



Organizaciones regionales y diversidad cultural: la diplomacia de la Unión Europea con el Mercosur entre la sombra de Hollywood y la acción intergubernamental

Antonios Vlassis¹; Traducción: Ana I. Segovia²

Recibido: 10 de enero de 2016 / Aceptado: 15 de marzo de 2016

Resumen. El objetivo de este artículo es doble: por un lado explorar la habilidad de la Unión Europea para llevar a cabo una política audiovisual dirigida al Mercosur y promover las normas de la Convención sobre la diversidad de las expresiones culturales; por otro, analizar el impacto del modelo de política audiovisual de la UE en el desarrollo de la cooperación audiovisual con el Mercosur y centrarse en los principales vectores que configuran el paisaje audiovisual del Mercosur. El texto pretende destacar cómo y por qué la UE persigue una política audiovisual con esa región, cuáles son los propósitos y los límites de actuación. En este sentido, se preocupa por entender cómo la diplomacia audiovisual de la UE interactúa con otros actores, como las acciones gubernamentales llevadas a cabo desde la propia UE y el Mercosur, así como las prácticas del sector privado (Hollywood y los grandes conglomerados de medios).

Palabras clave: diversidad de las expresiones culturales; cooperación audiovisual; Ibermedia; Mercosur; Unión Europea.

[en] Regional organizations and cultural diversity: EU audiovisual diplomacy towards Mercosur in the shadow of Hollywood and the intergovernmentalism

Abstract. The aim of the article is double: on the one hand, to explore the EU's ability to conduct a foreign audiovisual policy towards the Mercosur region and to promote the norms of the Convention on diversity of cultural expressions; on the other hand, to analyze the impact of the EU audiovisual policy model on the development of the Mercosur audiovisual cooperation and to focus on the main forces shaping the Mercosur audiovisual landscape. The article seeks to emphasize why and how the EU pursues an audiovisual foreign policy towards the Mercosur region, for which purposes as well as to highlight the resistances. In this sense, it is more concerned with understanding how the EU's audiovisual diplomacy interplays with other main factors, such as the governmental action, namely the EU and Mercosur members' audiovisual diplomacy and the practices of private sector (Hollywood and big media conglomerates).

Keywords: diversity of cultural expressions; audiovisual cooperation; Hollywood; Ibermedia; European Union; Mercosur.

¹ Investigador y Profesor, Fonds national de la Recherche Scientifique (FNRS-Belgium)-Center for International Relations Studies (CEFIR), University of Liege

Email: antonios.vlassis@gmail.com

² Universidad Complutense de Madrid

Email: asegovia@ucm.es

Sumario. 1. Introducción. 2. La diplomacia de la UE y el Mercosur: ¿el discreto encanto del modelo europeo en el dominio audiovisual? 3. La diplomacia de la Unión Europea, a la sombra de Hollywood. 4. Devolviendo a gobiernos y grupos cinematográficos al juego de la cooperación. 5. Reflexiones finales. Referencias.

Como citar: Vlassis, A. (2016) Organizaciones regionales y diversidad regional: la diplomacia de la Unión Europea con el Mercosur entre la sombra de Hollywood y la acción gubernamental, en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 21, 97-115

1. Introducción

La Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales (de aquí en adelante “la Convención”), adoptada por la UNESCO en 2005, es un instrumento clave en lo que respecta a la gobernanza global de las industrias cultural y audiovisual. Hasta el momento ha sido adoptada por 142 estados y la Unión Europea (UE). La Convención reconoce la especificidad de los bienes y servicios culturales así como la importancia de las políticas culturales para la diversidad de las expresiones culturales. Además busca incluir a las industrias audiovisuales en políticas de desarrollo sostenible y reforzar la cooperación cultural multilateral.

Por un lado, la UE ha jugado un papel fundamental en las negociaciones conducentes a la adopción de la Convención. Fue considerada uno de los actores principales en su aprobación, dado su efecto integrador de los intereses de los estados miembros. A este respecto, la *Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización*, adoptada en 2007, es el primer marco de trabajo político para la cultura a nivel europeo. Reconoce explícitamente a la UE como un actor cultural en las relaciones internacionales y reivindica un papel protagonista para la UE en lo relativo a las normas de la Convención. La Agenda se basa en las disposiciones de la Convención, vista como un instrumento integral del *acquis communautaire* y propone tres objetivos estratégicos interrelacionados: 1) diversidad cultural y diálogo intercultural; 2) la cultura como catalizador para la creatividad y la innovación; 3) la cultura en las relaciones internacionales de la Unión. El tercer objetivo de la Agenda incluye la potenciación del papel de la cultura en las relaciones exteriores de la UE, así como la promoción de la Convención y su implementación a nivel regional e internacional (Comisión Europea, 2007: 10).

Por otro lado, el Mercosur y la UE firmaron el Acuerdo Marco Interregional de Cooperación en 1995, que entraría en vigor en 1999. El artículo 29, titulado ‘Cooperación en materia de comunicación, información y cultura’ establece que las Partes “acuerdan fortalecer sus vínculos culturales (...) Mediante esta cooperación se procurará la promoción de encuentros entre los medios de comunicación e información de ambas Partes, incluso a través de acciones de asistencia técnica. Esta cooperación podrá abarcar la celebración de actividades culturales cuando su naturaleza regional lo justifique” (Unión Europea-Mercosur, 1999: 12). Más aún, los países del Mercosur también han realizado acciones para la implementación de la Convención (Vlassis, 2011). En abril de 2012, en el marco del Mercosur Cultural

y en conjunto con la Unesco, se organizó una conferencia en torno a ‘Reflexiones acerca de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales’³, mientras que en 2014 Mercosur publicó el informe *La diversidad de las expresiones culturales: buenas prácticas en el Mercosur*. Es revelador que durante la séptima sesión del Comité Intergubernamental de la Convención la delegación brasileña dejara constancia de que el Mercosur, como organización regional, se plantee ratificar la Convención, siguiendo el ejemplo de la UE (Vlassis, 2015a: 7).

El objetivo de este artículo es doble: por un lado explorar la habilidad de la Unión Europea para llevar a cabo una política audiovisual dirigida al Mercosur y promover las normas de la Convención⁴; por otro, analizar el impacto del modelo de política audiovisual de la UE en el desarrollo de la integración audiovisual con el Mercosur y hacer hincapié en los principales vectores que configuran el paisaje audiovisual del Mercosur. El artículo pretende destacar cómo y por qué la UE persigue una política audiovisual con esa región, sus propósitos así como el análisis de los límites.

