

**EL ESPACIO AUDIOVISUAL EUROPEO.
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA
AUDIOVISUAL Y DE LAS POLÍTICAS
EUROPEAS EN LA DÉCADA DE LOS 90**

Tesis doctoral

Presentada por: Carmina Crusafon Baqués

Director: Dr. Marcial Murciano

VOLUMEN I

Programa de doctorado (Bienio 1994-1996)

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Departamento de Periodismo y Ciencias de Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

Junio de 1999

**EL ESPACIO AUDIOVISUAL EUROPEO.
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA
AUDIOVISUAL Y DE LAS POLÍTICAS
EUROPEAS EN LA DÉCADA DE LOS 90**

Tesis doctoral

Presentada por: Carmina Crusafon Baqués

Director: Dr. Marcial Murciano

VOLUMEN I

Programa de doctorado (Bienio 1994-1996)

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Departamento de Periodismo y Ciencias de Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

Junio de 1999

ÍNDICE

VOLUMEN I

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

PRIMERA PARTE: EL ESCENARIO MUNDIAL

CAPÍTULO I: LA NUEVA ESPACIALIZACIÓN	18
---	-----------

1.1. ESPACIO Y ESPACIALIZACION: EL MARCO TEÓRICO

- 1.1.1. Espacio: definiciones y relación con los medios
- 1.1.2. El proceso de espacialización: su constitución y elementos

1.2. LAS DIMENSIONES DE LA NUEVA ESPACIALIZACIÓN

- 1.2.1. Los aspectos económicos
 - 1.2.1.1. La globalización
 - 1.2.1.2. La integración regional
 - 1.2.1.3. La nueva industrialización
- 1.2.2. Los aspectos geopolíticos
 - 1.2.2.1. La desaparición del mundo comunista
 - 1.2.2.2. Principales características de la geopolítica actual
- 1.2.3. Los aspectos tecnológicos.

CAPÍTULO II: LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL: CARACTERÍSTICAS, SECTORES Y EMPRESAS	102
--	------------

2.1. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

- 2.1.1. Delimitación del concepto audiovisual
- 2.1.2. Características del audiovisual
- 2.1.3. Hileras: audiovisual y multimedia
- 2.1.4. Contexto general: un repaso a la evolución del audiovisual

2.2. LOS SECTORES DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

- 2.2.1. El cine
 - 2.2.1.1. Producción cinematográfica
 - 2.2.1.2. Distribución cinematográfica
 - 2.2.1.3. Exhibición cinematográfica
- 2.2.2. La televisión
- 2.2.3. El video

2.3. LAS EMPRESAS Y SUS ESTRATEGIAS

- 2.3.1. Las estrategias de las grandes empresas audiovisuales
- 2.3.2. El mercado global: el dominio de las redes

SEGUNDA PARTE: EL ESPACIO AUDIOVISUAL EUROPEO

CAPITULO III: EL ESPACIO AUDIOVISUAL EUROPEO: LA DIMENSIÓN ECONÓMICO-INDUSTRIAL **217**

3.1. LOS CINCO GRANDES MERCADOS EUROPEOS

- 3.1.1. Alemania
- 3.1.2. España
- 3.1.3. Francia
- 3.1.4. Gran Bretaña
- 3.1.5. Italia

3.2. LOS MERCADOS MEDIANOS Y PEQUEÑOS

- 3.2.1. Los mercados medianos
- 3.2.2. Los mercados pequeños

3.3. UN PANORAMA GENERAL DEL AUDIOVISUAL EUROPEO

- 3.3.1. Las características generales
- 3.3.2. Estructura empresarial del audiovisual europeo
- 3.3.3. El empleo del sector audiovisual
- 3.3.4. Las relaciones UE/EEUU

3.4. LOS SECTORES DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EUROPEA

- 3.4.1. El sector cinematográfico
 - 3.4.1.1. La producción cinematográfica
 - 3.4.1.2. La distribución cinematográfica
 - 3.4.1.3. La exhibición cinematográfica
- 3.4.2. El sector de la televisión
 - 3.4.2.1. La televisión pública
 - 3.4.2.2. La televisión privada
 - 3.4.2.3. Televisión por cable y satélite
 - 3.4.2.4. La producción televisiva
- 3.4.3. El sector del vídeo

