

**LAS EXIGENCIAS DE CONTENIDO LOCAL EN EL CINE, LA RADIO Y LA  
TELEVISIÓN COMO MEDIO DE DEFENSA DE LA DIVERSIDAD  
CULTURAL: TEORÍA Y REALIDAD**  
(*Parte 2*)

**Ivan Bernier**

**Parte 2 : Las exigencias de contenido local como herramientas de defensa de la diversidad cultural: justificaciones y futuro**

La primera parte de esta crónica tenía por objeto poner de relieve la contradicción importante que existe entre la concepción básicamente negativa que la ciencia económica hace de las restricciones cuantitativas en general y la tolerancia de las que éstas se benefician en hecho y en derecho en su aplicación en los sectores del cine, la radio y la televisión. Pero esta constatación no explica porqué tal tolerancia juega en esos sectores particulares. Para conocer más al respecto, en primer lugar nos preguntamos sobre los argumentos que abogan por el recurso a exigencias de contenido local en los sectores en cuestión. Sin embargo, aun cuando esos argumentos se reciben, sigue habiendo reservas en cuanto a las exigencias de contenido local, sea porque no se consideran eficaces desde una opinión económica o sea porque simplemente las nuevas tecnologías de la comunicación dificultan los controles sobre los contenidos. En segundo lugar, nos preguntamos sobre el futuro de las exigencias de contenido local como herramientas de defensa de la diversidad cultural.

**A. JUSTIFICACIONES DEL RECURSO A LAS EXIGENCIAS DE CONTENIDO LOCAL EN LOS SECTORES DEL CINE, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN**

Ciertos argumentos, tanto económicos como políticos, ya fueron adelantados para justificar el recurso a las exigencias de contenido local en los sectores en cuestión. Aquí examinaremos de manera breve esos diferentes argumentos, tratando de evaluar la pertinencia.

**- *Los argumentos económicos***

Éstos están vinculados tanto a las características de los bienes culturales como a las fallas del mercado en el sector cultural. En la medida en que pretenden justificar la intervención del Estado en favor de las industrias culturales, pueden considerarse como una justificación del recurso a las exigencias de contenido local cuando las circunstancias lo justifican.

El argumento clásico vinculado a las características de los productos culturales quiere que éstos sean tratados de manera diferente de los otros productos porque constituyen “bienes públicos” más que “bienes privados”. En su definición más corriente, un “bien público” es un bien accesible a todos sin que su uso por un agente cualquiera ponga en tela de juicio su disponibilidad para otros, como las carreteras o la defensa. Además, cuando tal bien se proporciona a algunos, se encuentra, lo quieran o no, ofrecido a todos. Por oposición, un bien “privado” es un bien cuyo consumo por un individuo disminuye la cantidad disponible de ese bien para los otros individuos y es un bien cuyo costo de producción está directamente relacionado a la cantidad de personas que lo consumen. Al aplicarla al sector de los productos culturales, esta distinción conduce a considerar los productos del cine, la televisión y la radio como productos mixtos, pero más cerca de los bienes públicos que de los privados, porque la adición de un espectador o de un auditor suplementario no implica, en la práctica, ningún aumento de los costos de producción.

Cierto número de estudios recientes demuestran que esta última característica de la producción cinematográfica y audiovisual facilita la comercialización en el mercado internacional de productos cuyo costo ya fue ampliamente amortizado en el mercado doméstico, permitiendo precios de venta ajustados a la capacidad de pago de los consumidores de los distintos países, sin que se pueda, propiamente dicho, calificar tal comportamiento de *dumping*, aunque en los hechos el resultado se asemeja a esto último.<sup>1</sup> En tal contexto, se puede comprender que un gran número de países se encuentra en una situación difícil cuando sus productores, ya enfrentados a un mercado doméstico relativamente limitado, deben además hacer frente a una producción cinematográfica y audiovisual extranjera accesible a bajo precio. Según las circunstancias, puede suceder que la única forma de resistir en tales casos consiste en el recurso a las exigencias de contenido nacional.

---

<sup>1</sup> Ver por ejemplo C. Edwin Baker, «*An Economic Critique of Free Trade in Media Products*», 78 *North Carolina Law Review* 1358 (2000) ; Peter Grant & Chris Wood, *Le marché des Étoiles – Culture populaire et mondialisation*, Montréal, Boréal, 2004, chapitre 3.

También se adelantaron diferentes argumentos vinculados a las fallas del mercado con el fin de justificar la intervención de los Gobiernos en favor de sus industrias culturales. Examinaremos aquí dos de esos argumentos que se mencionan con mayor frecuencia, es decir, la existencia de externalidades y el abuso de posición dominante.

El argumento económico, basado en la existencia de las externalidades, justifica la intervención del Estado en favor de las industrias culturales por el hecho de que los productores de bienes culturales hacen que la colectividad saque provecho de efectos benéficos que desbordan la remuneración que ellos mismos reciben. Estos efectos benéficos no remunerados, o “externalidades”, se encuentran por ejemplo, por una parte, en el hecho de que una producción cultural dinámica realza el sentimiento de identidad y orgullo a nivel nacional así como el prestigio a nivel internacional, influye en las decisiones de inversión y atrae a los consumidores así como a los turistas; o también, por otra parte, en el hecho de que los productos culturales desempeñan un papel importante para la integración de los individuos en el seno de una sociedad.<sup>2</sup> Muchos autores más bien críticos de la intervención gubernamental en el sector cultural le dan una cierta validez al argumento basado en la existencia de las externalidades.<sup>3</sup> Pero, al mismo tiempo, hacen valer que ese argumento se basa en hipótesis difícilmente demostrables y que podría extenderse sin dificultad a muchos otros productos. Estas críticas destacan, de manera particular, la dificultad de aplicar políticas responsables y eficaces sobre la única base de consideraciones tan vagas. Lo que explica que a menudo se invoque el argumento de las externalidades conjuntamente con los argumentos vinculados a las características del producto, al que se acerca mucho.

El abuso de posición dominante es un argumento que a menudo se menciona, especialmente en relación con la industria cinematográfica, para justificar las exigencias de contenido local.<sup>4</sup> Se hace

---

<sup>2</sup> Ver David Cwi, "Public Support of the Arts : Three Arguments Examined", (1980) 4 *Journal of Cultural Economics*, p. 39 à 40-43. Las externalidades pueden ser positivas o negativas. Son negativas, a la inversa del ejemplo dado más arriba, cuando el productor o el comprador no asume una parte de los costos.

