

EL ESPACIO AUDIOVISUAL EUROPEO Y LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA CEE¹

Carmelo Garitaonandía

El mercado audiovisual: Estados Unidos y Europa

El sector audiovisual es un sector estratégico de la economía de servicios de la CEE y su importancia viene determinada por su dimensión sociocultural, así como por su papel como vehículo de transmisión de la riqueza cultural europea. El sector audiovisual contribuye además a formar e informar a la opinión pública, y establece pautas de comportamiento y de consumo entre los pueblos.

Al mercado tradicional del audiovisual, del que formaban y forman parte la industria cinematográfica, la televisión y el vídeo, se han sumado en la actualidad las empresas de fabricación de equipos, la industria publicitaria, los editores de juegos electrónicos y de videodiscos... conjunto aderezado con una compleja formación de grupos multimedia. Así, en el decenio de los noventa el mercado audiovisual tendrá un crecimiento significativo derivado del desarrollo de nuevas televisiones (de difusión directa vía satélite, redes de cable y televisiones locales, *pay-tv*), cuyo volumen total de difusión se incrementará en más de la mitad durante el próximo lustro; así como derivado de la creación y desarrollo de nuevos servicios audiovisuales (HDTV, telemática, etc).

El mercado audiovisual, aunque es un mercado en expansión, todavía es modesto en términos económicos. Los ingresos finales, que representan aproximadamente el 60% del volumen de negocios, ascienden en Europa a 16.000 millones de ecus y en EE. UU. a 33.500 millones.

Este desarrollo muy superior del sector audiovisual americano respecto al europeo (que ya era latente en la industria cinematográfica y que, posteriormente, se ha

¹ Este trabajo se realiza dentro de un programa de investigación subvencionado por la UPV-EHU, en el que participan además los profesores J.A. Mingolarra, R. Zallo y J.V. Idoyaga, y actúa como documentalista y ayudante de investigación Rosabel Argote.

extendido a los ámbitos de televisión y vídeo) se fundamenta, entre otras razones, en la existencia en el primero de un buen fondo de programas y una adecuada red de comercialización. En los últimos años algunos países han conseguido introducirse en este mercado, obteniendo buenos resultados en determinados sectores de ficción. Australia y Brasil, con series y telenovelas; Japón, con dibujos animados. Es destacable la dependencia europea en este género de programas de animación, como prueban los datos de 1989 según los cuales, de las once mil horas emitidas por televisión, sólo trescientas cincuenta eran de producción propia, siendo el mayor suministrador Japón, que produce el 60% de los dibujos animados que se ven en Europa.

En el mercado audiovisual el género más solicitado por el público y las cadenas de televisión es el de la ficción, siendo de nuevo muy apreciables las diferencias entre EE. UU. y Europa. Así, en 1988 los europeos compraron en el mercado norteamericano programas por valor de setecientos millones de dólares. François Mitterrand, en el prólogo a «Les Assises Européennes de l'Audiovisuel» celebradas en París en 1988, recordaba que «en Europa se tiene hoy necesidad de 125.000 horas anuales de programación y no se producen más que 20.000»². Por el contrario, la producción europea apenas supera el 2% de la programación audiovisual y cinematográfica de EE. UU. y Japón.

Las razones de este *décalage* entre una y otra producción son varias, pero es destacable como fundamental la diferencia de organización del mercado entre uno y otro continente.

En EE. UU., la emisión televisiva ha corrido a cargo de las cadenas de televisión, y la producción, a cargo de empresas productoras cinematográficas y televisivas. De hecho, la reglamentación de la Federal Communications Commission prohíbe a los *networks* televisivos la programación de su propia producción, con la excepción de los programas informativos y deportivos. Ello ha determinado, por tanto, la creación de una fuerte industria de producción cinematográfica, que además ha encontrado un importante mercado secundario en las televisiones locales y en Europa: mercado en el que ha llevado una práctica de doble precio de venta, lo cual ha causado y causa un importante perjuicio a los productores comunitarios.

En Europa, sin embargo, hasta hace muy pocos años la organización del mercado audiovisual ha venido determinada por una fortísima concentración en la distribución, que estaba en manos de unas pocas cadenas nacionales. No ha existido un mercado secundario y la producción de los grandes organismos televisivos —que no tenían una necesidad perentoria de amortizar sus inversiones porque se financiaban a través del canon, de los presupuestos generales del Estado o de la publicidad que contrataban en un régimen de exclusiva o casi exclusiva— se completaba con la producción procedente de un gran número de pequeñas y medianas empresas. De esta manera, no se ha configurado una potente industria de producción cinematográfica y de programas europea; y la existente únicamente posee una cierta presencia en los respectivos mercados nacionales.

² Citado por Thierry Lecrecq, «Le guide de l'audiovisuel européen», supplément «Assises de l'audiovisuel», Ed. Edimedia, N° 96/97, Bruselas, 1989, p. 11.

La Europa de los doce produce al año más de quinientos largometrajes, pero más de cuatrocientos de esos films no salen de su país de origen. Por otro lado, las empresas americanas controlan por término medio el 60% de la distribución cinematográfica europea y, en algunos países como Gran Bretaña, se eleva hasta alcanzar valores superiores al 90%. En el informe elaborado por el comité de expertos designado por la Comisión Europea en marzo de 1990 se dice: «En Europa se hacen más películas al año que en Estados Unidos; muchas reciben premios internacionales, pero el 80% de ellas no cruza jamás las fronteras de su país». Además sólo la quinta parte de estas películas es de medio o alto presupuesto, esto es, superior a los 2.250.000 ecus (unos 320 millones de pesetas): cantidad absolutamente incomparable en la mayoría de los casos a los presupuestos de las producciones americanas.

