

El Programa MEDIA 2007-2013 y su incidencia en los nuevos servicios de comunicación audiovisual

Judith Clares Gavilán

Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación,
Universitat Oberta de Catalunya

Esta comunicación tiene por objeto presentar los resultados del análisis desarrollado en el marco del Trabajo de Investigación *Políticas Públicas ante los nuevos retos de la distribución y el consumo digital de contenido audiovisual*, alrededor de los proyectos de Vídeo bajo Demanda presentados a las convocatorias EACEA/13/07 y EACEA/09/2008 para el fomento del VOD y de la Distribución de Cine Digital, del Programa Media 2007-2013.

Estos resultados forman parte de una investigación más amplia que tiene como objeto de estudio las Políticas Públicas llevadas a cabo en el marco de la Unión Europea para plantear las líneas estratégicas, regular y fomentar los nuevos servicios de comunicación audiovisual, y más concretamente los Servicios de Vídeo bajo Demanda, enmarcando dichos servicios en el ámbito de las industrias culturales.

Nuestro objetivo, demostrar que hemos pasado del paradigma de Rentabilización de la Cultura, característico de los años 90' (Carmina Crusafon: 1998), a un paradigma híbrido entre Democracia Cultural y Rentabilización de la Cultura, tal como anunciaba el Profesor Ramón Zallo (2003: 305), en este caso concreto en el marco de las líneas de fomento de la Unión Europea.

La metodología de análisis aplicada ha sido de carácter analítico, recogiendo y revisando los textos estratégicos, regulatorios y programáticos adoptados en el marco de la Unión Europea en relación con el audiovisual de los últimos años.

Hemos seguido los criterios metodológicos propios del análisis de políticas públicas, familiarizándonos con las medidas políticas objeto de la investigación,

identificando los objetivos generales y específicos de las mismas y buscando los indicadores necesarios para medir su grado de cumplimiento.

Finalmente hemos analizado los diferentes proyectos seleccionados en las convocatorias citadas a través, tanto de las presentaciones de los mismos en las resoluciones de las convocatorias, como del análisis directo de cada proyecto accesible online.

Descriptores:

VOD - MEDIA 2007-2013 - Democracia Cultural - Rentabilización de la Cultura

1. Definición de Conceptos: el VOD como Industria Cultural

Basándonos en la definición de Servicio de Comunicación Audiovisual a Petición que aparece en el Artículo 1, letra g, de la *Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (2007)*, entenderemos por Servicio de Comunicación Audiovisual a Petición (no lineal): "aquel servicio de comunicación audiovisual ofrecido por un prestador del servicio de comunicación para el visionado de programas en el momento elegido por el espectador y a petición propia sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio de comunicación". Se establecen así las principales características que diferencian estos servicios de los servicios de comunicación audiovisual tradicionales (lineales), como los servicios de radio-televisión o emisión televisiva, que quedan definidos a través de la letra e) del mismo artículo como: "Un Servicio de comunicación audiovisual ofrecido por un prestador del servicio de comunicación para el visionado simultáneo de programas sobre la base de un horario de programación".

Así mismo, a través del Anexo de la *LEY 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*, entenderemos por Vídeo bajo Demanda, "aquel servicio en que el usuario puede seleccionar a través de la red, tanto el programa deseado como el momento de su suministro y recepción, y, en general, la distribución de contenidos previa petición individual". Es importante mencionar que el Vídeo bajo Demanda, está al

mismo tiempo catalogado a través de este mismo apartado de la ley, dentro de la definición de «Servicios de la sociedad de la información»: que quedan a su vez definidos como: "todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario".

El concepto de Servicio de la Sociedad de la Información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Recordemos también que se trata de Servicios de los cuales podemos establecer dos tipos de redes de transmisión: cerradas [IPTV, TV por cable, TDT, TV por satélite] o abiertas [portales de Internet o TV por Internet]; podemos establecer tres formas diferentes de transmisión [en tiempo real, descargas progresivas, o bajada y almacenamiento], y dos modelos económicos diferentes: gratuito o de pago [dentro de este segundo grupo encontramos modelos de alquiler digital, suscripción o venta digital] .

Des de el punto de vista de las Industrias Culturales, consideraremos los Servicios de Vídeo Bajo Demanda, como Servicios que en buena medida responden a la denominada Lógica de Club, apuntada por Lacroix i Tremblay ya en los años 90' y que vienen a combinar las características de las dos lógicas precedentes la Lógica de flujo y de la Lógica editorial planteadas por Patrice Flichy, y que definían las Industrias Culturales hasta la década de los 80'.

Observamos como las características que responden a cuestiones como la durabilidad y la reproductibilidad del producto, la continuidad del contenido, la vía tecnológica y la financiación, responden a la suma de las dos lógicas precedentes: durable + efímero; continuo + discontinuo; financiación directa + indirecta; etc.

