiente financiación. La reforma democrática de su gestión, las garantías de pluralismo y su racionalización económica serían sus piedras angulares, así como la cooperación entre las televisiones públicas.
9. Apoyo al sostenimiento y viabilidad de los media generalistas tanto públicos como privados, como garantes de la producción de programas de calidad, con regulación y control de sus funciones culturales y democráticas.
10. Política de fomento integral del conjunto de la hilera audiovisual, con especial atención a la reserva del 5% de los ingresos de las televisiones para la inversión audiovisual de creación y ficción... y que la Ley del Cine del 2001 termina por detallar.
11. Apoyo a los medios de comunicación locales en todos los sectores: subvenciones a las segundas y terceras cabeceras de prensa local, reserva de la publicidad local para las emisoras, fomento de colaboración.
12. Apoyo a la innovación creativa, que garantice su llegada al público y su puesta en valor, prime a los nuevos creadores y ofrezca continuidad a las Pymes.
13. Fomento de la distribución independiente, control de los oligopolios de distribución y sus prácticas anti-competitivas e impulso de las asociaciones entre empresas.
14. Impulso a la promoción y la comercialización de los productos de las Pymes, con descuentos fijos de su publicidad en los medios públicos.
15. Fomento sistemático de las Pymes culturales, especialmente en el terreno fiscal y crediticio, potenciando su asociacionismo y alianzas frente a las absorciones o la concentración en grandes unidades. Constitución de clusters animados por las administraciones públicas como semilleros y polos de fomento de nuevas empresas,

proyectos y co-producciones.

16. Reforzamiento sistemático de la lucha contra la piratería que defrauda y debilita a los creadores. Simultáneamente, vigilancia y control de los precios abusivos concertados por los grupos multinacionales que, además, atentan contra el derecho a la cultura.

#### **4.2. Para la Cultura Digital**

17. Servicio universal ampliado a las nuevas redes y a sus nuevos servicios, financiado con cargo a los operadores privados y, puntualmente, a los presupuestos públicos, en el sentido de accesibilidad tecnológica y asequibilidad económica, por razones de equidad y de economías de red.

18. Mantenimiento del servicio público en los nuevos contenidos y servicios: espacios públicos en las nuevas redes como la TDT o Internet, portales públicos culturales. La condición es la dotación a las radiotelevisiones públicas de un multiplex completo que posibilite una estrategia multicanal y multiservicios. Ello y los espacios no comerciales (como el sistema peer to peer, o intercambio entre amigos, si no viola la propiedad intelectual) no atentan contra el mercado sino que constituyen su contrapunto necesario.

19. Las cadenas clásicas de televisión abierta, federadoras de grandes audiencias y sostén de una producción de calidad, deben ser apoyadas con un ancho de banda en la TDT que les permita nuevos programas y servicios interactivos, reforzando su salud financiera. En la televisión de pago, regulación y vigilancia de la Autoridad Independiente sobre las exclusivas, los precios a programadores y productores independientes y las tarifas de los usuarios. La existencia de estándares comunes de acceso universal (en descodificadores, API y EPG) es fundamental para la libertad de elección del consumidor.

20. Regulación del acceso no discriminatorio a las nuevas redes para productores y programadores independientes, aplicando lo previsto por la ley del cable al satélite digital y a las redes de TDT. Regulación del must carry (obligación de distribuir) en las nuevas redes para los canales abiertos públicos y privados.

21. Fomento sistemático de la digitalización de los archivos y los catálogos.

22. Apoyo a la transición de las Pymes culturales hacia el mundo digital y multimedia con instrumentos fiscales y crediticios, más que con sistemas de protección que se hacen difíciles de cumplir en las redes digitales.

23. Apoyo selectivo a los desarrolladores de videojuegos y multimedia que muestren una perspectiva cultural y educativa.

24. Regulación y control de la piratería de derechos de autor en las nuevas redes. La contrapartida es el control e impulso decidido al abaratamiento de los precios.

25. Reorientación de Planes de Estudio y titulaciones relacionadas con la comunicación y el arte, especialmente del Audiovisual, hacia nuevas habilidades técnico-creativas.

26. Coordinación de esfuerzos entre los planes de Sociedad de la Información centrales y de las Comunidades Autónomas, con total respeto a la diversidad cultural y lingüística.

27. Fomento de la proyección exterior de los contenidos y servicios digitales, con especial atención a los proyectos de cooperación horizontal con organismos o empresas iberoamericanas.

#### **Notas**

1. Este artículo resume algunas de las tesis y propuestas finales que sobre políticas culturales apunta la investigación que, patrocinada por la Fundación Alternativas y otros organismos públicos y privados, ha dirigido y coordinado Enrique Bustamante, siendo coautores José María Álvarez, Luis A. Albornoz, Gustavo Buquet, Rosa Franquet, Gloria Gómez, Pedro M. Moreno y Ramón Zallo. Ha sido editado en octubre del 2002 por Gedisa (Barcelona) con el título "Comunicación y Cultura en la

Era Digital: Industrias, mercados y diversidad en España".

2. De hecho, las regiones europeas, todavía son una realidad cultural, social, económica y política por descubrir. Para un análisis comparativo, ver D'Angelo y Vesperini (2000).

3. Otro modelo de descentralización, empezando por la televisión estatal como en Alemania, hubiera permitido evitar el despilfarro de recursos.

4. En cualquier caso en el ámbito europeo se entiende que los temas de cooperación cultural a privilegiar por su valor añadido comunitario son: la movilidad de personas, la circulación de obras, la formación/perfeccionamiento, el diálogo e intercambios interculturales hacia el interior y el exterior de la UE (Van der Pas, 2001).

5. A diferencia de la vigilancia permanente que por ejemplo, ejerce la FCC en Estados Unidos.

### **Referencias Bibliográficas**

Alvarez Monzoncillo J.M. (coord) (1993): La industria cinematográfica española 1980-93. Fundesco- Ministerio. Madrid.

Bustamante E., Zallo R.(coords) (1988): Las industrias culturales en España. Akal. Madrid.

Consejo de Europa, Culture Committee (2000): New Information technology. Public Acces and Freedom of Expression in Cultural Institutions (Guideliness for European Cultural Policy).

D'Angelo M., Vespérini P. (2000): Politiques culturelles en Europe: régions et décentralisation culturelle. Editions du Conseil de l' Europe. Estrasburgo.

Marin i Otto E., Noves tecnologies, ecosistemes comunicatius i identitat, en Mollá, T. (ed) (1998): La política sociolingüística a la societat de la informació. Edicions Bromera. Valencia.

McPhie, P. (2001): El programa nacional de estadísticas culturales de Canadá: un cuarto de siglo de desarrollo, en AAVV Informe mundial sobre la cultura 2000-2001. Diversidad cultural, conflicto y pluralismo. Unesco/Mundi-Prensa.

Van der Pas N. (2001): Rapport des ateliers- La cooperation culturelle en devenir. 21/22-11-01. Forum de cooperación cultural de Bruselas.

Zallo R. (dtor) (1995): Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. UPV-EHU.