Puede deducirse, por tanto, que Europa se ha convertido en un mercado codiciado por la industria norteamericana. De hecho, la amenaza de las cuotas a las producciones no europeas y la incertidumbre que el recorte de estas importaciones ha provocado al otro lado del Atlántico están dando como resultado la aparición de un nuevo tipo de producciones que parece que van a ser un signo de los noventa: las coproducciones Europa-EE. UU.. Si los norteamericanos se tranquilizan con estas coproducciones frente a las noticias de que sus programas ya no ocupan en Europa el *prime-time*, los europeos (que poseen mucho menos tiempo para gastar en la era de la multiplicación de cadenas) ven en ellas la posibilidad de entrar en el inaccesible mercado americano. Se explica así el anuncio, casi a diario, de nuevos acuerdos como el de la cadena BBC con la cadena CBS para la realización de comedias al alimón. De todas las maneras, los augurios sobre el resultado de estas asociaciones forzadas por la necesidad son pesimistas, en tanto que las exigencias y gustos nacionales son dispares y es difícil acordar algo que funcione en los dos continentes.

Las sociedades norteamericanas, así mismo, parece que se han lanzado también a la participación minoritaria en las productoras europeas. Entre otros casos citaremos el de Paramount, que detenta hoy el 49% de la sociedad británica Zenith, y Capital Cities/ABC, el 49% de Tele Munchen.

En la década de los noventa, el mercado audiovisual europeo se encontrará en una situación de encrucijada. Por una parte, se dará un crecimiento del mercado, debido a una mayor demanda de programas, entre otras razones porque al casi centenar de cadenas de televisión importantes de Europa se les sumarán otras creadas a raíz de la política desreguladora de los países y la de normativización de las emisiones vía satélite por la CEE y el Consejo de Europa³. Igualmente es previsible que continúe y se acreciente la demanda en otros sectores, tales como la publicidad (la cual ha experimentado un salto de 2.700 millones de ecus a 8.500, entre 1980 y 1989), el alquiler y compra de cintas de vídeo⁴ (que ha pasado en ese último año a generar unos

³ La Convención Europea sobre la Televisión Transfronteriza, del Consejo de Europa, y la directiva del Consejo de la CEE sobre la coordinación de ciertas disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, ambas de 1989.

⁴ Existe un vídeo en el 35% de los hogares españoles, mientras la media europea se eleva al 46%. Sin

ingresos de 2.900 millones de ecus) o los abonos a las redes de cable (que suponen ya cerca de setecientos millones de ecus).

Por otra parte, es necesario tener presente la debilidad del sector audiovisual europeo. La producción de cine europea ha caído en los últimos años debido, entre otras razones, a la pérdida del 40% de los espectadores en el decenio de los ochenta y al alza de los costes, los cuales no se han visto compensados ni por los ingresos derivados de su venta y alquiler en formato vídeo, ni por los de sus derechos de difusión por televisión. Aun así, debe constatarse la estabilización de los ingresos de las salas cinematográficas, los cuales incluso suben en algunos países, como Gran Bretaña.

Esta debilidad se manifiesta asimismo en la fragmentación del mercado europeo. Aunque teóricamente está sostenido por 340 millones de personas, dicho mercado se encuentra fuertemente dividido por la existencia de nueve lenguas oficiales y más de una cincuentena de minorías lingüísticas⁵. Tal fragmentación, unida a la ausencia de una buena red de distribución, se ve complementada con la muy importante presencia de capital extracomunitario en este sector: el 40% de las empresas distribuidoras están controladas por sociedades norteamericanas.

La industria audiovisual europea es de carácter «minifundista», caracter delatado por la existencia de un gran número de PYMEs y la ausencia de empresas de envergadura. Así, en 1989, entre las cien primeras empresas europeas no figuraba ninguna industria del ocio o de los medios de comunicación, y entre las quinientas primeras, tan sólo quince.

El mercado del vídeo es insuficiente, aunque países como Gran Bretaña y España se caracterizan por poseer un importante desarrollo en dicho sector (en cualquier caso, muy inferior al americano). Así, en España hay actualmente un parque estimado en algo más de cuatro millones de vídeos en los hogares, lo que equivale a decir que existe un magnetoscopio en el 35% de los hogares españoles, mientras la media europea eleva dicho porcentaje hasta el 46%. Sin embargo, es reseñable el hecho de que, en cuanto al consumo de películas en alquiler y compra directa, España ocupa el cuarto puesto en el mundo⁶, detrás de EE. UU., Japón y Gran Bretaña. Señalemos, por último, que en 1989 el mercado del vídeo alcanzó en Europa un nivel de ingresos de 3.000 millones de ecus, mientras que en USA ascendía a los siete mil millones.

embargo, en el consumo de películas, en alquiler y compra directa, España ocupa el cuarto puesto en el mundo, detrás de USA, Japón y Gran Bretaña. Asociación Nacional de Industrias Electrónicas e Informáticas.

⁵ En un artículo titulado «Hidden nations hang on tight to their cultures», publicado en el periódico *The European*, 18-1-1991, se indica: «More than 30 million Europeans speak the so called "minority" language as their mother tongue... There are at least 58 minority languages in Europe, plus amyriad of dialects... Only seven out of 42 minorities number more than 25.000».

⁶ Otro fenómeno del que no puede hacerse abstracción es el incremento del índice medio de piratería en el sector del vídeo en los últimos años (practicado casi de forma exclusiva sobre las novedades). Así, y particularizando en el caso español, según una nota emitida por la Federación Antipiratería (FAP) que recoge los datos de 1990, este índice alcanzaba el pasado año la cifra de 23,3%, lo cual representa una economía sumergida de 9.200 millones de pesetas.