Una intensa investigación académica ofrece actualmente eficaces oportunidades de valorar el impacto de la UE en el marco de la gobernanza global de las industrias culturales. Se acerca a temas claves como el rol de la UE en la regulación de la interfaz ‘comercial y cultural’ (Psychogiopoulou, 2014), los protocolos de la UE sobre cooperación cultural (Loisen y DeVille, 2011; Richieri Hanania y Ruiz Fabri, 2014), así como la cooperación interregional en el sector audiovisual con especial énfasis en los vínculos entre la UE y el Mercosur (Crusafon, 2009; Sarikakis y Ganter, 2014; Canedo y Crusafon, 2014). Más específicamente, en lo que respecta a la cooperación UE-Mercosur, la investigación académica reciente concluye que la integración del Mercosur en el dominio audiovisual es un eco de la agenda de la Unión y que la cooperación audiovisual UE-Mercosur se basa en una serie de intereses alineados.

A pesar de todo, la literatura académica actual tiene algunos agujeros negros ya que por el momento parece sobreestimar la influencia de la UE en la gobernanza cultural global, privilegiando quizá un análisis deseado del impacto de la UE. Se centra a este respecto más en resultados políticos que en sus procesos (Vlassis, 2015b) y busca evaluar el impacto general de la UE en los asuntos culturales externos. Por el contrario, este artículo se preocupa más por analizar el proceso político a través del cual se formula la estrategia de la UE en el sector audiovisual con su mira puesta en la región del Mercosur y por entender cómo la diplomacia audiovisual europea interactúa con otros factores fundamentales, como la acción gubernamental (diplomacia audiovisual entre las dos partes) o las prácticas del sector privado (Hollywood o los grandes conglomerados mediáticos).

³ Es importante destacar entre sus participantes al Secretario de Cultura argentino, Jorge Coscia, y la Secretaria de la Convención, Danielle Cliché.

⁴ La región del Mercosur está compuesta por cinco países: Argentina, Brasil, Uruguay, Venezuela y Paraguay. No obstante no se analizará el caso de Venezuela ya que no llegó a convertirse en miembro de pleno derecho hasta julio de 2012. Así mismo, hay algunos países asociados al Mercosur: Bolivia, Chile, Perú, Ecuador y Suriname.

2. La diplomacia de la UE y el Mercosur: ¿el discreto encanto del modelo europeo en el dominio audiovisual?

2.1. Los primeros pasos de la cooperación audiovisual en el Mercosur

En los primeros acuerdos del Mercosur no encontramos ninguna legislación específica respecto a las industrias cultural o audiovisual. El Tratado de Asunción – el tratado del Mercosur firmado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay en 1991 para el establecimiento de un mercado regional común- no hace mención a la cultura. De hecho, el sector audiovisual ha sido excluido en gran medida del Protocolo de Colonia para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones en el Mercosur firmado en 1994. Hernán Galperin (1999: 639) señala que el Artículo 2 del Anexo especifica las excepciones de cada uno de los países al protocolo: mientras Brasil, Paraguay y Uruguay excluyen su sector audiovisual, Argentina, con el gobierno de Menem “ha adoptado una política más abierta a la inversión exterior, sin acoger excepciones para el sector comunicativo”.

Un primer paso para reforzar la cooperación en el dominio cultural de los países del Mercosur fue el Protocolo de Integración Cultural del Mercosur, aprobado en 1996 en Fortaleza (Brasil). Aunque no se hace ninguna mención específica a la industria audiovisual en el Protocolo, merece la pena reseñar que el acuerdo incluye un tratamiento arancelario especial para los bienes culturales, el llamado Sello Mercosur Cultural, que permite la libre circulación entre los países del Mercosur de bienes culturales que hayan sido aprobados por los organismos competentes de los distintos países miembros. Sin embargo, el Sello Cultural dejó fuera el sector audiovisual, centrándose especialmente en las artes (Galperin, 1999: 639). En paralelo, el Florianópolis Audiovisual Mercosur, tanto festival de cine como foro político dedicado al sector audiovisual, se estableció en 1997 para facilitar las relaciones entre profesionales audiovisuales del Mercosur, así como la distribución de películas e ideas entre las regiones del Mercosur. Más aún, los ministros de Cultura establecieron el Mercosur Cultural en 1998, un mecanismo institucional para la promoción de intercambios entre los funcionarios de los Ministerios de Cultura de los distintos países.

2.2. El efecto institucional de la cooperación UE-Mercosur

El punto de inflexión de la cooperación audiovisual en el Mercosur es la creación de la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM) en 2003. Es un instrumento institucional para fortalecer los intercambios entre las distintas autoridades audiovisuales del Mercosur y su objetivo ha sido estimular la libre circulación de mercancías y servicios cinematográficos en la región y armonizar la legislación y las políticas públicas en este sector (Mercosur, 2003). Debe añadirse que el interés en esta área se reforzó por la UE, ya que “el establecimiento de una agencia regional responsable de la política audiovisual era el primer requisito de la UE para cualquier cooperación UE-Mercosur posterior” (Canedo y Crusafon, 2014: 531).

En esos momentos, la cooperación audiovisual en el Mercosur era objeto de tres iniciativas principales (Moguillansky, 2009: 139-146; Comisión Europea, 2008a): el Certificado de Obras Cinematográficas Mercosur (2006) para el reconocimiento de películas y mercancías audiovisuales producidas en países miembros del Mercosur (la primera norma multilateral aprobada desde la puesta en marcha de la RECAM); el Foro de Competitividad del Sector Cinematográfico, creado en 1997 y centrado en el sector audiovisual y cinematográfico del Mercosur con el objetivo de reunir a representantes de los gobiernos, de las compañías y del sector profesional de la cadena de producción audiovisual a nivel regional; y la creación del Mercado del Film del Mercosur en 2005, organizado por el Festival de Mar del Plata (Argentina), la RECAM y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) argentino para estimular la distribución y exhibición de los productos audiovisuales del Mercosur.

