

43

QUADERNS DEL CAC

Diversidad e industrias culturales



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

2017

Sumario

Presentación	3	JOAN FERRÉS PRATS, MÓNICA FIGUERAS-MAZ, MARIA-JOSÉ MASANET Y AMALIA HAFNER	
Tema monográfico: Diversidad e industrias culturales	5	¿Por qué consumen los jóvenes telerrealidad? Estudio de caso de <i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i> e implicaciones para la educación mediática	123
MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA Y LUÍS A. ALBORNOZ			
Industrias culturales y diversidad: viejos debates y nuevos desafíos	5	RAMON GALINDO CALDÉS, MARC VILALTA REIXACH Y AIDA MARTORI MUMTSANT	
KATHARINA HOELCK Y HERITIANA RANAIVOSON		Las formas jurídicas de cooperación en la gestión del servicio público municipal de radio y televisión	135
¿Amenaza u oportunidad? La diversidad cultural en la era de las plataformas digitales en la UE	17	CÉSAR BÁRCENAS	
JACQUES GUYOT		El apagón analógico en México: Oportunidades y riesgos para las políticas de comunicación de servicio público ante la transición a la televisión digital terrestre	145
La Convención de 2005 de la UNESCO o lo impensado de la pluralidad lingüística	31	TONI SELLAS Y MONTSE BONET	
ALEJANDRO PERALES		Radio en línea y proyectos nativos en Cataluña. Los riesgos y atractivos de la incertidumbre	159
La promoción y protección de la diversidad en la legislación comunicativa europea	39	Crítica de libros	169
ANTONIOS VLASSIS		CELINA NAVARRO	
Creación de una agenda digital para la diversidad de expresiones culturales: UNESCO, nuevas normas de gobernanza para la cultura y las dinámicas de poder	49	ARMBRUSTER, S. <i>Watching nostalgia: An analysis of nostalgic television fiction and its reception</i>	169
PILAR TORRE VILLAVERDE		GEMMA GÓMEZ BERNAL	
Los agentes culturales en internet y las prácticas que contribuyen a su diversidad	59	FERNÁNDEZ, E. P. <i>Big Data. Eje estratégico de la industria audiovisual</i>	171
JOSÉ MÁRCIO BARROS Y JOSÉ OLIVEIRA JUNIOR		TONI SELLAS	
Notas y estudios metodológicos sobre indicadores de diversidad en la producción audiovisual	67	BONET, M. (COORD.). <i>El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión.</i>	173
EMILIA ZBORALSKA, CHARLES H. DAVIS, JEREMY SHTERN Y VANESSA CICCONE		NÚRIA GAROLERA BONAMUSA	
Declaraciones sobre diversidad cultural en la industria audiovisual canadiense: Haciendo significativa la monitorización	77	COSTA, LL.; PUNTÍ, M. (EDS.). <i>Comunicació, educació i compromís social</i>	175
Artículos	91	Agenda	177
IGNACIO BERGILLOS		Revista de libros	179
Invitaciones a la participación de la audiencia a través de latelevisión en España: análisis del <i>prime time</i> de los canales generalistas en 2010 y 2014	91	Revista de revistas	181
LOLA COSTA GÁLVEZ		Revista de webs	185
Radio musical y servicio público, ¿a quién le importa? A la CCMA	105	Guía para la presentación de artículos	187
		Guía para la presentación de críticas	189

Industrias culturales y diversidad: viejos debates y nuevos desafíos

MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA

Universidad Carlos III de Madrid

mtgleiva@hum.uc3m.es

Código ORCID: orcid.org/0000-0001-8572-0565

LUÍS A. ALBORNOZ

Investigador del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, CONICET / Profesor titular de la Universidad Carlos III de Madrid.

luisalfonso.albornoz@uc3m.es

Código ORCID: orcid.org/0000-0002-0079-3317

Artículo recibido el 13/04/17 y aceptado el 08/06/17

Resumen

Este artículo reflexiona sobre la centralidad que en las últimas décadas ha adquirido la noción de diversidad vinculada al funcionamiento de las industrias culturales; hecho constatable, por ejemplo, en la aprobación de la Convención de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural en 2005. Asimismo, ofrece una aproximación sobre cómo entender la diversidad en/de las industrias culturales. Y finaliza registrando tanto los viejos debates que dieron lugar a la actuación de los Estados en materia de cultura y comunicación, como los nuevos desafíos a los que se enfrentan hoy las políticas públicas de cara a la digitalización integral de bienes y servicios culturales.

Palabras clave

Diversidad, industrias culturales, políticas de cultura y comunicación, digitalización, Convención sobre la Diversidad.

Abstract

This article reflects on the centrality that, in recent decades, the notion of diversity has acquired linked to the functioning of cultural industries; a verifiable fact, for example, in the approval of the UNESCO Convention on Diversity of Cultural Expressions in 2005. It also offers an approach on how to understand the diversity in/of cultural industries. It ends by registering the old debates that gave rise to the action of the states in matters of culture and communication, as well as the new challenges faced today by public policies with respect to the integral digitalisation of cultural goods and services.

Keywords

Diversity, cultural industries, culture and communication policies, digitalisation, Convention on Diversity of Cultural Expressions.

Introducción

Hace ya más de quince años que *Quaderns del CAC* publicó su monográfico titulado “Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural” (CAC 2002). Aquel número de la revista veía la luz a inicios del nuevo milenio, en un momento en el que la comunidad de naciones asistía al debate sobre la liberalización del comercio internacional de los productos audiovisuales en el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (en inglés, General Agreement on Trade in Services, GATS) y a la beligerante posición de la delegación estadounidense en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Debate internacional y posición estadounidense que amenazaban con

echar por tierra las políticas en materia de cultura y comunicación que numerosos Estados habían construido a lo largo del siglo xx. Asimismo, aquella edición especial de la revista del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) se publicaba en un momento en el que la noción de excepción cultural empezaba a convivir con la de diversidad cultural pocos meses después de que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (más conocida por sus siglas derivadas del inglés, UNESCO) aprobara la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (UNESCO 2001).

Actualmente el debate en torno a la diversidad cultural ocupa un lugar central en las reflexiones de disciplinas como la Sociología, la Antropología, las Ciencias Políticas y el Derecho,

y, como no podía ser de otra manera, en los estudios sobre Comunicación Social. En su interior, más específicamente, buena parte de los análisis relacionados con la economía, la política y la regulación de las industrias culturales se han preocupado, de una u otra forma, por su configuración como principio rector de las iniciativas puestas en marcha por muchos Estados. Este artículo¹ se inscribe en esta tradición y reflexiona, en primer lugar, sobre las semejanzas y diferencias que guarda el término *diversidad* respecto a las nociones de pluralismo mediático y de excepción cultural para, seguidamente y en sintonía con la tradición de estudios sobre diversidad mediática, explicitar qué elementos deben considerarse a fin de analizar la diversidad de/en cualquier industria cultural. A continuación se repasan las reacciones de los Estados y las preocupaciones de académicos y gestores culturales frente a la internacionalización de la circulación de contenidos simbólicos de la mano de compañías transnacionales (viejos debates), para, finalmente, abordar las oportunidades y amenazas que presenta a la diversidad de/en las industrias culturales el nuevo entorno desplegado por las redes y dispositivos digitales (nuevos desafíos).