VOLUMEN II

CAPITULO IV: LA POLITICA AUDIOVISUAL EUROPEA **401**

4.1. LOS ORIGENES DE LA POLÍTICA AUDIOVISUAL EUROPEA: EL ESTABLECIMIENTO DE LAS BASES

- 4.1.1. Los primeros pasos: el informe Hahn y el Libro Verde sobre la televisión sin fronteras
- 4.1.2. El programa MEDIA
- 4.1.3. La Directiva "Televisión sin Fronteras"
- 4.1.4. Otros aspectos de la política audiovisual

4.2. LA DEFENSA DEL AUDIOVISUAL EUROPEO: LAS NEGOCIACIONES DE LA RONDA URUGUAY DEL GATT

- 4.2.1. Las negociaciones sobre el audiovisual en la Ronda Uruguay del GATT
 - 4.2.1.1. El desacuerdo sobre el audiovisual entre los países participantes en la Ronda
- 4.2.2. La posición europea y sus especificidades
 - 4.2.2.1. Las acciones de la Comisión
 - 4.2.2.2. La división de opiniones en el seno de la Comunidad
 - 4.2.2.2.1. La posición francesa
 - 4.2.2.2.2. La posición española
 - 4.2.2.2.3. El papel jugado por los profesionales europeos
 - 4.2.2.3. La evaluación europea de los resultados de la Ronda Uruguay
- 4.2.3. La posición de los Estados Unidos
 - 4.2.3.1. La política exterior de la industria audiovisual americana : la base de la posición en el GATT
 - 4.2.3.2. El enfrentamiento con la Unión Europea
 - 4.2.3.3. La evaluación americana de los resultados de la Ronda Uruguay
- 4.2.4. Otras decisiones de esta etapa

4.3. EL POST-GATT: LA PRIMACIA DEL ENFOQUE ECONOMICO INDUSTRIAL

- 4.3.1. Las primeras actuaciones
 - 4.3.1.1. El Libro Blanco de Detors
 - 4.3.1.2. El Libro Verde: la importancia de los contenidos audiovisuales
 - 4.3.1.3. La Conferencia Europea sobre el Audiovisual en Bruselas
- 4.3.2. La revisión de los pilares de la política audiovisual europea
 - 4.3.2.1. La revisión de la Directiva "Televisión sin Fronteras"
 - 4.3.2.2. El programa MEDIA II
- 4.3.3. Otros elementos de la política audiovisual

4.4. HACIA LA ERA DIGITAL: LAS DIRECTRICES PARA EL FUTURO DEL AUDIOVISUAL EUROPEO

- 4.4.1. El Libro Verde sobre la convergencia: un paso hacia la integración de otros sectores
- 4.4.2. La Conferencia Europea del Audiovisual de Birmingham
- 4.4.3. Otras acciones en el campo audiovisual

CAPITULO V: EVALUACIÓN Y PROSPECTIVAS DE LA POLÍTICA AUDIOVISUAL EUROPEA

519

5.1. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS GENERALES DE LA POLITICA AUDIOVISUAL EUROPEA

- 5.1.1. El contenido: objetivos, funciones y evolución
- 5.1.2. Actores
 - 5.1.2.1. Actores gubernamentales
 - 5.1.2.1. Actores no gubernamentales
- 5.1.3. Contexto y los factores interrelacionados

5.2. EVALUACION DE LOS ELEMENTOS QUE CONFIGURAN LA POLÍTICA AUDIOVISUAL COMÚN

5.2.1. La reglamentación audiovisual

5.2.1.1. la vertiente externa

5.2.1.2. La vertiente interna

5.2.2. Ayuda y fomento a la industria audiovisual europea

5.2.3. Las nuevas tecnologías y la convergencia del audiovisual con las telecomunicaciones y la informática

5.2.4. Aspectos culturales

5.2.5. Concentración y pluralismo

5.3. EL ENFOQUE DE FUTURO

5.3.1. Aspectos políticos

5.3.2. Aspectos económicos

CONCLUSIONES 601

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 612

RELACIÓN DE CUADROS Y FIGURAS 676

ANEXOS 690

Nº1: Relación de entrevistas

Nº2: Referencias y gráficos del capítulo II

Nº3: Referencias y mapas del capítulo III

Nº4: Marco jurídico: artículos del Tratado de la UE

INTRODUCCIÓN

El audiovisual,¹ uno de los rasgos definidores de la cultura y tecnología del siglo XX, se encuentra en un periodo de rápidas transformaciones. Observado desde un punto de vista económico, estamos hablando de una industria global con un mercado que en 1997 se evaluaba en los 183.200 millones de dólares.² Además, se trata de uno de los sectores industriales con grandes ritmos de crecimiento y de una de las actividades centrales en la economía del siglo XXI.³

