

**IBEROAMÉRICA:**

**LA COOPERACIÓN CULTURA–COMUNICACIÓN**

**EN LA ERA DIGITAL**

**Enrique Bustamante (editor)**

*Luis A. Albornoz, Martín Becerra, Néstor García Canclini, Guillermo Mastrini,  
Miquel de Moragas, Octavio Getino, Omar Rincón, George Yúdice, Carlos Moneta,  
Raúl Trejo Delarbre y Ramón Zallo*



*Iberoamérica: la cooperación cultura–comunicación en la era digital*

Actas del II Seminario Internacional de Análisis ‘Iberoamérica: un espacio para la cooperación en cultura-comunicación en la era digital’, celebrado en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina, entre el 1 y el 3 de julio de 2009.

ISBN: 978-84-16829-51-4

Primera edición: Madrid, septiembre de 2020

Edición digital: Biblioteca ‘Carmen Martín Gaité’

Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), España



Esta obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

**IBEROAMÉRICA:**  
***LA COOPERACIÓN CULTURA-COMUNICACIÓN***  
***EN LA ERA DIGITAL***

**AUTORES:**

**Enrique Bustamante (editor)**

*Luis A. Albornoz, Martín Becerra, Néstor García Canclini, Guillermo Mastrini,  
Miquel de Moragas, Octavio Getino, Omar Rincón, George Yúdice, Carlos Moneta,  
Raúl Trejo Delarbre y Ramón Zallo*

**PANELISTAS Y PARTICIPANTES:**

*Ángel Badillo, Gustavo Buquet, Natalia Calcagno, Jorge Coscia, Delia Covi Druetta,  
M<sup>a</sup> Trinidad García Leiva, Micael Herschmann, Sayonara Leal,  
Elena Madrazo Hegewisch, Raúl de Mora, Ancízar Narváez, Giuseppe Richeri,  
Nicolás Sartorius, Francisco Sierra y Francisco Vacas Aguilar*

**PATROCINIO:**

**Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**

**Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España**

**ORGANIZADORES:**

**Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas (OCC-FA)**

**Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)**

## ÍNDICE

<b>Prefacio: DE UNA EPIDEMIA A OTRA (2009–2020): LA COOPERACIÓN IBEROAMERICANA, ONCE AÑOS DESPUÉS .....</b>	<b>6</b>
<b>Prólogos .....</b>	<b>8</b>
La cooperación para sociedades de la información y del conocimiento, E. Madrazo Hegewisch..	9
La consagración del Observatorio de Cultura y Comunicación, N. Sartorius .....	10
El proyecto cultural de la Argentina del Bicentenario, J. Coscia.....	12
Construir un espacio cultural Iberoamericano para el porvenir digital, E. Bustamante.....	14
Iberoamérica: un espacio para la cooperación en cultura-comunicación en la era digital, M. Becerra .....	17
<b>Capítulo 1: CULTURA Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO .....</b>	<b>20</b>
¿La cultura como eje del desarrollo?, N. García Canclini .....	21
De la comunicación a la cultura: nuevos retos de las políticas de comunicación, M. de Moragas	30
Las industrias culturales digitales en la cooperación iberoamericana, E. Bustamante .....	38
La cooperación española en cultura-comunicación con el resto de Iberoamérica: principales rasgos del periodo 1997–2007, L.A. Albornoz .....	61
<b>Capítulo 2: CINE Y COOPERACIÓN IBEROAMERICANA .....</b>	<b>70</b>
Una larga experiencia ampliable al campo digital, O. Getino .....	71
Cine y cooperación iberoamericana en perspectiva, S. Leal.....	85
Aprendiendo de la experiencia europea, G. Buquet.....	89
<b>Capítulo 3: RADIO Y TELEVISIÓN DIGITAL Y ESPACIO CULTURAL .....</b>	<b>91</b>
La televisión digital: buen negocio, poca ciudadanía y muchos retos creativos, O. Rincón .....	92
Radiotelevisión digital y cooperación: diagnósticos, desafíos y propuestas, M.T. García Leiva.	99
El reto de las redes multilaterales de cooperación, F. Sierra .....	102
¿Qué televisión pública para qué sociedad?, G. Richeri.....	109
<b>Capítulo 4: MÚSICA DIGITAL PARA UNA CULTURA IBEROAMERICANA.....</b>	<b>112</b>
La circulación de música: digital y en directo, G. Yúdice .....	113
Perspectivas para las Pymes de la música en la era digital, M. Herschmann .....	121
<b>Capítulo 5: EL FUTURO DEL LIBRO EN IBEROAMÉRICA.....</b>	<b>124</b>
Un caso ejemplificador: Argentina y el libro, C. Moneta .....	125
El futuro del libro y la cooperación cultural, A. Narváez. ....	138
Libros más allá del papel, A. Badillo .....	143
<b>Capítulo 6: LAS NUEVAS REDES DIGITALES DESDE LA COOPERACIÓN.....</b>	<b>146</b>
La Red en su circunstancia: entorno digital y cooperación para la comunicación y la cultura, R. Trejo Delarbre .....	147
El contexto digital de la cooperación iberoamericana en cultura-comunicación, R. de Mora....	167
La cooperación cultural digital y móvil, F. Vacas Aguilar .....	171