Todas estas iniciativas parten del modelo de política audiovisual de la UE y de la cooperación técnica entre la UE y el Mercosur (Crusafon, 2009; Canedo y Crusafon, 2014; Sarikakis y Ganter 2014). Es revelador que en 2007 el *Documento Estratégico Regional* de la Comisión Europea señalara específicamente que una de sus prioridades era la consolidación del sector audiovisual y cinematográfico del Mercosur con el objetivo de promover la integración regional, destacando que uno de los resultados esperados era “la Creación de un Programa Media Mercosur basado en el programa MEDIA de la UE destinado a ofrecer incentivos para fomentar la cooperación entre los agentes del sector para estimular el desarrollo conjunto de trabajos y su distribución y promoción en el Mercosur” (Comisión Europea, 2007: 39).

Es necesario mencionar que desde la adopción de la Convención y de acuerdo con la *Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización*, muchos documentos oficiales de la UE han reafirmado el desarrollo de un nuevo rol cultural para la UE: en 2008 la *Declaración de Cannes* presentada en el Día Europeo del Festival de Cine de Cannes reconocía “la utilidad de reforzar las medidas de cooperación audiovisual en los acuerdos de cooperación y comercio concertados entre la UE y terceros países” (Comisión Europea, 2008b: 2); el Consejo Europeo adoptó en 2008 las conclusiones ‘sobre la protección de la diversidad cultural y el diálogo intercultural en las relaciones exteriores de la Unión y sus Estados Miembros’; en 2009 la Comisión Europea presentó un documento de trabajo sobre la ‘Dimensión Exterior de la Política Audiovisual’; por último, el Parlamento Europeo adoptó en 2011 la resolución sobre ‘la dimensión cultural de las acciones exteriores de la UE’.

2.3. La consolidación de la cooperación UE-Mercosur

En 2007 el establecimiento del Programa Mercosur Audiovisual (PMA), impulsado desde la Comisión Europea, supuso un momento decisivo para la institucionalización del sector audiovisual del Mercosur. “El PMA se inspiró en el Programa Media de la Comisión Europea, al igual que muchas de las actividades de la RECAM” (Comisión Europea, 2008a: 3). En el contexto del Acuerdo Marco Interregional de Cooperación de 1995 en vigor hoy, la UE proveyó al PMA con un

millón y medio de euros (de un total presupuestado de 1,86 millones de euros). El objetivo del programa, con el INCAA como institución coordinadora, era “reforzar el sector audiovisual y cinematográfico en el Mercosur como instrumento de fomento del proceso de integración regional y la participación de la sociedad civil” (Comisión Europea, 2008a: 4). Se basaba en cinco ejes: 1) la realización de estudios comparativos entre las legislaciones del sector audiovisual de los estados miembros del Mercosur; 2) reforzar las capacidades del Observatorio Mercosur Audiovisual⁵; 3) la creación de una red Mercosur de treinta salas cinematográficas para la exhibición de contenido audiovisual regional⁶; 4) apoyo para la restauración, preservación y distribución de la herencia audiovisual del Mercosur; 5) capacitación profesional y técnica en el sector audiovisual. Merece la pena mencionar que el tercer eje de actuación referido a la circulación de material audiovisual recibió la mayor contribución por parte de la UE (635.000 euros)⁷.

A este panorama hemos de añadir la contribución de Media Mundus, el programa de la Unión Europea que fomenta a cooperación entre profesionales de la UE y terceros países para la difusión de obras audiovisuales (de 2011 a 2013 contó con un presupuesto de 15 millones de euros), y que apoyó varias colaboraciones relacionadas con la región de Mercosur: 1) Dox:Lab, un programa en tres pasos (capacitación profesional, acceso al mercado y producción) para creadores de la UE y terceros países; 2) Ventana Sur: échanges Europe-Amérique Latine es una Semana de Cine Europeo asociada para distribuidores latinoamericanos y el público argentino, enmarcada dentro de Ventana Sur, el mercado para las películas latinoamericanas⁸. Una oportunidad para los agentes de ventas europeos para cerrar acuerdos con distribuidores de Latinoamérica (el INCAA es co-beneficiario de este programa); 3) Puentes-Australab es una plataforma para productores de Latinoamérica y Europa, que incluye grupos de trabajo en Uruguay y Chile.

Por último, en 2012, el programa europeo Europa Cinemas Mundus, que apoya la cartelera cinematográfica basada en la distribución de películas entre países miembros de la UE y terceros países, incluyó una red de 22 salas cinematográficas en Argentina y 28 en Brasil.

3. La diplomacia de la Unión Europea, a la sombra de Hollywood

La diplomacia de la UE pretende, claramente, diseminar el modelo de política audiovisual europeo centrado en la importancia del rol jugado por las autoridades

⁵ El Observatorio Mercosur Audiovisual fue creado por la RECAM en 2004 y durante los años 2004-2007 estuvo al frente el director de cine Octavio Getino.

⁶ El programa restauró 4 films: *El Amigo* (Argentina), *Conde Paulo de Frontin, os fuméreas di grande engenheiro brasileiro* (Brasil), *La tierra del guaraní* (Paraguay), *Inauguración del Estadio Centenario* (Uruguay).

⁷ En 2011, la Comisión Europea firmaba un Programa Conjunto para la Cultura con el Ministerio de Cultura de Brasil. Sus prioridades incluían la mejora de la cooperación e intercambios entre Brasil y la UE, incluyendo las coproducciones audiovisuales así como la promoción e implementación de la Convención de 2005.

⁸ Ventana Sur es un mercado audiovisual latinoamericano creado en noviembre de 2009 por el INCAA y el Marché du Film de Festival de Cannes con el apoyo de la Comisión Europea. Cada año, recibe a más de 2.000 miembros acreditados.

públicas dentro del panorama audiovisual y en la doble vertiente de naturaleza cultural y económica de los bienes y servicios culturales. Sin embargo, los movimientos de la UE se ven ensombrecidos por las actividades de actores privados prominentes y fundamentales que limitan su influencia e impacto.