El desarrollo de la industria audiovisual en los últimos cinco años ha sido espectacular y la importancia de los servicios audiovisuales no se encuentra únicamente en el mencionado ámbito *económico-industrial*, sino que también se ha incorporado a *la esfera de la geopolítica*, al tiempo que continúa manteniendo su importancia capital en *la esfera cultural*. Por otra parte, la innovación tecnológica ha convertido al audiovisual en uno de los sectores *de futuro*, hecho que explica la llegada de nuevos inversores procedentes de otros ámbitos económicos. Asimismo, *la convergencia con las telecomunicaciones y la informática*

¹ Concebimos el audiovisual como aquella industria que pertenece al sector de la economía de la cultura y cuyos principales sectores son el cine, la televisión y el video. Una definición más detallada del concepto se encuentra en el capítulo II, página 112.

² Esta cifra total se divide en: 81.400 millones correspondientes a la publicidad, 18.100 procedentes del canon, 44.200 de la televisión de pago, 26.900 al video y 12.600 al cine (Datos del informe "The World audiovisual and Film Market" del IDATE, edición 1998, publicados en "Letre de l'IDATE", 4º trimestre, 1998:4)

³ Según la consultora VERONIS, SUHLER & ASSOCIATES, el gasto en entretenimiento filmado crecerá en los Estados Unidos un 7% anual hasta el 2001. Esto llevará a los estadounidenses a gastar en este concepto (cine, video doméstico, televisión y televisión por cable) un total de 45.000 millones de dólares en el 2001, comparados con los 32.300 millones que gastaron en 1996 (Nota de prensa sobre el informe "Veronis, Suhler & Associates Communications Industry Forecast", edición 1998, www.vsa.com). En el escenario europeo, las perspectivas indican también un crecimiento considerable de este sector. En concreto, un estudio encargado por la Comisión Europea en 1997 prevé que los ingresos globales de la industria audiovisual europea aumenten en un 70% de aquí hasta el año 2005 en la Unión Europea con respecto a los niveles de 1995.

ha colaborado en incrementar la relevancia mundial del audiovisual. Otros factores colaterales son el proceso de globalización de la economía en general, una mayor disposición de tiempo libre y el crecimiento continuo de la demanda mediática, en especial de la audiovisual.

Nos encontramos, por tanto, en un escenario caracterizado por *una tendencia hacia la mundialización del audiovisual*, un fenómeno que se desarrolla a partir de la década de los 80 y que forma parte de un proceso más amplio de *transformación espacial* (MOSCO, 1996). Esta dinámica se explica, desde el punto de vista de la economía política, a partir de "la aglomeración espacial de capital, dirigida por las empresas transnacionales y por el Estado, que transforma los espacios a través de los cuales circulan los recursos y las mercancías. El resultado es la transformación literal de la geografía de la comunicación y de la información, que acentúa ciertos espacios y las relaciones entre ellos" (MOSCO, 1996:205).

Estos cambios han provocado que tanto *el espacio* como *el tiempo* hayan sido transformados "bajo el efecto combinado del paradigma de la tecnología de la información y de las formas y procesos sociales inducidos por el proceso actual de cambio histórico" (CASTELLS, 1997a:410). Estamos, pues, ante "un modelo espacial diferente, caracterizado por su concentración y descentralización simultáneas" (CASTELLS, 1997a:412).

En este sentido, los cambios en los flujos económicos y la nueva dinámica del sector establecen un escenario dominado por "una nueva articulación de los espacios comunicativos" (MURCIANO, 1996:3). Esta situación comporta que el audiovisual, que hasta mediados de los años 80 había sido una industria integrada por diferentes y diferenciados sectores, pase a tener un carácter internacional estratégico, dirigido por

las grandes compañías transnacionales con intereses cambiantes en un nuevo escenario globalizado.