<b>Capítulo 7. COOPERACIÓN IBEROAMERICANA: EL PAPEL DE LAS REGIONES ....</b>	<b>175</b>
Cooperación cultural internacional entre regiones: una propuesta iberoamericana, R. Zallo.....	176
Pensar la cooperación en el contexto de la actual crisis económica, D. Covi Druetta .....	218
La cooperación regional: una visión desde Latinoamérica, N. Calcagno .....	221
<b>Epílogo: CONSTRUIR IBEROAMÉRICA EN LA ERA DIGITAL .....</b>	<b>225</b>
Las políticas de cooperación ante la transición digital, G. Mastrini .....	226
Concepciones diversas, tensiones múltiples, L.A. Albornoz .....	229
<b>ANEXO: UN GRAN PROYECTO: LA COOPERACIÓN CULTURAL-COMUNICATIVA IBEROAMERICANA .....</b>	<b>233</b>
<b>Bibliografía citada .....</b>	<b>248</b>
<b>Autores.....</b>	<b>258</b>

## EL RETO DE LAS REDES MULTILATERALES DE COOPERACIÓN

*Francisco Sierra*

La capacidad de creación y desarrollo de recursos y contenidos simbólicos en el sector radiotelevisivo, y en el audiovisual en general, es uno de los factores determinantes que definirá los perfiles y la presencia de las diferentes culturas regionales en el escenario de convergencia de los sistemas y medios de comunicación telemáticos y, en consecuencia, la proyección económica y nivel de desarrollo de las industrias culturales iberoamericanas en la nueva sociedad del conocimiento que viene prefigurándose a escala global.

Se constata, sin embargo, que en nuestra región el desarrollo de estructuras informativas y mercados culturales emergentes está alterando de forma significativa la organización del sector radiotelevisivo, por influencia del proceso de reconversión digital, sin que –de momento– la investigación, y menos aún los responsables públicos, aborden las complejas consecuencias de la actual dinámica del mercado, en especial en regiones vulnerables y periféricas como América Latina, y en general –aun con matices– en el espacio cultural iberoamericano, desde un enfoque abierto e integrador basado en la cooperación y la convergencia multilateral.

Tres principales obstáculos limitan, en el nuevo escenario audiovisual, el desarrollo de un espacio común de cooperación regional, a nuestro entender:

- El limitado acceso universal de la ciudadanía a los nuevos canales y servicios digitales. El grado de conectividad, pero también las formas de socialización de la nueva cultura informativa, dependen sobremanera de la función motriz del servicio público radiotelevisivo. El desarrollo de servicios interactivos integrados y de una programación de calidad que tenga continuidad en la red con suficientes recursos y alcance para el conjunto de la población exige a este respecto una política activa de liderazgo de los operadores públicos en el proceso de convergencia e inclusión digital que, por lo general, es prácticamente inexistente en la mayoría de países. En los tiempos de libre mercado y crisis estructural de la economía, se ha sometido a los operadores públicos a una desregulación extrema y a una precariedad de los equilibrios precisos de accesibilidad y estructuración de los consumos culturales de la ciudadanía que limita el desarrollo y vertebración cultural de la nueva televisión digital terrestre (TDT).
- La participación pública en los contenidos y consumos culturales ha sido, como consecuencia, notoriamente reducida. Aunque desde su lanzamiento la demanda no haya dejado de crecer, a las audiencias se las conoce más por sus aspectos cuantitativos que cualitativos, lo que permite afirmar que sus gustos, intereses y necesidades son escasamente considerados y que ello contribuye al ocultamiento de su dimensión político-cultural. La digitalización sin embargo presupone la apertura de nuevos espacios de interlocución y participación cívica que el sector público debe comenzar a alentar y definir en sus estrategias y diseños de futuro. Nos encontramos por tanto con la asunción contradictoria de un nuevo entorno que proclama una nueva lógica espacial de la interlocución, al tiempo que se excluye a amplios contingentes

de la ciudadanía de la participación ya no en el diseño de estas nuevas plataformas culturales, sino incluso de sus opciones de consumo e interacción con los nuevos contenidos e interfaz digital.