Diversidad e industrias culturales

Responder a las preguntas de qué es la diversidad y por qué esta es deseable no es sencillo, no solo porque la presencia de la noción de diversidad abarca ámbitos bien distintos, sino porque la misma alimenta discursos que muchas veces apuntan a direcciones opuestas (Albornoz y García Leiva 2017a). A pesar de la popularidad que goza hoy día esta noción en los discursos políticos, normativos, universitarios y empresariales, “se trata de un principio evasivo debido a su complejidad y polisemia” (Albornoz 2014: 16). Por otra parte, la valoración positiva de la diversidad es un fenómeno reciente en la historia de Occidente, ya que el significado más moderno del concepto, y su relación con las expresiones públicas, se fue consolidando a lo largo del siglo XIX (McQuail 2013). Coincidimos, por tanto, con Honorio Velasco (2017) en que es sumamente útil analizar no solo la noción de diversidad, sino también sus usos y los distintos sujetos sociales implicados, ya que la diversidad ha tenido (y tiene) un variado uso social y político no del todo evidente.

Según Denis McQuail (2013: 21), cuando en el siglo XX el concepto de diversidad empiece a ser considerado un principio en sí mismo, esta noción empezará a exhibir dos versiones contrapuestas entre sí en el ámbito de los medios de comunicación: una “negativa”, donde la diversidad es resultado del funcionamiento de los mercados mediáticos y sus complejos sistemas de producción y distribución; y una “positiva”, que guarda relación con el establecimiento y cumplimiento de normas en el ámbito social y cultural, abriendo con ello las puertas a la intervención pública. Siguiendo esta versión “positiva” de la diversidad, esta surgió como principio rector para las políticas de comunicación y cultura de muchos Estados. Recordemos que las industrias culturales,² foco de atención privilegiado de las políticas en materia de cultura y

comunicación —junto al patrimonio y las bellas artes—, son una de las vías para materializar la diversidad cultural en el mundo contemporáneo. Debido a su presencia y alcance social, las industrias culturales constituyen un espacio destacado de producción y puesta en circulación de contenidos simbólicos con capacidad de influenciar, a través de narraciones y elaboradas metáforas, nuestra percepción del mundo y de los otros.

En su reciente evolución histórica el principio de diversidad se fue articulando, de forma no siempre fácil, con otras nociones, entre las que destacan la de pluralismo, relativa al funcionamiento de los medios de comunicación en democracia, y la de excepción cultural, propia de las negociaciones internacionales de libre comercio de bienes y servicios audiovisuales.³

Diversidad y pluralismo en los medios

En relación con las nociones de pluralismo y diversidad aplicadas al funcionamiento de los medios de comunicación —*media diversity* y *media pluralism*, en la literatura en lengua inglesa— debe subrayarse, en primer lugar, que con mucha frecuencia y en distintos países estos conceptos polisémicos y multidimensionales han sido (y son) utilizados por estudiosos, políticos, periodistas e instituciones como sinónimos. Por tanto, ya sea en los estudios de comunicación como en el ámbito de la formulación de políticas de comunicación, se emplean de modo intercambiable. Por otra parte, como bien señalan Marlène Loicq y Franck Rebillard (2013: 7), “el enfoque del pluralismo y de la diversidad ha seguido varios caminos condicionados por los contextos socioculturales y políticos en los cuales este se ha desarrollado”. Por tanto, en su empleo estas dos nociones han sido declinadas en los estudios de comunicación según los distintos contextos nacionales y tradiciones epistemológicas.

Más allá del generalizado empleo de las nociones de diversidad y pluralismo como sinónimos, es posible, para el caso de las lenguas latinas, establecer cierta diferencia entre ambas. El pluralismo referido a los medios de comunicación acostumbra a estar relacionado con el concepto de democracia; así, la existencia de una pluralidad de voces que, al mismo tiempo, expresen una pluralidad de puntos de vista sobre los asuntos públicos, es una condición necesaria para lograr una ciudadanía informada y, consecuentemente, un correcto funcionamiento del sistema democrático (Albornoz 2014: 16). Mientras que la noción de diversidad tiene directa relación con el universo de las expresiones culturales, incluyendo los bienes y servicios industrializados y mercantilizados por el conjunto de las industrias culturales. En sintonía con esta diferenciación, Loicq y Rebillard (2013: 8) sostienen que la cuestión del pluralismo está relacionada estrechamente con la libertad de expresión (y con el derecho a la información, podríamos agregar) y remite a una problemática ciudadana, mientras que la de la diversidad está ligada a la visibilidad de la diversidad de manifestaciones políticas y socioculturales en nombre de la igualdad y remite a una problemática cultural.

En opinión de McQuail, uno de los teóricos que más tempranamente reflexionó sobre diversidad y pluralismo

aplicados a los medios de comunicación, estas nociones “ocultan diferencias de énfasis y de implementación entre distintos sistemas de medios”. Para este autor:

“La diversidad se vincula de varias maneras con el cambio social progresista. Es improbable que haya innovación, creatividad y originalidad en todas las esferas de la vida social y cultural si no existe diversidad en la sociedad y en el transcurso del tiempo. La igualdad también presupone la diversidad (y viceversa), puesto que la diversidad es un concepto relativizador, opuesto a cualquier pretensión de dominio o de superioridad cultural. En una sociedad pluralista, todos los grupos deben tener los mismos derechos, si no el mismo estatus. Existen muchas formas legítimas de conflicto que pueden contribuir al cambio y al progreso y que pueden exigir un grado considerable de tolerancia ante la diversidad de expresión para no llevar a la inestabilidad” (McQuail 1995: 214 y 216).

Por su parte, Juan Carlos Miguel de Bustos (2004) diferencia entre el pluralismo, entendido como la multiplicidad de opiniones, grupos sociales, puntos de vista y actitudes expresadas a través de los medios de comunicación, y la diversidad (o pluralidad), es decir, el conjunto de factores presentes en una sociedad determinada. De forma tal que el pluralismo mediático es una vía para asegurar la diversidad de una sociedad. Así, este investigador concluye que:

- a. El pluralismo presupone la diversidad.
- b. El pluralismo es un principio que justifica la diversidad, de manera que puede afirmarse que el pluralismo es una meta-diversidad.
- c. En consecuencia, la diversidad es descriptiva y el pluralismo normativo. Por tanto, el pluralismo mediático a través de la regulación es perfectible, y la concentración empresarial, por ejemplo, es un impedimento para que el pluralismo mediático refleje la diversidad característica de las sociedades contemporáneas.

Para autores como Martí Petit (2012: 69), pluralismo y diversidad “son dos conceptos emparentados, aunque tengan notables diferencias y requieran tratamientos conceptuales y reguladores diferenciados”. En sintonía con organismos como el Consejo de Europa o el CAC, este autor diferencia entre pluralismo, concepto que puede descomponerse en pluralismo externo (composición de la estructura de propiedad de los medios) e interno (voces expresadas a través de un determinado medio), y diversidad, noción que, junto a la de calidad, sirve para valorar los contenidos producidos y distribuidos por uno o más agentes en un determinado mercado. Quienes establecen esta distinción expresan que, “contrariamente a lo que se podría creer, la existencia de varios operadores en un determinado mercado —pluralismo externo— no garantiza la diversidad de contenidos (...). En este sentido, podemos afirmar que el pluralismo externo es una condición necesaria, pero no suficiente, para la diversidad de contenidos” (Albornoz 2014: 17-18).

En definitiva: la Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural sintetiza claramente esta relación al expresar que el pluralismo mediático —junto a la libertad de expresión; el multilingüismo; la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico; y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión— es uno de los garantes de la diversidad cultural (UNESCO 2001: artículo 6).