En la década de los 90, el audiovisual está experimentando una serie de cambios que modifican *su dinámica, sus mercados y su funcionamiento*. Además, se están produciendo modificaciones sociales significativas. Por un lado, "la creciente individualización de la vida social, y por supuesto, de los hábitos de consumo, y el incremento de los hogares unipersonales, junto con la crisis de la familia nuclear, que afecta de forma directa al reparto del gasto por persona entre las diferentes formas de consumo del audiovisual. En la actualidad, la flexibilidad en el consumo incide sobremanera a las diferentes formas y mecanismos de consumir entretenimiento audiovisual" (ÁLVAREZ MONZONCILLO, 1997a:103). Por otro lado, se observa *una tendencia creciente a que la financiación del audiovisual descansa en los gustos del consumidor y en su pago directo*. Esto da relevancia al gasto de las familias en audiovisual, que a su vez está sujeto a "la propia evolución de la inversión publicitaria en televisión, de la calidad y variedad de las programaciones abiertas y de la respuesta que den los gobiernos, por lo menos en Europa, a los efectos de la creciente competencia, concentración y transnacionalización de los mercados audiovisuales" (ÁLVAREZ MONZONCILLO, 1997a:104).

Esta evolución del audiovisual a nivel mundial tiene su concreción y sus particularidades en los distintos espacios geográficos en los que se articula el planeta. En el caso europeo, el audiovisual presenta unas características específicas (existencia de un sistema dual, público/privado, de radiodifusión; una diversidad lingüística y cultural; un alto déficit comercial con los EEUU, etc.) y una doble concepción (económica y cultural), siendo concebidos los medios audiovisuales como "un instrumento básico en nuestra sociedad, ya que son el vehículo para ejercitar la libertad de expresión, promover el pluralismo y

en definitiva, para poner a disposición de los ciudadanos la información necesaria para permitirles jugar un papel activo en la vida social. Desempeña, por tanto, un papel fundamental en la formación de nuestra identidad cultural" (OREJA, 1998a).

El desarrollo del audiovisual europeo en la actual fase de integración europea se ha caracterizado por el hecho de que las industrias del cine y de la televisión de los países miembros de la Comunidad Europea nacieron y se desarrollaron durante años en un marco básicamente estatal. Pero el avance en la construcción europea junto con los cambios tecnológicos han sido "la base de la constitución del espacio audiovisual europeo, que se caracteriza por situarse en la encrucijada de la cultura, la economía y la alta tecnología" (COMISIÓN EUROPEA, 1988:5).

El concepto de *espacio audiovisual europeo* está muy vinculado al desarrollo de la Comunidad Europea. En concreto, tiene su origen en una de las ideas fundadoras del *mercado común*, es decir, en la creación de un espacio sin fronteras interiores por donde circulan libremente personas, bienes, servicios y capitales. Así, el espacio audiovisual europeo se define como el conjunto de instancias e instituciones que dan forma a una situación particular y específica del audiovisual en una área del planeta, localizada espacialmente en el continente europeo, pero cuyos límites son hoy todavía fluctuantes (Europa de los 11, Europa de los 15, Europa de los 33, etc.), aunque tiene su perímetro formal dentro de las fronteras que establece la Unión Europea y los acuerdos ratificados en el Tratado de Maastricht.

Las particularidades de la industria europea junto con la política emanada de Bruselas configuran un espacio audiovisual que se distingue del resto. La existencia de este espacio funciona a nivel exterior como un todo, principalmente por el marco regulador comunitario, ya que a nivel interno, el espacio carece todavía de

una economía dinámica e integrada, disgregándose a su vez en espacios menores que funcionan independientemente. Más particularmente, el espacio audiovisual se define a partir de unas fronteras exteriores, determinadas por la reglamentación (ligada a los derechos de autor, el pluralismo y la concentración, las normas de difusión en televisión, etc.); y por la política de ayudas y de fomento a la industria audiovisual europea (Programa MEDIA, EUREKA, EURIMAGES, etc.)⁴; y por unas características interiores marcadas tanto por la diversidad de la industria audiovisual como por los aspectos culturales y lingüísticos. En otras palabras, "del espacio audiovisual europeo hay que tener en mente: la diversidad de las prácticas entre el Norte y el Sur, los países grandes y pequeños, los países con vínculos fuera de Europa y los sin vínculos, los países con un sistema audiovisual público fuerte y los que no lo tienen, los que importan muchos productos audiovisuales y los que no, los que están desregulando y los que están de nuevo regulando" (GUILLOU, 1988:67).