- La reducción de la diversidad y pérdida de calidad de los contenidos. La intensificación de la lógica de la competencia en el audiovisual televisivo no solo viene dejando de lado a amplios conjuntos de audiencia, desde el punto de vista del acceso, calidad y atención a segmentos especializados. La elevada concentración del sector ha afectado significativamente además a la diversidad y calidad de los contenidos, limitando el propio desarrollo autónomo del sector en nuestros países, por la creciente penetración de operadores foráneos, principalmente de los EEUU, como ya sucediera con la televisión por cable y el satélite en décadas anteriores.

Ante esta situación crítica, la apuesta por la construcción de ciudadanía es vital. Pues es justamente la ausencia de una esfera pública verdaderamente democrática y las debilidades propias del sistema institucional las que tradicionalmente han venido restringiendo los continuados esfuerzos de algunos Estados por fomentar el desarrollo y profundización de la democracia cultural en el sistema radiotelevisivo, frente al corporativismo y la gubernamentalización de operadores públicos y privados, que históricamente ha marcado la política nacional de la mayoría de los países de la región. En este contexto, más allá del discurso neoliberal, cabe entender hoy la triple crisis que afecta a los operadores públicos de televisión en la región, tanto en su vinculación con las ciudadanía como desde el punto de vista de la legitimidad política e institucional.

En esta línea, apunta el ponente, la evaluación de la gestión pública y la implementación de mecanismos de participación y representación social en los medios ha de prevalecer en el diseño de las políticas públicas, cuestionando de raíz la racionalidad institucional y la propia razón de ser de las empresas de titularidad estatal. Si bien del mismo modo es preciso, a nuestro entender, asumir al menos siete líneas de actuación prioritarias para sentar las bases de futuro en la cooperación regional:

1) Promover el desarrollo del capital cognitivo sobre el sector. De acuerdo con el profesor Bustamante (2009), «para cambiar la realidad es preciso primero aceptarla (sin confundirla con los sueños o los principios), luego conocerla a fondo y, finalmente, proponer sobre esta base sus transformaciones posibles (y realistas) a los legítimos representantes de los ciudadanos o a sus asociaciones representativas». Tal y como acreditan proyectos pioneros como ORBITEL, en el sector de la radio y la televisión regional falta un conocimiento preciso de la realidad estructural del mercado y las dinámicas socioculturales de los operadores que intervienen en él.

Hasta la fecha, paradójicamente, no disponemos de estudios regionales que arrojen datos y mayor luz sobre los problemas del sector. Salvo iniciativas como los *Tele-encuentros Iberoamericanos*, impulsados por la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), y la *Cumbre Hispano-mexicana de Televisión y Radio de Servicio Público*, no existen informes ni apenas estudios comparados sobre modelos jurídicos, lógicas de gestión y fórmulas financieras de mantenimiento de la industria pública de radiotelevisión, cuando justamente más necesario resulta el conocimiento de esta realidad por las transformaciones socioculturales que están afectando al concepto y función pública de la radio y la televisión digital. En este sentido, parece urgente como primera medida cultivar el capital cognitivo

sobre el entorno que es preciso intervenir. Parece lógico afirmar que hoy más que nunca es necesario conocer empíricamente la realidad de los públicos y sus consumos, las imágenes y necesidades reales de las audiencias, así como explorar el capital cultural y elementos disponibles por el sector para el cambio de rumbo deseable que habría que procurar auspiciar en este ámbito.

2) Implementar medidas encaminadas a procurar la puesta en marcha de nuevas oportunidades de negocio con el liderazgo de los operadores públicos, a fin de garantizar un desarrollo equilibrado de la TDT en la región. Si los medios públicos cumplen una función social en la medida que se inscriben y lideran proyectos colectivos de sociedad, ampliando las formas expresivas de los conflictos y cambios de la cultura autóctona al contribuir al proceso de desarrollo y cambio social en función del interés público y el necesario respeto a la pluralidad de ideas, visiones y lenguajes de la cultura nacional, parece lógico pensar, de acuerdo con el profesor Rincón, que la televisión –y en general los operadores públicos– han de cumplir una función primordial en esta tarea.