<sup>3</sup> Ver Globerman, Steven, *Cultural regulation in Canada*, Montréal : Institut de recherches politiques, 1983, p. 60 ; Sapir, André, «Le commerce international des services audiovisuels. Une source de conflits entre la Communauté européenne et les États-Unis» dans *L'espace audiovisuel européen*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1991, p. 168 ; Ming Shao, W., "Is There No Business Like Show Business? Free Trade and Cultural Protectionism", (1995), 20 *Yale Journal of International Law*, p. 105 à 141

<sup>4</sup> Ver sobre este tema, entre otros, Farchy, Joëlle, *La fin de l'exception culturelle?* Paris, CNRS Editions, 1999, p. 200; Sapir, André, «Le commerce international des services audiovisuels. Une source de conflits entre la Communauté européenne et les États-Unis » dans *L'espace audiovisuel européen*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1991, p. 165 ; Shao, supra, note 3, p. 131

valer que tales medidas son necesarias con el fin de oponerse a las prácticas desleales de los grandes productores que abusan de su posición dominante en el sector de la distribución para imponer condiciones que favorecen a sus pares en detrimento de los productores extranjeros. De hecho, debe reconocerse que es tal el control que ejercen los *majors* estadounidenses sobre las redes de distribución en ciertos países, que es difícil hablar de una verdadera competencia en ese ámbito.

El argumento de abuso de posición dominante no está desprovisto de fuerza. Cuando se conoce el carácter sumamente integrado de la industria estadounidense del cine, cuando se sabe que los tribunales forzaron, al terminar la Segunda Guerra Mundial, a los *majors* a abandonar sus intereses en las salas de cine estadounidenses con vistas a restablecer una determinada competencia, lo que los llevó a invertir inmediatamente en las redes de salas extranjeras<sup>5</sup>, cuando se considera su posición de fuerza en la distribución en muchos países extranjeros, resulta un poco sorprendente el reducido número de diligencias judiciales por abuso de posición dominante intentadas estos últimos años contra los *majors*, tanto en Estados Unidos como en el extranjero. Aunque tal conducta se puede explicar, desde una óptica económica, como una manera justificada de repartir los riesgos asociados a la producción de películas apropiándose de las rentas procedentes de la distribución, la práctica como tal, sin embargo, sigue siendo dudosa en el plano de la competencia.

Por último, cuando se observan más de cerca los distintos argumentos económicos que pueden justificar el recurso, en ciertas circunstancias, a las exigencias de contenido local, nos damos cuenta que esos argumentos, por bien fundados que estén, resultan a menudo de muy difícil aplicación y se termina por no tenerlos en cuenta. Precisamente, es lo que constata Shao cuando deja entender que las variables que son difíciles de documentar se deberían ignorar completamente cuando sus fines son políticos.<sup>6</sup> Pero esta posición es puesta en duda en forma terminante por Baker, quien escribe al respecto: *“Encuentro que es el colmo de la irracionalidad ignorar las variables que podrían ser las más significantes para el bienestar humano sólo porque no son científicamente cuantificables. Ignorarlas puede simplemente conducir a resultados extremadamente erróneos”*.<sup>7</sup> Sin embargo, aunque estamos totalmente de acuerdo con Baker sobre este punto, nos parece que la conservación de un espacio cultural propio para cada comunidad sobre la base de tales argumentos exige que sea

---

<sup>5</sup> Ver Fox, Craig G. “Paramount Revisited : The Resurgence of Vertical Integration in the Motion Picture Industry”, (1992) 21(2) *Hofstra Law Review* 505.

<sup>6</sup> Shao, supra, note 4, p. 141, 146-147.

<sup>7</sup> Baker, supra, note 1, note 87

apoyada por argumentos políticos, ya que son éstos, en última instancia, los que permitirán determinar la importancia real de esas variables.

### **- *Los argumentos políticos***

Por lo general, el argumento invocado hasta hace poco para justificar la implantación de exigencias de contenido local en los sectores del cine y del audiovisual era el de la conservación de la identidad nacional. Este argumento fue el que utilizaron diferentes países europeos en los años 1920-1930 para justificar la instauración de cuotas de pantalla con el fin de contrarrestar la entrada masiva de productos cinematográficos estadounidenses; este argumento también sirvió de base para la adopción del artículo IV del GATT de 1947 que vino a legitimar, como lo vimos anteriormente, el recurso a las cuotas de pantalla en el caso del cine; era el que se utilizaba aún en el momento de entrada en vigor de la OMC en 1995 para justificar el mantenimiento de acuerdos de coproducción cinematográfica incompatibles, en principio, con el tratamiento de la nación más favorecida del artículo II del GATS.

El argumento en cuestión, sin embargo, no está libre de críticas. Hay tres en particular que merecen mencionarse. La primera es que la penetración de los productos culturales extranjeros en un territorio nacional tiene un impacto muy limitado en las culturas nacionales ya que los consumidores de esos productos siempre toman una determinada distancia con relación al contenido de los mismos. Es la conclusión a la que llegaban en 1990 Elihu Katz y Tamar Liebes, en su estudio sobre la reacción de los telespectadores ante las emisiones de televisión importadas.<sup>8</sup> La segunda crítica es que toda intervención del Estado a favor de sus industrias culturales con el fin de proteger la identidad nacional supone, al principio, una percepción relativamente clara de lo que caracteriza esa identidad, la que por lo general está ausente, volviendo entonces a generalidades que no tienen nada de realmente característico. Precisamente, es lo que hizo valer Estados Unidos en el debate sobre la Directiva “Televisión sin fronteras”, al poner en duda la existencia de una verdadera identidad cultural europea. La última crítica es que aunque exista una identidad nacional, no hay pruebas de que la intervención del Estado en favor de sus industrias culturales pueda reforzarla, el vínculo entre

---

<sup>8</sup> Elihu Katz & Tamar Liebes, *The export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*, New York, Oxford University Press, 1990.

producción cultural e identidad nacional tampoco resulta evidente.<sup>9</sup> Pero a esas críticas se puede responder que la dificultad para describir la identidad nacional es, por una parte, porque remite a referencias muy distintas y, por otra, porque nunca es realmente fija ya que debe adaptarse constantemente a factores internos y externos a la vez. Es por esto que, para la preservación y el desarrollo de una identidad, no es necesario que todos los productos culturales reflejen a esta última, lejos de eso, sino que lo que se requiere es una producción cultural autónoma, incluida como forma de discurso.

