



COMUNICACIÓN Y DIVERSIDAD

V A L È N C I A @ 2 0 2 0

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA 



LIBRO DE COMUNICACIONES

VII CONGRESO INTERNACIONAL
AE-IC

UNA ACTIVIDAD DE



ORGANIZADA CON



CON EL PATROCINIO DE



CON LA COLABORACIÓN Y EL APOYO DE



VII Congreso Internacional de la AE-IC
COMUNICACIÓN Y DIVERSIDAD
VALENCIA del 28 al 30 de OCTUBRE de 2020

LIBRO DE COMUNICACIONES



Actas
del VII Congreso Internacional de la AE-IC

‘Comunicación y Diversidad’

28 al 30 de octubre de 2020, Valencia, España

Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información

Departamento CAP – AE-IC

Avda. Complutense s/n.

28040 Madrid – España

info@ae-ic.org - www.ae-ic.org

© *Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2020*

ISBN: 978-84-09-20963-7

Licencia Creative Commons: Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0
Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Edición: octubre de 2020

Título: Actas del VII Congreso Internacional de la AE-IC

Subtítulo: Comunicación y Diversidad.

Autores: VV.AA.

Maquetación: José María Jiménez

Con el patrocinio de:



UNA ACTIVIDAD DE

ae-ic

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ORGANIZADA CON



UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA



CENTRE CULTURAL
JORNAES
UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

CON EL PATROCINIO DE



GENERALITAT
VALENCIANA



DIPUTACIÓ DE
VALENCIA

Colze a colze amb els Ajuntaments



Organização
de Estados
Ibero-americanos



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura

OEI

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Innovació,
Universitats, Ciència
i Societat Digital



AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA

TURISME I INTERNACIONALITZACIÓ

VLC VISIT
VALENCIA

CON LA COLABORACIÓN Y EL APOYO DE



UNIVERSITAT
POLITÀCNICA
DE VALÈNCIA



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSITAT
JAUME I



Càtedra Gandia
Turisme Intel·ligent

tau

TALLER D'AUDIOVISUALS
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA



#tvmorfosis



CONTENIDOS

Discursos

Discurso de Miquel Francés . Presidente del Comité de Organización Local.....	17
Discurso de Enrique Bustamante . Presidente de AEIC y de la Comisión Mixta Organizadora	19
Sobre el VII Congreso AE-IC.....	25

Plenarias

Adriana Amado . Conversación digital: de masas locales a casas globales.....	28
Lorna Chacón Martínez . Los medios públicos como garantía de diversidad e inclusión: el caso del SINART en Costa Rica.....	46
Divina Frau-Meigs . Educación mediática y desinformación: luchar contra radicalización y polarización de audiencias y de ciudadanos.	62
Marianne Kneuer . Diversidad en la red como desafío democrático.....	81
Víctor Manuel Marí Sáez . Implosión y desbordes en comunicación y desarrollo en tiempos de pandemia.	91
Tristan Mattelart . YouTube: ¿un agente de diversidad cultural? Hacia un modelo mundial de producción de contenidos de vídeo.	106
Guillermo Orozco Gómez . Audiencias contemporáneas: las más desconocidas de sí mismas. Por una investigación no colonizadora de las audiencias/internautas.	124
Francisco Rui Cádima . Public Service Media, diversidade e sustentabilidade. Uma análise do caso português (2015-2020).....	136
Maria Immacolata Vassallo de Lopes . Comunicación, diversidad y creatividad: el caso de la telenovela brasileira / Telenovela e direitos humanos: a narrativa de ficção como recurso comunicativo.	160

Semiplenarias

Beatriz Elena Marín Ochoa . 2020 año de cooperación iberoamericana en comunicación y cultura científica.	189
Javier Marzal Felici . Las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación al servicio de la investigación en Comunicación.....	198

Eva Mateo Asolas. La última milla. La comunicación y la cultura que llegaron con la pandemia	210
Carolina Moreno-Castro. ¿Mejoran los softwares la calidad de los resultados de la investigación en comunicación? El caso de estudio del proyecto europeo H2020 CONCISE.....	220
Rigliana Portugal. Mutaciones: narrativas desde la diversidad en tiempos de COVID-19 en Bolivia.	237
Gabriel Torres Espinoza. La cooperación iberoamericana para la divulgación de la ciencia.....	251
Miguel Vicente Mariño. La digitalización de la investigación cualitativa y su potencial para el estudio científico de la Comunicación.	276

Comunicaciones por secciones / grupos de trabajo

1. TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

La interdisciplina como aspecto transversal en la formación de los Licenciados en Comunicación: el caso de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de la República. Varenka Parentelli	296
La mercantilización en la cultura de la publicación española: eficiencia y practicidad para la sistematización de la ciencia. Eduardo Fco. Rodríguez Gómez, Manuel Goyanes	314
Consensos y disensos en torno al estatuto científico de la comunicación. Un mapa de posicionamientos en el ámbito iberoamericano. Marta Rizo García	337
La difusión de proyectos I+D sobre comunicación a través de los artículos en las mejores revistas indexadas españolas en la década 2007-2018. Gaitán Moya, Juan Antonio, Cáceres Zapatero, María Dolores	357
La desinformación como objeto de estudio en España: un balance teórico-metodológico de las revistas del campo científico. Alexandra María Sandulescu Budea, Rainer Rubira García, José Juan Videla Rodríguez	369
Desarrollo de un modelo metodológico paradigmático para el análisis del Patrimonio Cultural Inmaterial Europeo: el caso del subtítulo audiovisual. Enrique Castelló-Mayo, Margarita Ledo-Andión, Antía María López-Gómez	385
La fotografía en los estudios de Grado de Comunicación Audiovisual. José Muñoz Jiménez	407

Dame la mar, la incorporación de las mujeres en el relato museístico. El caso del Museo Marítimo de Barcelona (MMMB). Catalina Gayà Morlà	424
--	-----

2. ESTUDIOS DE AUDIENCIA Y RECEPCIÓN

El respaldo de las audiencias al fútbol como principal contenido televisivo en España. Haokeqian Ye, Francisco-Javier Herrero-Gutiérrez	451
Intransigencia frente a los errores en las redes sociales: el caso de las declaraciones de Javier Solano durante los Sanfermines de 2019 en Twitter. Sergio Mena Muñoz, Santiago Martínez Arias	469
Los usos sociales del corrido de narcotráfico en Tijuana. Ana Leticia Hernández Julián	487
Comportamiento de los jóvenes ante la información de actualidad. Consumo, conductas y percepciones. Antonio García Jiménez, Beatriz Catalina García, Pedro Paniagua Santamaría	511
Comunicación de la ciencia en zonas marginadas. Diversidad de audiencias, prácticas y discursos: La informática como medio activo para la comunicación y divulgación de la ciencia en zonas urbanas y rurales. Izan Catalán Gallach, Domingo Canales Espinosa, Rodolfo Viveros Contreras, María Edith Escalón Portilla	527
Memoria televisiva y génesis de la telebasura: un estudio etnográfico de la recepción (1990-2000). Mar Chicharro Merayo	541
A interação e o apelo publicitário nos espaços da cidade: praia e areia como meios de comunicação. Sergio Marilson Kulak, Rui Torres	546
Radio en el automóvil: audiencia atrapada. Virginia Medina Ávila, José Arturo Salcedo Mena	573