Para los países del Mercosur, desde finales de la década de 1980, la transformación estructural de una política basada en el estricto control estatal sobre la producción cinematográfica y el contenido fílmico, a un modelo en el que los gobiernos desempeñan un papel menos substancial en el sector audiovisual, ha supuesto una mutación del sector institucional y económica (Ross, 2010). A principios de 1990, el gobierno de Argentina anunció recortes draconianos al Instituto Nacional de Cinematografía, y el gobierno de Brasil decidió desmontar su respectiva institución cinematográfica, Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes). En Argentina la producción cayó de una media de 23 filmes por año durante la presidencia de Alfonsín (1983-1989) a una media de 11 durante la primera mitad de los 1990. En Brasil, la inmediata consecuencia fue la contracción de la producción de las 74 películas en 1989 a los dígitos únicos por año en la primera mitad de los noventa del siglo XX (Alvaray, 2008: 50; Schroeder Rodriguez, 2012: 88).

Sin embargo, desde la segunda mitad de la década de 1990 y en el contexto de la globalización financiera y económica, el mercado fílmico del Mercosur ha comenzado a expandirse como consecuencia de nuevas legislaciones sobre el cine (en 1994 en Argentina y en 1995 en Brasil) y el refuerzo de las aportaciones de dinero público (Monje, 2011) así como a una fuerte colaboración entre los actores privados nacionales y globales del sector cinematográfico. En este sentido, las *majors* de Hollywood han puesto en marcha nuevas dinámicas de coproducción con productores de Argentina y Brasil (también México) y sus redes de distribución han servido como elementos fundamentales a escala global para los trabajos audiovisuales de estos países.

Obviamente las subvenciones públicas han servido para revitalizar un sector de producción cinematográfica casi inexistente a principios de 1990 en Argentina y Brasil: en 2011 el número de películas de producción nacional llegaron a 143 en Argentina y a 99 en Brasil. De forma paralela, Hollywood ha sido un actor clave: la cuota cinematográfica de Hollywood en la región del Mercosur se sitúa entre el 75% y el 95% de su mercado de 1994 a 2014. Las Tablas 1 a 3 revelan que incluso aunque la producción cinematográfica en Brasil y Argentina se haya triplicado de 2005 a 2014 y el aumento de la venta en taquilla es estable, la cuota de mercado cinematográfico nacional permanece baja y está unida a éxitos de taquilla ocasionales (Observatorio Europeo del Audiovisual, 2005-2015): la película argentina nominada a los Oscar *Relatos Salvajes* obtuvo más de un 40% de la taquilla de filmes nacionales en 2014, es decir, más de 3,4 millones de entradas; o la galardonada *El secreto de sus ojos* y el filme de dibujos animados *Metegol*, dos coproducciones argentinas con España, con más de 2,2 millones de entradas vendidas en 2009 y 2013 respectivamente; o las producciones brasileñas *Se Eu Fosse Você 2* (2009) and *Minha mãe é uma peça* (2013), que vendieron más de 5,5 y 4,6 millones de entradas respectivamente, así como *Tropa de Elite 2* (2010) que se convirtió en la película brasileña más taquillera de la historia.

Tabla 1. País del Mercosur / Año de producción, 2005-2014

Película / año de producción	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	69	96	101	123	143	132	166	172
Brasil	47	75	84	75	99	82	129	114
Uruguay	5	4	6	8	8	7	11	11

Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

Tabla 2. Cuota de mercado de producciones nacionales dentro del Mercosur 2005-2014

Cuota de mercado nacional (%)/año	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	11.9	9.0	16	9.2	7.5	7.9	15.1	17.8
Brasil	12	11.6	14.3	18.8	12.4	10.3	18.6	12.3
Uruguay	-	3.0	3.0	2.2	4.3	2	1.8	2.3

Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

Tabla 3. Venta de entradas en tres países del Mercosur, 2005-2014

Entradas vendidas (en millones)/año	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	34.9	34.7	33.3	38.0	42.5	45.1	46.1	45.6
Brasil	89.7	88.6	112.7	134.4	143.9	148.8	149.5	155.6
Uruguay	2.4	2.2	2.4	2.4	2.3	3.6	3.1	3.1

Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

Por otra parte, las inversiones de Hollywood dentro de las industrias cinematográficas nacionales suponen una fuente substancial de recursos para muchos de esos títulos (especialmente en Argentina y Brasil) en términos de distribución mundial (Alvaray 2008: 51-55):

- *Diarios de motocicleta* (2004): producida por empresas argentinas y distribuida por Focus Features en Estados Unidos y Buena Vista International en Argentina, se convirtió en una de las películas latinoamericanas más taquilleras en todo el mundo con ingresos en taquilla mundiales de 57 millones de dólares.
- *Cidade de Deus* (2002): producida en Brasil y distribuida por Miramax en Australia, Italia, México y Estados Unidos y Buena Vista International en Argentina y Reino Unido, con unos ingresos de taquilla totales de 27 millones de dólares.
- *Tropa de Elite* (2007): coproducida por Universal Pictures do Brasil y distribuida por esa misma compañía en Brasil y por United International Pictures (UIP)⁹ en Argentina, Chile Turquía con unos ingresos mundiales de taquilla de 14 millones de dólares.
- *Metegol* (2013): coproducida por Argentina y España y distribuida por Universal Pictures International en Argentina, Brasil, Chile, México y España y por UIP en Colombia y Venezuela, con una taquilla total de 25 millones de dólares.
- *Relatos Salvajes* (2014): distribuida por Warner Bros. en Argentina, Francia, Colombia, Venezuela y Spain y por Sony Pictures en Estados Unidos, Canada, Australia Y nueva Zelanda (ingresos de taquilla globales de 27 millones de dólares);
- Las películas brasileñas *Carandiru* (2003) y *2 Filhos de Francisco* (2005): coproducidas por Columbia Tristar Films of Brazil y Globo Films¹⁰ y distribuidas por la primera y Sony Pictures. Fueron dos de los filmes más taquilleros por número de entradas vendidas

Asimismo, la distribución de filmes de producción local es un grave problema dentro de la región del Mercosur. Un análisis comparativo y detallado de la taquilla de Argentina y Brasil¹¹ (ver también Tablas 2, 3 y 4) pone de relieve que la cuota de mercado de Hollywood es abrumadora, mientras que la cuota del mercado cinematográfica nacional es débil y oscilante y la proporción de películas de otros países del Mercosur o de la UE es considerablemente pequeña. En ese sentido, de acuerdo con el Observatorio Europeo del Audiovisual (2005-2010), los diez filmes más vistos entre 2009 y 2014 en Argentina incluyen tan solo uno de la UE, la producción francesa *Taken 2* con 0,9 millones de entradas vendidas en 2009; y una coproducción argentino-brasileña, *Corazón de león*, estrenada en 2013 y con una

⁹ UIP, creada en 1981, distribuye las películas de Paramount Pictures y Universal Studios films fuera de Estados Unidos, Canadá y el Caribe anglófono. Tiene oficinas en 16 países.