Diversidad cultural y excepción cultural

Respecto a la noción de excepción cultural, lo primero que debe señalarse es que esta está en directa relación con las producciones resultantes del funcionamiento de las industrias culturales. Dicha noción se sustenta en la idea de que las mismas, al contribuir a la formación de las conciencias individuales y colectivas y a las diversas identidades locales regionales y nacionales, no son mercancías como las otras y que, por lo tanto, no deben ser abandonadas a las reglas del libre mercado. Con origen en el ámbito de las políticas públicas culturales (v.g. Polo 2003), la excepción cultural es hoy un término específico del derecho internacional recogido en numerosos acuerdos de comercio internacional vigentes. Como bien señala Jesús Prieto de Pedro (2005: 57), esta noción “tiene su molde lingüístico en el propio lenguaje técnico del GATT y del GATS, cuyos artículos 20 y XIV, respectivamente, prevén ‘excepciones generales’ a las que pueden acogerse los Estados con el fin de salvaguardar determinados valores esenciales como los relativos a la moralidad pública o la protección del medio ambiente”. A través de un tratamiento jurídico específico del sector cultural basado en la doble naturaleza cultural (simbólica e identitaria) y económica de los bienes y servicios culturales, la fórmula de la excepción cultural permite a los signatarios de dichos tratados evitar que las producciones culturales vernáculas pasen a integrar los listados de bienes y servicios a liberalizar, pudiendo, de esta forma, mantener o adoptar políticas públicas destinadas a fomentar sus industrias culturales.

Y es que en el ámbito de las industrias culturales la discusión sobre la liberalización del sector audiovisual alcanzó especial relevancia en la Ronda Uruguay del GATT (la octava ronda de negociaciones que se desarrolló entre 1986 y 1995), la cual dio lugar a la adopción del GATS y la creación de la OMC. En este contexto la reivindicación de la fórmula de la excepción cultural perseguía que películas y series de televisión fueran incluidas en la lista de las excepciones generales. La solución de compromiso alcanzada en aquel momento supuso ganar tiempo, pero no cerrar el conflicto: el sector audiovisual sí fue excluido de las ofertas presentadas en las negociaciones de liberación, pero no fue eliminado del GATS.

Este episodio enconado del debate en torno al comercio internacional de bienes y servicios culturales movilizó a numerosos Estados, organismos internacionales y agentes de la sociedad civil, los cuales se dispusieron a enfrentar las amenazas dirigidas a eliminar las iniciativas de política pública a favor de preservar la especificidad de la cultura. Entre todos

ellos destacaron por su activismo los países francófonos, liderados por Canadá y Francia, la UNESCO y asociaciones profesionales y organizaciones no gubernamentales que decidieron organizarse en las llamadas coaliciones por la diversidad cultural. De esta forma, empezó a elaborarse un discurso que, con punto de partida en la noción de excepción cultural, evolucionó al encuentro del concepto de diversidad cultural y propició la idea de contar, en primer lugar, con una declaración universal celebratoria de la diversidad cultural (UNESCO 2001) y, posteriormente, con un instrumento jurídico internacional para promoverla y protegerla: la Convención sobre la Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO 2005).

Lo cierto es que la expresión *diversidad cultural*, formulada por primera vez hacia el final de la década de 1990 por las autoridades francesas y consagrada en su uso por organismos internacionales (UNESCO), grandes empresas (como el grupo Vivendi-Universal)⁴ y organizaciones del sector cultural (especialmente la Federación Internacional de las Coaliciones para la Diversidad Cultural), ha eclipsado a la noción de excepción cultural en los debates sobre cultura y comunicación. Algunos intelectuales y políticos celebran este eclipse apresurándose a condenar la excepción cultural,⁵ mientras que otros analistas perciben un avance positivo en el paso de la excepción cultural a la diversidad cultural (v.g. Frau-Meigs 2002: 14): si la primera de estas nociones connota una actitud defensiva (y negativa) frente a las reglas del libre intercambio de bienes y servicios a escala internacional, la segunda posee un carácter propositivo en la cual conviven la protección y la promoción de las diversas expresiones culturales. En este sentido, Jean Musitelli, al comparar excepción y diversidad cultural, explica que la idea de diversidad se asienta en tres premisas:

“(…) en primer lugar, renunciar a la postura defensiva simbolizada por la excepción y retomar la iniciativa sustituyendo la lógica comercial por un enfoque cultural. En segundo lugar, sustraer la cuestión del marco de la rivalidad transatlántica y darle una dimensión universal. Y, en tercer lugar, pasar de la excepción a la regla, haciendo del reequilibrio cultura/comercio un pilar de la construcción de un nuevo orden jurídico internacional, destinado a regular la globalización” (Musitelli 2006: 13).

Sin embargo, para pensadores como Armand Mattelart (2005: 90), este cambio terminológico puede entrañar peligros para la efectiva concreción del principio de diversidad en el ámbito de las industrias culturales. En la misma línea de reflexión, Philippe Bouquillion, Bernard Miège y Pierre Moeglin (2013: 186) señalan que: “La diversidad cultural no representa legalmente las mismas garantías que la excepción [cultural]. Especialmente, la referencia a la excepción cultural marca una clara voluntad de sustraer a las industrias culturales los principios generales del mercado, mientras que la referencia a la diversidad sugiere que la normal organización del mercado debería ayudar a preservar esta diversidad, lo cual los hechos tienden a contradecir”.

En cualquier caso, actualmente las nociones de diversidad cultural y de excepción cultural coexisten, siendo esta última —a nuestro entender— no solo una fórmula jurídica empleada con la finalidad de salvaguardar el consagrado principio de la diversidad cultural,⁶ sino también un argumento utilizado muy frecuentemente por ciertos sectores profesionales y en algunos países como Francia.

Diversidad de/en las industrias culturales

Con la finalidad de comprender la compleja relación existente entre las nociones de diversidad e industrias culturales, es necesaria una visión integral en sintonía con la tradición de estudios sobre diversidad mediática (v.g. McQuail y Van Cuilenburg 1983; McQuail 1992; Napoli 1999; Bustamante 2002; Bouquillion y Combès 2011). De forma tal que no se trate de inspeccionar solo la diversidad analizando las características de los contenidos puestos en circulación —como la lengua empleada, el formato utilizado o las representaciones étnicas o de género incluidas—, pero tampoco de reducir la diversidad de las industrias culturales al número y tipo de agentes vinculados a la producción de bienes y servicios que marcan fuertemente nuestra visión del mundo. Por el contrario, una perspectiva integral debe abarcar las diferentes fases de funcionamiento de las industrias culturales: desde la propia creación-producción de contenidos hasta el disfrute de los mismos por parte de los ciudadanos.

Por lo tanto, pensar la diversidad de y en las industrias culturales depende de una multiplicidad de factores. Adaptando nuestras consideraciones acerca de la diversidad de la industria audiovisual (Albornoz y García Leiva 2017a: 32), es posible señalar que con la finalidad de analizar la diversidad de/en cualquier industria cultural debe tenerse en consideración, como mínimo, que:

- La capacidad de producción, distribución, promoción y exhibición/emisión de contenidos no esté concentrada en un número reducido de agentes, y que estos se caractericen por tener diferentes tipos de titularidad, tamaño y origen geográfico.
- Los contenidos exhiban diferencias de variedad, balance y disparidad⁷ en términos de valores, identidades y estéticas. Tales contenidos deben reflejar tanto la multiplicidad de grupos que conviven en una determinada sociedad (diversidad interna) como hacerse eco de las cosmogonías y las expresiones de culturas foráneas (diversidad externa).
- Los ciudadanos y grupos sociales puedan acceder y elegir entre un elevado número de contenidos, e, incluso, puedan crearlos y difundirlos.