3. ESTRUCTURA Y POLÍTICAS DE LA COMUNICACIÓN

Visión de la academia y la empresa sobre el periodista actual y el emprendimiento. María Vera Hernández, Francisco Javier Paniagua Rojano	593
Radiografía al raquítico cine español del siglo XXI: entre el low-cost y el crowdsourcing. Francisco Javier Gómez-Pérez, Juan Ángel Jódar-Marín	615
Presencia y uso de perfiles digitales por los periodistas vascos en su vida laboral. Jesús Pérez Dasilva, Koldobika Meso Ayerdi, Terese Mendiguren Galdospín	635

La participación estructural ciudadana en las pruebas de valor público. El caso de BBC Three y el uso de redes sociales. Marta Rodríguez-Castro	656
Plataformas audiovisuales y diversidad: mucho (y muchas) más que Netflix. M^a Trinidad García Leiva	679
El reto de que una misma empresa mediática se dirija a dos nichos de consumidores antagónicos. Juan Francisco Lamata Molina	704
Perspectiva histórica de la televisión por satélite en España: del proyecto Hispasat a la ley de 1995. Sagrario Beceiro, Ana Mejón	727
Programación de las emisoras online independientes frente a los contenidos online de las emisoras comerciales en la red. ¿Pensando en los oyentes? Paloma López Villafranca, Silvia Olmedo Salar	746
El marco legal de la coproducción cinematográfica en España: evolución y oportunidades para la diversidad cultural. Ana Mejón, Sagrario Beceiro	775
Retos para las políticas de comunicación en la era de las plataformas. Juan Carlos Miguel de Bustos, Miguel Ángel Casado del Río, Josep Àngel Guimerà i Orts	791

4. ESTUDIOS SOBRE EL DISCURSO

Derechos humanos: paradoja funcional de relaciones individuo/derecho. Joaquin Andres Gallego Marin	813
Comparar la construcción y temática sobre los MOOC en los periódicos chinos y españoles. Una mirada hacia la diferente sociedad oriental y occidental. Jingshan Liu	833
A invisibilidade dos habitantes da região na vinheta do filme documentário “Amazônia Sociedade Anônima”. Jorgelene dos Santos Oliveira	852
YouTube Creator Academy. Estrategias de YT para la formación de los nuevos creadores audiovisuales. Aproximación desde la triple perspectiva edu-info-comunicativa. Victoria Tur-Viñes, Carmen Marta-Lazo, Sara Osuna-Acedo	873
Periodismo de bufanda y discursos de odio machistas en el periodismo deportivo radiofónico. Raúl Martínez Corcuera, Max Mauro	898
El discurso sobre la inmigración rumana y la diversidad en la Comunidad Valenciana: “Nosotros y los demás en la era digital”. Pop, Anastasia Ioana	920
La construcción de una sociedad intercultural a través del periodismo. Maritza Sobrados-León	940

Jóvenes y Series de Ficción: Bases para el estudio del proceso de 'licuación' de las relaciones amorosas en la postmodernidad. Luis Antonio Curiel Calleja	959
La eficacia de la representación de la diversidad socio-cultural en las estrategias publicitarias de las marcas españolas. Modelo de análisis y valoración. Emma Torres-Romay	978

5. COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL

La ausencia de la ciudadanía y la deshumanización de las noticias en prensa y medios digitales sobre la gestión del agua en Cataluña (2008-2018). Xavier Duran Ramírez	1000
Ética y marketing de influencia: recomendaciones de los organismos de autorregulación en Europa. Alejandra Hernández-Ruiz	1018
La página de inicio de Youtube: un escaparate poco transitado. Antonio Castro-Higueras, Miguel De-Aguilera-Moyano, José-Patricio Pérez-Rufí	1034
Comunicación, arte y migración: la construcción colectiva del multimedia Inveniam Locum. Laura Melina Martínez, Sergio Alvarado	1049
Las redes sociales como instrumento de comunicación entre los profesores universitarios españoles. Erika Fernández-Gómez, Jesús Díaz-Campo	1059
Una renovación de la creación participativa: 'crowdsourcing' audiovisual y representación de la diversidad. Juanjo Balaguer	1081
Análisis lexicométrico y lexicográfico de los titulares de noticias de sucesos en la prensa digital española (2010-2017). Javier Olivar-Julián	1100
Influencer en moda y efectos en la imagen de marca. Estudio de roles y tendencia hacia el cambio. Paloma Sanz-Marcos, Concha Pérez-Curiel	1127
Hábitos de consumo y motivaciones de los estudiantes universitarios españoles en los videojuegos competitivos. Eduardo Rodríguez Barcenilla	1149
YouTube® como estrategia publicitaria: impacto del uso de la publicidad directa en los consumidores. Bárbara Castillo-Abdul, Luis M. Romero-Rodríguez	1171
Agentes culturales y actuaciones públicas en España. Un termómetro para las políticas culturales y de comunicación. Patricia Corredor Lanas	1191
Fact-checking en Telegram: estudio comparativo entre Newtral y Maldito Bulo. Alberto Dafonte-Gómez, Juan-Manuel Corbacho-Valencia	1216

Llegar a la "Generación Z" desde el periodismo local: producción móvil, vídeo vertical y reportajes en formato "storie". Pavel Sidorenko Bautista, Sara García Caballero, José María Herranz de la Casa	1229
La tecnología al servicio del análisis en la construcción de discursos políticos. Ignacio José Martín Moraleda, Alberto Luis García García	1250
¿La migración de audiencias a nuevas plataformas de televisión limita o estimula la diversidad cultural? Carlos Jimenez-Prado	1277
El impacto de la transformación digital en los actores del ecosistema publicitario: una perspectiva interna. Inmaculada J. Martínez, Juan Miguel Aguado	1293
Entre la hegemonía y la diversidad: Nancy Risol, la youtuber indígena. Otto Roberto Yela Fernández, Joselyn Carolina Chacón, Dénica Méndez	1315
La gráfica como herramienta integradora de la identidad Análisis del cartel institucional en el Ayuntamiento de Madrid. Esmeralda López Alonso, Begoña Moreno López	1329
Patologías de la conectividad ubicua: hacia análisis crítico-estructural de las dinámicas comunicativas en la era post-smartphone. Juan Miguel Aguado	1358
La dimensión pragmática de la interacción digital. Romualdo Gondomar Miñana	1380
O potencial de significados do filme-anime Your Name e a comunidade Otaku do Brasil: transformações de hábitos com o encontro de culturas. Andre Luis dos Santos, Maria Ogécia Drigo	1402
¿Quién es Nicolás Maduro? Un retrato del presidente venezolano a través de su cuenta en Instagram. Eduar Barbosa Caro	1427
Moda, diversidad funcional y enfermedad: las nuevas representaciones de la belleza. Rebeca Pardo, María del Carmen Llovet Rodríguez	1447

6. PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DE CONTENIDOS

Participación ciudadana periodística. Experiencia de RTVE con Observadores voluntarios en eventos públicos acotados. Miguel Ángel Martín-Pascual, Celia Andreu-Sánchez	1471
El indígena americano como motivo en el marco de la historia de la comunicación: identidades múltiples. María del Mar Ramírez Alvarado, M^a Cruz Tornay-Márquez	1491



Os significados advindos com representações visuais da negrura no jornal Folha de S.Paulo: implicações para a identidade cultural do Negro, no Brasil. Maria Ogécia Drigo, Graziella Malago	1498
El nexu entre deporte y política que permea la producción y difusión de los Juegos Olímpicos. Análisis de la cobertura de El País sobre los éxitos de Cuba desde Montreal 1976 hasta Rio 2016. Victor Hasbani, Xavier Ramon, Sergi Cortiñas	1520
TheCorrespondent.com, ElConfidencial.com y Observador.pt: tres estrategias en el uso de la infografía periodística en los cibermedios. Ángel Vizoso	1543
La representación de la discapacidad en las nuevas series de ficción españolas en las principales plataformas de video bajo demanda desde el 2018. Isabel Álvarez Moreno, Victoria Mora de la Torre	1565
El social news gap de un debate electoral: la agenda temática de Twitter versus la de los medios de referencia durante el debate del 4N. Marta García Bruno	1586
Un espacio comunicativo de diversidad: perspectivas sobre la Unión Europea en la prensa para residentes comunitarios en la Costa del Sol. Juan Antonio García Galindo, Natalia Meléndez Malavé, Antonio Cuartero	1609
Nuevas ofertas de distribución de contenidos televisivos online y su recepción por parte de las audiencias juveniles. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Francisco Javier Ruiz del Olmo, Antonio Cuartero	1628
El cumplimiento del mandato de servicio público de la Corporación RTVE en la programación de La 2. Responsabilidad social y atención a la diversidad. María Purificación Subires Mancera	1650
Hibridación cultural y diversidad: Deslizamientos discursivos entre las series de plataformas a demanda y las series de televisión. Patricia Delponti, Carmen Rodríguez Wangüemert	1670
Las plataformas de vídeo bajo demanda como dinamizadoras de la producción y distribución de largometrajes de ficción españoles: el caso de Netflix. Gonzalo Fuentes-Cortina, Teresa Barceló-Ugarte	1689
El chip receptor de radio FM de los smartphones: una tecnología necesaria para la evolución de la metarradio. José Antonio Sánchez-Hernández	1707
Proyecto artístico y audiovisual performativo: experimentación audiovisual e hibridación de las metodologías artística y de creación en comunicación. Ana Sedeño-Valdellós	1725

7. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONAL

La Comunicación Organizacional en la Era de las Empresas Digitalizadas. Alfredo Molina Rivera	1744
Comunicação para a inclusão da diversidade organizacional na ótica de gestores (as) empresariais brasileiros. Cassiana A. Caglioni, Maria Eugênia Porém	1755
El gestor de la Responsabilidad Social en las empresas: dircom vs dirse. Estrella Barrio Fraile, Ana María Enrique Jiménez	1776
Fact-checking y Periodismo de Fake News. Verificación de la agenda en el marco de la sentencia del Procés de Cataluña. Concha Pérez Curiel	1798
Violencia organizacional desde la perspectiva de la comunicación, diversidad y la Agenda 2030. Raquel Cabral, Maria Aparecida Ferrari, Jorge Salhani, Alana Carolina Gomes	1818
En dirección hacia el Etnobranding. Caso Comunidad Afrocolombiana del Sur Occidente. Javier Andrés Mayorga Gordillo, Erika Milena Mezú Carabali	1842
¿Cuáles son las habilidades demandadas a los especialistas en marketing por la empresa española del gran consumo? Jorge García Martín, Lázaro Echegaray Eizaguirre	1860
La RSU y su efecto en la creación de profesionales responsables. Lázaro Echegaray Eizaguirre, Gabriela Monforte García, Ana Mata Galíndez	1881
La extinción de la prensa española de referencia: quiebra de un modelo estratégico en los diarios impresos. Valentín-Alejandro Martínez-Fernández, Óscar Juanatey-Boga, María-Magdalena Rodríguez-Fernández	1895
Comunicação institucional eficiente e diversidade epistêmica na implementação de políticas de ação afirmativa: estudo de caso Unesp/São Paulo/Brasil. Juarez Tadeu de Paula Xavier, Angélica Aparecida Parreira Lemos Ruiz	1913
El perfil de los influencers que interaccionan con las universidades. Estudio comparado de Ecuador y Andalucía. Adriana Graciela-Segura Mariño, Estefanía Cestino González, Francisco Javier Paniagua-Rojano	1938
Periodistas influencers y valor organizacional. Aproximación a la relación económica en el contexto de la reputación corporativa. María José Pérez Serrano, José Vicente García Santamaría	1956
La comunicación estratégica en el Tercer Sector analizada a partir de las webs de las ONGs españolas con mayor notoriedad. Susana Miquel-Segarra, Lorena López-Font, María Pallarés Renau	1974

Agencias de comunicación en España. Diagnóstico y prospección. Carmen Costa-Sánchez	1998
Fútbol y engagement en Redes Sociales: Estudio del Caso de Málaga Club de Fútbol y Sevilla Fútbol Club en la LaLiga. Gema Lobillo, Alba Pardo	2014
"Vecino" acaba de unirse a la partida: <i>ludic city branding</i> como herramienta participativa. Laura Cañete Sanz, Sjors Martens	2033
La situación de las personas con discapacidad en el sector de la Comunicación en España: aspectos laborales, profesionales y académicos. Mónica Viñarás Abad, Tamara Vázquez Barrio, María Sánchez Valle	2060
El <i>engagement</i> como pieza fundamental de la gestión de la reputación de las universidades en las redes sociales. Victoria Carrillo Durán, María García García	2090
Social media y comunicación en las Entidades del Tercer Sector de Acción Social. Mª José Centenero de Arce, Fátima Centenero de Arce	2103
La comunicación emocional en la era Internet. Entre la Neurocomunicación y la Teoría de los Juegos. El caso del portal Meetic. Cavadas Gormaz, M.J.	2118
Pragmática intercultural de los actores empresariales españoles en su relación con los chinos, prácticas y usos comunicativos. Cristián F. Cárdenas C.	2132
Planificación y diseño de puntos de contacto offline como puerta de acceso al entorno omnicanal para mejorar la experiencia del público. Nuria Margullón Caballero, Mª Victoria Carrillo Durán	2157
El profesional del fundraising en la industria patrimonial cultural: estudio transversal iberoamericano de indicadores convergentes y divergentes entre España y México. Rocío Torres-Mancera, Carlos de las Heras-Pedrosa	2180

8. GT COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

La diversidad comunicacional como termómetro de la salud democrática. El caso de Noticias Uno en Colombia. J. Ignacio "Iñaki" Chaves G.	2199
La representación étnica en la comunicación de marketing integrada de Argentina (2015-2018). María Galmes Cerezo, Borja Gutierrez Merelles	2221
El manejo de la agenda mediática: quién y cómo se opera en Colombia. Ricardo Gordo Muskus, J. Ignacio "Iñaki" Chaves G.	2246
De la Universidad al Sáhara Occidental. Proyecto transversal entre los Grados de Comunicación Audiovisual y Turismo de la UPV para la realización del documental	