Así, la construcción del espacio audiovisual europeo empezó a consolidarse a mediados de los años 80, cuando los problemas del sector empiezan a convertirse en una prioridad para las instituciones europeas. En este sentido, se vio necesario dentro del proceso de integración europea hacer también común el mercado del audiovisual. Para ello, la Comunidad Europea se propuso instaurar un marco jurídico comunitario, para asegurar la libertad de difusión y recepción de programas de televisión por toda la Europa comunitaria, así como la inevitable homogeneización de las normas básicas de funcionamiento. La voluntad fue de "dotarse de los medios necesarios para hacer de la industria y de las actividades audiovisuales un verdadero instrumento para el respeto y expansión de nuestras culturas" (DELORS, 1987:144).

⁴ Estos programas dependen respectivamente de la Comisión Europea, de EUREKA AUDIOVISUEL, y del Consejo de Europa. Las siglas del programa MEDIA responden en francés a Mesures pour l'Encouragement de l'Industrie Audiovisuel (medidas para el fomento de la industria audiovisual).

La actividad audiovisual comunitaria se inició sin tener una referencia directa en los Tratados constitutivos de la Comunidad Europea. Esta no llegará hasta el Tratado de la Unión de 1993, donde se menciona al audiovisual en el artículo 128, relativo a su dimensión cultural. A pesar de esta falta de mención, la política europea fue inicialmente incluida entre los quehaceres de la Dirección General III, dedicada a los temas industriales, aunque posteriormente fue adscrita a la Dirección General X, responsable de los temas de comunicación y cultura. Al mismo tiempo, se ha concebido como un instrumento más del proceso de integración, en el que fue tenido en cuenta la especificidad de la diversidad cultural europea, "que históricamente ha sido fruto del equilibrio entre el libre mercado y las acciones de protección y fomento de los poderes públicos, del equilibrio y interacción entre las culturas locales y las internacionales, entre lo que es elitista y lo que es popular" (BALMASEDA, 1994:74). Esta dimensión es considerada por algunos autores especializados en el análisis de la cultura europea, como en el caso del profesor escocés Philip Schlesinger, como: "está allí para servir a los fines económicos. Funciona como equivalente discreto de protección de la producción y del empleo interior" (1988:57). Asimismo, este autor sostiene que la defensa del audiovisual europeo "tiene una función ideológica: permite a la 'europeización' presentarse como una clase de antídoto a una amenaza externa" (SCHLESINGER, 1997b:373), a la "americanización."

A parte de la dimensión cultural, la política audiovisual europea abarca también otras dimensiones, porque el contexto actual le obliga a enfrentarse "con el gran reto de coordinar tres grandes sectores, antiguamente independientes: los medios de comunicación, la gestión cultural y las telecomunicaciones, y todo ello en función de las importantes repercusiones que esta confluencia está adquiriendo en sectores tan importantes como el bienestar social, la economía y el

desarrollo tecnológico" (MORAGAS, 1996:45). Aunque de todas ellas, la actuación comunitaria está primando en los últimos años la dimensión económico-industrial del audiovisual.

La política audiovisual de la Unión Europea de mediados de los años 80 hasta mitad de los 90 se ha caracterizado por la defensa de productos audiovisuales autóctonos, principalmente a través de un sistema de cuotas y, en particular, por la acción del programa MEDIA, de apoyo a la creación de obras europeas, puesto que se les considera *elementos de expresión de la identidad y la cultura europea*. Su objetivo principal ha sido *crear un mercado audiovisual europeo integrado* en el cual puedan circular las obras audiovisuales producidas en los diferentes países. Para ello, desde las diversas instancias comunitarias, se pensó como primera idea el impulsar la creación de un *espacio audiovisual europeo*.

El término *espacio audiovisual europeo* se ha usado y se usa en diversos contextos, aunque no se define formalmente. Aparece como un concepto marco que engloba a su vez distintas dimensiones. Para algunos, como el mencionado Schlesinger (1988:59), se trata de una "metáfora política". Para otros, simplemente equivale a trasladar la dimensión del mercado común de bienes y servicios al sector audiovisual.