Ahora bien, el problema del interés público, en una estructura de mercado polarizada, es la dificultad o limitación de la capacidad del servicio público radiotelevisivo de cumplir su misión y objetivos estratégicos. Si en Europa el concepto de servicio público ha sido objeto de numerosas críticas y cuestionamientos tras la firma del protocolo de Ámsterdam por los países miembros de la UE, en América Latina la situación de las estaciones de radio y televisión del Estado es, si cabe, más crítica. La ausencia de políticas activas de redimensionamiento del sector público ante el proceso de convergencia digital ha terminado por reducir así el audiovisual nacional latinoamericano a un sector residual ajeno a los procesos de renovación de los modelos culturales, mientras grupos foráneos controlan el mercado interno de la televisión de pago en algunos de los principales países de la región. ¿Qué sentido tiene pues hoy plantear la defensa del servicio público audiovisual ante la convergencia tecnológica que lideran las industrias culturales y los operadores privados?

Cumplido el medio siglo de historia de los entes públicos radiotelevisivos en la mayoría de los países iberoamericanos, la respuesta pareciera un contrasentido. El dominio de la economía privada de la comunicación y la integración del audiovisual bajo control de las principales operadoras de telecomunicaciones transnacionales dibujan un mapa cuando menos poco o nada favorable a los intereses y misión del servicio público. Tanto desde el punto de vista del mercado como respecto a la función y presencia social, difícilmente podríamos hablar de la existencia de un modelo mixto como el europeo en la mayoría de países, considerando el dominio casi absoluto de las empresas privadas y una residual y testimonial presencia de los medios públicos.

En los últimos años, han proliferado, no obstante, los foros ciudadanos y las iniciativas de los poderes públicos y del ámbito académico que tratan de explorar los retos y necesidades del sistema público radiotelevisivo. Al igual que en España, algunos países de la región han iniciado incluso tímidos pasos hacia la modernización y democratización del sector público. Por primera vez en su historia, las televisiones nacionales afrontan un proceso de renovación institucional con el fin de garantizar los principios básicos necesarios de pluralismo, autonomía y legitimación social, en sus formas de organización y representación informativa. Al tiempo que, en algunos casos, se está planteando incluso un proceso de descentralización y apertura del sistema público radiotelevisivo.



La constatación de esta realidad apunta la posibilidad de contar con estos operadores como locomotoras del cambio cultural que el proceso de convergencia vislumbra. La experimentación y arriesgada apuesta por nuevos formatos y servicios avanzados de televisión interactiva a la carta está siendo de hecho desestimada en los planes de expansión de los principales grupos privados, mientras se demanda a los poderes públicos la financiación y apoyo a la formación y conocimiento del sector garantizando la adaptación social de los públicos a los nuevos soportes y formas de mediación audiovisual. En esta encrucijada, los operadores públicos deben, pues, tratar de cumplir una doble y compleja tarea: sostener el desarrollo integral del sector procurando promover el máximo nivel posible de innovación, creatividad y calidad de los nuevos servicios audiovisuales, a la vez que se erigen en buque insignia y punto de referencia nacional de la modernización tecnológica y la innovación de contenidos y servicios prestados a la ciudadanía.

3) Cultivar la radiotelevisión de proximidad. Frente a la tendencia a multiplicar los canales, superando el principio de escasez de frecuencias por la compresión digital, el dominio de la racionalidad mercantil convertirá previsiblemente el espacio local de comunicación en un ámbito de colonización de grupos y contenidos nacionales, tal y como ya se observa con el desembarco de los conglomerados multimedia en las nuevas demarcaciones territoriales. La información local y los servicios adaptados a las necesidades comunitarias tendrán como resultado una mayor dependencia de las posibilidades de extensión de los operadores públicos. Pero esta tarea no puede ser realizada en solitario, en el marco de economías de escala y regímenes de dura competencia. Es preciso, antes bien, la colaboración en plataformas nacionales, comunitarias o incluso transnacionales para el adecuado cumplimiento de su misión de servicio público.