“Amal, Vacances en Pau”. Cristina Navarro Laboulais, Nadia Alonso López, Maryland Morant González	2265
--	------

Tecnologías digitales y sostenibilidad: buenas prácticas comunicativas y educativas internacionales sobre el impacto material de las TIC en nuestro entorno. Javier González de Eusebio, José María García de Madariaga, Fernando Tucho Martínez, Miguel Vicente Mariño	2279
--	------

9. GT ESTUDIOS DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN

La mujer cineasta: desigualdades de poder en el cine español. Anna Marquès, Lydia Sánchez	2300
--	------

Las mujeres en la producción cinematográfica española. José Juan Videla Rodríguez, Manuel García Torre, María Josefa Formoso Barro	2310
---	------

Sobre o que falam as mulheres, fontes dos telejornais de Brasil e Portugal, no dia 08 de março, dia internacional de luta das mulheres. Sandra Nodari, Emerson Cervi	2326
---	------

La traducción jurídica como práctica incluyente y contrahegemónica. Mariana Favila Alcalá	2350
--	------

Mujer y fotografía, comunicando en la diversidad. Beatriz E. Múnera Barbosa	2373
--	------

La investigación de género en comunicación. Gloria Gómez-Escalonilla, Patricia Izquierdo Iranzo	2390
--	------

Estrategias sociales vs comerciales en la inclusión de la diversidad ética de las mujeres en webs corporativas. Crítica desde planteamientos feministas decoloniales. Susana de Andrés del Campo, Rocío Collado Alonso, M^a Cruz Alvarado López	2414
--	------

11. GT PERIODISMO E INFORMACIÓN DE CALIDAD

A mídia informativa em sua plataforma Instagram confrontada à questão feminina no cenário jornalístico contemporâneo: Folha de S. Paulo, El País Brasil, BBC Brasil, HuffPost Brasil. Kati Caetano, Zaclis Veiga	2434
---	------

La responsabilidad social de los medios en situaciones de crisis. Análisis de la calidad informativa en el caso Ayotzinapa en Noticias Televisa. Fernanda Ramírez-Santos, Carles Pont-Sorribes, Cristina Perales-García	2453
--	------

El uso de las fuentes informativas y su influencia en los roles profesionales del periodismo español. Análisis del modelo vigilante en los periódicos digitales. Juan-Francisco Torregrosa Carmona, María Ángeles Moreno Fernández	2474
Experimento de Slowjournalism en papel que une las tecnologías tipográficas y digitales, el periodismo y el arte. Tania Arriaga-Azkarate, Maria Gorosarri	2494
Nuevas narrativas audiovisuales para la información política en televisión. Antonio Casado Ruiz	2512
El indicador mediático de transición ecosocial. Lara Espinar Medina, Lidia Peralta García, Manuel Chaparro Escudero	2533
Estudio de observación no participante sobre calidad: Programas informativos en Inforadio, 'Abendschau' (RBB) y 'Berlin Direkt' (ZDF). Maria Gorosarri, Tania Arriaga Azkarate	2547
Origen de la información y fuentes dominantes. El caso de la información sobre aeronáutica en la prensa local sevillana. Ana Rodríguez Rey, Ofa Bezunartea Valencia	2566
Las 'fake-news' como recurso de legitimación de los medios convencionales. Análisis discursivo de artículos publicados en los principales diarios de Barcelona (2017-2019). David Vidal Castell	2591

12. GT COMUNICACIÓN POLÍTICA

Los líderes de extrema derecha e Instagram: la redefinición de la comunicación política desde un espacio postfotográfico. Teresa Aguilar Solves	2618
Evolución de la comunicación no verbal de los protagonistas de los debates electorales: Pedro Sánchez y Pablo Casado. Ana Belén Fernández Souto, Iván Puentes Rivera, Montse Vázquez Gestal	2636
Participación e interacción de la ciudadanía con líderes y partidos políticos en Facebook. Amparo López-Meri, Susana Miquel-Segarra	2652
Desinformação nas eleições presidenciais brasileiras de 2018: uma análise de tipo e tema dos 139 boatos desmentidos pelo Projeto Comprova. Renan Colombo, Jorge Pedro Sousa	2676
El avance de la "política espectáculo" en Instagram. Usos y estrategia de Vox en su despegue electoral. Pablo López-Rabadán, Hugo Doménech-Fabregat	2693



El marco legal de la coproducción cinematográfica en España: evolución y oportunidades para la diversidad cultural¹

Resumen

En España, la evolución de la coproducción cinematográfica internacional se ha desarrollado de la mano de un contexto normativo cambiante que comenzó a regularse a partir de los años cincuenta. Desde entonces, esta regulación se ha visto afectada por dos ejes: el primero, de ámbito local a través de las normas nacionales en materia cinematográfica; el segundo, de carácter transnacional, a partir de regulaciones de ámbito europeo e iberoamericano, como los acuerdos bilaterales y multilaterales entre instituciones cinematográficas españolas y extranjeras, o las directivas provenientes de organismos como la Unión Europea o el Consejo de Europa. El principal objetivo de este trabajo es trazar la evolución del marco legal que ha permitido el desarrollo de la coproducción cinematográfica internacional en España, con especial atención a las enunciaciones que estas normativas han propuesto en materia de diversidad.

Palabras clave: coproducción internacional, ochentas, noventas, regulación, España

Ana Mejón

Sagrario Beceiro

Universidad Carlos III de Madrid

¹ Este trabajo se desarrolla en el marco del proyecto I+D+i “Cine y televisión 1986-1995: modernidad y emergencia de la cultural global” (Ref. CSO2016-78354-P), Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades-Agencia Estatal de Investigación, Gobierno de España.



1. Introducción

La coproducción fílmica como objeto de estudio se encuentra íntimamente ligado a la generación de diversidad. En su más simple definición, las obras desarrolladas bajo esta fórmula son fruto de la cooperación de dos empresas de producción, que pueden proceder del mismo país (coproducción nacional) o de diferentes países (coproducción internacional). La coproducción internacional se desarrolla bajo un paraguas circunstancial y normativo diferente a la de la nacional. La implicación de empresas de producción de diferente nacionalidad puede darse por motivos económicos – diversificación de los riesgos, acceso a los mercados y ayudas del país de procedencia de cada productor - o por un interés cultural compartido entre los desarrolladores del proyecto, es decir, por la necesidad de configurar relatos fílmicos en los que se produzca una hibridación cultural. En este sentido, Palacio (1999) aboga por diferentes tipologías de coproducción internacional, con modelos que abarcan desde su definición como mera estrategia comercial hasta otros que destacan la creación de escenarios en los que prima la multiculturalidad.

El desarrollo de políticas audiovisuales y su relación con la diversidad cultural han sido especialmente relevantes en el contexto digital (García Leiva, 2016). Sin embargo, en esta ocasión proponemos un acercamiento histórico, centrado especialmente en un momento pre-digital como son los años ochenta y primeros noventa, para identificar que los cambios acontecidos en las políticas cinematográficas en España de aquellos momentos encaminaron su industria hacia una mayor diversidad. Y en este contexto, la coproducción internacional fue su mejor exponente, formando parte de la cadena de diversidad integral “que va desde la creación-producción de contenidos hasta el disfrute de los mismos por parte de los ciudadanos” (Albornoz y García Leiva, 2017, p. 25).