¹⁰ Globo Films es la compañía de producción y distribución cinematográfica más importante de Brasil, creada en 1998 y propiedad del grupo de comunicación más grande de Latinoamérica, Grupo Globo. Desde 1998 Globo Films ha producido o coproducido los éxitos de taquilla más destacados de Brasil, como es el caso de *Cidade de Deus*, *Carandiru*, *2 Filhos de Francisco*, *Se Eu Fosse Você*, *Se Eu Fosse Você 2*.

¹¹ Los datos recogidos son suficientes para llegar a conclusiones relevantes en el caso de Argentina y Brasil. Sin embargo, hay poca información disponible en lo que respecta a Paraguay y Uruguay.

taquilla de 1,7 millones. Por otro lado, los diez filmes más vistos de Brasil incluyen sólo producciones nacionales o de Hollywood.

A este respecto, las taquillas de Argentina y Brasil están dominadas por producciones de Hollywood y algunas sorpresas nacionales: es el caso, en Argentina, de *El secreto de sus ojos* (2009), *Igualita a mí* (2010), *Dos más dos* (2012), *Metegol* (2013) y *Relatos Salvajes* y *Bañeros 4* en 2014; y en Brasil de *Se Eu Fosse Você 2* y *A Mulher Invisível* en 2009, *Tropa de Elite 2*, *Nosso Lar*, *De Pernas pro Ar*, y *Chico Xavier* en 2010, *Até que a Sorte nos Separe* en 2012 y *Minha mãe é uma peça* y *De Pernas pro Ar 2* en 2013 (Observatorio Europeo del Audiovisual, 2005-2015).

Tabla 4. Top 25 filmes por número de entradas vendidas en Argentina: 2009-2014

Título original	Entradas (en millones)
Ice Age: Continental Shift (US)	4.495
Toy Story 3 (US)	3.476
Relatos Salvajes (AR/ES)	3.454
Monsters University (US)	3.342
Shrek Forever After (US)	2.995
Avatar (US)	2.921
Madagascar 3: Europe's most wanted (US)	2.856
The Avengers (US)	2.675
Despicable Me 2 (US)	2.610
Cars 2 (US)	2.223
Metegol (AR/ES)	2.213
Furious 6 (US/ES)	2.209
El secreto de sus ojos (AR/ES)	2.202
Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides (US)	2.168
Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2 (US/GB)	2.024
Frozen (US)	1.937
Maleficent (US/GB inc.)	1.888
Ice Age: Dawn of the Dinosaurs (US)	1.861
Iron Man 3 (US/CA)	1.860

The Dark Knight Rises (US/GB)	1.807
Alice in Wonderland (US)	1.777
Rio 2 (US)	1.709
Kung Fu Panda 2 (US)	1.709
Rio (US)	1.707
Corazón de león (AR/BR)	1.704

Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

Tabla 5. Top 25 filmes por número de entradas vendidas en Brasil: 2009-2014

Título original	Entradas (en millones)
Tropa de Elite 2 (BR)	11.508
The Avengers (US)	10.911
The Twilight Saga: Breaking Dawn – Part 2 (US)	9.453
Ice Age: Dawn of the Dinosaurs (US)	9.426
Ice Age: Continental Drift (US)	8.728
Iron Man 3 (US/CA)	7.633
Shrek Forever After (US)	7.322
The Twilight Saga: Breaking Dawn – Part 1 (US)	7.020
Despicable Me 2 (US)	6.989
Rio (US)	6.352
The Fault in our Stars (US)	6.165
Maleficent (US/GB inc.)	5.755
Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2 (US/GB inc.)	5.577
The Twilight Saga: Eclipse (US)	5.577
Se Eu Fosse Você 2 (BR)	5.534
New Moon (US)	5.333
Madagascar 3: Europe's most wanted (US)	5.269
Rio 2 (US)	5.212

Alice in Wonderland (US)	5.186
The Dark Knight Rises (US/GB)	5.146
The Amazing Spider-Man (US)	5.145
Alvin and the Chipmunks (US)	5.087
The Smurfs (US)	5.075
2012 (US/CA)	4.991
X-Men: Days of Future Past (US)	4.923

Fuente: Observatorio Europeo del Audiovisual

Es importante señalar que la región latinoamericana es uno de los mercados mundiales en crecimiento más importantes (Tabla 6): mientras que en 2005 los mercados cinematográficos de la UE y Estados Unidos/Canadá mostraron claros síntomas de estancamiento, la taquilla de Latinoamérica prácticamente se triplicó, de 1.100 millones de dólares en 2005 a 3.000 millones en 2014, el aumento más significativo a nivel mundial. Más específicamente, Brasil se situaba en 2014 en el undécimo mercado cinematográfico más grande del mundo (con 800 millones de dólares) y Argentina en el número 17 (200 millones de dólares). La Tabla 3 revela asimismo que de 2005 a 2014 la venta total de entradas de cine en Brasil casi se ha doblado y que en Argentina ha aumentado de manera considerable.

Tabla 6. Taquilla por regiones, 2005-2014

Taquilla por regiones (en miles de millones de dólares)/ año	2005	2008	2011	2013	2014
US/Canadá	8.8	9.6	10.2	10.9	10.4
Europa, Oriente Medio y África	7.6	9.7	10.8	10.9	10.6
Asia Pacífico	5.6	6.8	9.0	11.1	12.4
Latinoamérica	1.1	1.6	2.6	3.0	3.0
Total internacional	23.1	27.8	32.6	35.9	36.4

Fuente: Motion Pictures Association of America

Sin embargo, la cuota del mercado cinematográfico propio permanece baja a pesar de las nuevas medidas políticas nacionales abordadas en el sector cinematográfico (Observatorio Europeo del Audiovisual, 2005-2015). En 2009, la agencia brasileña del cine Ancine estableció un fondo sectorial para apoyar la industria audiovisual local que contaba con una media de 46 millones de dólares anuales. En 2013 el gobierno de Brasil estableció cuotas de exhibición para

producciones brasileñas: cada pantalla debía dedicar un mínimo número de días al año para las producciones locales (dependiendo del número de salas del cine, la regulación exige de 28 a 63 días). Asimismo, en 2009, el INCAA adoptó una normativa de exhibición para asegurar espacio para los filmes de origen nacional: los exhibidores tienen que dedicar al menos dos semanas a producciones locales.