Desde comienzos de los años noventa, distintos autores, influenciados entre otras cosas por los trabajos de la UNESCO sobre el desarrollo cultural<sup>10</sup>, pusieron en evidencia una concepción del lugar que ocupan las industrias culturales en la sociedad, que hace de éstas un instrumento esencial para el funcionamiento democrático del Estado. Al respecto, en 1992, un investigador australiano, John Sinclair, decía:

Las industrias culturales producen bienes o servicios que expresan, de una manera u otra, la forma de vida de una sociedad, como las películas y la televisión, o incluso, que ocupan un lugar particular en su sistema de comunicaciones sociales, como la publicidad o la prensa. Son industrias que expresan y transponen la vida social en música, en palabras, en imágenes. Ofrecen los términos y los símbolos que labran nuestro pensamiento y nuestro discurso a propósito de nuestras diferencias sociales, del deseo de distintos grupos de ser reconocidos, de la afirmación y la contestación de los valores sociales y, finalmente, de la experiencia del cambio social.<sup>11</sup>

Esta visión del papel de las industrias culturales en el funcionamiento democrático de las sociedades, retomada por otros autores más tarde<sup>12</sup>, se basa en el artículo 27 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* que afirma que “*Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad*”. Por lo tanto, la producción cultural, al igual que la educación, se manifiesta como susceptible de permitir al individuo a emanciparse y al ciudadano que él es a adaptarse y participar en la vida de los medios y colectividades en los que opera. Visto de esta

---

<sup>9</sup> Ver Richard Collins, «*National Culture: A Contradiction in Terms*», (1991) *Canadian Journal of Communication*, Volume 16 (2).

<sup>10</sup> En efecto, para la UNESCO “la participación en la vida cultural es la traducción, a nivel valores, de la participación de todos en la vida pública y en el desarrollo de las sociedades. Por esta razón, sin el ejercicio de los derechos culturales no habrá una verdadera democracia cultural y, al final de cuentas, quizás tampoco una auténtica democracia política”: UNESCO, «*Qu'est-ce que la Décennie mondiale du développement culturel*», dans *Guide pratique de la Décennie mondiale du développement culturel*, Vendôme, Presses universitaires de France, 1987, p. 22

<sup>11</sup> J. Sinclair, «*Media and Cultural Industries: An Overview*», *CIRCIT Newsletter*, Vol.4, No 5, Août 1992, pp 3-4.

manera, el argumento que hace de la conservación de una expresión cultural propia un desafío democrático reúne algunos de los argumentos puestos en evidencia por los economistas, en particular los relativos al hecho de que los productos culturales constituyen bienes públicos.

Ahora bien, se puede concebir fácilmente que el derecho a la expresión cultural se comprometerá seriamente si los productos culturales extranjeros penetran en tal cantidad en el territorio nacional que llegan a sofocar a la producción cultural doméstica, privando así a las comunidades culturales que les concierne de un discurso simbólico esencial a su propio desarrollo. Este peligro es el que actualmente se invoca cada vez más como justificación por los países que mantienen exigencias de contenido local en el cine, la televisión y la radio. De hecho, el recurso a este tipo de exigencias particulares puede asumirse, en estas condiciones, como una medida de salvaguarda cultural cuyo objetivo fundamental consiste en asegurar el derecho a la expresión cultural de los ciudadanos.

No obstante, el ejercicio de este derecho no está exento de limitaciones y ya se hizo valer, al respecto, que toda forma de restricción relativa a los intercambios de contenido iba contra otro derecho fundamental, el de la libertad de opinión y expresión. Este argumento es el que invocaba de manera particular Estados Unidos en los años setenta para condenar la tentativa de la UNESCO de instaurar un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Este argumento se basaba, en particular, en la Primera Enmienda a la Constitución Estadounidense (*“El Congreso no dictará ninguna ley por la que se limite la libertad de palabra, o de la Prensa”*) y también en el artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, (*“todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”*). Recientemente, en el marco de los procedimientos que condujeron a la adopción, en octubre de 2003, por parte de la Conferencia General de la UNESCO de una resolución que autorizaba la apertura de negociaciones sobre un *Convenio sobre la protección de la diversidad del contenido cultural y expresiones artísticas*, Estados Unidos retomó ese argumento exigiendo que el convenio en cuestión respete el derecho a la libertad de opinión y expresión reconocido en el artículo 27 de la Declaración Universal y se ajuste al artículo 1 de la

---

<sup>12</sup> Ver Marc Raboy, Ivan Bernier, Florian Sauvageau, Dave Atkinson, *Développement culturel et mondialisation de l'Économie: un enjeu démocratique*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1994

Carta de la UNESCO, que fija como uno de los objetivos fundamentales de la misma “*facilitar la libre circulación de ideas, por la palabra y por la imagen*”.

No obstante, cuando se analizan más profundamente los textos en cuestión, se constata que los mismos hacen referencia a derechos que no son absolutos pero pueden, en ciertas circunstancias, ser objeto de limitaciones. En un notable estudio titulado “*The First Amendment and the International ‘Free Flow’ of Information*”, aparecido en 1990, Fred H. Cate demuestra que la negativa a aceptar toda forma de restricciones a la libertad de circulación de la información no se ajusta a la interpretación de la Primera Enmienda hecha por la Corte Suprema de Estados Unidos, como tampoco a las disposiciones de los instrumentos internacionales sobre el tema; el que concluye al respecto que:

La Primera Enmienda, más que los argumentos económicos que sostienen que no se deben permitir restricciones a la difusión y otras formas de circulación de noticias, puede pesar en favor de algunas restricciones. La justificación para esas restricciones puede ser diferente según el contexto. No todas las restricciones disponibles con cierto interés público se deben permitir, pero Estados Unidos no puede ocultar detrás de la Primera Enmienda, la negativa a considerar los intereses europeos y del Tercer Mundo sobre una circulación libre y equilibrada de las comunicaciones.<sup>13</sup>

Una década más tarde, encontramos el mismo punto de vista expresado por C. Edwin Baker en un detallado estudio titulado “*An Economic Critique of Free Trade in Media Products*”. El mismo escribe:

Por lo tanto, mi sugerencia es que la ley sobre los derechos humanos, a diferencia de la ley sobre el comercio, proporcione un contexto posible para llevar a los intérpretes a ser sensibles a la necesidad de los países a alimentar sus propios medios de comunicación y a los derechos humanos de esos países a no aislar a sus ciudadanos de los diferentes puntos de vista y de ideas molestas. La confianza en la ley sobre los derechos humanos puede tener incluso un efecto secundario positivo. Dadas las perspectivas de las corporaciones multinacionales de los medios de comunicación que operan a nivel mundial, sería conveniente, para la estructura de orden legal, hacer que los intereses corporativos sean dependientes del desarrollo de la ley internacional sobre los derechos humanos en lugar de otras invocaciones de la ley sobre el comercio, que simplemente aumentan el dominio del capital multinacional.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Fred H. Cate, “The First Amendment and the International ‘Free Flow’ of Information”, 30 *Virginia Journal of International Law*, 371, 420 (1989-1990)

<sup>14</sup> C. Edwin Baker, «An Economic Critique of Free Trade in Media Products», 78 *North Carolina Law Review* 1358 (2000)



El hecho particularmente interesante es que cuando Estados Unidos, como lo destaca Cate<sup>15</sup>, ataca la Directiva “Televisión sin fronteras” de la Comunidad Europea de 1989, no lo hace sobre la base del derecho a la libre circulación de la información, sino más bien basado en las disposiciones del GATT, y esto a pesar de que la restricción a la libre circulación de información, en forma de cuotas audiovisuales, era especialmente evidente.