Política audiovisual de la CEE

Con este panorama audiovisual, descrito a modo de rápido resumen, no resulta extraño el que la Comunidad Económica Europea, así como el Consejo de Europa, hayan manifestado su objetivo global de reforzar la capacidad audiovisual europea: objetivo que la CEE ha subrayado especialmente en las declaraciones de los últimos Consejos (Madrid y Rodas —1988—, Estrasburgo —1989—, etc.). Por otro lado, la política audiovisual de la Comunidad, como señalaba la Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo⁷ en el primer trimestre de 1990, tiene por objeto asimismo el garantizar que el desarrollo del sector audiovisual no se lleve a cabo en detrimento del pluralismo sino que, por el contrario, contribuya a fortalecerlo, fomentando sobre todo la diversidad en los programas que se ofrecen al público.

Este objetivo global supone la coordinación de esfuerzos en tres campos determinados. En primer lugar, implica la definición de las reglas de juego para la libre circulación de programas: objetivo hacia el que se ha dado un importante paso con la aprobación de la Directiva de la Televisión sin Fronteras de octubre de 1989. En segundo lugar, implica la promoción de las industrias de programas, en los aspectos de creación, producción y distribución: objetivo que tiene su principal base en el programa de acción denominado MEDIA (medidas para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual), dotado éste de un presupuesto de 235 millones de ecus para el quinquenio 1991-1995. Y en tercer lugar, implica el desarrollo y control de las nuevas tecnologías: objetivo materializado en la homogeneización de las normas de transmisión vía satélite y de la redistribución por cable, así como en el desarrollo de un sistema europeo de televisión de alta definición (High Definition TV, HDTV).

El 3 de octubre de 1989, el Consejo de la CEE aprobó la Directiva sobre la Televisión sin Fronteras, con la pretensión de armonizar mínimamente la diversidad y disparidad de leyes y normas nacionales que, hasta el momento, reglamentaban la radiodifusión y constituían un obstáculo para la televisión a escala europea. En esta perspectiva, se elaboró esta directiva, armonizadora sobre todo en cuestiones publicitarias⁸, de protección de menores y de derecho de réplica, que puede servir de marco jurídico para la libre circulación de los programas de televisión en la Comunidad y ofrecer unas condiciones de competencia leal en el seno del Mercado Común.

Uno de los aspectos más controvertidos de esta directiva, y de hecho fuertemente criticado por EE. UU.⁹, ha sido la consideración de que los organismos de radio-

⁷ Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre política audiovisual 28-2-1990. COM(90)78 final.

⁸ La directiva dedica el capítulo IV a la publicidad y al patrocinio de programas. Entre las normas que establece destacan las siguientes: la publicidad debe ser identificada del resto de la programación, prohibiéndose la publicidad subliminal y la de tabacos y de medicamentos con prescripción facultativa, limitándose la de alcoholes. Su contenido no debe atentar a la dignidad humana, ni ser discriminatorio, ni perjudicar a los menores, etc. El volumen máximo admitido es el 15% del tiempo de programación, y en una hora no pueden acumularse más de 12 minutos.

⁹ Las declaraciones intempestivas de diferentes autoridades USA y las amenazas de denuncia de la directiva al GATT (Acuerdo general sobre tarifas aduaneras y el comercio) se sucedieron, pero finalmente

televisión traten de reservar «una producción mayoritaria de su tiempo de difusión» a las obras europeas, excluido el tiempo dedicado a los informativos, programas deportivos, concursos, publicidad y servicios de teletexto. El debate de esta directiva había dado lugar al enfrentamiento entre dos corrientes, las cuales respondían a dos políticas comunicativas y estrategias empresariales diferentes: una liberal (defendida por Gran Bretaña y Luxemburgo) y otra reguladora (defendida por Francia y Bélgica). Finalmente se adoptó esta fórmula de acuerdo, con los votos en contra de Bélgica y Dinamarca, y con la constatación por parte del Gobierno Federal alemán que el poder de apreciación en esta materia sería cedido a los *lander*, que son los que poseen la competencia en materia de radiodifusión en Alemania.

La regulación de los derechos de autor ha quedado fuera de la directiva, si bien sigue siendo un aspecto esencial para la determinación de las reglas de juego en la perspectiva de la libre circulación de programas.

El desarrollo de la industria audiovisual: el programa MEDIA

En 1986, la Comisión de la CEE aprobó un «programa de acción en favor de la producción audiovisual europea»¹⁰. El año siguiente se dedicó a una gigantesca consulta a la industria audiovisual, realizada por primera vez en Europa, en la que participaron más de dos mil profesionales, y a la realización de estudios de mercado en los sectores de la producción y la distribución. Basándose en el informe presentado por el diputado G. Papapietro, la Comisión de Juventud, Cultura, Medios de Comunicación y Deporte aprobó una resolución favorable al desarrollo del programa MEDIA, considerado entre las «prioridades absolutas» de la citada comisión. La fase de experiencias piloto fue el periodo 1988-1990, en el que se pusieron en marcha una decena de proyectos, en los que han participado más de diez mil personas y empresas de la Comunidad Económica Europea; proyectos que se continúan en la etapa actual.

En mayo de 1990, la comisión proponía al Consejo el programa de acción MEDIA para el quinquenio 1991-1995, dotado de un presupuesto de 235 millones de ecus: recursos limitados en comparación con las necesidades del mercado audiovisual. Las acciones de este programa están dirigidas a la fase anterior y posterior de la producción audiovisual, así como a los diferentes procesos llevados a cabo a lo largo de toda la cadena industrial: formación, preproducción, multilingüismo de los programas (doblaje y subtítulado), utilización de nuevas tecnologías, mecanismos de distribución y promoción comercial, creación del «segundo mercado» a partir de la explotación de archivos y mejora del marco de financiación del sector industrial.