4. Devolviendo a gobiernos y grupos cinematográficos al juego de la cooperación

El impacto del modelo europeo del audiovisual se enfrenta no solo al lugar prominente que ocupan las *majors* de Hollywood en la región del Mercosur, sino también a la falta de voluntad política de los propios miembros del Mercosur. Un análisis a fondo de la cooperación cinematográfica iberoamericana (Domínguez, 2008) pone de relieve las debilidades institucionales de la cooperación audiovisual del Mercosur, así como las preferencias de los gobiernos nacionales del Mercosur y sus organizaciones cinematográficas.

Los primeros documentos formales relacionados con la cooperación audiovisual en Iberoamérica se firmaron en Caracas (Venezuela) en noviembre de 1989, en la forma de Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, un acuerdo para la profundización de la cooperación audiovisual entre los países de la región signada por doce países¹². El acuerdo estableció dos instrumentos institucionales claves: la Conferencia de Actividades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) y la Secretaría Ejecutiva de la Cinematografía Iberoamericana. La primera es una agencia multilateral fundamental para el reforzamiento y consolidación para la cooperación audiovisual iberoamericana, compuesta por las autoridades públicas competentes y a cargo de implementar y mejorar el acuerdo; la segunda es el órgano técnico y ejecutivo, con sede en Caracas. En este sentido, la VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Presidentes de Gobierno (Isla Margarita, Venezuela, 1997) aprobó el establecimiento del Programa Ibermedia (Programa de desarrollo audiovisual en apoyo de la construcción del espacio visual iberoamericano). El programa formaba parte de la política audiovisual de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica e ilustraba la voluntad política de los participantes en establecer un programa que diera los primeros pasos para la creación de un espacio audiovisual latinoamericano.

De manera paralela, otras dos iniciativas ponían de relieve que los grupos de profesionales del audiovisual apoyaban ampliamente la construcción de un panorama audiovisual latinoamericano integrado: la creación del Mercado Iberoamericano de la Industria Audiovisual en 1995 y el establecimiento –bajo la iniciativa de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles – de la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y

¹² Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Perú, España y Venezuela.

Audiovisuales (FIPCA) en 1997 (Crusafon, 2011: 33), tres años antes de la creación de la Asociación de Productores Audiovisuales del Mercosur en 2000.

Al principio, la Federación Iberoamericana se creó instigada por los productores españoles seguidos de los productores de tres países: Argentina, México y Venezuela. Tenía dos objetivos principales: primero, apoyar la cooperación iberoamericana; segundo, ayudar los productores de latinoamericanos a organizarse a nivel nacional para ejercer presión sobre sus autoridades nacionales para que adoptaran legislaciones referentes al sector cinematográfico. Un ejemplo exitoso de nuestra acción sería el caso de Colombia y los nuevos fondos y regulación del sector cinematográfico (entrevista realizada por el autor con un alto oficial de la FIPCA, 4 de noviembre de 2015).

En 1998, Ibermedia tenía doce miembros: dos estados miembros de la UE (España y Portugal) y tres países integrantes del Mercosur (Argentina, Brasil y Uruguay), además de otros siete países latinoamericanos (Colombia, Cuba, Chile, Perú, Bolivia, Puerto Rico, México, Venezuela)¹³. “Al comienzo, Ibermedia se creó sin la participación de las autoridades cinematográficas nacionales. La iniciativa la tomaron el Ministerio de Exteriores y el Ministerio de Cultura españoles” (entrevista realizada por el autor con un alto oficial del INCAA, 5 de noviembre de 2015). Los objetivos de Ibermedia se centraban en prestar ayuda financiera a productores cinematográficos, promover la distribución y exhibición de películas iberoamericanas, y por último auspiciar intercambios y formación de personal del sector audiovisual entre los países iberoamericanos.

En lo que respecta los recursos financieros, cada país contribuye al fondo multilateral de acuerdo con su desarrollo económico (a partir de una cantidad mínima de 100.000 dólares). Durante el periodo 1998-2014, el presupuesto total del programa ha sido de 83 millones de dólares y ha supuesto el apoyo a más de 2.050 proyectos incluyendo a sectores como desarrollo de guión (757 proyectos), coproducciones (679), formación (343), y apoyo para la distribución y exhibición (328). Claramente, por el momento, el programa multilateral supone un trasvase político exitoso de la UE a la región iberoamericana a partir del Programa MEDIA de la UE.

Ibermedia tiene sus oficinas en Madrid y España contribuye anualmente con más del 40% del total de su presupuesto (36,6 millones de dólares), seguida de Brasil, México, Venezuela, Argentina y Portugal (ver también Paz García, 2011, y Villazana, 2008). “Las autoridades españolas crearon este fondo para hacerse con películas latinoamericanas. Era una opción ganadora tanto para España como para los grandes países productores de Latinoamérica” (entrevista realizada por el autor con un alto oficial de la Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica, 3 de noviembre de 2015). Más específicamente, durante el periodo 1998-2014, la contribución de Brasil alcanzó los 8,8 millones de dólares y la de Argentina los 5,1 millones (ver Tabla 8). Por el contrario, países menos desarrollados en términos de industria cinematográfica como Guatemala, Paraguay, República Dominicana,

¹³ En la actualidad los miembros de Ibermedia son 21: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, España, Uruguay y Venezuela.

Costa Rica, Ecuador o Panamá aportaron a menudo tan solo la cantidad mínima (100.000 dólares). Al mismo tiempo, España ha sido la mayor receptora de fondos financieros del programa Ibermedia, con un 15% del total de los recursos (14,9 millones de dólares), seguida de Brasil (8,77 millones) y Argentina (8,18 millones). “Tras la crisis económica en España, la contribución española a Ibermedia se ha reducido drásticamente. Para los grandes productores latinoamericanos como Brasil, Argentina y México, Ibermedia no es tan importante como para los pequeños países latinoamericanos. Pero en la primera década del siglo XXI Ibermedia era el mayor fondo para la producción” (entrevista realizada por el autor con un alto oficial del INCAA, 5 de noviembre de 2015).