Por otra parte, es importante destacar que tanto la Declaración Universal de los Derechos Humanos como el Acta Constitutiva de la UNESCO tratan la libertad de circulación de la información en un contexto donde otros derechos también se encuentran afirmados. Por esta razón encontramos en el artículo 27 de la Declaración Universal la afirmación del derecho de toda persona a participar libremente en la vida cultural de la comunidad, el cual no es, de ninguna manera, inferior al derecho a la libertad de circulación de la información. Al contrario, estos dos derechos, que desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento democrático de los Estados, son, en muchos aspectos, complementarios. El propio texto del artículo 19 confirma esta estrecha relación cuando habla del derecho “*de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión*”. En cuanto al Acta Constitutiva de la UNESCO, si el artículo 1 de ésta incita a la Organización, con el fin de favorecer el conocimiento y la comprensión mutua de las naciones, a prestar su ayuda a los órganos de información de masas y a celebrar acuerdos internacionales que juzga útiles para facilitar la libre circulación de ideas, por la palabra y por la imagen, el mismo artículo la obliga, con el fin de garantizar a los Estados miembros la independencia, la integridad y la fecunda diversidad de sus culturas y de sus sistemas de educación, a no intervenir en ninguna materia que dependa esencialmente de su jurisdicción interior. Aun aquí, queda claro que el derecho a la libre circulación de información no se puede interpretar y aplicar haciendo abstracción de los otros derechos, incluidos los derechos culturales.

## **B. EL FUTURO DE LAS EXIGENCIAS DE CONTENIDO LOCAL**

Aunque se utilicen argumentos convincentes con el fin de justificar el recurso a las exigencias de contenido local en el cine, la televisión y la radio, y esto tanto desde un punto de vista económico como político, no significa, sin embargo, que tal manera de proceder resulte eficaz. Efectivamente, se plantearon dudas en cuanto a la eficacia de tales exigencias, y esto en dos niveles. Se alega que la

---

<sup>15</sup> Supra, note 13, p. 407.

eficacia de las exigencias de contenido local dista mucho de ser evidente y que, en todo caso, las nuevas tecnologías de la comunicación hacen difíciles, incluso imposibles, los controles requeridos para garantizar la eficacia de medidas similares en el futuro. Sin embargo, en ambos casos resulta que la teoría no se ajusta, de ninguna manera, a la realidad.

- ***La eficacia de las exigencias de contenido local***

La eficacia de las exigencias de contenido local se puede considerar en función del objetivo asignado a esas últimas o también, de manera más general, según su contribución al bienestar social del conjunto de la población. Trataremos cada uno de esos dos enfoques de manera sucesiva a partir de los estudios más recientes sobre el tema.

En un artículo aparecido en 1997, François Grin y Catherine Hennis-Pierre, sugieren que el efecto real de las exigencias de contenido local sobre la oferta y el consumo de programas televisivos europeos sigue siendo ambiguo por el hecho de que algunos estudios dan a entender que un 60% de las obras europeas estaría más o menos alcanzado por el simple juego de la demanda del público y por el hecho también de que, a menudo, las cadenas ponen en marcha estrategias de evitación, como la sustitución de obras extranjeras sujetas a cuota, como las de ficción, por obras que no lo están, como las emisiones deportivas, los noticieros o los programas de diversión.<sup>16</sup> No obstante, el análisis sigue siendo somero<sup>17</sup> y el alcance limitado debido a que trata exclusivamente la cuestión de las cuotas de difusión establecidas en el marco de la Directiva “Televisión sin fronteras”, ignorando la experiencia de otros países como Canadá, Australia, e incluso Sudáfrica, no sólo en el sector de la televisión sino también en el de la radio.

En otro estudio publicado dos años más tarde, en 1999, Stéphanie Peltier examina a fondo la cuestión de la presunta ineficacia de las restricciones cuantitativas en el sector de la televisión.<sup>18</sup> Los datos

---

<sup>16</sup> François Grin & Catherine Hennis-Pierre, «La diversité linguistique et culturelle face aux règles du commerce international: le cas du film et des émissions de télévision» dans *Diversité linguistique et culturelle et enjeux du développement*, Éd. AUPELF-UREF, Saint-Joseph, Beyrouth, 1997, pp. 265-286

<sup>17</sup> En cuanto a este punto, el análisis se basa principalmente en estudios anteriores, uno patrocinado por Sony y realizado por London Economics en 1990 (*The Impact of Television Quotas in the European Union*), el otro de Patrick Messerlin que data de 1995 (*La politique française du cinéma: l'arbre, le maire et la médiathèque*) dans *Commentaire* 71, octobre 1995, 591-601.

<sup>18</sup> Stéphanie Peltier, «La question de l'inefficacité des restrictions quantitatives: le cas des quotas télévisuels», *Communications & Stratégies*, Vol 35, 1999, troisième trimestre, p.111-159

que utiliza se refieren esencialmente a Francia. Previamente, sin embargo, describe las exigencias de la Directiva “Televisión sin fronteras” para precisar que si la mayoría de los países europeos se alinean sobre las disposiciones de la misma, Francia, por su parte, se dotó de una legislación más exigente.

Después de constatar que las empresas de televisión respetan globalmente las obligaciones de difusión fijadas por ley (al menos 60% del tiempo de difusión consagrado a las obras audiovisuales o cinematográficas de origen europeo, del cual, el 40% destinado a las obras de expresión original francesa), la autora se interroga luego sobre la pertinencia de poner en tela de juicio semejantes políticas respecto a las dos fuentes de ineficacia que la teoría les asigna: las cuotas no constituirían un instrumento que permite alcanzar un objetivo dado a un menor costo; además, encontrarían dificultades importantes para satisfacer el propio objetivo para el que se instauraron. Al término de su estudio, llega a reconocer que, “a menudo, los efectos observados resultan contrarios a las predicciones teóricas debido a la definición particular de las cuotas televisivas y las especificidades de los mercados sobre los que se aplican”. Sin embargo, ella no se pronuncia sobre la eficacia de las cuotas de difusión. Al respecto, precisa que “si su existencia permitió sin duda retrasar la tendencia a la degradación de la producción y la difusión de obras europeas, esta política no está exenta de críticas”<sup>19</sup>. Además, destaca que la política de cuotas no es inevitablemente sinónimo de una creación diversificada. Pero, según ella, la principal crítica es que el mantenimiento de las cuotas de difusión es puesto en tela de juicio a causa del auge de las nuevas tecnologías, lo que la lleva a sugerir que las cuotas de difusión se deberían suprimir o por lo menos reducir.