Finalmente queríamos apuntar la propuesta de análisis de las Industrias Culturales en el entorno digital de David Fernández Quijada (2007), quien partiendo del análisis de las lógicas conocidas hasta la fecha, y mostrando la especial relevancia de la hibridación de las lógicas de flujo y editorial, atendiendo a los cambios que se observan en el marco de la Sociedad de la

Información, recoge cuatro ejes centrales que explicarían el cambio, las transformaciones que sufren las Industrias Culturales en el nuevo entorno digital (Fernández Quijada: 2007, p.3): la globalización; la digitalización; la convergencia (de los sectores de la comunicación, la informática y las telecomunicaciones); y la neoregulación. Finalmente recoge 5 nuevas dinámicas industriales características de las industrias culturales en la era digital. A estas cinco añadimos una sexta que presenta como punto independiente: (Fernández Quijada 2007, pp.9-11): centralidad de los contenidos; circulación de los consumidores; espacio virtual sin fronteras; marketing como factor crítico; revalorización de la función de guía; revalorización del usuario. Destacar finalmente que estas nuevas dinámicas habían sido recogidas previamente por relevantes autores españoles como Enrique Bustamante (2003, pp. 21-34).

2. Los Modelos o Paradigmas de Política Cultural

Sin entrar a analizar los dos primeros Modelos o Paradigmas de Política Cultural característicos de la época del Renacimiento hasta entrado el s. XIX, pasando por la Ilustración (Paradigma del Mecenazgo) y el Paradigma de Democratización de la Cultura o Extensión Cultural, propio de los años 50', y en el cual se observa una reconsideración del papel de la cultura en la sociedad de masa, analizaremos en este capítulo los Paradigmas que consideramos clave para comprender las características que rigen la Política Cultural actualmente.

2.1. El Paradigma de Democracia Cultural

El Modelo de Democracia Cultural (años 70-80') surge tras constatar la falta de resultados positivos del modelo anterior y supuso un cambio en la consideración del objeto de acción de la política cultural.

Objeto de debate en el marco de organismos internacionales como la UNESCO, se trató ampliamente sobre el cambio de paradigma en el marco de la I Conferencia de Helsinki sobre Políticas Culturales en Europa, celebrada del 19 al 28 de junio de 1972.

Se pasó de una concepción de la cultura entendida como arte a una interpretación más amplia que reconocía la capacidad de crear a todos los individuos, esto es, se reconoció el derecho de todos los ciudadanos tanto a disfrutar los bienes culturales creados por los artistas como a considerarse bienes culturales también a las creaciones de los propios ciudadanos.

Un modelo que buscaba el reconocimiento de la pluralidad cultural, en buena medida gracias a la financiación pública para su mantenimiento, y que apostaba por la interculturalidad y la multiculturalidad y el respeto y promoción de las identidades en un mundo global. (Zallo, 2003, p.304).

2.2. El Paradigma de Rentabilización de la Cultura

Ramón Zallo (2003, p.304) reconoce un cuarto modelo o paradigma que denomina Modelo de Rentabilización de la Cultura, y que sería definitorio de los años 90 'y principios de los 2000. Este modelo se impregna de la lógica política y económica dominante en la década de los 90' y se caracteriza por tener un enfoque acentuadamente economicista.

Los motivos que llevan a enfocar la política cultural hacia aspectos más economicistas se explican por la entrada en crisis de la concepción del Estado del Bienestar, que como indica Zallo (2003, p.304) se traduce en "crisis del servicio público cultural y en forma de deterioro de las políticas culturales ".

De hecho, Carmina Crusafon (1998, pp.74-86) cuando define el período de la década de los 90' en relación a la política audiovisual Europea, también destaca el peso económico sobre el cultural en las medidas observadas:

La política audiovisual de la Unión Europea ha modificado entre 1994 y 1998 su enfoque principal en respuesta a la nueva situación coyuntural que vive el sector a nivel mundial. Durante este periodo, sus actuaciones han mostrado una primacía económico-industrial (programa MEDIA y el Fondo Europeo de Garantía) dejando en segundo plano la dimensión cultural, una mayor coordinación con los proyectos de la Sociedad de la Información (Libro Verde sobre la Convergencia) y el mantenimiento de un cierto carácter proteccionista

(Directiva Televisión sin Fronteras) y el énfasis en el déficit comercial con Estados Unidos.

2.3. El surgimiento de un quinto Paradigma híbrido entre Democracia Cultural y Rentabilización de la Cultura

Finalmente Ramón Zallo anuncia un quinto modelo que, como apuntábamos antes, tendería hacia la hibridación entre el Modelo de Democracia Cultural y el Modelo de Rentabilización de la Cultura, y superaría la visión instrumental de la cultura propia de la década de los 90'.

