

## *¿Qué futuro para la política audiovisual europea?*

*Análisis y resultados de la aplicación de una política supranacional sobre la industria audiovisual europea.*

El sector audiovisual europeo vive un momento de cierta expansión. Por un lado, en el último año y medio, hemos asistido a la consolidación en el escenario mundial de grupos europeos como Vivendi Universal, Bertelsmann, y Telefónica Media, entre otros. Asimismo, el desarrollo de la televisión digital<sup>1</sup> ha reavivado la actividad en el viejo continente, atrayendo nuevos inversores procedentes de los sectores de la economía tradicional (energía, bancos, telecomunicaciones, etc.). Por otro lado, el espacio audiovisual europeo lleva casi dos décadas (1982-2001) bajo las directrices de una política comunitaria, sobre la que existen opiniones encontradas. La conjunción de estos elementos, junto con una tendencia creciente en el ámbito global a la creación de espacio supranacionales de carácter regional, nos ha llevado a cuestionarnos sobre el futuro de la política audiovisual europea.

La decisión de realizar este análisis se explica porque el caso europeo, por sus características propias (mosaico cultural y lingüístico) y por la extendida trayectoria de sus políticas públicas, es tomado por muchos como el modelo a seguir o incluso es considerado como el banco de pruebas para probar distintas actuaciones y así evitar que otros espacios (Mercosur, NAFTA, etc.) puedan repetir los mismos errores.

En este artículo, nos proponemos realizar una evaluación basada en una metodología de análisis que

toma dos dimensiones principales del espacio europeo: la económica, para evaluar la evolución de la industria; y la política, con el balance del conjunto de las actuaciones comunitarias<sup>2</sup>. Existe detrás de esta voluntad analítica una serie de preguntas que pretendemos responder. La política audiovisual europea (PAE) tiene sus orígenes a principios de la década de 1980, sabemos que su existencia está siendo puesta en cuestión, porque los procedimientos comunitarios son excesivamente largos y por la existencia de la dificultad añadida de llegar a consensuar una posición común entre los distintos Estados miembros<sup>3</sup>. La primera pregunta es: ¿Qué resultados se han obtenido? Si la PAE se concibiera como la única solución a los problemas estructurales del sector audiovisual, entonces la respuesta es, sin necesidad de elaborar ningún análisis, "casi ninguno" ya que siguen existiendo los mismos, lo que hemos notado es la mejora de algunos obstáculos como detallaremos más adelante. La segunda es: ¿se justifica el mantenimiento de la PAE? Ciertamente, la respuesta no puede ser un monosílabo, sino que debe introducir ciertas matizaciones. La contestación pasa por repasar los objetivos de las políticas comunitarias y entonces, sí que podremos responder adecuadamente. La tercera: ¿Y el discurso comunitario sigue siendo el mismo? En este sentido, se observa una tendencia a la alternancia entre el enfoque cultural con el industrial en fun-

Dra. Carmina Crusafon

Universidad Internacional de  
Catalunya

<sup>1</sup>En los cinco grandes mercados europeos (Alemania, Francia, España, Gran Bretaña e Italia), la televisión digital tiene 16'6 millones de hogares abonados (satélite y cable). Además, la UE ha sido pionera en el lanzamiento de la TDT, primero en Gran Bretaña (OnDigital, 1998), después en Suecia (Senda, 1999) y posteriormente, en España (Quiero TV, 2000).

<sup>2</sup>El punto de partida es nuestra tesis doctoral presentada en noviembre de 1999 y que analizaba la PAE hasta septiembre de 1998: CRUSAFON (1999).

<sup>3</sup>Véase las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT sobre el audiovisual (1990-1993).

ción del posicionamiento político del presidente y miembros de la Comisión, aunque en la actualidad nos encontramos frente a una mezcla de ambos.