Esta forma de entender la diversidad no solo pretende reafirmar una perspectiva holística sobre el funcionamiento de las industrias culturales en el marco de unas sociedades siempre dinámicas y cambiantes, sino también hacer foco en la cuestión del poder en la problemática del binomio diversidad/

industrias culturales. Para ello es preciso atender las múltiples desigualdades, diferencias y conflictos —entre generaciones, clases y géneros— existentes entre sociedades y en el interior de las mismas (heterogeneidad interna). Por tanto, la problemática de la diversidad de y en las industrias culturales no solo debe considerar el estudio de la dimensión ideológica de los bienes simbólicos disponibles, sino que también debe abarcar el análisis de la propiedad de las infraestructuras materiales de producción, distribución e intermediación de bienes simbólicos, y el estudio de las posibilidades de que los agentes sociales subalternos puedan elaborar y poner en circulación sus propios contenidos, además de consumirlos. Partiendo de este enfoque, cualquier política que intervenga en el funcionamiento de las industrias culturales para proteger y/o promover la diversidad debe inscribirse inexorablemente en el plano del reconocimiento cultural de “los otros” y, en consecuencia, en el plano de las luchas por la igualdad y la justicia social.

Viejos debates: las políticas de cultura y comunicación

Si se acepta la tesis de que la diversidad en el funcionamiento de las industrias culturales no es algo dado naturalmente y que por ello su salvaguarda es materia de interés general, entonces los poderes públicos tienen la obligación de promover y proteger la diversidad. La regulación de las industrias culturales en función de la salvaguarda de este principio es, por tanto, una de las aristas más visibles de la relación diversidad/industrias culturales.

El desarrollo de las industrias culturales a lo largo del siglo xx tuvo como una de sus consecuencias más visibles la concentración empresarial y la internacionalización de tecnologías y de la producción de contenidos simbólicos de la mano de poderosas firmas transnacionales cuyas sedes centrales se establecieron en los países occidentales industrializados. Este accionar despertó las reacciones de distintas naciones y también las preocupaciones de académicos y estudiosos. Así, por ejemplo, en el terreno de la industria cinematográfica, las autoridades británicas establecieron ya en 1927 el *screen quota system*, el cual garantizaba la exhibición de películas nacionales en las salas cinematográficas del Reino Unido, con la idea de defenderse del aluvión de películas provenientes de Estados Unidos. Francia, por su parte, puso en marcha un sistema de apoyo a la producción cinematográfica local en 1948, a través de un impuesto incluido en el precio de cada entrada, administrado por el ahora denominado Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Décadas más tarde, a fin de garantizar la “soberanía cultural” de cada nación, se consagrarían la necesidad de: planificar políticas nacionales de comunicación (Beltrán-S. 1976), garantizar el acceso y la participación de los distintos grupos sociales (UNESCO 1978), elaborar políticas culturales (UNESCO 1982) y apostar por la cooperación internacional en materia de cultura. Por otra parte, el funcionamiento de las industrias culturales propició un rico debate internacional

de carácter político y sociológico que puede rastrearse en la publicación de los primeros monográficos de la UNESCO sobre políticas culturales nacionales durante la década de 1970 y del informe MacBride (UNESCO 1980), así como en la celebración de la Primera Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales-MONDIACULT (México, DF, 1982). Posteriormente, la necesidad de proteger y promover la producción cultural de carácter industrial dio lugar al afianzamiento de la cooperación internacional en materia de cultura a través de la activación de programas internacionales como el Programa MEDIA (hoy reconvertido en Europa Creativa), puesto en marcha por la Unión Europea a partir de 1991, o el Programa Ibermedia, creado en 1998.

La evolución de todas estas medidas y reflexiones con epicentro en las industrias culturales, más que estar abocadas a la defensa de la diversidad de/en las industrias culturales, como ha sido definida más arriba, perseguían principalmente la defensa de la supuesta “cultura nacional” a través de la construcción de un Estado garante de la “soberanía cultural” en su territorio. Sin embargo, ni las medidas defensivas ni las estrategias de cooperación internacional (muchas veces encubridoras de la proyección cultural al exterior) consiguieron desactivar, por un lado, la ola liberal que amenazó (Ronda Uruguay del GATT) y amenaza (GATS y OMC) la soberanía de los Estados en materia de cultura y comunicación, ni, por otro, los agudos desequilibrios característicos de la comercialización internacional de bienes y servicios culturales.⁸

En este contexto la comunidad internacional reactivó los debates y actividades de la UNESCO, dando lugar, tras dos años de intensas negociaciones jalonados por numerosas reuniones de expertos independientes y gubernamentales (Barreiro Carril 2011), a la aprobación de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO 2005). El texto de la Convención se destaca, entre otros considerandos, por:

- a. Reafirmar el principio de soberanía de los Estados en materia cultural.
- b. Abogar por un trato especial a los bienes y servicios originarios de países en vías de desarrollo al expresar la necesidad de otorgar un trato preferente a estos países.
- c. Incentivar la cooperación internacional (Norte-Sur y Sur-Sur) en materia de cultura al señalar la necesidad de reforzar la cooperación internacional en el terreno de las expresiones culturales.
- d. Subrayar la necesidad de contar con información sobre las acciones encaradas por los diferentes agentes — públicos, privados y sociedad civil— a fin de salvaguardar y promover la diversidad cultural.

A diez años de la entrada en vigor de este convenio, cabe destacar que el mismo ha sido asumido por 144 Estados miembros más una organización de integración económica regional (la Unión Europea). Esto ha convertido la Convención de 2005 en el tratado cultural de la UNESCO en cosechar el mayor número de adhesiones en tan poco tiempo. Sin embargo,

este supuesto “éxito” no debe llamarnos a engaño: se trata de un texto con escasas obligaciones para sus signatarios y que guarda un estatus ambiguo respecto a otros instrumentos jurídicos internacionales (véase el artículo 20). Y que, por otra parte, no ha sido ratificado por potencias como Estados Unidos, Japón o Rusia, las cuales cuentan con importantes industrias culturales.

En cualquier caso, no debe dejar de subrayarse que la Convención ha tenido el mérito de: reasegurar jurídicamente el derecho soberano de los Estados a contar con políticas y medidas en el campo de la cultura; impulsar la cooperación internacional a través de la puesta en marcha del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural, uno de los derivados tangibles del tratado (Albornoz 2016b y 2016c); obligar a las autoridades gubernamentales a realizar informes cada cuatro años que den cuenta del cumplimiento de los objetivos de la Convención, detecten y visibilicen buenas prácticas destinadas a proteger y promover la diversidad cultural y suministren información estadística sobre el sector cultural (Val Cubero 2017); y, asimismo, promover la tentativa de medir la diversidad de las expresiones culturales a través de la puesta en marcha de un programa establecido entre 2007 y 2011 por el Instituto de Estadística de la UNESCO (Albornoz 2017).