Entre las aportaciones más destacables nos interesa resaltar el camino hacia la convergencia, hacia la combinación de políticas tecnológicas y de telecomunicaciones con las políticas propias de los ámbitos de la comunicación y la cultura. Característica propia de la Sociedad de la Información en que nos encontramos inmersos. Para Ramón Zallo (2003, p.305):

El concepto de cultura se va ampliando hasta una noción amplia de recursos culturales, entendidos como tan escasos como los naturales y susceptibles de protección. La cultura ya no será una condición de bienestar sino un recurso necesario para hacer frente a los retos de la modernidad, de la memoria y de la experiencia popular.

Para terminar este punto destaca el papel que ha jugado y sigue jugando desde la década de los 80 ', la regionalización cultural. Tendencia que equipara a la de la globalización, y la considera al mismo tiempo, su contrapunto.

3. La Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. 2005.

Con la aprobación finalmente el año 2005, durante la 33^a Conferencia General de la UNESCO, de la *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*, podemos considerar finalmente la victoria definitiva de la postura proteccionista de los Estados hacia las Industrias culturales frente al posicionamiento liberal norteamericano que venía pidiendo la plena liberalización y la inclusión de las mismas en los acuerdos de

libre intercambio de mercancías desde finales de los 40', cuando en 1948 más de treinta Estados firmaron un acuerdo general sobre aranceles de aduanas y comercio (el GATT). La aprobación de la Convención en 2005 pasa a consagrar legalmente el derecho a la diversidad cultural.

Sin entrar en los detalles de ambas posturas, ampliamente y bien tratadas por Bernard Gournay (2004, pp. 77-91), planteando los argumentos a favor i en contra de la excepción cultural, ahora diversidad cultural, y considerando que la aprobación de la Convención representa un hito importante que impregna la política cultural europea desde entonces, consideramos importante citar a Jesús Martín Barbero (2008, p.12) cuando dice que: "mientras la UNESCO siga haciendo convenciones sin dientes ... declaraciones meramente retóricas, por más avanzadas que sean conceptualmente, no habrá manera de interpelar seriamente al FMI o al Banco Mundial, organismos que, no podemos olvidar, son creaciones de la ONU".

4. La intervención Pública Europea entorno a los Nuevos Servicios de Comunicación Audiovisual: Líneas Estratégicas y Marco Regulator

4.1. Líneas Estratégicas

Desde la Comisión Europea se está trabajando desde hace unos años en la elaboración de una política para el desarrollo del contenido creativo en línea, que incluye las iniciativas de distribución de films online. En este sentido, el pasado 2008, la Comisión adoptó un policy paper sobre contenido creativo en línea e identificó cuatro puntos clave para su desarrollo: Disponibilidad de contenido creativo de calidad y en mayor volumen para ser difundido a través de iniciativas online. Será necesario que estén correctamente protegidos de posibles actos de piratería y que sean ofrecidos al público a un precio razonable; Licencias multi-territoriales del contenido creativo en línea; Digital Rights Management (DRM): es necesario trabajar para que estas tecnologías faciliten la interoperabilidad del contenido en distintos dispositivos; Cooperación en la lucha contra la piratería, entre proveedores de servicios, productores y consumidores.

La motivación inicial para desarrollar esta nueva área dentro de las políticas audiovisuales europeas surgió durante la celebración del Festival de Cine de Cannes de 2005. Año en que se adoptó la Declaración de Cannes 2005 (adoptada por la Comisaria Viviane Reding i los Ministros de Cultura de los estados miembros). Un año más tarde, y también en el marco del Festival de cine de Cannes, se adoptó la Carta Europea del Cine en Línea, que fue firmada por representantes de las principales industrias de contenido audiovisual, proveedores de internet y operadores de telecomunicaciones, bajo la presidencia de la Comisaria Viviane Reding.

El principal objetivo de la Carta es impulsar la puesta en marcha y desarrollo del cine en línea en Europa como fuente potencial para incrementar la competitividad del sector audiovisual europeo y facilitar nuevos canales de difusión internacional del mismo. En la Carta se identifican también cuatro elementos clave para incentivar el sector y que en buena medida coinciden con los anotados anteriormente: Una mayor oferta atractiva y de calidad de films en línea; Servicios en línea usables y accesibles para los consumidores; Protección adecuada del copyright y fomento de la educación en este sentido; Mayor cooperación para luchar contra la piratería entre los sectores implicados.

4.2. Marco Regulador

Para incluir los nuevos servicios de comunicación audiovisual, como el VOD, bajo los parámetros de las Directivas Europeas relacionadas con el audiovisual se hizo una segunda revisión de la Directiva de Televisión sin Fronteras, dando lugar a la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales. Aprobada el 11 de diciembre de 2007, su principal novedad es que incorpora bajo la definición de Servicios de Comunicación Audiovisual, los servicios no lineales o a petición. Es decir, amplía su contenido a nuevas tecnologías de consumo y distribución audiovisual como los servicios on-demand. Esta nueva Directiva debía ser adoptada por los diferentes Estados miembros antes del 19 de diciembre de 2009. En España se prevé transponerla a través de la Ley General del Audiovisual.