La investigación de la coproducción internacional presenta limitaciones intrínsecas (Ciller y Beceiro) que justifican la ausencia de atención sobre cómo el desarrollo de políticas audiovisuales afectó a su desarrollo en España. La cronología de los cambios en normativa cinematográfica en España durante los años ochenta y noventa ha sido suficientemente estudiada (Cerdán y Pena, 2005; Riambau y Torreiro, 2009; Ibáñez, 2016), pero no así desde el punto de



vista de la coproducción internacional. Esta se considera en la actualidad un mecanismo apreciado por las instituciones cinematográficas por su capacidad para generar diversidad cultural y transnacional. Pero esto no siempre fue así. La evolución de su enunciación en las diferentes normativas – datando las primeras de los años cincuenta del siglo XX para el caso español – permite observar que la coproducción internacional nació como un mecanismo de producción industrial, para asentarse como un valor que puede fomentar la diversidad – cultural, lingüística y de medios de producción – a partir de los años noventa y hasta nuestros días.

2. Los acuerdos bilaterales como la primera normativa sobre coproducción internacional

La coproducción internacional como estrategia para la realización de películas resulta ser un caso en el que la norma sucede a la práctica. Su origen y auge se encuentra en el origen de la cooperación europea. No es hasta los años cincuenta que se asientan las primeras regulaciones en dicha materia en el continente. Y sin duda, fue entonces, tras la II Guerra Mundial, cuando estas coproducciones se volvieron más frecuentes, en un tiempo en el que se vivió la “época dorada” del cine en Europa en la que realmente la mayoría de las inversiones en producción se centraron en las películas coproducidas (Dale, 1994, pág. 16).

Los Acuerdos de Coproducción Cinematográfica bilaterales son fruto de la voluntad de las distintas instituciones cinematográficas por regular la actividad de la coproducción conjunta de películas entre empresas productoras procedentes de sus países. Centrándonos en el caso español, los primeros acuerdos de coproducción se firmaron con Italia, Francia (ambos en 1955) y la República Federal Alemana (1956). En los años sesenta y setenta, décadas especialmente prolíficas para la coproducción internacional con participación española, se firmaron acuerdos de coproducción cinematográfica con Brasil (1963), Chile (1965), Austria y Argentina (ambos en 1969), Túnez (1971),



Venezuela (1973), México (1978) y Bulgaria, la URSS y Marruecos (los tres en 1979).

Los acuerdos de coproducción establecen habitualmente las mismas normas para la colaboración: el porcentaje de participación que podrá asumir cada productor (o “parte” del contrato), la flexibilidad de estos porcentajes, y de qué manera se asume el reparto de los beneficios y responsabilidades de exportación en función de estos. También en estos acuerdos se fija la representación que ha de existir de cada país en relación con los perfiles profesionales que intervienen en la elaboración de la coproducción, esto es, personal creativo, artístico y técnico.

Las razones esgrimidas sobre el auge de la coproducción internacional a mediados de siglo son diversas, aunque priman dos perspectivas, no necesariamente antagónicas: por una parte, la creciente noción de cooperación entre países de Europa, por otra, la amenaza del monopolio hollywoodiense (Elsaesser, 2005). Es decir, ya en su origen se encuentra en la coproducción internacional una doble vertiente que hace posible que se defina como estrategia comercial y a la vez de fomento de la diversidad cultural. Sirva como ejemplo la definición hallada en el primer acuerdo de coproducción firmado por España y Francia: “Las autoridades españolas y francesas [...] consideran que deben buscar en común los medios de mejorar la coproducción, tanto en el aspecto artístico como en el del interés que ofrece para los productores de los dos países”.²

En el caso español, durante los años 60 y 70 se produjo un auge de la producción fílmica que coincidió con un mayor número de coproducciones internacionales. Los principales socios de las productoras españolas provenían de Francia, Italia y Alemania. A mediados de los 70, todas estas cinematografías nacionales vieron resentida su producción, que resurgiría posteriormente, en parte, durante el auge de la coproducción internacional de los años 90, que, en el caso de España, comenzó a representar un tercio de toda la producción cinematográfica, tendencia que se mantiene hasta nuestros días (Beceiro y Mejón, 2020).

² Acuerdo bilateral España-Francia (1955) para la coproducción cinematográfica.



Desde la aparición de los primeros acuerdos bilaterales a mediados de la década de los cincuenta, lo cierto es que la coproducción internacional fue escasamente regulada de otra manera en España hasta los años ochenta. Será la propia obsolescencia de las normas entonces vigentes y la necesidad de adaptar la norma española a las pautas europeas la que de mano del primer gobierno socialista obliguen a reaudar la definición y aplicación de la coproducción internacional en el contexto español. En este proceso reformista primará la flexibilización de los requisitos para la coproducción internacional, facilitando su aplicación en la antesala de los años noventa.

3. Primeras adaptaciones de la normativa española

A la altura de 1983, eran varias las directivas europeas de los años sesenta y setenta que habían de ser asimiladas por la legislación española. Las adaptaciones que se produjeron durante los años ochenta encaminan el contexto de producción español, sumido en una profunda crisis, hacia las condiciones necesarias para asimilarse dentro del acechante contexto europeo.

Las normas más antiguas que no habían sido adaptadas en la norma española eran la Primera Directiva para la Aplicación del artículo 67 del Tratado [de Roma] de 12 de julio de 1960 y la Segunda Directiva del Consejo de 18 de diciembre de 1962, por la que se completaba y modifica la Primera Directiva. Como bien indican sus títulos, estas recomendaciones no se centran en materia cinematográfica, pero desarrollaban uno de los artículos más importantes del Tratado Constituyente de la Comunidad Económica Europea, conocido como Tratados de Roma, firmados el 25 de marzo de 1957 y que entraron en vigor el 1 de enero de 1958. Estos tratados creaban un mercado común en el que primaba la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales. La Primera Directiva de 1960, que regulaba los movimientos de capitales entre los estados miembro, aunque sin aludir a productos culturales; después, en el Programa General para la Supresión a la Libertad de Establecimiento (15 de enero de 1962), que contemplaba la supresión de las restricciones a la libertad de establecimiento de actividades no asalariadas, incluyendo la "Producción, distribución y proyección de películas



cinematográficas"; y, finalmente, en la Segunda Directiva del Consejo de la Comunidad Europea (63/21/CEE, de 22 de enero de 1963), que añadía los "derechos de autor" como nueva partida de movimientos de capitales posibles en el marco de la Comunidad.

Por otra parte, una vez solucionada la libre circulación de capitales y de actividades no asalariadas, el Consejo de la Comunidad Económica Europea aprobó sendas directivas en materia cinematográfica entre 1963 y 1970³.