Nuevos desafíos: la cultura en el entorno digital

La salvaguarda del principio de diversidad de/en las industrias culturales se ha visto trastocada por el surgimiento y la expansión de las redes y dispositivos digitales en las últimas décadas. A ciencia cierta no es fácil responder a la pregunta de si la digitalización presenta una oportunidad para la diversidad cultural en términos de democratización, creatividad y socialización o, muy por el contrario, este proceso representa un salto hacia delante en amenazas ya existentes como, por ejemplo, la de la concentración empresarial en el terreno de la producción y distribución de productos culturales. Y esto es así porque la era digital presenta posibilidades de enriquecimiento cultural, pero a su vez despliega nuevos desafíos (v.g. Frau-Meigs y Kiyindou 2014), al condensar una serie de lógicas que se despliegan con múltiples tensiones. Entre estas lógicas cabe señalar, siguiendo a Michèle Rioux y sus colegas (2015), las siguientes cinco “D”, que caracterizan el nuevo entorno digital:

- **Desmaterialización:** debido al abandono progresivo de soportes físicos, cada vez es más difícil distinguir entre un bien y un servicio cultural; en consecuencia, muchos contenidos antes considerados como bienes empiezan a ser nombrados como servicios. Esto se refuerza por la creciente tendencia a pagar por el acceso a contenidos a través de un servicio, lo cual influye directamente en el descenso de la adquisición de bienes específicos. Dicho esto, es necesario reflexionar sobre la materialidad de lo virtual: si bien archivos y mensajes pueden no estar guardados en dispositivos personales, estos están

físicamente alojados en algún sitio. Existe una expansión global de *data centers* en red, controlados por un puñado de empresas llamadas *cloud companies*, las cuales no solo están constituidas por las denominadas firmas nativas de internet (Amazon, Google, Apple o Facebook), sino que también incluyen a empresas tecnológicas históricas (IBM, Oracle o Cisco) y nuevos emprendimientos de nicho (como Rackspace, Salesforce o VMware) (Mosco 2014: 7).

- **Desintermediación:** los ciudadanos pueden acceder a contenidos y compartirlos en línea sin necesidad de depender de mediadores. Esta capacidad cuestiona el rol de los intermediarios tradicionales. Sin embargo, la tan publicitada desintermediación no se da de forma “pura”, sino a través de procesos de re-intermediación y/o desplazamiento. Un ejemplo de re-intermediación en el entorno digital lo proporcionan las denominadas *multi-channel networks* en YouTube, empresas dedicadas a empaquetar canales musicales y ofrecer a artistas, a cambio de un porcentaje de los ingresos generados a través de la plataforma, distintos servicios, como el asesoramiento en producción, programación y promoción, la gestión de derechos y ventas, y el desarrollo de audiencias.
- **Descompartimentalización:** las tecnologías digitales propician la desaparición de fronteras entre sectores; así, industrias culturales, telecomunicaciones e informática convergen y una amplia gama de contenidos tiende a ser ofertada a través de dispositivos multifunción. Sin embargo, no debe perderse de vista que no existe una fácil convivencia entre estándares y sistemas abiertos, por un lado, y estándares y sistemas propietarios, por otro; lo cual da lugar, respectivamente, a redes y códigos abiertos y a ecosistemas cerrados (y en buena medida opacos). Un ejemplo revelador de “jardín cerrado” es el de Apple: a través de la integración entre *software*, *hardware* y contenidos la compañía controla qué aplicaciones, producciones y medios pueden estar presentes en sus dispositivos y cuáles no.
- **Deslinearización:** con los medios técnicos y la conexión adecuados es posible acceder a un contenido determinado en cualquier lugar y momento y a través de cualquier dispositivo (*anywhere, anytime, any device*). Ahora bien, la flexibilidad de este consumo bajo demanda debe ponerse en relación con fenómenos de prescripción y recomendación en línea, los cuales configuran listados de contenidos y propuestas de empaquetado que dan lugar a diferentes y nuevas formas de programación y editorialización. El consumo de los contenidos audiovisuales ofertados por plataformas *over the top* es revelador de esta cuestión. Empresas como Netflix, por ejemplo, emplean sistemas de recomendación de

contenidos basados en fórmulas matemáticas (algoritmos) a partir de los datos aportados por sus clientes con la finalidad de cumplir con los objetivos de la plataforma: retener usuarios y ordenar el catálogo de contenidos de forma atractiva.

- Desterritorialización: las industrias culturales se desenvuelven de manera creciente en un espacio global que trasciende las fronteras de cualquier Estado nación. Por tanto, los flujos e interacciones no pueden comprenderse únicamente desde la óptica de las regulaciones y las políticas públicas nacionales. Pese a esto, no hay que olvidar que la producción y el consumo cultural en el entorno digital siguen estando vinculados de forma irrenunciable a “territorios de experiencia” basados, por ejemplo, en identidades, lenguas y valores. De ahí que no sea extraño que los *ranking* de sitios web más visitados desde ordenadores localizados en los países más ricos del mundo evidencien la popularidad de sitios producidos localmente para audiencias principalmente nacionales —aunque el papel de Google como puerta de acceso y escaparate para contenidos se ponga de manifiesto con contundencia— (Ofcom 2015). Dicho lo cual también debe puntualizarse que la mayoría de los sitios web locales pertenecen a grandes grupos de comunicación como la BBC en el Reino Unido, el Grupo Prisa en España o NewsCorp en Australia.

Este nuevo escenario signado por las marchas y contramarchas en torno a las cinco “D” debe ponerse en relación con la emergencia de potentes plataformas transnacionales de comercialización de bienes y servicios culturales en línea —muchas veces en alianza con tradicionales conglomerados mediático-culturales—, las cuales propician procesos de re-intermediación en el ecosistema digital, fuerte concentración empresarial a escala internacional, estrategias de evasión fiscal, tratamiento de ingentes cantidades de datos sobre los usuarios (*big data*) con fines comerciales o rodeo a los dispositivos nacionales de apoyo a las producciones independientes (Albornoz 2016).

Frente a este complejo escenario, actualmente la atención de las autoridades públicas parece centrarse en la actuación de las plataformas en línea, propiciando movimientos en dos direcciones: tasar sus actividades a nivel local, por un lado, y demandar la inclusión y visibilidad de producciones vernáculas, por otro. En este sentido, algunas ciudades estadounidenses (Chicago, Pensilvania y Pasadena, CA) han dado los primeros pasos para comenzar a cobrar impuestos a las plataformas de *video-on-demand* (financiadas vía suscripción, *pay per view* o publicidad) y a otros servicios electrónicos ofrecidos a través de la nube (Byrne y Elahi 2015; Grabar 2016); y, asimismo, la Comisión Europea, a través de la modificación de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, propone que los catálogos de las plataformas actuantes en el espacio europeo ofrezcan contenidos producidos localmente y que estos tengan

suficiente visibilidad (CE 2016).

En lo que respecta al plano internacional, buena parte de los esfuerzos se vienen concentrando en adaptar la Convención de 2005 al entorno delineado por las tecnologías digitales. Después de más de cuatro años de debates mantenidos en el seno de los órganos de gobierno de la Convención (la Conferencia de las Partes y el Comité Intergubernamental) sobre el impacto de las nuevas tecnologías (Canadá/Quebec 2013; France 2013; Guèvremont *et al.* 2013; Jaabouti y Pool 2013; UKCCD 2013; ULEPICC 2013; UNESCO 2014; Albornoz y García Leiva 2017b), se concibió el *Draft operational guidelines on the implementation of the Convention in the digital environment* (UNESCO 2016: 5-12). Este documento, a ser discutido y aprobado por la Conferencia de las Partes en su próxima sesión ordinaria (sede de la UNESCO en París, junio de 2017), presenta una serie de “orientaciones prácticas” con la finalidad de adaptar la Convención al entorno digital, y ha sido concebido para ser interpretado y aplicado en relación con el tratado internacional como un todo, es decir, promoviendo un enfoque transversal. En sus consideraciones el texto afirma: “El carácter distintivo de las actividades, bienes y servicios culturales como vehículos transmisores de identidad, valores y significado no cambia en el entorno digital. Por consiguiente, el reconocimiento de la naturaleza dual de los bienes y servicios (cultural y económica) también es aplicable a las expresiones culturales en el entorno digital o a aquellas producidas con herramientas digitales” (UNESCO 2016: 5).