Más allá de las directivas relacionadas con la Política Audiovisual Europea, y de vital importancia para regular las relaciones empresariales y con los

consumidores en el comercio electrónico, se aprobó el año 2000 la Directiva sobre el comercio electrónico. Su contenido es esencial ya que establece el marco jurídico que regula las relaciones entre empresas y con los consumidores de los negocios online, con la voluntad de ofrecer un entorno en el que operar con seguridad. En este sentido, entre los servicios que quedan regulados por esta Directiva, encontramos los videoclubs online y los diferentes servicios de vídeo bajo demanda que mencionábamos al principio. A través de esta Directiva quedaba también regulada la responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios.

Los Derechos de Autor ante la distribución digital

Como hemos ido viendo, uno de los elementos que más preocupan en relación a los servicios de comunicación audiovisual en línea está relacionado con la protección de los derechos de autor en estas nuevas plataformas. Las dificultades o amenazas vienen por una doble vía: por un lado, el aumento de la piratería de contenido audiovisual a través de internet; del otro, el reparto de beneficios por derechos de autor a través de la red (baste recordar la huelga de guionistas en EEUU), una nueva modalidad sobre la que hay que trabajar y que hace repensar también los modelos de licencias por territorio.

Atendiendo a estas dos necesidades, se ha estado trabajando para mejorar la protección de los derechos de los autores. A nivel Europeo, se aprobó el año 2001 la Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información (The Directive on Copyright in the Information Society).

Actualmente la cuestión se encuentra en el orden del día: se ha hecho la revisión del Paquete Telecom. Se ha aprobado finalmente la Ley Hadopi en Francia, y en España está por ver cómo acaban implantando las medidas anunciadas a través del Anteproyecto Ley de Economía Sostenible, entre otros.

5. Programas de Fomento: El Programa Media 2007-2013 y el fomento a las Nuevas Tecnologías

5.1. Objetivos de Media 2007-2013

La cuarta edición del Programa Media (MEDIA 2007-2013), dotado con un presupuesto de 755 millones de euros, persigue los objetivos propios de otras ediciones, esto es, apoyar la formación de los profesionales del audiovisual, ofrecer ayudas al desarrollo / producción de proyectos audiovisuales europeos, incentivar la distribución de filmes y programas europeos, así como la promoción de los mismos y dar apoyo a los festivales de cine. Al mismo tiempo focaliza su atención en dos líneas nuevas, una de apoyo y desarrollo de las nuevas tecnologías en el audiovisual, y la otra destinada a incentivar la internacionalización de los mercados audiovisuales (esta última línea a través del Programa Media Mundus 2011-2013).

Este nuevo foco de atención viene dado por las consecuencias de la llamada revolución digital y por la ampliación del mercado audiovisual europeo que hacen replantearse la estructura y las prioridades del nuevo Programa Media. Por tanto, el MEDIA 2007-2013 responde a las siguientes necesidades: la necesidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercado para reflejar las consecuencias de la digitalización, la necesidad de dar respuesta a los problemas de los profesionales del audiovisual de los nuevos Estados miembros, la necesidad de incluir medidas para facilitar el acceso a créditos a las pequeñas y medianas empresas dedicadas al audiovisual.

Asimismo, entre sus principios básicos, que deberán estar presentes en las medidas que adopte, mantiene la prioridad de preservar y fomentar la diversidad cultural Europea y su herencia audiovisual y cinematográfica; garantizar el acceso, y promocionar el diálogo intercultural. Podríamos decir que principalmente persigue el objetivo de incrementar la circulación de los trabajos audiovisuales europeos, tanto dentro como fuera de la Unión Europea, y aumentar la competitividad del sector audiovisual Europeo en el marco de un mercado abierto.

Estos ejes, Cultural y Económico, bajo los cuales podemos incluir los siguientes ítems: diversidad cultural; herencia audiovisual; formación; reducir desigualdades entre Estados miembros; e Internacionalización del audiovisual europeo, para el eje cultural; y competitividad del sector; fomento de pequeñas

y medianas empresas; formación de profesionales; e Internacionalización, para el eje económico, son la clave angular de las medidas adoptadas por el Programa MEDIA 2007-2013.

5.2. Las Convocatorias EACEA para VOD 2007 i 2008

La línea de apoyo a las Nuevas Tecnologías tiene dos ejes clave. Por un lado apoyar Programas Piloto, y del otro, ofrecer apoyo e incentivar el Vídeo bajo Demanda y la Distribución de cine Digital. Este segundo eje ha sido ya objeto de dos convocatorias de la EACEA ya resueltas.