Es una lástima que este estudio trate solamente el caso de Francia. En efecto, hubiese sido interesante ver cómo la autora integraba los datos de otros países que imponen también exigencias de contenido local como Australia, Sudáfrica y Canadá. En cuanto a la capacidad de las cuotas de difusión a fin de satisfacer el objetivo para el que se instauraron, los resultados son, en su conjunto, muy aceptables. En el caso de Australia, por ejemplo, el informe especial de la Comisión de investigación sobre la productividad en el sector del audiovisual, que abarca los años 1996, 1997 y 1998, muestra que las exigencias de contenido australiano por hora de transmisión y por categorías de emisión (obras dramáticas, documentales, emisiones para niños, etc.) son en general respetadas e incluso, a menudo,

---

<sup>19</sup> Ibid., p. 153.

superadas<sup>20</sup>. Esto vale también para Sudáfrica, donde la *Independent Communications Authority of South Africa* informaba en 2000 haber constatado, después del control correspondiente, que el conjunto de las estaciones tanto públicas como privadas respetaban globalmente las cuotas de difusión fijadas.<sup>21</sup> Lo mismo sucede en Canadá, donde el respeto de las exigencias de contenido local constituye una condición para la atribución de licencias de explotación a las cadenas de televisión. En los tres casos, no sólo se respetan esas exigencias sino que en cuanto se observaron ciertas estrategias para eludirlas, se fueron estableciendo y poniendo en práctica medidas correctivas.

Parece que estas constataciones también se aplican a la radio. Un estudio realizado por Paul Mason, por cuenta del *Music Council of Australia*, pone de manifiesto al respecto que desde su introducción en 1942, los organismos de radiodifusión de ese país respetaron, de manera global y con el correr de los años, las cuotas radiofónicas y que su introducción dio lugar a un aumento importante de la producción local.<sup>22</sup> Pero el estudio de Mason incluso va más lejos al poner en evidencia que no basta con establecer cuotas de difusión sino que también es necesario supervisar su aplicación con el fin de comprobar si se logran como es debido los objetivos fijados. A tal efecto, cita un estudio de Ed Jonker<sup>23</sup> fechado en 1992, en el que este último mostraba que la música reciente grabada por los productores independientes locales estaba con frecuencia subrepresentada sobre las ondas, aunque ese tipo de música ocupaba un lugar no desdeñable en la producción musical local. Finalmente, en el año 2000 se introdujo una enmienda que imponía una cuota para corregir esa situación, lo que estimuló la producción local y las ventas de este tipo de música. Por último, refiriéndose a un estudio de Hanness Gmmelin<sup>24</sup>, Mason completa su análisis sobre los efectos de las cuotas radiofónicas comparando los resultados obtenidos a nivel de la producción en un país con cuotas radiofónicas implantadas, Francia en este caso, con Nueva Zelanda, que no cuenta con ninguna exigencia de contenido local en la radio. La comparación, que resulta muy instructiva, se presenta en el siguiente cuadro:

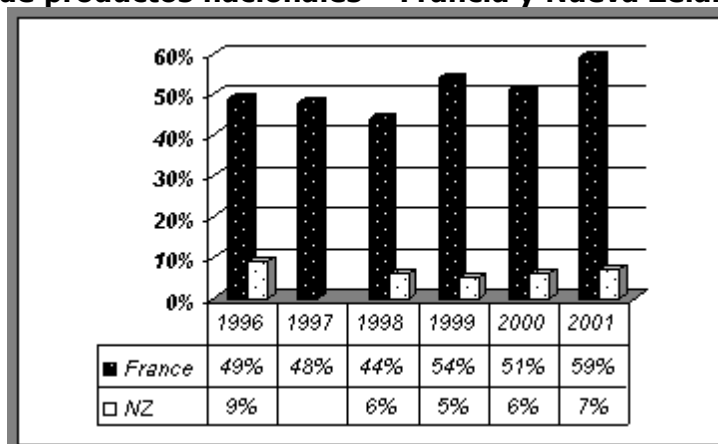
---

<sup>20</sup> Australia, *Report of the Productivity Commission of Inquiry into Broadcasting*, 2000, chapitre 11, p. 295 : [http://www.pc.gov.au/broadcast/final report/chapter11.pdf](http://www.pc.gov.au/broadcast/final%20report/chapter11.pdf)

<sup>21</sup> *Independent Communications Authority of South Africa*, Discussion Paper on Review of Local Content Quotas, 2000: <http://www.gov.za/report/2000/icasa.pdf>. Sin embargo, en el caso de las estaciones privadas el documento en cuestión constata que una parte del contenido local consiste en redifusiones.

<sup>22</sup> Paul Masson, *Assessing the Impact of Australian music requirements for radio*, research prepared for the Music Council of Australia, 2003 : <http://www.mca.org/masonmusicimpact.htm>

<sup>23</sup> Ed Jonker, «Contemporary Music and Commercial Radio», Media Information Australia, Mai 1992.

**Fig 4 : Ventas de productos nacionales – Francia y Nueva Zelanda 1996 - 2001**

Si se considera que en el año 2000 la media mundial, referida a las ventas de productos musicales de origen local, se situaba en alrededor de 70% (en 40% si se excluyen Estados Unidos y Japón, dos países cuyo consumo de música local se sitúa entre 80% y 90%, lo que falsea un tanto la media mundial), se debe reconocer, como concluye Mason, que el entorno desregulado neozelandés no parece muy favorable a la producción musical de origen local.