Planteadas las preguntas, es preciso incluir otros elementos del contexto que influyen también en el análisis. Europa se encuentra inmersa en una etapa de transición, con grandes decisiones a tomar para diseñar como será la Unión de los próximos años<sup>4</sup>. En diciembre de 2000, se decidió aprobar el Tratado de Niza, que impone una reforma al conjunto del sistema comunitario. En primer lugar, la ampliación al Este obliga a replantear el sistema de votaciones, la composición de la Comisión, las ayudas a los más pobres. En definitiva, un cambio completo en el funcionamiento de la Comunidad tal y como la conocemos en la actualidad. Asimismo, en todo este escenario cambiante, Europa cuenta ahora con dos gigantes audiovisuales que juegan en la "gran liga de las majors": Vivendi Universal y Bertelsmann. Su presencia permite que Europa esté presente en la esfera global. Pero, con estas dos grandes corporaciones existe una mejora en el posicionamiento mundial, ¿pero mejora la situación de conjunto del sector europeo? y ¿tiene cierta influencia en el quehacer de la PAE?

#### *La dimensión económica del análisis*

---

A pesar de la relevancia de su dimensión cultural, en cuanto es la salvaguardia de los valores culturales europeos y de diversidad cultural, el sector audiovisual tiene una importancia en términos económicos. En 1998, el mercado audiovisual europeo se estimaba en 64.600 millones de euros (+ 10.6% vs. 1997) o el 0.92% del PIB de la UE y empleaba alrededor de 485.000 personas<sup>5</sup>. Esta cifra global se reparte entre los distintos subsectores: el más importante es el de broadcasting (radio y televisión) representando aproximadamente tres cuartos del valor total del mercado europeo con 48.000 millones de euros en 1998 (+9.1% vs 1997). El segundo subsector es el video

(video retail) con un total de 7.000 millones (+4.5% vs 1997), seguido por el software de entretenimiento con 5.400 millones, (+35% vs 1997). La exhibición en salas de las películas se sitúa en cuarta posición en valor, con un mercado total de 4.200 millones de euros (+13.8% vs 1997)<sup>6</sup>.

Si analizamos la evolución de la última década, se observa una tendencia en el conjunto de subsectores a la mejora de resultados y un incremento de la actividad<sup>7</sup>:

**1. Cine:** El sector ha experimentado desde 1994 un crecimiento en la producción y en la exhibición. El número de películas producidas en la UE ha crecido de forma constante desde 1995 cuando se producían alrededor de 460 obras (de las cuales 140 eran coproducciones). En 1999, la producción superó el medio millar, siendo el principal productor Francia con 148 películas (nacionales y coproducciones mayoritarias) seguido de Italia (108) y España (alrededor de 70). De esta forma, la producción cinematográfica recupera el nivel de principios de los años 1980. Por su parte, el mercado de la exhibición se ha incrementado en valor entre 1990 (1.573 millones de euros) y 1998 (4.236 millones), lo que supone un incremento del 115.4%. A pesar del crecimiento, el mercado estadounidense continua siendo mayor que el europeo. En 1998, el europeo representaba sólo el 68.8% del tamaño del de EEUU, mientras que en 1980 era algo mayor.

En cuanto al origen de los productos cinematográficos y a pesar de esfuerzos considerables de la industria europea, la Comisión y los Estados miembros, las películas estadounidenses todavía continúan siendo las predominantes con un 69.9% del total del mercado en 1999 (una primera estimación para el 2000 muestra un crecimiento hasta el 71.5%) vs el 71.6% en 1996. La parte del mercado de las películas nacionales se estimaba en el 17.8% en 1999 (vs el 17.1% en 1996), mientras que los filmes no nacionales de la UE representaban el 11.3% del mercado (vs. 9% en 1996).

<sup>4</sup>Está prevista la celebración de una Conferencia Intergubernamental (CIG) para el año 2004 que deberá debatir los siguientes temas: 1. El repartimiento de las competencias entre la Unión y los Estados miembros; 2. El estatuto de la Carta de los Derechos fundamentales; 3. La simplificación de los Tratados; 4. El papel de los Parlamentos nacionales dentro de la arquitectura europea.