Propuestas como la definición de la *Agenda 21 de la Cultura* como guía de actuación estratégica de los gobiernos locales pueden contribuir, en esta línea, a abrir frentes estratégicos de desarrollo favoreciendo políticas culturales de cooperación que proyecten o visualicen de manera efectiva la idea de ciudadanía cultural iberoamericana como eje de construcción del espacio público y participación de las culturas regionales. Al tiempo, parece necesario desarrollar instrumentos legales para garantizar la autonomía local y la descentralización y desarrollo como industria en el nuevo entorno digital de operadores públicos y comunitarios de radiotelevisión local. A este respecto cabe apreciar que es notoria la existencia de una clara desarticulación entre sistema público del Estado y los canales regionales y locales, incidiendo negativamente en el desarrollo del servicio público audiovisual, por lo que sería preciso definir convenios-marco y políticas de cooperación para la circulación de programas, tal y como vienen planteando para Canal Señal Colombia algunos analistas nacionales. Se evitaría así que, en países como Argentina, el índice de producción sufra una doble centralización, del Norte (por la elevada presencia de productos audiovisuales estadounidenses, especialmente en el segmento de programación infantil) y de la capital del país, que concentra prácticamente la totalidad de los contenidos informativos y de entretenimiento que programan tanto los canales privados como los operadores públicos.

4) Promover foros ciudadanos y observatorios locales de radiotelevisión. De acuerdo con lo señalado por el profesor Rincón, la condición para lograr los objetivos de servicio público audiovisual exige la socialización de una televisión pública que contribuya al desarrollo multicultural de los imaginarios, narrativas y sentidos de vida de los diversos y ricos países que integran nuestra comunidad, a escala nacional y regional. O, en términos de

Rosa María Alfaro, el principal objetivo de los funcionarios y gestores de estas empresas debe ser hacer de la televisión pública un proyecto de *veeduría* y visibilización de la ciudadanía, un ámbito reflexivo de expresión y construcción de una nueva lógica de la representación plural y democrática. «La idea de las políticas públicas en comunicación es producir más ciudadanías» (Rincón, 2009: 3) atendiendo las necesidades y derechos de entretenimiento, comunicación e identidad de las audiencias.

Todo ello pasa por un pacto social que garantice las funciones de cohesión política y cultural, dando así cabal cumplimiento a los objetivos y obligaciones que han de distinguir todo servicio público. Y más allá aún, principal reto de nuestra modernidad tardía, la redefinición de las políticas públicas a la hora de conformar lo social e imaginar públicamente el espacio simbólico y narrativo de nuestra contemporaneidad. De ahí la propuesta de algunos autores como Martín Barbero y el propio profesor Rincón, de auspiciar un movimiento de renovación de contenidos y formatos en la radiotelevisión digital que permitan desarrollar otras ciudadanías, otras formas de deliberación, en el plano expresivo y sustancial de la democracia hipermediatizada que vivimos.

5) Impulsar la economía social del Tercer Sector. Si, parafraseando al profesor Rincón, «a ganar a la ciudadanía hay que apostarle a un movimiento activista de creatividad pública y a un movimiento de políticas públicas que piensen desde y en el ciudadano y las identidades», la irrupción y resurgimiento en las políticas públicas del Tercer Sector audiovisual, que viene reclamando su reconocimiento jurídico en el sistema informativo de la mayoría de los países de la región, constituye un capital cultural acumulado nada desdeñable para la transformación del espacio radiotelevisivo de la región.

Por su peso e importancia histórica, en la función pública de la comunicación regional, los canales comunitarios constituyen un actor secundario relevante en el nuevo panorama de transformación del audiovisual en Iberoamérica, al vincular a las audiencias con el sector público, realimentando el ciclo de innovación y desarrollo de la industria audiovisual, y, más allá aún, incluso lograr dar además sostenimiento a proyectos supranacionales como es el caso de *Telesur*. Sean televisiones universitarias, educativas o regionales, estas empresas constituyen, pues, un laboratorio excepcional de experimentación y renovación de las narrativas y ofertas programáticas que sin duda podrían, a medio plazo, revitalizar el sector público audiovisual iberoamericano.

Es preciso para ello, en el actual contexto internacional de interdependencia, definir nuevas relaciones y estrategias inteligentes de articulación entre política y producción cultural y entre gobierno y movimientos sociales. El proyecto de una ciudadanía cultural iberoamericana, en el marco de Estados-nación débiles y un mercado dependiente o periférico, plantea, desde nuestro punto de vista, la necesidad de reforzar las políticas de participación y desarrollo del Tercer Sector como eje de vanguardia de una economía social de progreso en la región. Si el Príncipe no ocupa su espacio y el Mercader favorece un tipo de intercambio al margen de los intereses del mercado y productores locales, parece lógico imaginar otro sujeto o eje de intervención en las políticas públicas de cooperación. En este marco, la función política de la cooperación en comunicación y cultura debe ser, de acuerdo con García Canclini, la promoción, la dinamización y el desarrollo cultural.