La Directiva 63/607/CEE definía la necesidad de la libre circulación para su distribución y exhibición (Art. 4) sin restricciones (Art. 7) en los Estados miembros de aquellas películas que pudieran ser consideradas nacionales en su país de origen, y para ello establecía los requisitos: que su productor procediera de la CEE, que las localizaciones de rodaje se encontraran en la Comunidad, que la versión original de la película sea la del Estado miembro de procedencia, que cuente con un guion, adaptación de diálogos o música escritos por autores procedentes del Estado miembro o "representativos de su expresión cultural", o que, directamente, sea una coproducción internacional.

Por su parte, la Directiva 65/264/CEE se centraba cuestiones relacionadas con la exhibición cinematográfica, en concreto, en la omisión de las restricciones a la apertura de salas de cine especializadas en películas extranjeras, de los contingentes de importación y las cuotas de pantalla, y al doblaje (Art. 1).

Por último, la Directiva 70/451/CEE requería la eliminación de restricciones que impidieran a los profesionales del sector cinematográfico desempeñar sus servicios en iguales condiciones que los nacionales (Art. 1).

De esta manera, en el decenio 1960-1970 el Consejo de la —recién constituida— Comunidad Económica Europea avanzó en el desarrollo de las primeras bases para un marco común que permitiera la libre circulación de

³ - Directiva del Consejo 63/607/CEE de 15 de octubre de 1963 para la aplicación de las disposiciones del Programa general para la supresión de las restricciones a la libre prestación de servicios en materia cinematográfica.

- Segunda Directiva del Consejo 65/264/CEE de 13 de mayo de 1965 para la aplicación de las disposiciones del Programa general para la supresión de las restricciones a la libertad de establecimiento y a la libre prestación de servicios en materia cinematográfica.

- Directiva del Consejo 70/451/CEE de 29 de septiembre de 1970 relativa a la realización de la libertad de establecimiento y de la libre prestación de servicios para las actividades no asalariadas de producción de películas.



capitales y profesionales en la zona que terminaría por convertirse en la Unión Europea y, más concretamente desde el punto de vista de este trabajo, para aquellos profesionales españoles que desempeñarían su actividad profesional en el sector cinematográfico necesariamente globalizado a partir de los años ochenta.

De vuelta a 1983, fueron varias las normativas en materia cinematográfica promulgadas en aquellos años que afectaron a la coproducción internacional de especial interés para su fomento como motor de creación de diversidad⁴. Las dos primeras referencias constituyen parte de los “Decretos Miró” – junto al RD 1067/1983, de 27 de abril, sobre salas de exhibición especiales -, y forman parte de una serie de textos legales elaborados cuando Pilar Miró ejercía como Directora de Cinematografía en el Ministerio de Cultura encabezado por Javier Solana. La última se elaboró con posterioridad a la adhesión de España en la Comunidad Económica Europea y unos pocos días antes de las elecciones de 1986, que volvería a ganar el PSOE de Felipe González.

A través de este Real Decreto se establecieron las bases para el nuevo sistema de protección de la Cinematografía Española, cuyas novedades residían más en la actualización de antiguos parámetros, ya que se heredó la tradicional estructura de las ayudas cinematográficas en España: financiación, subvenciones, cuotas de distribución y pantalla. Si bien este decreto regulaba la producción cinematográfica española en general, en lo referente a la coproducción internacional se ha de desatacar el preámbulo del decreto, que establece los motivos por los que es necesaria la reforma del sistema de protección: "La expansión del cine español requiere la instrumentalización de nuevas medidas que propicien su adecuada producción y comercialización". Se intentaba así reelaborar la antigua normativa de UCD al respecto, materializada en el Real Decreto 3071/1977, de 11 de noviembre. Entre las medidas de expansión, se dejaba entrever un primer conato de revisar la legislación sobre

⁴ - Real Decreto 3304/1983 de 28 de diciembre, sobre protección de la Cinematografía Española.
- La Orden de 26 de septiembre de 1984 por la que se regula la realización de películas cinematográficas en régimen de coproducción.
- Real Decreto 1257/1986, de 13 de junio, de adaptación de la Ley 27 de abril de 1946 y de la Ley 3/1980, de 10 de enero, a las normas de la Comunidad Económica Europea, en materia cinematográfica.



coproducciones. Este se encuentra en un pequeño matiz sobre la definición de la nacionalidad española de las películas: los equipos técnicos y artísticos del filme ya no debían ser españoles (como establecía la norma de 1977), sino que debían ser del 80% y podrían reducirse hasta un 20% en caso de producciones rodadas en el extranjero⁵.

Finalmente, la Orden de 26 de septiembre de 1984 actualizaba la obsoleta (pero aún entonces vigente) Orden de 28 de abril de 1964, que se promulgaba en pleno aperturismo, en un momento “caracterizado por un marcado signo expansivo de apertura a la inversión de capital de procedencia extranjera” (Orden de 28 de abril de 1964). No parece coincidencia que la Orden de 26 de septiembre de 1984 también se realice en un momento que se percibe como aperturista, en este caso, en la antesala de la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea. La comparación de los ejes principales de cada una de las dos normativas arroja cierta luz sobre la perspectiva que los legisladores tenían de la coproducción internacional de películas como mecanismo expansivo. En una conclusión preliminar, podemos decir que la regulación de 1984 es mucho más laxa que la de 1964, acorde con el tiempo en el que se reformula, permitiendo flexibilizar algunas cuestiones técnicas a la hora de crear uniones entre productoras extranjeras y españolas para la realización de coproducciones.

De hecho, se podría considerar que en la norma de 1984 se pierde interés por cuestiones que superan la mera nacionalidad de la película y el equipo artístico técnico o el reparto de porcentajes de participación, lo cierto es que se trata de una regulación que se promulga en un momento en el que España cuenta con una quincena de acuerdos bilaterales de coproducción vigentes, frente a los cuatro que existían en 1964. A mediados de los años ochenta, el regulador se encuentra en la antesala de la proliferación de nuevos acuerdos que trascienden la bilateralidad, como son los Convenios multilaterales que se ratificaron en 1989 (para Latinoamérica) y en 1992 (para Europa). Es decir, se trata de una norma que, en parte, desregula lo regulado para abrirse al incierto pero cercano futuro que estaba por acontecer.

⁵ Artículo 1b) del Real Decreto 3304/1983 de 28 de diciembre, sobre protección de la Cinematografía Española.



Por su parte, en el Real Decreto 1257/1986 de 13 de junio, que supuso la modificación de la Ley 3/1980 de 10 de enero, que regulaba las cuotas de pantalla y distribución. El decreto cambia por completo el primer artículo de la ley, centrado únicamente en la cuestión de exhibición y distribución nacional, e introduce la definición de películas comunitarias (“Se entenderá por película comunitaria aquella que posea el certificado de nacionalidad expedido por uno de los Estados miembros de la Comunidad Económica Europea”⁶) así como la obligatoriedad de programación de dichas películas (“Las salas de exhibición cinematográficas estarán obligadas a programar, dentro de cada año natural, películas comunitarias en versión original o dobladas”⁷). Se trata, por tanto, de un cambio radical por el cual el artículo abandona todo carácter nacional y encamina la ley hacia una visión completamente transnacional, considerando únicamente establecer parámetros para las películas comunitarias.