Es importante tener presente que entre los objetivos propios del Programa Media 2007-2013 en el marco del VOD se planteaban: favorecer el suministro de obras europeas no nacionales para la distribución en línea a través de servicios avanzados de distribución y nuevos medios; desarrollar técnicas de protección de las obras en línea para luchar contra la piratería, y favorecer la adaptación de la industria europea de programas audiovisuales a la evolución de la tecnología, especialmente en relación a servicios de distribución en línea. Y se proponen conseguirlo aplicando medidas que favorecen la digitalización de las obras y la creación de material de promoción y publicidad en soporte digital; alentando a las empresas a elaborar catálogos de obras europeas en formato digital para su explotación a través los nuevos medios de comunicación, y promoviendo la emergencia de servicios digitales que contengan catálogos europeos.

Bajo un planteamiento similar a los Proyectos Piloto, la línea de ayudas destinadas al Vídeo bajo Demanda y la Distribución digital de cine, se han planteado con el objetivo de asegurar que las últimas tecnologías sean incorporadas en los modelos de negocio de los beneficiarios del programa. En espera de conseguir que los trabajos audiovisuales europeos sean más accesibles fuera de los países de origen gracias a las nuevas formas de distribución audiovisual. De hecho se consideraba inicialmente que la competitividad de la industria de contenido audiovisual Europea dependerá principalmente de la implementación y uso de estas nuevas formas de distribución digital.

Precisamente por este motivo, el objetivo principal del área destinada a dar apoyo a Proyectos de VOD y Distribución digital de cine, es apoyar la creación y explotación de catálogos de obras Europeas para ser distribuidas digitalmente, más allá de las fronteras de cada Estado, bien a través de Servicios de Video bajo Demanda, bien a través de salas de exhibición con tecnología digital, integrando siempre sistemas de protección del contenido online para evitar la piratería y proteger los derechos de autor.

Las bases completas de la última convocatoria la podemos encontrar online, junto con los resultados y listado de proyectos elegidos en las 2 convocatorias cursadas: EACEA/13/07 y EACEA/09/2008. Es importante tener presente que el presupuesto total de la última convocatoria fue de 5.9 millones de € y que el presupuesto a solicitar para cada proyecto no puede superar el 50% del coste total del mismo. Doce proyectos consiguieron ayudas de la primera convocatoria, ninguno de ellos español. La segunda convocatoria (de 2008), en cambio, da resolución favorable a 18 proyectos, dos de los cuales son españoles.

5.3. El análisis de los Proyectos de VOD: EACEA/13/07 y EACEA/09/08

Partiendo de un conjunto de 10 indicadores analizados en el marco del Trabajo de Investigación, presentaremos aquí 7 de ellos para mostrar los elementos más destacados de los proyectos que consiguieron subvención en las convocatorias de VOD de 2007 y 2008:

Indicadores [1] y [2]: Nacionalidad y convocatorias en que ha sido presentado un mismo proyecto

En relación a la nacionalidad de los proyectos hemos podido observar que, de la suma de las dos convocatorias, han obtenido ayudas: 6 proyectos Franceses [medici.tv; EuropaFilmTreasures; mk2vod; Univers Ciné; The Auteurs Europe; Filmotv]; 3 proyectos Alemanes [Nowtilus; Moviepilot Europe; Europe's Finest (este último de CDC)]; 2 proyectos Húngaros [Filmklik; European Short Film Center-Dazoo]; 2 proyectos de los Países Bajos [HomescreenTv; DocsOnline]; 1 proyectos de Dinamarca [The Filmmakers Independent Digital Distribution]; 1 proyecto Austríaco [Filmladen Arthouse & Service Portal]; 2 proyectos

Españoles [Shortz!; Filmin]; 1 proyecto Italiano [Film is Now]; 1 proyecto de Gran Bretaña [Joiningthedots.tv]; 1 proyecto de Suiza [Cinexe]; 1 proyecto de la República Checa [Doc. Air].

Sumando un total de 21 proyectos repartidos entre 11 países, de un total de 27 países que integran la Unión Europea y que pueden optar a ayudas del Programa MEDIA. Eso sin contar los terceros países que sin ser miembros tienen derecho a las ayudas del Programa Media, como sería el caso de Suiza, que es miembro de los Estados de la AELC.

Estos datos nos llevan a plantearnos cuestiones como las siguientes: grado de difusión y conocimiento de las convocatorias [desconocemos nº de proyectos rechazados y nacionalidad de los mismos]; grado de desarrollo y estado de digitalización de la industria audiovisual de los diferentes países estados miembros; grado de confianza - interés en las ayudas ofertadas; grado de dificultad en las solicitudes; grado de cumplimiento de objetivos a alcanzar como el de diversidad cultural y colaboración entre Estados Miembros; grado de ayuda a pequeñas-medianas empresas.