El programa de acción no pretende financiar la producción audiovisual europea, sino estimular el mercado. Por ello, ni incide directamente en la fase productiva, ni ninguno de los proyectos (pre o postproductivos) se financia en más del 50%, sien-

no llegó la sangre al río. Patrick Cox, responsable de la NBC para actividades en Europa, hacía unas declaraciones no exentas de ironía y optimismo: «Los americanos debían estar felices de poder disponer del 50% del tiempo de antena. Por ahora no han alcanzado esa meta».

¹⁰ COM (86) 255 final, de 26-4-1986.

do el objetivo del programa la limitación de estas intervenciones al 30%. El programa MEDIA no se ha propuesto un sistema de subvenciones sino, bien al contrario, inyectar en la industria capitales de lanzamiento destinados a atraer recursos financieros complementarios de inversores privados, empresas, organizaciones profesionales y otras instancias. En 1989, las experiencias engendradas en el programa MEDIA alcanzaron un valor global del orden de los cuarenta millones de ecus, con una aportación inicial de 13,5 millones. En 1990, se duplicaron estas cantidades.

Las sumas asignadas a los proyectos piloto han sido concedidas como anticipos reembolsables a los órganos administradores de los proyectos y, una vez devueltas, deberán ser reinvertidas. Este mecanismo permitirá en un futuro próximo que los distintos proyectos (EFDO, Euro-AIM, Script, etc) sean autosuficientes, habiéndose generado con el programa de acción una dinámica financiera propia.

El potencial del programa de acción se ve acrecentado por la participación de otros países además de los doce comunitarios (Suiza y Austria participan ya en algunos proyectos) y por la aportación de nuevos socios en el marco de Eureka-Audiovisual, lo cual multiplicará las sinergias e incrementará la competitividad de las industrias europeas en el mercado audiovisual. No se pretende contraponer MEDIA a Eureka Audiovisual, sino buscar su complementariedad, ya que ambos tienen el mismo objetivo: fortalecer la capacidad audiovisual europea (pese a que el primero se ocupe más de las fases pre y postproductiva del sector audiovisual, y el segundo, de la producción). Además, MEDIA se propone la participación comunitaria en Eureka Audiovisual, en aquellos proyectos que coincidan con las líneas de sus proyectos: v.g. apoyo a la producción independiente, desarrollo del segundo mercado, realización de HDTV, etc.

Un ejemplo lo tenemos en el proyecto Eureka 283 Synthetic TV. Partiendo del hecho que la inmovilización de plató y grandes estudios durante largos rodajes en exteriores lejanos o poco accesibles puede encarecer enormemente el proceso de producción, con la consiguiente merma de la calidad final del producto, el objetivo de dicho proyecto Eureka 283 Synthetic TV es el desarrollo de un sistema original que permita la composición automática de imágenes de escenarios tridimensionales sintetizadas por ordenador, imágenes 3D, para su utilización en las producciones audiovisuales. En este ambicioso proyecto colaboran, entre otros: Telson, primera empresa española de servicios de producción y postproducción de vídeo; el Instituto Nacional del Audiovisual (INA), organismo francés dedicado a la producción, formación y desarrollo tecnológico en el campo audiovisual; Videotime, compañía italiana de servicios de vídeo perteneciente al grupo multinacional de Berlusconi; y la empresa francesa Thomson Digital Image (TDI), una de las líderes europeas en diseño y desarrollo del *software* para la creación de imágenes en tres dimensiones.

Por último, consideramos de básica importancia la aprobación, en diciembre de 1990, por el Comité de Coordinadores Nacionales del proyecto Eureka-Audiovisual, de un plan para la institución de un Observatorio Europeo Audiovisual así como de cuatro proyectos de colaboración intereuropea, por un valor de trece millones de dólares (aproximadamente mil trescientos millones de pesetas), en los sectores de financiación de la producción y distribución audiovisual, información plurilingüística y fondo de desarrollo para guiones televisivos.

El programa de acción MEDIA recoge más de una decena de iniciativas orientadas a favorecer el desarrollo audiovisual europeo que se agrupan en cuatro grandes sectores: distribución, preproducción, formación y financiación.

Cuatro son los proyectos orientados a favorecer la distribución y la promoción comercial del cine y del vídeo: EFDO (European Film Distribution Office), EVE (Espace Vidéo Européen), Euro-AIM (European Organization for an Audiovisual Independent Market) y BABEL (Broadcasting Across the Barriers of European Language), dotados con 40, 20, 30 y 10 millones de ecus respectivamente.

La finalidad de EFDO y EVE es la creación de redes de distribución fomentando la cooperación entre empresas que anteriormente operaban sólo en su respectivo marco nacional. Ambos proyectos, administrados por distribuidores y productores, conceden anticipos (hasta un máximo del 50% en el primer caso y del 40 % en el segundo) sobre costes de doblaje, subtítulo, edición, copias y promoción de películas y vídeos europeos, siempre que se codistribuyan en un mínimo de tres países. El proyecto EFDO ha ampliado sus sistema de apoyo a las películas con unos costes de producción inferiores a los cuatro millones y medio de ecus¹¹, y pretende favorecer la distribución y promoción fuera de la Comunidad (EE. UU. y Japón, entre otros), para aumentar la difusión y competitividad, y potenciar la red de salas de distribución. En este mismo sentido, EVE pretende el desarrollo de una red de mediatecas y bibliotecas públicas europeas que estimule la creación videográfica, en especial de documentales y películas infantiles.

El proyecto Euro-AIM está orientado a facilitar la presencia colectiva de los productores independientes europeos en los mercados internacionales y ofrecerles, asimismo, a precios reducidos en el primer bienio, servicios de promoción en los diferentes mercados, asistencia jurídica y comercial, coordinación en proyectos de coproducción, etc¹². Euro-AIM ha creado una base de datos para la recogida y difusión de información relativa a la producción audiovisual europea independiente.