<sup>5</sup>Datos del Observatorio Audiovisual Europeo, publicados en COMISIÓN EUROPEA (2001b:7 y 8).

<sup>6</sup>Sin embargo estas cifras no reflejan la importancia de esta actividad en lo que respecta a determinar el valor de las películas en las siguientes ventanas (TV de pago, DVD/videocassettes y TV en abierto).

<sup>7</sup>Para realizar esta evaluación se han tomado las últimas cifras publicadas por EUROSTAT (2000).

**2. Televisión:** Es el mercado que ha cambiado de forma más profunda debido a los siguientes factores: la desregulación, el desarrollo de las tecnologías de transmisión digital, la diversificación de los medios de recepción y la internacionalización. El signo más evidente de este cambio se encuentra en la multiplicación del nº de canales disponibles en Europa (alrededor de 123 cadenas en 1998). Asimismo, se produce un crecimiento en el índice de penetración del cable (que llega al 31.8% en 1997) y del satélite (15.6% en 1998)<sup>8</sup>.

Por otro lado, la producción de ficción televisión también ha incrementado de forma progresiva en los últimos años: para los cinco grandes mercados el volumen de la ficción nacional creció de 4.118 horas en 1996 hasta 5.193 en 1999, con Alemania y Gran Bretaña como principales productores (1.828 y 1.324 horas de programas en 1999 respectivamente). En estos dos países las producciones independientes (alrededor del 46% y 38% respectivamente) siguen siendo una minoría con respecto a las producciones realizadas por las mismas televisiones. En los otros tres grandes mercados - España, Francia e Italia - las producciones independientes cubren más del 80% del mercado. En el nivel comunitario, las televisiones son los principales actores mientras que un gran número de empresas pequeñas de producción y distribución están implicadas en el rodaje de un pequeño número de obras<sup>9</sup>.

**3. Vídeo:** El mercado videográfico en su conjunto ha crecido más de un 53% entre 1990 (2.759 millones de euros) y 1998 (5.477 millones de euros). Se observa un cambio en el origen de los ingresos, siendo los procedentes de la venta directa de videocassettes cada vez más importantes, dejando en segunda posición los del alquiler. En términos de volumen, un total de 279 millones de videocassettes fueron vendidos en la UE en 1998, tres veces más que en 1990. El crecimiento de este mercado también se explica por un incremento del índice de penetración de los magnetoscopios que pasó del 43'8% en 1990 hasta el 67% en 1997<sup>10</sup>.

**En términos empresariales,** se observan en el mercado europeo una serie de rasgos, algunos nuevos y otros muy propios del espacio europeo. Respecto de los primeros se consolidan grandes grupos europeos (Vivendi, Bertelsmann, Kirch, Telefónica) que ven en el mercado comunitario su gran oportunidad comercial. Es decir, la dimensión europea empieza a considerarse como parte de las estrategias empresariales con valor añadido. Un rasgo destacable que hasta ahora había pertenecido únicamente al ámbito de la política comunitaria y no como parte de una realidad industrial (con la excepción de los estadounidenses, que desde hace décadas consideran a Europa como un mercado único de actuación). Asimismo, otra característica novedosa es la presencia de inversores procedentes de sectores de la economía tradicional (bancos, eléctricas, operadores de telecomunicaciones), sobre todo en el ámbito de la televisión digital. En relación con los rasgos tradicionales, destacan: las actuaciones continúan siendo concebidas en el ámbito nacional; la dimensión predominante de las empresas es pequeña y mediana; la falta de profesionalización del sector y el enorme déficit comercial con los Estados Unidos (que según los últimos datos, alcanza los 7.000 millones de euros).

Todas estas características ponen de relieve la dimensión económica del mercado europeo, que a pesar de tener 374 millones de habitantes, se sigue caracterizando por su fragmentación y la poca circulación intraeuropea de las producciones audiovisuales europeas; dejándole por detrás del mercado estadounidense, caracterizado por su tamaño, la homogeneidad lingüística y su receptividad hacia los productos comerciales. En cuanto a los resultados de la evaluación económica, concluimos que el mercado ha crecido en términos globales por la misma dinámica del sector y la coyuntura favorable del conjunto de la economía. Pero la UE sigue siendo la suma de mercados nacionales, aunque se vislumbran unos tímidos cambios en cuanto a la formación de grandes grupos con implantación en varios países miembros.