Tabla 7. Subvenciones Ibermedia por país, 1998-2014

País/recursos financieros (en millones de dólares)	Total de las aportaciones realizadas	Total de las aportaciones recibidas
España	36.67	14.92
Brasil	8.84	8.77
México	5.95	6.33
Venezuela	5.51	6.37
Argentina	5.09	8.18
Portugal	4.25	5.01
Colombia	2.29	4.97
Uruguay	2.05	3.85
Cuba	2.00	3.93

Fuente: Ibermedia

A este panorama deberían añadirse otros cinco instrumentos institucionales que refuerzan la cooperación audiovisual latinoamericana:

1. el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva (España), establecido en 1974 y el Foro Iberoamericano de Coproducción en 2000 en paralelo al Festival bajo el auspicio de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España con la colaboración del Instituto Español de Comercio Exterior;
2. el Observatorio Iberoamericano Audiovisual establecido en el año 2010 a iniciativa del Instituto do Cinema e Audiovisual de Portugal¹⁴ con el

¹⁴ Es preciso señalar que las autoridades del Mercosur tomaron la decisión de suspender las actividades del Observatorio Audiovisual del Mercosur para concentrar sus recursos en una sola institución y prevenir así el solapamiento de competencias. Sin embargo, Daniele Canedo and Carmina Crusafon (2014: 536) apuntan que

- objeto de reunir, sistematizar y diseminar información clave de los sectores cinematográfico y audiovisual de los países iberoamericanos¹⁵. El Observatorio tiene una estrecha colaboración con el *Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano* creado en 2009 con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo;
3. desde 2014, se implementó entre los países iberoamericanos el programa técnico de cooperación Ibermemoria Sonora y Audiovisual para la preservación de la memoria sonora y audiovisual de la región. Su presupuesto es de 320.000 dólares y la contribución de Argentina y Brasil alcanza los 50.000;
 4. DOCTV Latinoamérica es un programa, auspiciado por la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica, para promover la producción y teledifusión del documental latinoamericano. Del 2005 al 2012 se han producido un total de 57 documentales;
 5. por último, en 2015, la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica lanzó Pantalla CACI, una plataforma de vídeo bajo demanda que ofrece títulos del catálogo de filmes de Ibermedia así como documentales de DOCTV Latinoamérica.

Finalmente, otro ejemplo más que ilustra el rol destacado de los miembros de la UE en la acción audiovisual exterior es el programa francés Aides au cinema du monde. El fondo, controlado por el Centre national du cinema francés y el Institut français, está dedicado a la coproducción internacional. Tiene un presupuesto anual de seis millones de euros y apoya anualmente 50 proyectos. Durante el periodo 2012-2014 doce filmes de países del Mercosur han recibido ayuda financiera de este fondo: nueve películas argentinas (*Refugiado, La Patota, Sin Título, Zama, Evita, Ciel du Centaure, Ardor, Wakolda, El 5*; una de Brasil, *Les bonnes manières*; una argentino-paraguaya, *Exercices de mémoire*; y una paraguaya: *La dernière terre*.

se excluyó al Observatorio Audiovisual del Mercosur de las cinco actividades centrales del Programa Audiovisual del Mercosur "por falta de recursos junto a la necesidad de priorizar las inversiones".

¹⁵ Como se menciona en la 17ª Reunión Extraordinaria de la CACI, "los representantes de Portugal presentaron un proyecto para implementar el Observatorio Iberoamericano del Audiovisual. Expresaron que se basa en la experiencia del Observatorio Europeo y que se ejecutaría desde Portugal" (Conferencia de Actividades Cinematográficas de Iberoamérica, 2008: 5). En 2010, en la 19ª Reunión de la CACI, un representante del Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA) estaba presente para ofrecer información específica sobre el propio Observatorio.

5. Reflexiones finales

Este artículo ha desarrollado una investigación en torno a la cooperación entre la UE y el Mercosur, las preferencias de la diplomacia cinematográfica de la UE y los gobiernos de los países del Mercosur, y el sitio ocupado por las *majors* de Hollywood en el panorama cinematográfico del Mercosur. Esta perspectiva revela tres conclusiones fundamentales:

1. La diplomacia de la UE ha buscado promover el modelo europeo del audiovisual en la región del Mercosur. En este sentido, incluso aunque la Convención sobre la diversidad de las expresiones culturales no es mencionada específicamente, la cooperación cinematográfica entre la UE y el Mercosur se ha basado en dos de los principios fundamentales de la Convención: la especificidad de los bienes y servicios culturales y la importancia de las políticas culturales para la diversidad de las expresiones culturales. Sin embargo, el interés de los gobiernos nacionales del Mercosur hacia la integración audiovisual de la región ha quedado más en declaraciones formales que en la provisión de recursos financieros sustanciales, voluntad política o implicación dinámica de las organizaciones cinematográficas. Es revelador que el Foro de Competitividad del Sector Cinematográfico haya dejado de existir, así como que Mercado del Film del Mercosur haya fracasado en la atracción de profesionales del sector cinematográfico (una de las máximas prioridades del INCAA) y que las organizaciones cinematográficas se compongan básicamente del mercado cinematográfico latinoamericano Ventana Sur.
2. La cooperación audiovisual iberoamericana muestra que una transferencia de política para ser exitosa ha de dar cabida a tres factores clave: el liderazgo de un actor tal como el gobierno español a la hora de movilizar recursos destacados, el interés político y económico real de los gobiernos nacionales para seguir el camino marcado por el emprendedor político e implicarse en el juego de la cooperación, y la movilización de las principales destinatarias de la cooperación, es decir, las organizaciones cinematográficas. Mientras que tanto Iberedia como el Programa Media del Mercosur se basaron en el modelo audiovisual europeo, la ausencia de políticas emprendedoras para impulsar la cooperación cinematográfica dentro del Mercosur, la falta de presión por parte de las organizaciones de profesionales del sector cinematográfico así como la reticencia o indiferencia de las autoridades nacionales han dado como resultado una cooperación cinematográfica débil y muy limitada entre los países del Mercosur.
3. Las *majors* de Hollywood siguen siendo un actor principal dentro del Mercosur. A pesar de la intervención pública, aún ocupan un lugar destacado en los ingresos de taquilla de los países del Mercosur, y proveen de recursos sustanciales a varios de los países del Mercosur para la

distribución mundial y visibilidad global de sus filmes. Aunque la industria audiovisual del Mercosur (especialmente la de Brasil y Argentina) ha crecido rápidamente en los últimos quince años debido a múltiples factores –nuevas legislaciones y políticas en el sector cinematográfico, mayor rol del sector privado, reforzamiento de la cooperación bilateral y multilateral– los mercados cinematográficos nacionales de los países que conforman el Mercosur se caracterizan por la dominación de los productos audiovisuales procedentes de unos pocos conglomerados hollywoodienses y por una extremadamente pequeña proporción de películas de otros países (Vlassis, 2014: 177). En este sentido, la cuestión capital en lo que respecta al Mercosur tiene que ver con un mayor equilibrio y más diversidad en el intercambio de expresiones audiovisuales.