Indicadores [3] y [4]: Tipo de obras y nacionalidad de los catálogos

En relación a estos dos indicadores hemos podido observar cómo la mayoría de los proyectos presentados disponen de catálogos variados que incluyen largometrajes, series, algún cortometrajes. La mayoría dispone de un amplio catálogo de ficción destinado a su comercialización. Hablaríamos de catálogos de core content. Dentro de este grupo hemos situado los proyectos franceses [mk2vod; Univers Ciné; Filmotv], los proyectos alemanes [Nowtilus y Moviepilot Europe], el proyecto húngaro [Filmklik], el proyecto holandés [HomescreenTv], el austríaco [Filmladen Arthouse & Service portal], el Español [Filmin], y el italiano [Film is Now].

Del análisis de estos indicadores podemos llegar a algunas conclusiones importantes. Tal y como están orientados todos los proyectos citados, disponen de catálogos en que los títulos europeos tienen mayor presencia que los títulos de los terceros países. Este hecho nos permite ver que desde el Programa

MEDIA se están ofreciendo ayudas a proyectos que refuerzan la difusión del audiovisual Europeo.

Hay que reconocer sin embargo, que debido a las limitaciones de ostentación de derechos de autor sujetos a licencias de explotación por territorios, y a la necesidad de asegurar la ostentación de los derechos de autor para explotar las obras a través de Internet, observamos que los catálogos de los proyectos presentados, por ahora, no disponen de un número excesivo de títulos, la mayoría de los proyectos empezaron con catálogos de entre 100 y 200 títulos. Vemos también que en los planteamientos de todos los proyectos se proponen llegar a acuerdos con plataformas similares de otros países para sumar esfuerzos entre catálogos y conseguir así estar presentes en otros territorios. A medida que este propósito se vaya logrando se reforzará el objetivo de la Unión Europea de aumentar la circulación de obras. En este sentido parece una paradoja, pero, tal como vemos en las características propias de las Industrias Culturales en la era digital, nos encontramos ante un espacio virtual sin fronteras físicas, pero en el que acabamos tropezando con fronteras territoriales trasladadas a la virtualidad debido al tradicional sistema por territorios de derechos de explotación.

En este punto es importante mencionar también, que carencias como la necesidad de tecnologías de DRM interoperables o de plataformas e iniciativas que busquen el poner en contacto ostentadores de derechos de autor de diferentes territorios, están recibiendo ayudas y son apoyadas a través de las convocatorias del propio Programa Media en relación a los Proyectos Piloto.

En relación a algunos de los proyectos citados, es importante destacar que están orientados también a convertirse en plataformas que aprovechan las posibilidades de la red para crear redes sociales interesadas en un mismo tipo de contenido. En este sentido destacó el proyecto español Filmin que se proponía crear una comunidad de jóvenes autores de cortometrajes. Es de destacar también el proyecto suizo Cinexe, conectado a plataformas como Facebook, My Space, Twitter o Youtube.

Destacar otra característica propia de las industrias culturales en el marco digital presente en algunos de los proyectos franceses citados que incorporan

la figura del crítico cinematográfico en su plataforma, reforzando la figura de guía para orientar a los usuarios y ayudarles en la elección de los filmes que pueden interesarles. Asimismo, la propuesta de crear comunidades en el marco de los diferentes portales, les ofrece una excelente herramienta tanto para fidelizar a sus usuarios, como para crear bases de datos clave para futuras campañas de comunicación y marketing .

Volviendo al tipo de obras de los catálogos de los proyectos analizados debemos destacar algunos proyectos destinados a otro tipo de contenido. Sería el caso de los proyectos franceses [medici.tv], orientado a documentales de música y artes escénicas, o al también francés [Europa Film Treasures], un proyecto que a través del acuerdo entre diferentes Filmotecas Europeas, están haciendo accesible a través de Internet, obras clave del patrimonio audiovisual europeo.

Entre los proyectos húngaros queríamos destacar el proyecto [European Short Film Center], que ha sido concebido como una plataforma a través de la cual todo joven cineasta puede colgar su cortometraje y darlo así a conocer. Son de destacar también los proyectos destinados a difundir documentales. Entre ellos, un proyecto de los Países Bajos [DocsOnline], un proyecto inglés [Joiningthedots.tv], y un proyecto de la República Checa [Doc. Air]. Dos de estos casos son resultado de acuerdos entre diferentes festivales de relevancia dedicados al documental. Se encargan de la gestión de derechos y de la compensación a los autores. Por último destacar la iniciativa española de la empresa KiwiMedia: Shortz!. Nos encontramos ante un proyecto orientado a la telefonía móvil. Este caso concreto también se propone partir de un catálogo de obras europeas de pequeño formato.

Visto el tipo de contenido de los catálogos citados podemos ver como el grueso de proyectos se concentran, como la propia convocatoria de Proyectos VOD pedía, en contenido de core content, productos de ficción orientados a ser comercializado (películas, documentales,...). Impulsando el catálogo de obras europeas, reforzando su eje cultural y reforzando también el eje económico en tanto proponen productos de core content.