Siempre en el sector de la música, es útil mencionar otros dos estudios, cuyas conclusiones sobre la eficacia de las exigencias de contenido local en la radio, coinciden, hasta cierto punto, con las de Stéphanie Peltier. El primero es el de Richard Letts, que analiza el efecto de la mundialización en la música de cinco países, a saber, Australia, Alemania, Nigeria, Filipinas y Uruguay.<sup>25</sup> Alemania es el único, entre estos países, que no recurre a las exigencias de contenido local en la radio, aunque el Gobierno Federal previó, en 2001, la hipótesis de una cuota (es necesario aclarar que en el momento en que el estudio se redactaba la porción de música popular en lengua alemana era de 1,2%). Las cuotas en los otros países varían entre 25% y 30%, salvo para Nigeria que excepcionalmente es del orden de 80%. La eficacia de las cuotas en cuestión, como lo señala Letts, está en función de la vigilancia que se ejerce sobre su aplicación. En Nigeria, esta vigilancia sólo se ejerce de manera concreta sobre el sector público. En Filipinas y Uruguay es prácticamente inexistente, dando como

<sup>24</sup> Hannes Gmelin, «The National Product in Music and Film in Times of Globalization: A Comparative Study “, University of Hamburg, Paper prepared for the Global Alliance for Cultural Diversity, Division of Arts and Cultural Enterprise, UNESCO, Paris, 2003.

<sup>25</sup> Richard Letts, *The Effects of Globalization on Music in Five Contrasting Countries : Australia, Germany, Nigeria, The Philippines and Uruguay*, Music Council of Australia, Octobre 2003: <http://www.mca.org.au/pdf/mmresfinal.pdf>

resultado que las cuotas no se respetan de manera verdadera. Después de esto, no resulta sorprendente enterarse de que la industria del disco en Uruguay se encuentra prácticamente moribunda. Al término de su estudio comparativo, Letts llega a la conclusión siguiente sobre las cuotas radiofónicas:

La premisa de cuotas de contenido local se basa en el hecho de que los Gobiernos tienen a cargo la asignación de un recurso escaso, el espectro de radiodifusión, y pueden imponer determinadas condiciones a los que le asignan frecuencias. Una de esas condiciones puede ser que los programadores de emisiones cumplan con esas cuotas. Sin embargo, la escasez del espectro desaparece cuando las difusiones en general, o aquellas destinadas a una audiencia en particular, se hacen vía Internet. Es difícil imaginar cómo imponer cuotas de contenido local a emisiones sobre la Web o en la radio satelital que provienen de otros territorios. Para la música en línea a pedido (en oposición a la que está en ondas), quizás un gobierno pueda exigir que los proveedores de servicios establecidos en su territorio destinen cierto “espacio en los estantes” a las producciones locales de música, aunque por supuesto esto no hace más que *ponerlas a disposición* de la audiencia.

El segundo estudio, fechado en 2002, es el de Martin Richardson.<sup>26</sup> Este último no se interesa tanto en el impacto de las cuotas radiofónicas en la producción de contenido local sino en su impacto en las propias estaciones de radio y en la parte de contenido local que integran su programación. En otros términos, pretende comprobar si las cuotas radiofónicas permiten lograr el objetivo fijado con el menor costo social. Para ello, utiliza un modelo en el que dos estaciones de radio eligen presentar sobre sus ondas una combinación de contenido local e internacional en función de las preferencias de los consumidores. Concluye que aunque una cuota radiofónica puede aumentar la satisfacción de los consumidores y los beneficios de las emisoras, no deja de disminuir, en ausencia de externalidades, el bienestar social global al reducir la diversidad de contenido más allá de la situación que prevaleciera de no existir una intervención. Pero, añade, desde el momento en que se encuentra en presencia de externalidades, el interés de la cuota crece en función de la importancia de las mismas. El autor examina también dos políticas de sustitución posibles, una que consiste en imponer un límite máximo de publicidad en la radio y otra en la creación de una estación de radio pública sin fines de lucro. Al respecto, llega a la conclusión de que ambas soluciones ofrecen menos diversidad de contenido que una política de *laissez-faire*, pero que el límite máximo de publicidad es menos eficaz que las cuotas, en cuanto a la oferta de un mayor tiempo de antena para el contenido local a un

---

<sup>26</sup> Martin Richardson, «*Cultural quotas in broadcasting: local content requirements, advertising limits and public radio*», (2002) University of Otago, Duedin, New Zealand: <http://www.nzae.org.nz/files/%2310-RICHARSON.pdf>

menor costo, mientras que la radio pública podría resultar tan eficaz que las cuotas según la importancia de los costos fijos asociados a su explotación.

Este último estudio es particularmente interesante ya que plantea un aspecto muy importante de todo debate con respecto a la eficacia de las exigencias de contenido local. En efecto, en la medida en que la producción cultural, incluida la producción musical, desempeña un papel importante como lengua simbólica de comunicación social en el funcionamiento democrático del Estado, la misma implica, desde esta óptica, efectos benéficos para la colectividad que deben tenerse en cuenta en la evaluación de la eficacia de las cuotas. Incluso, si resulta difícil evaluar la importancia de tal externalidad, se puede creer que en una situación en la que el derecho a la expresión cultural de una comunidad se viera comprometido, sería suficiente para justificar el recurso a las exigencias de contenido local.

De hecho, si hay algo que resulta evidente en los recientes estudios económicos sobre la eficacia de las exigencias de contenido, es que no se justifica una condena *a priori* del recurso a tal mecanismo. En algunos casos, según las circunstancias y condiciones propias de un Estado, puede ser que, al contrario, el recurso a tal mecanismo encuentre su justificación en el bienestar del conjunto de la población. Pero varios estudios señalan también que las nuevas tecnologías de la información pueden reducir seriamente la eficacia de este mecanismo. Queda por ver ahora a qué se refiere exactamente esto último.

- ***La eficacia de las exigencias de contenido local con respecto a las nuevas tecnologías de la información.***

Los que ponen en tela de juicio la eficacia de las exigencias de contenido local en el contexto de las nuevas tecnologías de la información se basan en dos argumentos diferentes. El primero señala que el número considerable de nuevos canales disponibles (debido a la digitalización y compresión de las señales), así como la tendencia hacia la especialización de las audiencias, hacen menos necesarias las exigencias de contenido local. El segundo argumento sostiene que los enfoques tradicionales, en cuanto a las exigencias de contenido local, ya no ofrecen una respuesta adecuada a los problemas jurídicos planteados por la naturaleza transfronteriza de los nuevos medios de comunicación, en particular Internet.

El razonamiento de base en el que se apoya el primer argumento aparece de manera clara en la siguiente presentación hecha por la *Motion Picture Association of America* (MPAA) en mayo de 2001 ante el Congreso Estadounidense:

Muchos países del mundo tienen el noble interés de asegurar que sus ciudadanos vean películas y programas televisivos que reflejen su historia, sus culturas y sus idiomas. En el pasado, cuando las ciudades contaban con una única sala cinematográfica y captaban una o dos señales de televisión, resultaba justificable que los Gobiernos impulsaran el uso de productos recreativos locales. En la actualidad, con los multicines y la televisión multicanal, la justificación del contenido de cuotas locales ha disminuido de manera significativa. Además, en el mundo del e-comercio, el problema de falta de disponibilidad ha desaparecido completamente. Existen sitios sobre Internet de películas y videos de todos los países del globo y de cada género imaginable. En la red no hay problemas de “espacio en los estantes”.<sup>27</sup>

En su conclusión, la MPAA pide que se garantice lo más posible la libre circulación de los productos digitales.