BABEL ha sido un proyecto, en su fase experimental, para ayudar al doblaje o subtítulo de producciones audiovisuales, prioritariamente de obras que utilizan las lenguas menos extendidas en Europa, de obras de ficción —en especial para la juventud, incluidos los dibujos animados—, programas piloto y series televisivas y documentales. BABEL ha apoyado cincuenta y dos programas (el 60% de ellos proceden de países pequeños) y series de televisión de trece países que han sido objeto de más de cien emisiones en distintas lenguas. En el próximo quinquenio se pretende que BABEL extienda su apoyo a emisiones multilingües, entre ellas las del futuro canal informativo «Euronews», emisiones de «La Sept» y el programa «Olympus», así como a la creación de canales multilingües.

¹¹ El proyecto EFDO en su fase experimental alcanzaba únicamente a las películas europeas con unos costes de producción inferiores a los 2,25 millones de ecus, que son el 80% de las películas producidas en la CRE. Desde noviembre de 1988, fecha en que se inició el proyecto, se promocionaron ciento siete lanzamientos de veinticinco películas, correspondientes a los doce países comunitarios y Suiza.

¹² En la fase experimental, EURO-AIM, con una inversión de un millón y medio de ecus, ha promocionado más de mil productoras en siete mercados internacionales, obteniendo ventas por un valor de casi veinte millones.

El programa de acción MEDIA dedica otros cuatro proyectos al desarrollo de la preproducción audiovisual SCRIPT (European Script Fund), CARTOON (Asociación Europea del Cine de Animación), CLUB MEDIA (Club de Inversión MEDIA) y MAP-TV (Memoria Archivos Programas), con unos presupuestos los tres primeros de 25 millones de ecus cada uno, y el último de 15. El proyecto SCRIPT, cuyo comité directivo está formado por profesionales, concede anticipos de hasta el 50% de los gastos de escritura del guión de películas de ficción y documentales, así como de los gastos de preproducción. SCRIPT completa sus ayudas con la asistencia a la escritura del guión (*script doctoring*) y la asistencia en materia de financiación (facilitando el contacto con posibles socios).

CARTOON pretende la creación de redes de estudios europeos de animación que permitan la puesta en marcha de series de dibujos animados¹³, con calidades y costes competitivos, industrializando los métodos de trabajo e informatizando su producción. Actualmente los estudios europeos subcontratan con productoras asiáticas un volumen de más de 80 millones de ecus anuales. Cada red comprende de tres a cinco estudios implantados en países distintos y recibirá durante un máximo de tres años un anticipo para gastos de coordinación técnica y gestión. Esta experiencia se completa con el Forum CARTOON, que se reúne dos veces al año, y un banco de datos sobre profesionales, estudios, materiales, proyectos en curso, etc.

El Club de inversión MEDIA, del que forman parte importantes empresas industriales, grupos de comunicación y entidades financieras (Thompson, Philips, Pesa Electrónica, Maxwell Communications, Caisse des Dépôts et Consignations, Antenne 2, RAI, INA...), contribuye a la producción de proyectos innovadores, con el uso de tecnologías avanzadas, en materia de creación y producción audiovisual, de formación y de información tecnológica (producciones de TV en HDTV y cinematográficas en sistema IMAX-OMNIMAX, informática gráfica, televisión digital, sistemas interactivos, etc). El Club MEDIA en relación con Eureka, Eureka Audiovisual y el grupo de interés económico VISION 1250¹⁴, creado con el respaldo de la CEE y que agrupa a grupos industriales y estaciones de RTV, dedicará una especial atención a la producción de programas y películas de televisión de alta definición en la norma europea, contribuyendo a la formación y uso de los nuevos equipos por los profesionales.

Dentro del sector de la preproducción existe un cuarto proyecto orientado a la creación de un «segundo mercado», aprovechando especialmente los archivos y fondos audiovisuales: MAP-TV (memoria Archivos y Programas). Este proyecto pretende la creación de una red de servicios de archivo de las televisiones europeas, las cine-

¹³ En la fase experimental se habían desarrollado veinte proyectos. El objetivo es llegar a 20 proyectos anuales.

¹⁴ Los responsables de los programas Eureka 95 y Visión 1250 han decidido a principios de 1991, en una reunión celebrada en Madrid, convertir la Expo de Sevilla en el momento del lanzamiento de los primeros pasos de HDTV europea. En el pabellón de Retevisión se creará un estudio de 400 metros cuadrados, el primero en Europa, y la señal se distribuirá a través de dos satélites: uno de comunicaciones y otro de difusión directa. Las emisiones que se realicen para la EXPO 92 y los Juegos Olímpicos se podrán seguir en 1.000 receptores de HDTV instalados en centros públicos de toda Europa.

matecas y otros fondos audiovisuales, para la explotación del material informativo, documental y de ficción.

El programa MEDIA tiene además dos iniciativas para la formación EAVE (Entrepreneurs de l'Audiovisuel Européen), dedicado a la formación económica y comercial para el gran mercado, en especial para jóvenes productores, y Media Business School (seminarios profesionales de alto nivel). Además de estas iniciativas, varios programas tienen actividades propias de formación: BABBL, SCRIPT (*script monitoring*), CARTOON (intercambios de experiencias en animación) y Club MEDIA (formación en nuevas tecnologías: imagen por ordenador, TV digital, HDTV, interactividad, etc.).