<sup>8</sup>EUROSTAT, 2000:89.

<sup>9</sup>EUROFICTION, 2000.

<sup>10</sup>EUROSTAT, 2000: 63 y 66.

La segunda dimensión del análisis la configura el análisis de la política audiovisual europea. Para su definición, partimos de una premisa que condicionará su desarrollo: el papel social y cultural que tienen los medios audiovisuales, jugando un rol fundamental en el desarrollo y transmisión de los valores sociales. Los productos audiovisuales contribuyen a definir no sólo lo que vemos sino también la forma en que lo vemos. Además, la televisión es la principal fuente de información y distracción de las sociedades europeas.

La política audiovisual europea nace dentro del proceso de construcción europea, aunque con cierto retraso con respecto a otros ámbitos y sin una referencia directa en los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas. Es en la década de los años 1980, cuando las distintas instituciones comunitarias se empiezan a interesar por este sector. Hasta ese momento, las industrias audiovisuales se habían desarrollado en el contexto político y económico del Estado-nación.

**La concepción de la política audiovisual europea ha sufrido una evolución. No es la misma a finales de los años 1990 que cuando se iniciaron las primeras acciones a principios de los 80. Aunque con un cariz marcadamente económico, la dimensión cultural siempre ha formado parte de la política audiovisual europea, gozando de episodios de gran protagonismo. A grandes rasgos, la política audiovisual europea se concibe, desde un punto de vista geopolítico interno, con el objetivo de: "pensar y establecer, en la medida de lo posible, una soberanía audiovisual europea (en realidad cuestionada por el predominio del audiovisual de origen norteamericano en tierras europeas). Sobre el plano geocultural externo, se trata de restaurar las áreas de influencia europea" (PICHT, 1994:226) a nivel global. Asimismo, la política audiovisual**

**europea ha sido considerada como un factor de integración espacial, puesto que tiene en cuenta la amplia diversidad cultural del viejo continente que "históricamente ha sido fruto del equilibrio entre el libre mercado y las acciones de protección y fomento de los poderes públicos, del equilibrio e interacción entre las culturas locales y las internacionales, entre lo elitista y lo popular" (BALMASEDA, 1994).**

Los ejes de la política audiovisual europea han sido fundamentalmente tres: el primero, *la unificación de las normas técnicas de radiodifusión y de televisión por satélite*; el segundo, *conseguir la libre circulación de las emisiones de radiodifusión* con la creación de un verdadero mercado único audiovisual y el tercero, la promoción de la producción audiovisual europea, principalmente a través del programa MEDIA, cuyo objetivo es el de crear un gran mercado europeo de servicios audiovisuales, ayudando a la cooperación entre los profesionales de los diferentes países para remediar la fragmentación y la dispersión de las industrias audiovisuales. Además, la política audiovisual europea también incluye un marco jurídico ligado a los derechos de autor, así como una normativa en relación con el pluralismo y concentración de los medios de comunicación audiovisuales.

La evolución de la política audiovisual europea se puede dividir en cuatro grandes etapas. La primera se centra en los orígenes de las actuaciones comunitarias, con el establecimiento de los pilares sobre los que se constituirá, es decir, el programa MEDIA y la Directiva "Televisión sin Fronteras" (1982-1989). La segunda etapa tiene como marco las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT (1990-1993), un episodio significativo que provocará nuevas directrices en la política común. La tercera (1994-1997) se caracteriza por una primacía del enfoque económico-industrial a causa de los cambios en el contexto global, mientras que la última (1998- en adelante) se distingue por el carácter continuista de las actuaciones comunitarias. En este período de nuestro análisis

sis, se observa una evolución, "un paso gradual hacia una lógica industrial, mientras que a mediados de los 80, el sector estaba dominado por una lógica cultural. Esto implica que, en relación a una era de monopolios, ahora prevalezca obtener el máximo beneficio posible frente a la misión tradicional de la radiodifusión de suministrar calidad y diversidad" (BURGELMAN, 1996:9).