Lo que impacta en este argumento, es la distinción que se hace entre la situación que prevalecía en un pasado aún reciente y la situación que prevalece ahora: si antes las exigencias de contenido local se justificaban y se toleraban, hoy ya no sucede lo mismo con la llegada de las nuevas tecnologías y las exigencias existentes deberían eliminarse gradualmente al compás de las negociaciones o, en el nuevo mundo de Internet y del comercio electrónico, pura y simplemente prohibirse.

Sin embargo, antes de aceptar esta última conclusión es necesario interrogarse sobre la afirmación que dice que las razones que justificaban en el pasado las exigencias de contenido local ya no existen en la actualidad. Esta afirmación parece estar en contra de los datos que demuestran que la penetración de los productos audiovisuales extranjeros sigue siendo muy elevada en muchos países. De hecho, en cuanto al cine, cerca de un tercio de los países del mundo no cuenta con una producción cinematográfica digna de este nombre para reflejar su propia cultura y muchos de los que producen de manera regular más 20 películas por año lo hacen solamente gracias a una intervención

---

<sup>27</sup> "IMPEDIMENTS TO DIGITAL TRADE": Testimony of Bonnie J.K. Richardson, Vice President, Trade & Federal Affairs, Motion Picture Association of America, before the House Commerce Committee Subcommittee on Commerce, Trade & Consumer Protection, May 22, 2001: <http://www.mpa.org/legislation/>.



financiera directa del Estado acompañada, en ciertos casos, de cuotas cinematográficas.<sup>28</sup> En el caso de la televisión, los datos relativos al contenido local son un poco más favorables en términos de porcentaje, pero siguen siendo no menos problemáticos para muchos países que consideran a la televisión como medio importante de comunicación social.

Por otro lado, entre los países que tienen un nivel relativamente aceptable de producción propia de películas y programas de televisión, no parece que la afirmación de que las exigencias de contenido local ya no tienen su lugar en el nuevo entorno comunicacional haya implicado un cambio de actitud en cuanto al recurso a las mismas. Un ejemplo típico de este enfoque es el de Canadá, con su programa de subvenciones desarrollado para los productores de películas y emisiones de televisión y sus exigencias de contenido local en la televisión y la radio.

Lejos de considerar el nuevo entorno del sector de la comunicación como una razón suficiente para eliminar sus exigencias de contenido local, Canadá pretendió responder de manera constructiva y abierta al desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación tratando, al mismo tiempo, de preservar un lugar para el contenido canadiense en el conjunto del sistema de radiodifusión.<sup>29</sup> Del mismo modo, la Comisión Europea, reconociendo al mismo tiempo, en su comunicación de 1999 titulada “Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital”, que el entorno digital llama a un enfoque más global, tanto a nivel nacional como comunitario, reafirmó claramente que la diversidad cultural y lingüística de Europa debe estar garantizada y, como tal, debe formar una de las bases de desarrollo de la sociedad de la información.<sup>30</sup> Una excepción notoria la representa Nueva Zelanda que se había comprometido durante las negociaciones de la Ronda de Uruguay a no recurrir a restricciones cuantitativas en el sector audiovisual, para lamentarlo unos pocos años más tarde. Un estudio realizado algunos años después demostraría que la proporción de contenido local en relación con el tiempo total de escucha de la televisión neozelandesa había disminuido a tal punto en comparación con otros diez países, que Nueva Zelanda se encontró en la

---

<sup>28</sup> Ver LLUIS Artigas de Quadras, “*Cultural diversity in national cinema*”, UNESCO, *World culture report 2000*, p.89.

<sup>29</sup> Ver B Goldsmith, J. Thomas, T O’Regan & S Cunningham dans “*Cultural and Social Policy Objectives for Broadcasting in Converging Media Systems*”, Australian Broadcasting Authority et Australian Key Center for Cultural and Media Policy, mai 2001, p. 73 : [http://www.aba.gov.au/tv/research/pprojects/pdftrf/CMP\\_report.rtf](http://www.aba.gov.au/tv/research/pprojects/pdftrf/CMP_report.rtf)

<sup>30</sup> Commission des communautés européennes, Bruxelles, 14.12.99, doc. COM (1999) 657final, p. 19

parte más baja de la escala, con un 24% de contenido local.<sup>31</sup> Todo esto parece indicar que el problema de preservar y, con más razón, desarrollar un espacio de expresión propio para las culturas nacionales y regionales corre el riesgo de seguir siendo para varios países, incluidos los desarrollados, una preocupación importante en el futuro.

Esto nos conduce al segundo argumento utilizado para justificar la eliminación de las exigencias de contenido local. La llegada de la televisión directa por satélite ya dio una idea de la dificultad que representa efectuar un control en una situación en la que el proveedor del servicio está fuera del país y se beneficia de un acceso directo al consumidor. Con Internet, esto se volvió más difícil todavía. Como lo explicaba un representante de la *Australian Broadcasting Authority* en una conferencia en Sydney en 1997:

Reconocemos que Internet no se puede regular de manera semejante a los medios de comunicación tradicionales debido a que no existe ningún control central y el contenido se puede suministrar a partir de cualquier parte del mundo. Y, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, como las radiodifusoras, y los operadores de la infraestructura, como los proveedores de servicios en línea, por lo general no están al tanto, y están en una posición para no estarlo, de la cantidad de contenido al que acceden o suministran los usuarios de su servicio, a menos que se preste una atención particular a eso.<sup>32</sup>

Sin embargo, es necesario comprender que existen muchas tecnologías que tienen cada una sus ventajas y sus limitaciones. En un estudio publicado en 2020 bajo el título “*The Effects of New Technologies on Cultural Protectionism*”, Harvey B. Feigenbaum analiza esas diferentes tecnologías para ver en qué medida afectan a un instrumento tradicional de protección de las culturas como las cuotas.<sup>33</sup> Estas tecnologías van de la televisión directa por satélite a la distribución por medio de *Internet streaming* pasando por la vídeo digital a pedido y otras tantas técnicas de distribución que recurren a la compresión digital de los datos. Como lo destaca Feigenbaum, esas técnicas tienen en común la utilización del lenguaje digital, que amplía considerablemente la elección de los consumidores permitiendo que éstos vean lo que más les interesa sin respetar las exigencias de contenido local.