Para el fomento de las inversiones financieras, el programa MEDIA creó en la fase experimental dos programas: Media Venture, un fondo de capital riesgo, y Euro Media Garantie, un fondo de garantía. A estas actividades financieras se han destinado 15 millones de ecus, aunque no está prevista la renovación de la segunda fórmula. Este tipo de acción persigue también la creación de una red (asociación y banco de datos) de inversores europeos de capital riesgo que operan o que pudieran operar en el sector audiovisual.

El programa MEDIA, aunque no está materializado en proyectos determinados, contempla la posibilidad de otras iniciativas expresas o que se vayan considerando en el futuro: desarrollo de nuevas tecnologías de difusión, del potencial de los países y regiones con menor capacidad audiovisual o con zonas lingüísticas limitadas de la Comunidad, fomento de la cooperación con los profesionales de países de Europa Central y del Este, etc.

El desarrollo de las nuevas tecnologías

El tercer eje de la política audiovisual de la CEE se ha basado en el desarrollo y control de las nuevas tecnologías, a través de una homogeneización de las normas de transmisión vía satélite y de la redistribución por cable, así como a través del desarrollo de un sistema europeo de televisión de alta definición. En cuanto a este último aspecto, es reseñable el gran esfuerzo que se está realizando para poder competir con el japonés (Hi-Vision/MUSE¹⁵), cuyas primeras emisiones (de una hora diaria) se iniciaron ya por la cadena pública NHK el pasado año. Por un lado, para mediados de 1991 la NHK prepara la puesta en marcha de una cadena de televisión que emita enteramente en alta definición gracias al satélite BS-3b; y por otro lado, las empresas Sony, Toshiba e Hitachi han puesto ya a disposición de los productores sus productos para la realización en alta definición¹⁶: lanzamiento que se ha caracterizado por los precios fuera de toda competencia, lo cual ha pro-

¹⁵ Multiple Sub-Niquist Sampling Encoding. Sistema de compresión de la banda pasante gracias al cual la señal de HDTV, más ancha que la señal de TV convencional, puede ser transmitida por los canales actuales. «Au pays des initiales», «Radio TV-8», 11-1-90.

¹⁶ Sólo dos sociedades de producción europeas están equipadas con material de alta definición: «Euphon», en Milán, y «VTTV», en Berlín.

vocado que televisiones como la RAI y la BBC no hayan dudado en utilizar dichos productos.

En 1986, el Consejo de la CEE aprobó una directiva en la que se adoptaban las especificaciones técnicas comunes de la familia MAC¹⁷/packet de normas para la difusión directa de televisión por satélite y la redistribución por cable¹⁸, cuya vigencia finaliza el 31 de diciembre de 1991, debiendo por tanto presentar la Comisión de la CEE una propuesta de renovación. La finalidad de dicha directiva era clara, y se definía en los considerandos (5º) con los siguientes términos: «La creación de un gran mercado unificado en el que los productos se intercambian libremente sin barreras técnicas, lo que constituye una importante ventaja económica para la industria europea desde el punto de vista de la competitividad». Nosotros añadiríamos a este objetivo el de evitar una división del mercado interior europeo de receptores de televisión, como la que se produjo con los sistemas Pal y Secam. De todas las maneras, debe añadirse el hecho de que el 11 de febrero de 1991 el comité ejecutivo de la Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT), que representa a más de quince canales del continente, se reunió en Madrid y acordó dirigirse a la Comisión Europea manifestándose en contra de la directiva sobre el carácter obligatorio del sistema de transmisión vía satélite D2-MAC. Esta asociación, que ve en los gobiernos europeos una intención de proteger la preponderancia de las televisiones públicas, ha considerado dicha directiva como un atentado contra el mercado libre y propone que la directiva MAC/Packet de 1986 se prorrogue dos años más: periodo en el que entiende que debería desarrollarse un amplio debate sobre la posibilidad de reconsiderar la estrategia europea para la alta definición.

Entre las razones que guiaron la adopción de este paquete de normas es reseñable una de importante dimensión cultural: la capacidad técnica de transmisión simultánea en varios canales sonoros, capaz de abrir paso a auténticos programas de televisión multilingües. En este sentido, debemos considerar la creación del canal informativo Euronews, integrado inicialmente por la Unión Europea de Radiodifusión (UER-EBU) y por televisiones públicas de diez países: España, Italia, Francia, Bélgica, Austria, Yugoslavia, Suiza, Alemania, Egipto, Grecia y Finlandia (Suiza, Luxemburgo y Portugal estudian sumarse al proyecto), que emitirá en castellano, francés, inglés, alemán e italiano¹⁹. La emisión de este canal europeo de noticias, cuyo interés se ha acrecentado a raíz de las emisiones de la CNN durante la guerra del Gol-

¹⁷ Multiplex Analog Component. Sistema de transmisión de TV en que las señales audio, los datos, las señales de luminancia y crominancia utilitaria aparecen siempre en el mismo orden y en el interior de una unidad de tiempo dada. «Au pays des initiates», «Radio TV-8», 11-1-90.

¹⁸ Directiva de 3/11/1986.

¹⁹ Este canal (que tiene prevista su puesta en marcha a finales de la primavera de 1992) emitirá el primer año 9 horas diarias, para hacerlo las 24 horas del día el siguiente. Sería difundido a través del satélite Utel F2, y podrá ser recibido con antenas parabólicas y redistribuido por cable en toda Europa y países árabes. El coste estimado de lanzamiento estaría alrededor de los 50 millones de ecus. Las ciudades candidatas para ser la sede de esta televisión son Valencia, Lyon, Munich y Bolonia. La televisión británica BBC ha declinado tomar parte en el proyecto. Hace cuatro años pusieron en marcha un canal europeo la RAI (Italia), ARD (Alemania), NOS (Holanda), RTE (Irlanda) y RTP (Portugal) pero sus emisiones terminaron dieciocho meses después.

fo, se realizará a través de Eutelsat y la distribución se hará asimismo por cable en los países que cuenten con infraestructura para ello. La audiencia potencial se calcula inicialmente en 23 millones de hogares, y cada telespectador podrá optar a la voz en que está grabado el programa original o a la traducción simultánea en su idioma.