Asimismo, el análisis de la PAE entre 1982 y 1998 nos permite limitar a un total de diez grandes temáticas las actuaciones comunitarias, que sirven como punto de partida para presentar el estado de la cuestión de la PAE a mediados del 2001:

**1) El programa MEDIA:** uno de los ejes de la política comunitaria ha iniciado una nueva edición, MEDIA PLUS (2001-2005). Con una dotación presupuestaria de 400 millones de euros, el MEDIA PLUS continúa con las líneas de actuación establecidas en el programa anterior: ayudas a la distribución, desarrollo y promoción (350 millones) y ayudas a la formación (50 millones). Su aprobación otorga cierta coherencia a la política comunitaria, pues de otra forma, se hubiere truncado los esfuerzos anteriores para conseguir superar algunos de los principales obstáculos que tiene la industria europea. Asimismo, esta decisión está en consonancia con la dinámica del sector audiovisual un sector que se desarrolla en ciclos largos.

**2) Financiación del audiovisual:** se trata de uno de los temas estrella, pues el sector audiovisual europeo tiene todavía grandes dificultades para encontrar vías de financiación. La Comisión ha respondido a las demandas del sector profesional poniendo en marcha la **iniciativa "Audiovisual i2i"** en colaboración con el Banco Europeo de Inversiones. Con el apoyo del Fondo Europeo de Inversiones, por un valor de 600 millones de euros, la iniciativa se compone de tres campos de actuación: ofrece la financiación a medio/largo plazo; líneas de crédito ("créditos globales") para bancos especialistas en financiación para pequeñas empresas de producción audiovisual y financiación de fondos de capital de riesgo dedicados al audiovisual.

**3) Temas jurídicos:** se han conseguido avances en la armonización legislativa a través de distintas normativas comunitarias relativas a los derechos de autor y de acceso electrónico. En relación con la revisión de la Directiva "Televisión sin Fronteras", se están elaborando tres estudios (impacto de las medidas para promover la distribución y producción de los programas europeos de televisión; análisis de los cambios en el mercado y en la tecnología, el desarrollo de nuevas técnicas publicitarias) que ayudarán a adecuarla al escenario actual. Asimismo, la Comisión Europea está impulsando una división diferenciada del enfoque legal entre contenidos e infraestructuras.

**4) Empleo en el sector audiovisual:** según las últimas estadísticas, no se consigue cumplir con las expectativas. Además, la recesión del sector tecnológico repercute negativamente en el ámbito audiovisual.

**5) La unificación de los sistemas estadísticos:** una de las problemáticas del sector europeo es la falta de datos homogéneos y actuales sobre cada una de los sectores que lo componen. La Comisión ha mostrado su voluntad de elaborar una directiva que debería discutirse en el 2002.

**6) Aspectos de política exterior:** existen dos temas estrella: la ampliación a los países del Este y la próxima reunión ministerial de la OMC en noviembre en Katar, que marcará el inicio de las futuras negociaciones globales. La ampliación de la UE ofrece numerosas posibilidades a la industria audiovisual europea. En la actual fase de preadhesión, el aspecto más importante lo constituye la incorporación del "acervo comunitario" en los países candidatos, especialmente de la Directiva "Televisión sin Fronteras" y las directivas relativas a la propiedad intelectual. De lo que se trata es de crear un espacio audiovisual para 500 millones de ciudadanos, en el que se garantice la libre prestación de servicios de televisión.

**7) El futuro de la televisión pública:** sobre el sistema de servicio público, se está preparando una comunicación basada en dos principios con el objeti-

vo de ofrecer una definición más clara de la misión del servicio público. Esto es, clarificar el acto de discernir la misión de los radiodifusores (incluyendo la cuestión de seguimiento por un organismo de control, al igual que la limitación de las finanzas públicas para el cumplimiento de la misión de servicio público). Además, otro de los grandes temas de actualidad es la financiación de las deudas acumuladas de las radiotelevisiónes públicas.