Asimismo, en la exposición de sus principios rectores, el texto reafirma el derecho soberano de los Estados a implementar “políticas y medidas para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en el entorno digital”; y la necesidad de “promover acceso equitativo y equilibrio en el flujo de bienes y servicios culturales en el entorno digital, en particular mediante la aplicación de disposiciones de trato preferencial para las obras creadas o producidas por artistas y profesionales de la cultura, empresas y organizaciones independientes de países en vías de desarrollo”. Y urge a los países que forman parte de la Convención a “actualizar sus marcos legislativos y reglamentarios para los servicios públicos, los medios privados y comunitarios, así como las organizaciones de medios independientes”, con el fin de estimular tanto la diversidad de las expresiones culturales como la “diversidad de los medios de comunicación” en el entorno digital. Por otra parte, y de conformidad con el artículo 16 de la Convención, se alienta a los países a establecer “disposiciones de trato preferencial para facilitar flujos más equilibrados de bienes y servicios culturales de los países en desarrollo en el entorno digital” (UNESCO 2016: 6, 7 y 9).

Reflexiones finales

Una primera constatación que surge de este artículo es la centralidad que ha alcanzado el concepto diversidad en el ámbito de la cultura y la comunicación en las primeras dos

décadas del siglo XXI, así como su cercanía conceptual con otras expresiones como las de pluralismo mediático y excepción cultural. Sin embargo, la centralidad de esta noción, polisémica y poliédrica, nos obliga a ser conscientes de la intencionalidad con que es empleada en diferentes contextos. Vale decir que es necesario estar alerta, pues la invocación a la diversidad puede entrañar la celebración del libre juego de las fuerzas del mercado, la reclamación de un aumento de la intervención pública favorable a exhibir la heterogeneidad cultural interna y externa, o la justificación de la endogamia cultural. No debemos olvidar, por otra parte, que la actual reivindicación de la diversidad —expresada a nivel internacional en una convención de la UNESCO— es en parte resultado de las serias amenazas que penden sobre las políticas y medidas establecidas por los poderes públicos para el campo cultural.

En segundo término, y dado el lugar central que hoy ocupan las industrias culturales en las complejas y dinámicas sociedades contemporáneas, es clave avanzar en una propuesta acerca de cómo puede entenderse la diversidad de/en las industrias culturales. Como hemos señalado, a fin de comprender la problemática de este binomio es preciso partir de una visión holística sobre el funcionamiento de las industrias culturales e inscribir la protección y promoción de la diversidad en las luchas por el reconocimiento de “los otros”, la igualdad y la justicia social. Esto implica, por tanto, reivindicar la intervención pública y el accionar de los múltiples interesados en pos de la democratización del campo de la cultura y la comunicación.

En tercer lugar, no debe olvidarse que las redes y dispositivos digitales han dado lugar a un novedoso entorno de producción, circulación y consumo de contenidos culturales desmaterializados, el cual convive con los tradicionales canales de acceso a bienes y servicios culturales. Este nuevo entorno, signado por oportunidades y amenazas a conocer y analizar críticamente (como la multiplicación de contenidos disponibles o la re-intermediación del campo cultural a manos de poderosas plataformas en línea), es un escenario crucial donde hoy se dirime el poder de comunicar y de moldear percepciones acerca de lo social. Como señaláramos en otro trabajo, “el desarrollo de las distintas redes digitales, con internet a la cabeza, se presenta como un nuevo ‘campo de batalla’ donde se reeditan algunas de las controversias propias de las industrias culturales en su andadura analógica: servicio público versus interés comercial, control político versus libertad de información, regulación normativa versus *laissez-faire*, estandarización y homogeneidad versus diversidad cultural, control mercantil versus privacidad” (Albornoz 2011a: 223).

Lejos de los discursos promocionales de la tecnología digital, los cuales auguraban que esta por sí misma sería fuente de diversidad dejando sin sentido el rol de los Estados como hacedores de políticas culturales, se constata que, más allá de algunos estudios sobre la diversidad lingüística en internet, las reflexiones específicas acerca de la diversidad en la red de redes son endebles (Napoli y Karppinen 2013). Por esto mismo es perentorio estudiar las dinámicas del entorno digital que afectan a la información, la comunicación y la cultura, y reflexionar

acerca de cuáles son las políticas públicas necesarias hoy para hacer realidad el principio de diversidad en el ámbito de las industrias culturales.

Para finalizar, y a modo de ejemplo, queremos señalar un par de desafíos a abordar con el fin de avanzar en la promoción y protección de la diversidad de/en las industrias culturales.

Urge comprender el desempeño de los nuevos agentes que ocupan un lugar destacado en el entorno digital. Indagar el papel de las plataformas en línea transnacionales es fundamental, ya que estas no solo se erigen como intermediarias en transacciones de muy diferente naturaleza y alcance, sino que manifiestan complejas y no siempre transparentes relaciones con muy distintos tipos de agentes —ya sea que estos se vinculen a la producción informativa y cultural (los medios de comunicación tradicionales) o a la actividad económica en general y financiera en particular. En este sentido, por ejemplo, el análisis de los diez mayores accionistas de las cinco grandes empresas tecnológicas —Alphabet (cuya principal subsidiaria es Google), Facebook, Apple, Amazon y Microsoft— revela la presencia de seis gestoras de fondos de inversión estadounidenses que controlan en la sombra el sector: BlackRock, Vanguard, State Street, Fidelity, Capital Group y T. Rowe Price (Trincado 2017). Constatación que pone en primer plano la necesaria investigación y reflexión sobre las relaciones entre capital financiero y diversidad cultural.

Esto, a su vez, obliga a repensar las posibilidades y limitaciones de la actuación de los Estados. La legitimidad y utilidad de las iniciativas desplegadas con el surgimiento y consolidación de las industrias culturales a lo largo del siglo XX son cada vez más cuestionadas en el entorno digital. La reconversión de las cuotas de exhibición en “cuotas de catálogo”, a fin de asegurar una presencia mínima de producciones audiovisuales nacionales en plataformas en línea transnacionales, por ejemplo, se vuelve resbaladiza, ya que formar parte de un catálogo no garantiza a una obra promoción y visibilidad. Por otro lado, los Estados enfrentan la difícil tarea de penalizar la evasión fiscal cuando el objeto del tributo y los sujetos obligados a tributar no pueden ser fácilmente definibles ni explícitamente interpelados desde las estructuras jurídico-administrativas existentes. Las políticas nacionales deben, pues, articularse necesariamente con estrategias internacionales de cooperación: para problemas transnacionales, deben ensayarse soluciones compartidas.