Referencias

- Alvaray, L. (2008), “National, Regional, and Global: New Waves of Latin American Cinema”, *Cinema Journal*, 47(3), 48-65.
- Conferencia de Actividades Cinematográficas de Iberoamérica (2008), *XVII Reunión extraordinaria de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica*, 26 de noviembre, Montevideo, Uruguay.
- Canedo, D. y Crusafon, C. (2014), “The European Audiovisual Policy Goes Abroad: the Case of Inter-regional Cooperation with Mercosur” en K. Donders, C. Pauwels and J. Loisen (ed.), *The Palgrave Handbook of European Media Policy*, Londres: Palgrave MacMillan, 526-541.
- Crusafon Baqués, C. (2011), “El espacio audiovisual euro-latinoamericano: el cine como eje central de la cooperación supranacional”, *Anàlisi* 41, 27-45.
- Crusafon, C. (2009), “La política audiovisual del MERCOSUR y la influencia del modelo europeo”, *Cuadernos de Información*, 25, 93-104.
- Canedo, D. (2013), *Is Everybody against Hollywood? Policies, networks and film flows of the Mercosur Film Space and the Cooperation with European Union*, Tesis Doctoral, Universidad Federal Da Bahia and Vrije Universiteit Brussel.
- Dominguez, J.M.M. (2008), “Diversidad audiovisual e integración cultural: analizando el programa Ibermedia”, *Comunicación y Sociedad*, 9, 95-118.
- Observatorio Europeo del Audiovisual (2005-2015), *Focus: World Film Market Trends*, Estrasburgo: Observatorio Europeo del Audiovisual.
- Comisión Europea (2007), *Documento Estratégico Regional Mercosur 2007-2013*, E/2007/1640, 2 de agosto.
- Comisión Europea (2008a), *Preparatory Action Mercosur Audiovisual Program*, Brussels, DCI/ALA/2008/020297, URL: https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/aap-Mercosur-audio-visual-latin-america-af-2008_en.pdf.
- Comisión Europea (2008b), *Cannes declaration 2008, Declaration of European Audiovisual Affairs Ministers and of the European Commission member responsible for the Information Society and Media*, Día Europeo del Festival de Cine de Cannes, 19 de mayo, URL: https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/cannes_2008_en.pdf.
- Unión Europea-Mercosur (1999), *Interregional framework cooperation agreement between the European Community and its Member States; of the one part, and the Southern*

- Common Market and its Party States, of the other part*, 22 de marzo, URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:r14013>.
- Galperin, H. (1999), "Cultural industries policy in regional trade agreements: the cases of NAFTA, the European Union and MERCOSUR", *Media Culture Society*, 21(5), 627-648.
- Getino, O. (2011), "Avances en las políticas de integración de las cinematografías iberoamericanas", *Cinémas d'Amérique latine*, 19, URL: <http://cinelatino.revues.org/1085>.
- Mercosur (2003), *Creación de la RECAM*, MERCOSUR/GMC/RES. N°49/03.
- Loisen, J. y De Ville, F. (2011) "The EU-Korea Protocol on Cultural Cooperation: Toward Cultural Diversity or Cultural Deficit?", *International Journal of Communication*, 5, 254-271.
- Moguillansky, M. (2009), "Cine, política y Mercosur. Un balance de los comienzos de una política cinematográfica regional", *Políticas Culturais em Revista*, 2(2), 137-154.
- Monje, D. (2011), "Políticas del audiovisual en MERCOSUR (1991-2007)", *Cuadernos de Información*, 28, 81-94.
- Paz García, C. (2011), *El agotamiento del modelo cinematográfico analógico: distribución y exhibición digital: un nuevo marco para la cooperación audiovisual iberoamericana*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Psychogiopoulou, E. (2014), "The External Dimension of EU Cultural Action and Free Trade: Exploring an Interface", *Legal Issues of Economic Integration*, 41(1), 65-86.
- Richieri Hanania, L. y Ruiz Fabri, H. (2014), "European Media Policy and Cultural diversity at the international level: the EU's Role in Fostering the Implementation of the 2005 UNESCO Convention" en K. Donders, C. Pauwels and J. Loisen (ed.) *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. London: Palgrave Macmillan, 493-508.
- Ross, M. R. (2010), "Audiovisual laws and legal intervention in South American cinematic culture", *International Journal of Cultural Policy*, 16(4), 418-432.
- Sarikakis, K. y Ganter, S. (2014), "Priorities in global media policy transfer: Audiovisual and digital policy mutations in the EU, MERCOSUR and US triangle", *European Journal of Communication*, 29(1), 17-33.
- Schroeder Rodriguez, P. A. (2012), "After New Latin American Cinema", *Cinema Journal*, 51(2), 87-112.
- Villazana, L. (2008), "Hegemony Conditions in the Coproduction Cinema of Latin America: the Role of Spain", *Framework*, 49(2), 65-85.
- Vlassis, A. (2015a), "Diversité des expressions culturelles: retour du politique", *Chronique Culture, commerce et numérique*, Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation, enero (edición especial).
- Vlassis, A. (2015b), *Gouvernance mondiale et culture: de l'exception à la diversité*. Liège: Presses universitaires de Liège.
- Vlassis, A. (2014), "Culture development and technical and financial assistance on the basis of the Convention" en L. Richieri Hanania (ed.) *Cultural diversity in international law: the effectiveness of the UNESCO Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*. London: Routledge, 167-180.
- Vlassis, A. (2011), "La mise en oeuvre de la Convention sur la diversité des expressions culturelles: portée et enjeux de l'interface 'commerce-culture'", *Etudes internationales*, 42(4), 493-510.