Es previsible que la política liberalizadora aplicada por los Estados y la CEE a la televisión, en orden a crear un mercado único europeo y de libre circulación de bienes y servicios, se aplique al campo de la comunicación por satélite en fechas próximas (antes de 1992), desarrollando una «política de cielo abierto» que liberalice las comunicaciones por satélite. De esta manera, empresas y ciudadanos podrían tener acceso directo a esta tecnología y a los servicios que posibilita —telefonía, transmisión de datos, televisión— y, por otro lado, las señales vía satélite no tendrían que pasar necesariamente por el consorcio Intelsat (la organización internacional) o por Eutelsat (la organización europea), lo cual previsiblemente supondría un aumento del número de redes privadas de televisión transnacional. Así, si sólo en el área de la televisión existen en la actualidad cincuenta canales, se prevé para la próxima década la creación de otros tantos.

Muy cercano es el lanzamiento del satélite Astra-1B, el cual permitirá recibir en el futuro las emisoras de televisión vía satélite en el 75% de los hogares españoles y en el resto de Europa, mediante pequeñas antenas parabólicas de 60 cm de diámetro. Por otro lado, a finales de 1990, el consorcio europeo Arianespace firmaba un contrato con la Sociedad Europea de Satélites para el lanzamiento de los satélites de difusión directa, Astra 1C y Astra 1D, que permitirán la retransmisión de dieciocho programas de televisión y varios programas de radio en Europa. Deben añadirse, por último, las previsiones de dicho consorcio para 1992 de lanzar los dos satélites de telecomunicaciones españoles Hispasat.

En cualquier caso, el esfuerzo más importante de la CEE parece estar orientado al desarrollo europeo de un sistema de televisión de alta definición en franca competencia con el muy desarrollado sistema japonés. La HDTV es una nueva tecnología de imagen electrónica que permite imágenes televisivas en pantalla grande con calidad de cine y que, con el tiempo, sustituirá a la actual tecnología cinematográfica²⁰. Son muchos los campos de aplicación de esta técnica, pudiéndose citar entre otros: la transmisión en salas de cine por cable o satélite, radiodifusión, publicidad, impresión y edición, formación y educación, informática, medicina, etc.

Al otro lado del Atlántico, en EE.UU., la FCC se ha concedido un plazo hasta 1993 para la elección de un sistema propio, cuya única condición sea la de su compatibilidad con el sistema NTSC. A esta empresa concurren cinco standards promovidos por otros tantos grupos empresariales, alguno de ellos, como el Advanced Television Research Consortium (que, aparte de estar promovido por la cadena americana NBC y el Centro de Investigación David Sarnoff, cuenta con la participación europea de Thomson y de Philips USA), ha puesto ya en marcha un sistema

²⁰ SONY ha desarrollado un sistema denominado EBR (Electron Beam Recorder) que permite pasar una producción realizada en alta definición a 35 mm y, por tanto, rentabilizarla también en las salas de cine. El coste de este servicio es de 20.000 francos por minuto y de 300.000 ff por hora. *Le Monde* 10-3-1990.

Advanced Compatible Television (ACTV), que permite una mejor definición de imagen, aunque sin tratarse todavía de un sistema de alta definición.

La norma japonesa de HDTV está basada en 1.125 líneas y 60 hercios de frecuencia, mientras que la norma europea impone 1.250 líneas y 50 hercios (el americano tendrá 1.050 líneas de definición). Ante esta diversidad, el Comité Consultivo Internacional de Comunicaciones (CCIR), integrado en la Unión Internacional de Telecomunicaciones, se reunió en Düsseldorf en mayo de 1990, con la pretensión de tomar una decisión sobre la determinación de una norma o normas que regulasen la televisión del futuro. El resultado de dicha reunión se limitó a la adopción de cinco recomendaciones no esenciales (referentes al formato de la imagen y colores), en tanto que no consiguieron unanimidad (ni probablemente la habrá) sobre cuestiones esenciales tales como el número de líneas de definición o la frecuencia de imágenes por segundo.

La importancia económica del nuevo mercado que se abre es difícilmente predecible. Para la industria electrónica se avanza la cifra de 100.000 millones de ecus hasta el año 2000, cifra que no parece desorbitada si tenemos en cuenta que el parque de receptores domésticos, susceptibles de ser renovados en el futuro, asciende a 770 millones. Además y dado que la HDTV será una de las más importantes industrias consumidoras de microprocesadores avanzados, memorias dinámicas DRAM²¹, es fácilmente deducible el hecho de que es en realidad una buena parte de la industria electrónica la que está en juego.

La Comunidad Económica Europea viene actuando desde 1986, año en el que se desarrolla el proyecto de HDTV dentro del programa Eureka 95, que agrupa a los grandes industriales europeos —Thomson, Philips y Bosch—, con un presupuesto de investigación de 200 millones de ecus. A partir de entonces se han dado una serie de pasos decisivos y así, si en 1987 se presentaron ya en Berlín los primeros materiales, un año después, en Brighton, se mostraba toda una línea completa de equipos prototipo en la norma europea de alta definición: cámaras, magnetoscopios, conexiones vía satélite, receptores domésticos, etc. Es asimismo destacable el hecho de como la Comisión ha alentado a la industria, las cadenas de televisión, los productores y otros sectores interesados a la creación (promovida por Thomson, Philips y la SFP) de una Agrupación Europea de Interés Económico, VISION 1250, para fomentar la producción y la difusión de programas en HDTV, fomento realizado a través de ayudas a la producción, asistencia técnica, presentación en el mundo del sistema europeo, formación y asesoramiento, etc.