**8) Aspectos tecnológicos:** la UE está inmersa en el proceso de digitalización del sector de la televisión, que debería terminar en el 2012, y se enfrenta a la necesidad de tomar una decisión que conduzca a la unificación del estándar de los descodificadores. Asimismo, en este ámbito, la UE está impulsando una actuación global conocida como "eEurope", que pretende aumentar el desarrollo de la Sociedad de la Información en todos los ámbitos (económico, tecnológico y cultural).

**9) Dimensión cultural:** continúa formando parte de los discursos y de los programas comunitarios como una de las particularidades de la actuación comunitaria.

**10) Propuestas concretas:** a finales de 1998, la Comisión se marcaba tres actuaciones concretas a realizar en el corto plazo. Estas eran: la creación de un gran acontecimiento audiovisual europeo (situación actual: se ha consolidado una triada de festivales: Berlín - Venecia - Cannes, que se erigen como el circuito europeo); una escuela europea (no se ha avanzado en la propuesta) y la creación de un organismo semipermanente (no hay avances significativos en esta dirección).

Este conjunto de actuaciones vienen marcadas por las directrices tomadas por la Comisión en diciembre de 1999 en un documento estratégico para los próximos cinco años (2000-2005). En este informe, la Comisión establece dos retos para la PAE: que el marco jurídico permita maximizar el potencial del crecimiento y empleo del sector audiovisual, garantizando al mismo tiempo la protección del interés general; y maximizar la competitividad de la industria audiovisual. Asimismo, propone como principios de actuación la complementariedad de las acciones a

nivel nacional y los de valor añadido comunitario y capacidad de adaptación a nivel europeo, así como un tipo de regulación con dos enfoques separados: infraestructuras de transmisión y los contenidos<sup>11</sup>.

De todo el análisis, se concluye que la actuación comunitaria se justifica en términos tanto económicos como político-culturales, principalmente porque, aunque los resultados de la PAE no son espectaculares, contribuyen a la mejora de la situación del sector audiovisual y permiten preservar parte del mercado para los productos europeos en un escenario dominado principalmente por la producción estadounidense. Ciertamente se podría también poner en cuestión a la política comunitaria por su escaso impacto en la dinámica del sector, pero creemos que la forma de evaluar una política comunitaria no debe basarse en un único criterio.

---

### Conclusiones

El resultado de la evaluación es positivo, ya que en términos globales la industria audiovisual europea goza de buen estado, aunque no se han conseguido superar los obstáculos para un funcionamiento completo del mercado europeo, ni tampoco dominar el escenario global. Sin embargo, existen indicios de cambio en cuanto a la distribución intraeuropea de obras y servicios audiovisuales; y tampoco hay que olvidar que dos grupos audiovisuales han entrado a formar parte de la "liga de los grandes majors".

Desde el punto de vista político, las conclusiones de la evaluación son también favorables a la continuidad de la PAE. Poco a poco, las directrices de la PAE han ido tomando el camino adecuado, focalizando sus intereses y actuando en el ámbito comunitario como complemento del nacional. A pesar de que las actuaciones no son espectaculares, pero si necesarias sobre todo en el ámbito cultural, la PAE juega un papel clave en la defensa de la identidad y cultura europea y de este modo, responde al interés general. Asimismo, sus resultados ayudan a consolidar el tejido industrial europeo.

<sup>11</sup>La regulación del contenido vendría determinada por los principios de pluralismo, diversidad cultural, la protección del consumidor y de los menores.

En definitiva, el futuro de la PAE está de momento garantizado, aunque su evolución y desarrollo vendrá también determinado por el resultado del debate sobre el futuro de la UE, donde aparecen enfrentadas dos concepciones: la del "clan de los federalistas" (Alemania y los países del Benelux) y la de los países partidarios del concepto Estado-nación (Francia y Gran Bretaña). La opción que consiga aunar el máximo de países será la encargada de definir los aspectos centrales de la actuación comunitaria, entre ellos, la referente al ámbito audiovisual.