Lo que nos queda pendiente de ver es qué aceptación están teniendo estas iniciativas, de qué audiencias estamos hablando, qué contenido del catálogo tiene más éxito, por ver si las obras europeas están alcanzando la masa crítica que no suelen conseguir en salas de cine. Para obtener estos datos, no sólo es importante hacer una medición de audiencias, sino ser conscientes de las posibilidades de acceso a los hogares a estas iniciativas a través de Internet; cuál es su coste; qué capacidad de banda ancha tienen los hogares europeos, cuántos hogares están preparados para acceder a Internet a través de la TV, etc. Todo un conjunto de elementos, que junto a una posible comparación de estos proyectos con otros que ya funcionan de forma autónoma y sin necesidad de ayudas, tanto europeos como de terceros países (pongamos Estados Unidos como referencia) podrían ayudarnos a configurar la situación y el grado de desarrollo de los proyectos de VOD a nivel Europeo.

Indicadores [5] y [6]: Idiomas de la Plataforma y Territorios

En relación a los idiomas y territorios que abarca cada una de las plataformas analizadas, en buena parte ya hemos observado los rasgos básicos a través del análisis de los indicadores [3] y [4]. Si bien todos los proyectos se proponen ampliar tanto el idioma de la plataforma como el territorio en que se encuentra operativa, la realidad es que son pocos los proyectos que disponen de más de tres idiomas y que pueden actuar en más territorios. Una excepción sería nuevamente el proyecto francés, *Europa Film Treasures, The treasures from Europea filme Archives*, disponible la plataforma en 5 idiomas: francés, inglés, alemán, español e italiano, que como explicábamos antes dispone de contenido de dominio público y por tanto el contenido de su catálogo puede ser visionado y ofrecido a través de la plataforma en distintos países.

Indicadores [7]: Modelo Económico

En relación al modelo económico conviven modelos de pago de compra o alquiler, que contemplan como prerequisite estar inscritos en la plataforma, con modelos gratuitos. Un caso aparte sería el ya citado proyecto *Europa Film Treasures*, que no tiene una voluntad económica sino estrictamente cultural con el objetivo de poner al alcance de todos a través de Internet, el patrimonio audiovisual de las filmotecas que integran el proyecto .

Del resto de casos destaco la necesidad de estar suscritos, en casi todos los proyectos analizados, para la compra o alquiler de filmes digitalizados; destacar la fórmula de compra de películas por paquetes. Estaríamos hablando por ejemplo de 9,99 euros por un conjunto de 50 filmes a visionar en 1 mes, sería el caso del proyecto francés [Filmo.tv]. Nos encontramos ante una fórmula equivalente a la suscripción. En relación a los precios de los filmes podemos encontrar películas desde € 0.99 hasta 4 ó 5 €. La media suele situarse alrededor de los 3,5 €. Aunque hemos podido encontrar algún título a precios más elevados que rondarán los 7 u 8 €. En algunos casos nos encontramos también con la posibilidad de comprar a través de la misma plataforma la película en formato DVD.

En relación al conjunto de indicadores analizados en el marco del Trabajo de Investigación y no mencionados en esta comunicación, quería, al menos citarlos antes de cerrar este apartado: Redes y Formas de Transmisión de la Plataforma; DRM e Interoperabilidad de canales de salida. En relación a este último indicador mencionar que algunos proyectos, como ejemplo Filmin, han optado por ofrecer contenido tan solo vía streaming debido a las limitaciones de la tecnología de DRM.

6. Conclusiones

Finalmente, a modo de conclusión, cabe preguntarnos si podemos afirmar a partir del análisis llevado a cabo que efectivamente, la Política Audiovisual Europea, concretamente, las acciones de fomento en el marco del Programa MEDIA 2007-2013 en relación a los proyectos de VOD, responden al quinto Paradigma híbrido entre Democracia Cultural y Rentabilización de la Cultura.

Si observamos los objetivos del Programa Media, que hemos ubicado bajo los ejes culturales y económico, y revisamos el grado de cumplimiento de los mismos en base al análisis de los proyectos de VOD subvencionados, observamos una clara presencia de los elementos característicos del Modelo de Democracia cultural, observable a través de una clara apuesta por fomentar la creatividad, garantizar y reconocer la pluralidad y diversidad de todo tipo de

actividad y expresión creativa, en el ámbito del audiovisual, una clara tendencia a fomentar la creatividad de los países que disponen de menos medios para hacer oír su voz, en este caso concreto a través del audiovisual, reduciendo las desigualdades en la producción audiovisual entre Estados miembros, ayudando a aquellos Estados en situación de inferioridad y a la producción en lenguas minoritarias. Estos objetivos, como hemos ido viendo, han impregnado también los textos de las convocatorias analizadas. Y hemos observado también, tanto a través de los proyectos Piloto, como a través de los Proyectos de VOD, una clara apuesta por fomentar la creación de archivos audiovisuales, interoperables y digitales, y accesibles, que garanticen la salvaguardia y difusión de la herencia audiovisual europea. Observamos también la presencia del Modelo descrito como Rentabilización de la Cultura. Siendo conscientes de la cada vez mayor importancia económica del sector audiovisual en la economía internacional, y del peso predominante en el mercado de la industria audiovisual norteamericana.