En 1989, el Consejo de la CEE, a propuesta de la Comisión, adoptó una decisión que sentó las bases de una estrategia general para la introducción de la HDTV en Europa; y según lo acordado, una fase preoperativa, que concluirá en 1992, se dedicará a la realización de programas experimentales y ensayos de transmisión, comenzando a partir de dicho año las emisiones piloto en alta definición durante varias horas

²¹ En febrero de 1991, Matsushita, Toshiba, Fujitsu y Mitsubishi Electric han presentado en San Francisco sus respectivas memorias dinámicas (DRAM) de 64 megabytes. Seis meses antes lo había hecho Hitachi. El chip mide 1x2 centímetros y es capaz de almacenar la información contenida en 10 diarios palabra por palabra y recuperarla en mil milmillonésimas de segundo. *El País* 27-2-1991.

al día. Ya se realizaron las primeras demostraciones públicas en Italia, a raíz del campeonato mundial de fútbol²²; y los Juegos de Invierno de Albertville, los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla serán los siguientes acontecimientos que servirán de promoción al nuevo sistema. Así, si el periodo 1992-1995 se caracterizará por la existencia de servicios regulares, con una extensa gama de programas (incluidas las películas), a partir de 1995 Europa contará ya con una amplia disponibilidad de servicios de alta definición.

La industria electrónica europea (especialmente Thomson y Philips) ha desarrollado la norma común D2-MAC, norma que, aparte de superar a las actuales normas Pal y Secam, constituye un paso intermedio hacia la norma definitiva de alta definición. Thomson ha lanzado al mercado el receptor Space System, el cual, con un precio de 750.000 pts, aparecerá ya en los próximos meses en Italia, Alemania (con el sello Telefunken), España, etc. Estos receptores, que facilitan sonido digital estereofónico, pueden recibir la programación en la norma común europea D2-MAC de los satélites TDF-1 y TDF-2 (Antenne 2, La Sept y Canal+) y serán compatibles con la HDTV si se les añade un decodificador.

Las grandes fechas de la televisión de alta definición

Japón

- 1968: la NHK comienza las investigaciones sobre alta definición.
- 1981: primer prototipo.
- 1985: Sony y CBS apoyan la propuesta de la NHK.
- 1986: La NHK intenta imponer al resto del mundo su norma de producción de HDTV, en la reunión del CCIR, en Dubrovnik (Yugoslavia). Recibe la oposición europea.
- 1989: Sony compra la Columbia (3.400 millones de dólares por un catálogo de 2.500 films). La NHK difunde una hora de programa en alta definición vía satélite.
- 1990: Sony instala cerca de Londres un equipo de transferencia de HDTV a 35 mm.

Europa

- 1986: se pone en marcha el proyecto Eureka 95 federando las grandes industrias europeas y se aprueba un presupuesto de investigación de 200 millones de ecus.
- 1987: primeros equipos presentados en Berlín.
- 1988: se presenta una gama completa de equipos de producción, transmisión y recepción. Creación de International HD, GIE creado por Thomson, Philips y la SFP para promover la norma europea.
- 1990: primeras imágenes transferidas a 35 mm. Creación de Vision 1250, GEIE, encargado de la promoción a escala europea.

Fuente: *Sonovision*, julio-agosto 1990.

La empresa Retevisión ofreció al público barcelonés y madrileño, dentro de las ferias Expotrónica y Eurotelecom, la posibilidad de contemplar la calidad de estas imágenes.

²² La RAI transmitió en junio de 1990 los campeonatos del mundo de fútbol, desde Italia, en alta definición, según las normas japonesas y americana, utilizando como vehículo el satélite Olympus. La empresa Retevisión ofreció al público barcelonés y madrileño, dentro de las ferias Expotrónica y Eurotelecom, la posibilidad de contemplar la calidad de estas imágenes.

Resumen

La industria audiovisual europea está retrasada respecto a la de otros países (EE. UU., Japón, etc.). El objetivo global de la CEE en consecuencia es el de reforzar la capacidad audiovisual europea, lo que supone la coordinación de esfuerzos en tres campos determinados: la definición de las reglas de juego (directiva sobre la «Televisión sin fronteras», promoción de las industrias de programas (programa MEDIA) y el desarrollo y control de las nuevas tecnologías (en particular la televisión de alta definición).

Palabras clave: Industrias culturales, MEDIA, TV por cable, HDTV (televisión de alta definición), TV vía satélite, CEE, Políticas comunicativas.

Abstract

The European audiovisual industry is underdeveloped in relation to the other countries (USA, Japan, etc.). As a consequence of that, the global aim of the EEC is the strengthening of the European audiovisual capacity, which implies the coordination of efforts in three determined fields: the definition of the rules of the game (Paper about «Television without frontiers»), promotion of the programming industries (MEDIA program) and the development and control of the new technologies (in particular the High Definition TV).

Nota biográfica

Carmelo Garitaonandía es doctor en Ciencias Políticas y licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, y Diplomado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de París VII; es catedrático de Historia de la Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Información de la Universidad del País Vasco. Entre otras obras, es autor de *Federalismo y Autogestión en los Mass Media* (Bilbao, 1983), *La radio en España (1923-1939)* (Siglo XXI Editores, 1988), *José Antonio Aguirre, primer lehendakari* (Bilbao, 1990), y editor y coautor de *La prensa de los siglos XIX y XX* (Bilbao, 1986), *La comunicación en las naciones sin estado* (UPV-EHU, Bilbao, 1989) y *Comunicación, cultura y política durante la II República y la Guerra Civil* (2 vol., Bilbao, 1990).