1 Empero es cierto que esto último también es toda una posición política, nos interesa aquí la resolución de ciertas preocupaciones. En dirección a ello, recordamos el interesante comentario de Ang (1994:59) en relación a la cuestión de los consumos y la cultura popular, acerca de este tipo de concepciones: "Nuestra comprensión de la recepción de los medios -como práctica donde lo popular toma forma en las "sociedades de consumo" de hoy- está todavía dominada por dicotomías poco operantes (pasivo/activo; manipulador/liberador, etc)".

### *Otras referencias*

---

- Balmaseda, Enrique: "Por una industria de dimensión europea. Diagnóstico y propuestas", Telos, Nº39, Madrid, 1994, p.73-78.

- Burgelmann, Jean-Claude: "Information Society and future challenges to communication policy, ponencia presentada en el Vème Atelier doctoral "Communication et médias", septiembre, Grenoble, Francia, 1996.

- Comisión Europea: (2001a) Comunicación de la Comisión relativa a la aplicación de los principios generales de la libre circulación de mercancías y servicios - artículos 28 y 49 CE- en materia de utilización de antenas parabólicas, julio, Bruselas.

- Comisión Europea (2001b) Commission Staff Working Paper on certain legal aspects relating to cinematographic and other audiovisual works SEC (2001) 619, 11 de abril, Bruselas.

- Comisión Europea: (1999) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento europeo, al Comité Económico y social y al Comité de las Regiones: Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital COM (1999) 657 final, 14 de diciembre, Bruselas.

- Consejo Europea: (2000) Decisión 2000/821/CE relativa a la

ejecución de un programa de estímulo al desarrollo, la distribución y la promoción de obras audiovisuales europeas (MEDIA Plus - Desarrollo, distribución y promoción) (2001-2005), 20 de diciembre, Bruselas.

- Crusafon, Carmina (1999) El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90, Tesis doctoral, noviembre, Bellaterra (Barcelona).

- (1997) "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, nº1, Sevilla, p.73-87.

- (1997a) La mundialització de l'audiovisual: anàlisi i balanç de la Ronda Uruguai del GATT (1986-1995), trabajo de investigación, policopiado, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.

- (1997b) "La política europea de fomento de la producción: iniciativas para el desarrollo del espacio audiovisual europeo", IV Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, p.148-156.

- (1997c) "La industria audiovisual y la excepción cultural", Actas "III Jornadas de Jóvenes Investigadores en Ciencias de la Información", Universidad Complutense, Madrid, p.253-261.

- Eurostat (2000) Statistics on audiovisual services (1980-1998), Comunidades Europeas, Bruselas.

- Jezequel, Jean-Pierre y André Lange (2000) Economy of European TV Fiction. Market Value and Producers-Broadcasters Relations, European Audiovisual Observatory y Centre National de la Cinématographie, Estrasburgo.

- LANGE, André: "Impact of the Directive television without Frontiers on the circulation of audiovisual works in the European Union", disponible en la web del Observatorio Audiovisual Europeo ([www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)), 2001.

- Parlamento y Consejo europeo (2001) Decisión nº163/2001/CE relativa a la ejecución de un programa de formación para los profesionales de la industria europea de programas audiovisuales (MEDIA- formación) (2001-2005), 19 de enero, Bruselas.

- Reding, Viviane "L'audiovisuel de service public et les technologies numériques", discurso en la 4ième Conférence de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER), 27 de marzo, Bruselas, 2001.

- (2000) "Audiovisual Policy in the 21st Century Content Without Frontiers?", discurso en el British Screen Advisory Council, 30 de noviembre, Londres.

ZENTIHMEDIA (1999) Television in Europe in 2008, Londres.

- Información actualizada sobre la política audiovisual europea se puede encontrar en:

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/index_en.htm)