Notas

1. El marco de ejecución de este artículo es el proyecto de investigación “Diversidad de la industria audiovisual en la era digital” (CSO2014-52354-R), financiado por el Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, del Ministerio de Economía y Competitividad de España. Este proyecto es desarrollado por el grupo Diversidad Audiovisual, con sede en la Universidad Carlos III de Madrid y dirigido por los autores de este artículo (véase www.diversidadaudiovisual.org).

2. Las industrias culturales pueden ser definidas como “la constante evolución de un sistema de actividades de producción e intercambio cultural sujeto a reglas de mercantilización, en las cuales las técnicas de producción industrial están solamente más o menos bien desarrolladas, pero en el cual el trabajo es cada vez más organizado por el modo capitalista que opera a través de una doble separación: entre los productores y sus productos, y entre las tareas de creación y las de ejecución” (Tremblay 1990: 44).
3. Asimismo, nótese que a partir de la década de 2000 la noción de industrias creativas —acompañada por las de “ciudad creativa”, “clase creativa” o “economía creativa”— ha venido a complementar y rivalizar con la de industrias culturales. Si bien numerosas organizaciones vinculadas a las Naciones Unidas, incluida la UNESCO, han adoptado esta novedosa noción, amplificando su difusión a escala internacional, no es intención de este trabajo abordar el derrotero del término *industrias creativas*. Simplemente nos limitamos a señalar que este despertar suscita en sectores académicos debido tanto a sus difusos (y a veces contradictorios) límites como a sus intencionalidades. Al respecto pueden consultarse los trabajos colectivos editados por Albornoz (2011b) y Bustamante (2011).
4. El grupo Vivendi-Universal incorporó en 2003 la promoción de la diversidad cultural en la producción y la distribución de contenidos como uno de sus ejes estratégicos. Desde 2010, este tema forma parte de los criterios de responsabilidad social empresarial incluidos en la retribución variable de los altos directivos del grupo. Y en 2012 estrenó el sitio web “Culture(s) with Vivendi”, dedicado a la diversidad cultural.
5. Recuérdense las declaraciones del expresidente de Vivendi-Universal, Jean-Marie Messier (Nueva York, 17 de diciembre de 2001): “¡La excepción cultural francesa ha muerto, viva la diversidad cultural!”, o las del expresidente de España José María Aznar en la sede de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos (Washington, enero de 2004): “La excepción cultural es el refugio de las culturas en decadencia”. Por su parte, Mario Vargas Llosa publicó su polémico artículo de opinión “Razones contra la excepción cultural” en el diario *El País* (Madrid, 25 de julio de 2004).
6. Esta viene siendo la posición de la Unión Europea al firmar acuerdos comerciales, sostenida a través de diferentes técnicas jurídicas: a) el establecimiento de una excepción general al acuerdo, b) el establecimiento de un capítulo específico dentro del acuerdo (por ejemplo, en el capítulo sobre el comercio de servicios), c) la ausencia de compromisos de liberalización para bienes y servicios explícitamente listados (“listas positivas”) o d) la introducción de limitaciones específicas en listas de reservas de liberalización (“listas negativas”). Esta última opción, por ejemplo, ha sido la elegida para el Acuerdo Económico y Comercial Global firmado entre la Unión Europea y Canadá (García Leiva, 2015).
7. En relación con las diferencias de variedad, balance y disparidad que pueden presentar los contenidos culturales, se

considera la definición de Andrew Stirling (1998, 2007) sobre diversidad, la cual contempla la combinación de estos tres componentes. La variedad guarda relación con el número de diferentes tipos de elementos existentes; el balance considera los diferentes grados en que los tipos definidos se encuentran representados en el conjunto; y la disparidad se relaciona con el grado de disimilitud o desemejanza que guardan los diferentes tipos previamente definidos. Por tanto, un sistema es más diverso cuanto mayor es el número de categorías que posee, cuanto más equilibradas estas se encuentran y cuanto más disímiles son unas de otras.

8. Si bien el comercio internacional de bienes y servicios culturales casi se duplicó entre 1994 y 2002, pasando de 38,3 a 59,2 mil millones de dólares, este mercado se hallaba concentrado en un limitado número de naciones en 2002: aquellos países con economías de altos ingresos (Reino Unido y Estados Unidos, por ejemplo) eran los mayores productores y consumidores de bienes culturales, mientras que los llamados países en desarrollo representaban menos del uno por ciento de las exportaciones de bienes culturales (UNESCO-UIS 2005: 9). Una década más tarde, se siguen constatando agudos desequilibrios: en 2012 se registraron 128,5 mil millones de dólares en concepto de exportaciones de servicios culturales, siendo los países en desarrollo responsables de tan solo el 1,66% de la cifra de exportaciones (Deloumeaux 2015: 125). Ese mismo 2012 la comercialización de servicios culturales, donde el dominio Audiovisual y Medios interactivos (servicios audiovisuales y licencias para reproducir y/o distribuir productos audiovisuales) tiene un marcado protagonismo, indica que diez países acapararon el 87,8% de las exportaciones mundiales: Estados Unidos protagonizó más de la mitad de las exportaciones (52,4%), seguido por el Reino Unido, Francia, Canadá, Países Bajos, Suecia, Alemania, Luxemburgo, Irlanda y Bélgica (Deloumeaux 2015: 129-130).

Referencias

ALBORNOZ, L. A. (ed.) *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 2011a.

ALBORNOZ, L. A. “Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica”. En: ALBORNOZ; L. A. (comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 2011b; 221-246.

ALBORNOZ, L. A. “Comunicação plural, diversidade cultural”. En: DANTAS, M.; KISCHINHEVSKY, M. (orgs.): *Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura*. Rio de Janeiro: e-Papers; 2014, 15-33.

ALBORNOZ, L. A. "Dix ans après l'entrée en vigueur de la Convention sur la diversité culturelle : Déséquilibres dans le marché international des biens et services culturels, et le défi numérique". *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*. Vol. 2 (2016a), nº. 17, 11-23.

ALBORNOZ, L. A. "The International Fund for Cultural Diversity: a new tool for cooperation in the audiovisual field". *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 22 (2016b), nº. 4, 553-573.

ALBORNOZ, L. A. "Artículo 18. El Fondo Internacional para la Diversidad Cultural". En: VELASCO, H.; PRIETO, J. (eds.). *La diversidad cultural. Análisis sistemático e interdisciplinar de la Convención de la UNESCO*. Madrid: Trotta 2016c, 275-283.

ALBORNOZ, L. A. "Medir la diversidad en la industria audiovisual: ¿una tarea posible? El trabajo promovido por la UNESCO". En: ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.). *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México, DF: Fondo de Cultura Económica, 2017, 190-219.

ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. "Diversidad cultural, industria audiovisual y gobernanza". En: ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.). *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México, DF: Fondo de Cultura Económica. 2017a, 23-59.

ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.). "La diversidad audiovisual en el paisaje digital: panorama de un debate en marcha". En: ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.). *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra Ediciones, 2017b, 15-42.

BARREIRO CARRIL, B. *Diversidad Cultural en el derecho internacional: la Convención de la UNESCO*. Madrid: Iustel, 2011.

BELTRÁN-S, L. R. "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos". *Nueva Sociedad*. Vol. 25 (1976), 4-34.

BYRNE, J.; ELAHI, A. "Chicago extends taxing power to online movies, music, more". *Chicago Tribune*, 2 de julio de 2015.

BOUQUILLION, PH.; COMBÈS, Y. (dirs.). *Diversité et industries culturelles*. París: L'Harmattan, 2011.

BUSTAMANTE, E. (coord.) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002.