Viendo el crecimiento del sector en relación al volumen de empleabilidad del mismo, y atendiendo a la importancia de estar presentes en este nuevo escenario internacional, la política audiovisual europea, y concretamente el Programa MEDIA 2007-2013, se hace eco, tal como hemos visto, con acciones concretas que procuran, por un lado reforzar la industria propia incentivando el desarrollo del sector a través de las nuevas ventanas digitales, y procurando ayudar al desarrollo tecnológico, a través de proyectos piloto, que garanticen aportar soluciones para no perder la carrera hacia la internacionalización del audiovisual europeo. Procura asimismo fomentar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (tratando de fomentar la inversión privada, facilitando el acceso a créditos; ... fomentando el espíritu empresarial), así como incentivar el contacto y la colaboración entre ellas, como hemos visto también en los textos de las convocatorias. Todo ello sin olvidar el impulso a la formación de los profesionales del audiovisual europeo, que si bien no es visible a través de las convocatorias de VOD, es uno de los ejes clave del Programa MEDIA.

Finalmente, no podemos olvidar mencionar la clara tendencia hacia la convergencia de los sectores de las telecomunicaciones, el audiovisual y la

informática y que impregna la actual política audiovisual europea. De hecho, recordando a Ramón Zallo (2003, p.305) cuando hacía referencia al surgimiento de este quinto modelo híbrido entre los modelos de Democracia Cultural y Rentabilización de la cultura:

Esta visión más amplia y equilibrada significa que, junto a los valores atribuibles a la cultura en sí y al lado económico de la cultura, se solapan otros puntos de vista: su carácter central para la identidad de un país, nación o región; su prestigioso papel como factor de integración social; su factor de imagen identificatoria en el ámbito internacional, y su combinación con políticas tecnológicas y de telecomunicaciones para las que la cultura no es sólo un contenido, un valor añadido, sino un factor central para su propio desarrollo.

Por todo ello, tras el análisis desarrollado, consideramos que podríamos decantarnos hacia el sí, que ciertamente nos encontramos ante un modelo híbrido entre los modelos de Democracia Cultural y el modelo de Rentabilización de la Cultura. Consideramos que la aprobación de la Convención de la Diversidad Cultural de la UNESCO juega un papel importante en los planteamientos del Programa Media. Sin embargo es importante recordar la falta de los datos apuntados en el anterior capítulo en relación al grueso de proyectos presentados y a la falta de datos de medición de las audiencias de los proyectos analizados. Al mismo tiempo nos encontramos ante un Programa en marcha y creemos necesario seguir observando cómo evoluciona para poder afirmar finalmente nuestra hipótesis inicial.

7. Bibliografía

Bustamante, Enrique (coord.) (2003): Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona. Ed. Gedisa.

Crusafon, Carmina (1998): "El nuevo enfoque de la política audiovisual de la Unión Europea (1994-1998): la primacía de la dimensión económico-industrial". Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación, nº. 1. p.73-87.

Decisión Nº 1718/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de noviembre de 2006. MEDIA 2007. D.O. U.E. (24 noviembre 2006), nº L 327/12

Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Diario Oficial de la Unión Europea (18 diciembre 2007), nº L 332/27.

Fernández Quijada, David (2007b): "Industrias Culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa". A: ZER. Revista de Estudios de Comunicación. nº22, p.119-140.

Gournay, Bernard (2004): *Contra Hollywood. Estrategias europeas del mercado cinematográfico y audiovisual*. Barcelona. Ediciones Bellaterra.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Boletín Oficial del Estado (12 julio 2002), núm. 166.

Martín Barbero, Jesús (2008): "Políticas de la Comunicación y la cultura. Claves de la investigación". CIDOB. *Dinámicas Interculturales* Nº 11. BCN.

MEDIA 2007 (2007-2013) [En línea]: Results of Call for Proposals EACEA/13/07 y EACEA/09/2008 to obtain Community funding in the area of Video on Demand and Digital Cinema Distribution.

[http://ec.europa.eu/information_society/media/newtech/vod_dcc/list/docs/results_call_13_2007.pdf] [Consulta: 05/02/09]

[http://ec.europa.eu/information_society/media/newtech/vod_dcc/list/docs/VoDDCDCallresults2008.pdf] [Consulta: 05/02/09]

Zallo, Ramón (2003): "Políticas culturales regionales en Europa: protagonismo de las regiones". A: Bustamante, E. (coord.): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona. Ed. Gedisa.