Pero para garantizar el reclamo de diversidad socialmente necesaria deben ser favorecidas las políticas activas de promoción de plataformas intersectoriales e

interinstitucionales de aquellos territorios y sectores de la comunicación y la cultura amenazadas por una liberalización autoritaria que concentra los recursos, despilfarra las fuentes de creatividad social y anula, por lo general, los derechos ciudadanos sobre los bienes y servicios culturales. Y en este proceso es vital el papel del Tercer Sector y del movimiento altermundialista, que a su vez debe pasar de la lógica de la negación a la estrategia de la programación politizada del campo de la comunicación y la cultura a nivel estatal, regional y supranacional, cambiando para ello –lógicamente– de enfoque y ángulo de visión de las políticas públicas en la materia.

6) Reforzar la convergencia digital de la industria discográfica y el sector radiotelevisivo. Considerando la importancia de la cultura oral en Iberoamérica, parece claro, a raíz de los análisis de los logros y obstáculos de construcción del mercado regional, que han de cambiar las prioridades de las políticas públicas, procurando invertir esfuerzos y recursos en dos pilares de la cultura común de nuestro espacio regional: la cultura audiovisual, ámbito abandonado tradicionalmente en las políticas internacionales de los operadores públicos de televisión –aun existiendo experiencias importantes como ATEI– y la industria musical, cuyo imaginario, en el mercado global, sitúa a la cultura latina como un claro exponente de creatividad y tradición cultural específica.

Falta, no obstante, un mayor conocimiento e iniciativas dirigidas a ambos sectores, frente a la preeminencia de la política de bellas artes, centrada por ejemplo en el cine, o la promoción de la galaxia Gutenberg, en beneficio del sector editorial. En nuestra opinión, la convergencia y sinergias que ambos sectores pueden procurar garantizarían un impacto acumulativo nada desdeñable para la radiotelevisión regional, además de consolidar el valor musical de este sector creativo de las industrias culturales.

7) Constituir redes transversales y polivalentes de cooperación de estaciones no comerciales. De las principales conclusiones de los informes sobre el estado de la comunicación en Iberoamérica se infiere la ausencia de políticas de redes de operadores públicos en la región, salvo el caso de ATEI, pese a existir intentos de articulación en el ámbito nacional, como es el caso de México o Brasil, e incluso bilaterales como el reciente encuentro hispano-mexicano.

Complementariamente a iniciativas como ATEI o Ibermedia, se observan carencias importantes en materia de cooperación, coordinación e intercambio en el sector audiovisual que contribuyan a la producción y distribución de contenidos audiovisuales de calidad, reforzando como consecuencia la función pública del sistema radiotelevisivo en la región. El desarrollo de esta voluntad de articulación es, sin embargo, imprescindible y más que condicionante para definir políticas de valorización del patrimonio cultural en las redes digitales. Como demuestra la ciencia regional, toda política de desarrollo exige diversas estrategias de coproducción, la convergencia y diseño de redes de productores y distribuidores culturales, tal y como ilustra en la UE la experiencia de programas como MEDIA.

Pero el mercado no garantiza la realización de este principio. Debe ser, por ello, el sector público –y especialmente la industria radiotelevisiva– la que lidere esta política de cooperación audiovisual en Iberoamérica, tanto para promover los valores del servicio público en el sector televisivo como para hacer factible la construcción del mercado audiovisual regional y la cultura común necesarias para modificar las condiciones

estructurales desfavorables a la industria cultural autóctona. Ello exige, de acuerdo con Roncagliolo, un esfuerzo académico y político de trabajo a cinco niveles: 1) el intercambio de experiencias y materiales; 2) la solidaridad; 3) la producción de servicios comunes de formación, tecnología y fuentes de noticias; 4) la producción y programación compartida, y, 5) la política global como la demanda de los derechos de comunicación y las políticas públicas coordinadas por los Estados, aun insuficientemente desarrolladas y que exigen un trabajo intensivo.

Obviamente, el progreso en esta dirección dependerá de la voluntad política y la capacidad de influencia de las fuerzas de progreso que siguen pensando en la construcción de este espacio común.