BUSTAMANTE, E. (ed.) (2011). *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa, 2011.

CAC (CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA). "Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural" (tema monográfico). *Quaderns del CAC*. 2002, 14.

CANADÁ/QUEBEC. *Canada and Quebec's reflections on the diversity of cultural expressions in the digital age*. Documento informativo presentado por los gobiernos de Canadá y Quebec a la 7.ª sesión ordinaria del Comité Intergubernamental para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO, 10-13 de diciembre de 2013.

DELOUMEAUX, L. "Trouver un équilibre : les échanges des biens et services culturels". En: UNESCO (dir.). *Re/Penser les politiques culturelles Rapport mondial Convention 2005*. París: UNESCO, 2015, 121-133.

FRAU-MEIGS, D. "'Excepción cultural', políticas nacionales y mundialización. Factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo". *Quaderns del CAC*. 2002, nº. 14, 3-18.

FRAU-MEIGS, D.; KIYINDOU, A. (dirs.) *Diversité culturelle à l'ère du numérique: Glossaire critique*. París: Editions de La documentation française, 2014.

GARCÍA LEIVA, M. T. "Cultural diversity and free trade: the case of the EU-Canada agreement". *International Journal of Cultural Policy*. 2015.

GUÈVREMONT, V.; BERNIER, I.; BURRI, M.; CORNU, M.; RICHIERI HANANIA, L.; RUIZ FABRI, H. "La mise en œuvre de la Convention sur la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique : enjeux, actions et recommandations". Réseau international de juristes pour la diversité des expressions culturelles (RIJDEC), 2013.

GRABAR, H. "The Netflix Tax Is Coming, and Why Not?". *Slate*, 27 de septiembre de 2016.

JAABOUTI, J.; POOL, C. "Impact of the digital era on the implementation of the Convention on the diversity of cultural expressions". Canadian Coalition for Cultural Diversity (CCCD), 2013.

LOICQ, M., REBILLARD, F. "Introduction. L'approche du pluralisme de l'information en France et la recherche internationale sur la media diversity". En: REBILLARD, F.; LOICQ, M. (dirs.). *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*. Bruselas: De Boeck, 2013, 7-15.

MATTELART, A. *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona: Paidós, 2005.

McQuail, D. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu, 1995.

- McQUAIL, D. "La diversité de l'information dan toute sa diversité: évolution d'un concept pour les médias et les politiques publiques". En: REBILLARD, F.; LOICQ, M. (dirs.). *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*. Bruselas: De Boeck, 2013, 19-38.
- McQUAIL, D.; VAN CUILENBURG, J. "Diversity as a Media Policy Goal: A Strategy for Evaluative Research and a Netherlands Case Study". *International Communication Gazette*. Vol. 31 (1983), nº. 3, 145-162.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. "Sobre pluralismo y diversidad". *Zer*. Vol. 9 (2004), nº. 16, 9-26.
- MOSCO, V. *To the Cloud: Big Data in a Turbulent World*. Boulder, CO: Paradigm Publishers, 2014.
- MUSITELLI, J. "La convention sur la diversité culturelle: anatomie d'un succès diplomatique". *Revue Internationale et Stratégique*. Vol. 62 (2006), nº. 2, 11-22.
- NAPOLI, P. M. "Deconstructing the Diversity Principle". *Journal of Communication*. Vol. 49 (1983), nº. 4, 7-34.
- NAPOLI, P. M.; KARPPINEN, K. "La diversité comme principe émergent pour la gouvernance de l'internet". En: REBILLARD, F.; LOICQ, M. (dirs.). *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*. Bruselas: De Boeck, 2013, 39-58.
- OFCOM. *International Communications Market Report*. Londres: Ofcom (Office of Communications), 2015.
- PRIETO DE PEDRO, J. *Excepción y diversidad cultural* (documento de trabajo). Madrid: Fundación Alternativas, 2005.
- POLO, J.-F. "La politique cinématographique de Jack Lang. De la réhabilitation des industries culturelles à la proclamation de l'exception culturelle". *Politix*. Vol. 16 (2003), nº. 61 (primer trimestre), 123-149.
- RIOUX, M.; DEBLOCK, CH.; GAGNÉ, G.; TCHÉHOUALI, D.; FONTAINE-SKRONSKI, K.; VLASSIS, A. "For a diversified Networked Culture. Bringing the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (CPPDCE) in the digital age". Montreal: Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM). Universidad de Quebec en Montreal (UQàM), 2005.
- STIRLING, A. "On the Economics and Analysis of Diversity". *SPRU Electronic Working Paper Number 28*. Brighton: Universidad de Sussex, 1998.
- STIRLING, A. "A general framework for analysing diversity in science, technology and society". *Journal of the Royal Society Interface*. Vol. 4 (2007), nº. 15, 707-719.
- TREMBLAY, G. *Les industries de la culture et des communications au Québec et au Canada*. Montreal: Presses de l'Université du Québec, 1990.
- TRINCADO, B. "Estos inversores mueven los hilos de las grandes tecnológicas". *Cinco Días*, 2 de abril de 2017.
- ULEPICC (UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA). "Statement about the Promotion and Protection of Cultural Diversity in the Digital Era". Documento informativo de la 7.ª sesión ordinaria del Comité Intergubernamental para la Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO, 10-13 de diciembre de 2013.
- UNESCO. "Meeting on Self-Management, Access and Participation in Communication". París: UNESCO, 1978.
- UNESCO. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo* (Informe MacBride). México, DF: UNESCO/Fondo de Cultura Económica, 1980.
- UNESCO. *Declaración de México sobre las políticas culturales*. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México, 26 de julio-6 de agosto de 1982.
- UNESCO. *Declaración universal sobre la diversidad cultural*. París: UNESCO, 2001.
- UNESCO. *Convención sobre la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales*. París: UNESCO, 2005.
- UNESCO. "Etat de situation et suite à donner aux enjeux du numérique" (CE/14/8.IGC/12), documento de trabajo de la 8.ª sesión ordinaria del Comité Intergubernamental para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO, 9-11 de diciembre de 2014.
- UNESCO "Decisions – Annex to decision 10.IGC 7 Draft operational guidelines on the implementation of the Convention in the digital environment" (DCE/16/10.IGC/Dec.). 10.ª sesión ordinaria del Comité Intergubernamental para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO, 12-15 de diciembre de 2016.
- UNESCO-UIS. *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003. Defining and capturing the flows of global cultural trade*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS), 2005.
- UNESCO-UIS. *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS), 2009.

UNESCO-UIS. *The globalization of cultural trade: a shift in consumption. International flows of cultural goods and services 2004-2013*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS), 2016.

UKCCD (United Kingdom Coalition for Cultural Diversity). "UKCCD Submission to the International Federation, IFCCD. Points for inclusion in report to Intergovernmental Committee Meeting on UNESCO Convention, 2005". Documento informativo presentado a la 7.^a sesión ordinaria del Comité Intergubernamental para la Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO, 10-13 de diciembre de 2013.

VAL CUBERO, A. "La implementación de la Convención sobre la diversidad cultural: el compromiso estatal". En: ALBORNOZ, L. A.; GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.). *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México, DF: Fondo de Cultura Económica, 2017, 60-108.

VELASCO, H. M. "Los usos de la diversidad cultural". En: Velasco, H. M.; Prieto de Pedro, J. (eds.). *La diversidad cultural. Análisis sistemático e interdisciplinar de la Convención de la UNESCO*. Madrid: Editorial Trotta, 2017, 13-43.