4. Hacia el fomento de la diversidad audiovisual europea

Las sucesivas modificaciones de la norma española sirvieron para adaptar el marco normativo de la coproducción internacional en España al nada lejano contexto de cooperación europea en materia cinematográfica que estaba por llegar y en el que mayor impulso a la diversidad audiovisual se otorgó.

Desde mediados de los años ochenta se dieron dos hitos de especial relevancia para el estudio de la coproducción internacional. Por una parte, se materializaron sendas iniciativas provenientes tanto del Consejo de Europa como de la Unión Europea, que transformaron buena parte del entorno de producción (Hoefert de Turégano, 2006); por otra, se impulsó una nueva reforma del sistema de protección del cine español mediante la aprobación del RD 1282/1989.

El Consejo de Europa inició en 1984 una serie de reuniones de diversa índole que dieron lugar a la creación del fondo Eurimages en 1988. El desglose de algunas de las líneas principales de estas resoluciones nos permite definir el

⁶ Art. 1.1. RD 1257/1986

⁷ Art. 1.2. RD 1257/1986



debate que supuso la cooperación para la creación audiovisual europea en el Consejo de Europa. Un propósito que comienza con la aportación de sugerencias para que sean los Estados miembros los que a nivel nacional establezcan las estrategias de fomento para la creación de obras audiovisuales cooperativas, y que termina por establecer el primer espacio común para la producción audiovisual europea.

En 1984, la Conferencia de Ministros Europeos de Asuntos Exteriores celebrada en Berlín, dio como resultado la Declaración Europea de Objetivos Culturales (COE, 1984). Dicho documento establecía, en lo referente a la creatividad y el patrimonio cultural, que había que “asegurar la protección y la mejora de la herencia europea, así como su continuo enriquecimiento a través de los procesos creativos” y “mejorar el acceso universal a dicha herencia y ayudar a aumentar la conciencia sobre una identidad europea, así como fortalecerla a la luz de los nuevos desarrollos en comunicaciones”. En los años posteriores, las distintas resoluciones del Comité de Ministros del Consejo de Europa aludieron a los principios promovidos por esta declaración y ampliaron los motivos por los que era conveniente trabajar por la cooperación en materia de producción audiovisual.

Resulta imprescindible considerar que los cambios acontecidos en la televisión hubieron de afectar no solo a dicho medio sino a todo el panorama audiovisual. Tal como engarza el Proyecto de Investigación “Cine y televisión 1986-1995: modernidad y emergencia de la cultura global”, el cambio de la década de los ochenta a los noventa estuvo protagonizada por la “emergencia de la cultura global”. Doris Baltruschat destaca que el desmantelamiento de los monopolios de radiodifusión en Europa, los procesos de desregulación o re-regulación, y la aparición de las opciones multicanal fueron condiciones que favorecieron notablemente a la expansión de la producción para cine y televisión al ámbito internacional (2013, pág.11).

En este sentido, la Recomendación (86) 3 del Comité de Ministros sobre la promoción de la producción audiovisual en Europa (COE, 1986) enfoca la necesidad de crear sinergias de producción audiovisual entre los diversos países europeos ante los cambios que estaban aconteciendo en el medio televisivo. Concretamente, “la emergencia a gran escala en los países europeos de nuevos



canales de transmisión y distribución conducirá a la intensificación de la demanda de programas, al incremento de la competencia en el mercado de programas y requerirá como resultado nuevas condiciones de producción”, y proponía que “los estados miembros establecieran medidas para que los operadores de radiodifusión incluyeran en su programación una proporción de obras de origen europeo para promover la producción nacional y la de los estados miembro” . Se trataba, en todo caso, de crear producciones audiovisuales competitivas “cuyo desarrollo debe apoyar la identidad cultural de los estados miembro y fortalecer la industria audiovisual en el mercado europeo, para de este modo salvaguardar el sistema de medios europeo pluralista”.

En lo referente a las coproducciones, la Resolución enfatiza la necesidad de preservar algunas de las necesidades fiscales ya contempladas en la mayoría de los acuerdos de coproducción, como la garantía para las obras coproducidas de que contarán con las mismas ventajas financieras y fiscales que las producciones nacionales. Se anima a los estados miembro a que creen “esquemas para la producción bilateral o multilateral de producción, coproducción y distribución de obras audiovisuales de origen europeo”.

Todas las sugerencias de la Recomendación (86) 3 se encaminaban hacia la acción desde las normativas nacionales, en lugar de desde la creación de un marco supranacional aplicable a todos los estados miembro en su conjunto. Sucesivos encuentros en el marco del Comité de Ministros del Consejo de Europa (V Conferencia de Ministros Asuntos Exteriores Europeos, o el Coloquio sobre distribución de películas en la zona europea organizado por el Comité de Expertos Gubernamentales en materia cinematográfica del Consejo para la Cooperación Cultural, ambos en 1987) condujeron, no obstante, a la creación de dicho marco común a través del Fondo Eurimages. En su creación participaron Alemania (como República Federal Alemana), Bélgica, Chipre, Dinamarca, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, y Suecia, once países a los que en la década de los noventa se fueron sumando Islandia, Noruega y Suiza (1989), Hungría, Finlandia y Turquía (1990), Austria y Polonia (1991), Irlanda (1992), Bulgaria (1993), República Checa (1994), Eslovaquia (1996), Rumanía (1998); y, ya en los 2000, los países surgidos de las desintegraciones de la Unión Soviética y la antigua Yugoslavia: Eslovenia



(2001), Letonia (2002), Croacia y Macedonia (2003), Estonia (2004), Bosnia y Herzegovina y Serbia (2005), Lituania (2007), Albania (2009), Rusia y Georgia (2011).

Esta iniciativa cambiaba sustancialmente el contexto en el que se habrían de desarrollar las coproducciones que quisieran acceder al fondo, que se alimentaba de las contribuciones de los distintos países adheridos a él.

Una vez más, la comisión que gestionaba el fondo (Board of Management), que contaba con la representación de todos los países participantes, tendría en cuenta la calidad de las obras y debía establecer si las contribuciones de los componentes nacionales reflejaban y promovían la identidad cultural europea (COE 1988, Art. 5.2.). Pero esta vez no se trataba de la promoción de coproducciones bilaterales, sino que era requisito para poder gozar de la financiación de Eurimages que las películas resultantes se realizaran, el menos, entre tres socios coproductores provenientes estados miembro participantes en el fondo (Art. 5.3.).

Por otra parte, Los programas MEDIA fueron impulsados por la Comisión Europea, órgano legislativo de la Unión Europea. Hasta 1992, la Unión Europea se fundaba en el Tratado de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (1951), el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (1957) y el Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (1957), conocidos estos dos últimos como los Tratados de Roma. Su vigencia hasta los años noventa denota el interés que existía por la unión de países europeos con fines comerciales y en clave de desarrollo económico, dejando las cuestiones culturales a un lado.