---

<sup>31</sup> New Zealand on Air, «Broadcasting and Cultural Issues at the Start of the New Millennium» : <http://www.nzonair.govt.nz/media/policyandresearch/otherpublications/issues.pdf>

<sup>32</sup> Kaaren Koomen, «*Emerging Trends: Content Regulation in Australia and Some International Developments*», p. 4 : [http://www.aba.gov.au/abanews/speeches/online\\_serv/pdftrf/kkaic\\_97.pdf](http://www.aba.gov.au/abanews/speeches/online_serv/pdftrf/kkaic_97.pdf)

Pero tienen también sus limitaciones y están menos al abrigo de los controles de lo que podría creerse. La primera limitación es que, contrariamente a lo que sucede con la radio y la televisión convencionales, muy pocas veces los contenidos ofrecidos son gratuitos. Quizás, desde un punto de vista financiero, la barrera no es importante, pero ella afecta en primer lugar al sector más vulnerable de la población que no puede ofrecerse esos servicios. Por lo tanto, la desaparición completa de la radio y la televisión convencional no es para mañana. Por otro lado, en la medida en que el acceso a esos servicios pagos se debe controlar, la puerta se encuentra abierta para realizar un control indirecto del contenido. En el caso de la televisión directa por satélite, nada prohíbe controlar el contenido vigilando la venta de los decodificadores necesarios para obtener el acceso a los servicios. Incluso, en el caso de Internet, comienza a tomar forma la hipótesis de un control del contenido a través de los servidores para impedir la copia ilegal, la circulación de contenido sexual prohibido, los contenidos condenables u otros.<sup>34</sup> Otra limitación mencionada por Feigenbaum se refiere a las tecnologías en sí mismas. Así pues, las esperanzas puestas en la tecnología *streaming* aún no se concretaron: no sólo el costo para suministrar el servicio aumenta con el número de usuarios, sino que las transferencias de datos sufren en Internet problemas ocasionales provocados por la congestión de la red. Finalmente, el autor plantea un último problema, quizás el más importante según su punto de vista, que es el del acceso efectivo a la banda pasante; este inconveniente, también conocido como fosa digital, resulta particularmente preocupante para los países en desarrollo.

Por lo tanto, la amenaza que pesa sobre las exigencias de contenido local a causa de las nuevas tecnologías no es tan inmediata e imperiosa como se deja entender. A esta conclusión la confirma el notable estudio titulado “*The Future of Local Content? Options for Emerging Technologies*”, publicado en 2001, el cual, en sus conclusiones, afirma lo siguiente:

En la medida en que la radiodifusión análoga simultánea siga siendo el elemento predominante en la difusión de la televisión australiana, el sistema de cuotas continuará siendo un dispositivo regulador viable. Sin embargo, toda reducción de las restricciones

---

<sup>33</sup> Harry B. Feigenbaum, «*The Effects of New technologies on Cultural Protectionism*» Occasional Paper Series, October 7, 2002, George Washington Center for the Study of Globalization.

<sup>34</sup> Al respecto, el conflicto judicial entre Francia y Estados Unidos por el caso *Association «Union des Étudiants Juifs de France», la «Ligue contre le Racisme et l'Antisémitisme», le «MRAP» (intervenant volontaire) c. Yahoo! Inc. et Yahoo France*, es particularmente interesante. Debe destacarse también que Australia adoptó en 1999 la ley llamada *Broadcasting Services Amendment (Online Services) Act 1999*, que permite al Gobierno obligar a los servidores de Internet a retirar los contenidos sexualmente explícitos o violentos.

en la radiodifusión de datos planteará interrogantes sobre el uso de las cuotas. Cuando se permita desarrollar servicios interactivos y en la medida en que la capacidad de grabado de las cajas de abonados y de las grabadoras de videos sobre disco aumente, se comenzará a acordar cuotas en base al tiempo.

Entre las respuestas posibles que identificamos para tales desarrollos, se incluyen la modificación del sistema existente de cuotas, la substitución o aumento de las cuotas por subsidios, la redefinición del papel de las programadoras de emisiones nacionales, la regulación de la distribución que se debe implantar y otras medidas de carácter político.

La investigación y la consulta pública permanentes sobre la viabilidad e implicaciones de estas opciones serán de extrema importancia durante los próximos años, las que deberán estar acompañadas por un estudio profundo del desarrollo de la televisión digital y de otros nuevos medios audiovisuales. Aunque se hace necesario tratar los ciclos del mercado y los problemas inmediatos de la industria de la producción, en nuestra visión a largo plazo, resulta fundamental, sino lo más importante, desarrollar políticas apropiadas.<sup>35</sup>

El único comentario que debe añadirse es que estas conclusiones, válidas para un país desarrollado como Australia, sólo pueden aplicarse al caso de los países en desarrollo a partir del momento en que los mismos tengan un verdadero acceso a las bandas pasantes. Mientras tanto, para una gran cantidad de esos países, las exigencias de contenido local podrían muy bien terminar siendo el único medio concreto de adquirir y preservar un espacio de debate que les sea propio en el ámbito audiovisual.

## **Conclusión**

Después de haber constatado en la primera parte de este estudio que la concepción básicamente negativa que hace la ciencia económica de las restricciones cuantitativas en general no condujo a su prohibición en el sector audiovisual y que inclusive las exigencias de contenido se seguirán utilizando de manera corriente en la práctica, en la segunda parte nos dedicamos a analizar los argumentos susceptibles de explicar tal estado de cosas y pretendimos verificar si ese tipo de intervención está condenada a desaparecer como lo sugieren algunos teóricos. Al término de nuestro estudio, aparece que los efectos observados a menudo resultaban contrarios a las predicciones negativas de esos teóricos y que no cabe condenar en bloque, en el sentido estricto del término, las exigencias de contenido local. Esto no significa que las exigencias en cuestión sean una panacea, pero resultó bastante claro que en condiciones adecuadas y sujetas a un seguimiento de sus efectos

---

<sup>35</sup> Supra, note 29, p. 73

concretos, pueden desempeñar un papel determinante en la salvaguarda y promoción de expresiones culturales amenazadas. En cuanto al impacto de las nuevas tecnologías sobre estas últimas, nos pareció un tanto exagerado el anuncio de su desaparición rápida, estimando que lo más probable es que al término de un proceso de ajuste gradual las exigencias de contenido local podrían ceder eventualmente el lugar a nuevos enfoques susceptibles de ofrecer garantías equivalentes. Porque, al final de cuentas, si hay algo de lo que no quedan dudas, es que las preocupaciones relacionadas con la conservación de la diversidad de las expresiones culturales están lejos de desaparecer.

---