La llegada del Tratado de la Unión Europea (o Tratado de Maastrich) en 1992 supuso no solo la creación de la Unión Europea, sino que asienta por primera vez cuestiones relacionadas con la cultura. Concretamente, en su artículo 128 se puede leer:

1. La Comunidad contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común.



2. *La acción de la Comunidad favorecerá la cooperación entre Estados miembros y, si fuere necesario, apoyará y completará la acción de éstos en los siguientes ámbitos: la mejora del conocimiento y la difusión de la cultura y la historia de los pueblos europeos; la conservación y protección del patrimonio cultural de importancia europea; los intercambios culturales no comerciales la creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual.*

MEDIA (del francés *Mesures pour l'encouragement et le développement de l'industrie audiovisuelle*) se puso en marcha como efecto de este tratado, en el seno de la Unión Europea. Desde su creación hasta la actualidad (2018) el programa MEDIA ha tenido distintos planes plurianuales, periodizados de la siguiente manera: MEDIA (1991-1995), MEDIA II (1996-2000), MEDIA Plus (2001-2006), MEDIA 2007 (2007-2013) y Europa creativa (2014-2020). En su primera edición, MEDIA contó con un presupuesto de 200 millones de euros para el fomento de la industria europea.

Por otra parte, el 11 de noviembre de 1989 la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Europa creaba el “Acuerdo latinoamericano de Coproducción cinematográfica”, un instrumento que, en el momento de la adhesión de España, contaba con cuatro países participantes (Cuba, México, Perú, Venezuela). La importancia de este acuerdo radica en la traslación de la mayoría de las consideraciones de los acuerdos bilaterales a un marco más amplio en el que las películas realizadas por empresas de producción procedentes de países que no contaran con un convenio concreto para la coproducción pudieran acogerse a las condiciones del multilateral. Así, por ejemplo, si bien España no gozaba de vínculos con Perú en el momento de la creación de este convenio, desde su aprobación se podían realizar coproducciones en las mismas condiciones que si existiera un acuerdo bilateral. El acuerdo fue ratificado por España el 1 de septiembre de 1992 (BOE 6 de noviembre de 1992).

En ese mismo año, se creaba en el seno del Consejo de Europa el “Convenio europeo sobre coproducción cinematográfica”, instrumento con los mismos fines que el latinoamericano, pero centrado en el territorio europeo. En su preámbulo, el convenio consideraba la importancia del patrimonio común, definiendo la



coproducción como “instrumento de creación y de expresión de la diversidad cultural a escala europea”. El convenio se creó el 2 de octubre de 1992, fue firmado por España en septiembre de 1994 y oficialmente ratificado en noviembre de 1996. Para entonces eran miembros parte Alemania, Austria, Dinamarca, Eslovaquia, Finlandia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido, Rusia, Suecia y Suiza, algunos de los cuales no contaban con acuerdo bilateral con España.

5. Conclusión

Posteriores regulaciones a partir de 1992 no supusieron un cambio sustancial en la definición de la coproducción de la coproducción internacional como aportadora de diversidad. Tanto la Ley como el RD-ley 19/1993, la Ley 17/1994 o el Real Decreto 81/1997 aportaron nuevos matices, pero siempre referidos ajustes sobre las obligaciones mínimas de los agentes que intervienen en la coproducción y con un enfoque comercial.

Podemos decir, por tanto, que entre 1983 y 1992 se produjeron notables cambios en la regulación de la coproducción internacional en la cinematografía española que la definieron no solo desde su potencial industrial sino desde su capacidad para generar diversidad cultural. Muestra de la importancia de este mecanismo de producción es la velocidad con que se actualizaron las sucesivas normas, invariables desde 1964, aprobándose nuevas dedicadas en exclusiva a la coproducción en 1984, 1992 y 1997.

Las mayores o menores modificaciones en la normativa sobre coproducción internacional evolucionaron de unos parámetros más herméticos a otros más flexibles en lo que a los requisitos para la coproducción se refiere. Así, se cambiaron los porcentajes de participación a proporciones que permitieran que el productor mayoritario asumiera más peso en la película y que otros coproductores arriesgaran menos en el proyecto. Esto, en parte, facilitaba una dinámica en teoría contraproducente con el espíritu de la coproducción equilibrada y multicultural, dado que como resultado se obtuvieron películas de un fuerte carácter local que simplemente acudían a la presencia de un



coproductor extranjero con el fin de beneficiarse de las ventajas de la coproducción, sin que esta participación minoritaria influyera decisivamente en el resultado final de la película. Por tanto, podemos decir que a la altura de 1997, cuando se requerían las participaciones del 80%-20% (o del 10%-70% en el caso de las coproducciones multipartitas) se primó más la liberalización hacia un modelo más industrial – aquel en el que realizar coproducciones mereciera la pena económicamente— que al transcultural que de alguna manera quedaba más protegido cuando se exigían participaciones mínimas y máximas de 30%-70%, es decir, cuando se requería una mayor presencia en la película del coproductor minoritario.

No obstante, la variación de estos porcentajes se encuentra en línea, como hemos visto, con las propuestas de los distintos convenios multilaterales y los requisitos de los distintos programas de financiación europeos como Eurimages o MEDIA. En este sentido, cabe definir este periodo como el de adaptación a unas medidas supranacionales, efecto directo de la integración de España en la CEE y que modificaron sustancialmente la manera en la que se podían realizar películas en colaboración con socios de otros países, que culmina con la asimilación ya no solo de la coproducción internacional como mecanismo de producción con posibilidad de generar diversidad en el entorno audiovisual, sino de la concepción de obra europea.

6. Referencias

Albornoz, L. A.; Leiva, M. T. G. (2017): *Diversidad e industrias audiovisuales: El desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.

Baltruschat, D. (2013): "Co-productions, Global Markets and New Media Ecologies". En M. Palacio, y J. Türschmann (eds.): *Transnational cinema in Europe*, Transnational cinema in Europe. Wien: Lit Verlag, pp. 11-23.

Beceiro, S.; Mejón, A. (2020): "La coproducción internacional con presencia de España en la década de los 90". En M. Palacio y V. Rodríguez Ortega (eds.): *Cine, televisión y cultura popular en los 90. España-Latinoamérica*. Madrid: Peter Lang, pp. 103-121.

Cerdán, J., y Pena, J. (2007): *Variaciones sobre la incertidumbre (1984-1999)*. Liceus, Servicios de Gestió.

Ciller, C., y Beceiro, S. (2013): "Co-Productions Archive: Archiving and Cataloging of Film Co-Productions". En M. Palacio, y J. Türschmann (eds.): *Transnational cinema in Europe*, Transnational cinema in Europe. Wien: Lit Verlag, pp. 25-36.



Dale, M. (1994): "Esperando al ave fénix: el reto de una industria cinematográfica europea". Situación 1994/3 (La industria cinematográfica), Bilbao: Servicio de estudios BBV, pp. 7-51.

García Leiva, M. (2016): "Política audiovisual europea y diversidad cultural en la era digital". Comunicación y sociedad, 27, pp. 221-241.

Hoefert de Turégano, A. (2006): Public support for the international promotion of European films. European Audiovisual Observatory.

Ibáñez, J. C. (2016): Cine, televisión y cambio social en España. Madrid: Síntesis

Palacio, M. (1999). "Elogio posmoderno de las coproducciones". Cuadernos de la Academia (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España), 5, pp. 221-236.

Riambau, E. y Torreiro, C. (2008): Productores en el cine español: Estado, dependencias y mercado. Madrid: Cátedra.