Ante esta realidad audiovisual tan singular, se conjugaron una serie de razones que nos motivaron a iniciar la presente tesis doctoral. Por un lado, nuestro interés por el desarrollo de la integración europea y la falta de análisis detallados sobre el concepto emergente del espacio audiovisual europeo, nos situaron frente a una temática de estudio de gran interés y actualidad. Por otro, el constante cambio que está experimentando el escenario audiovisual mundial, impulsado por el desarrollo de las nuevas tecnologías, los grandes éxitos de taquilla⁵ y la

⁵ Un buen ejemplo es la película "Titanic," que a finales de 1998 ya había recaudado 1800 millones de dólares en las salas de cine (EL PAÍS, 2 de enero de 1999). Pero

multiplicación de los canales de distribución, nos hizo ver la posibilidad de conjugar el análisis del contexto general de la industria audiovisual con la especificidad de una situación particular como la europea. De ahí que emprendiéramos la tarea de realizar el presente estudio, *un análisis de la industria y la política audiovisual europea en el seno de la dinámica mundial del sector*.

Nuestro objeto de investigación se centra en primer lugar en dimensionar el concepto de *espacio audiovisual europeo*. Esto supone estudiar los tres elementos que lo constituyen: el primero, el *espacio*, que se traduce en la configuración de las nuevas dimensiones del proceso de espacialización. En otras palabras, nos ocupamos de definir el término *espacio* y sus elementos constitutivos en el seno de los cambios que están aconteciendo a finales del siglo XX. El segundo, el *audiovisual*, equivale a conocer con detalle las particularidades de este sector de actividad así como de su dinámica industrial global. El tercero, el *europeo*, nos ha supuesto analizar como se traduce en el contexto europeo el audiovisual desde una perspectiva económico-política. Es decir, implica *estudiar las características de la industria audiovisual europea y de la política audiovisual común, para de esta forma llegar a configurar una imagen de conjunto que tendrá como resultado la constitución de un nuevo espacio audiovisual*, de cuyo contenido teníamos al principio de este proceso de investigación nociones vagas y poco delimitadas.

Así pues, el marco en el que hemos situado nuestra investigación se emplaza en el ámbito que establece la Unión Europea, dentro de los límites temporales de la década de los 90, aunque con referencias, cuando han sido necesarias, a los años 80.

también se ha convertido en un gran acontecimiento industrial por ser la película más cara de la historia del cine, con un presupuesto de 235 millones de dólares (THE

Para abordar la temática en toda su extensión, nuestra tesis ha sido elaborada bajo un prisma económico-político, por considerar este enfoque el más adecuado para las especificidades del audiovisual europeo. Además, creemos que la economía política, a parte de ser "una de las principales perspectivas en la investigación en comunicación" (MOSCO, 1996:1), nos permite delimitar mejor nuestro objeto de estudio. De este modo, nuestro marco teórico ha sido construido a partir de las aportaciones de los siguientes autores. Para el enfoque económico, nos hemos basado en Mosco (1996), Babe (1994), Albarran (1996), Alexander/Owers/Carveth (1993), Hoskins/McFadyen/Finn (1997). Desde el punto de vista político, hemos utilizado para la perspectiva europea a Schlesinger (1988,1990,1997), Collins (1994a), Humpreys (1993); y para la perspectiva de las políticas de comunicación, Murciano (1992, 1996), Moragas (1988, 1996), Gifreu (1990, 1991), Richieri (1994) y Álvarez Monzoncillo (1997a).

La relevancia del objeto de estudio de nuestra tesis viene avalada en nuestra opinión por las siguientes constataciones. El audiovisual ha adquirido un protagonismo significativo no solo entre las industrias de la comunicación, sino también en la economía en general. La existencia de distintos espacios comunicativos explica la necesidad de analizar el espacio audiovisual europeo como un ejemplo particular de la actual configuración espacial que caracteriza el proceso de mundialización en curso. Asimismo, los cambios en el escenario audiovisual mundial y europeo están teniendo una traducción en la dimensión política de dicho espacio, por lo que se ve necesario estudiar estos cambios en la actuación comunitaria y la manera en la que afectan a la propia construcción europea.

En esta misma línea, nuestro estudio resulta pertinente si tenemos en cuenta las particularidades del audiovisual en el escenario europeo y la

existencia de dos concepciones distintas del mismo y también de los retos que deberían orientar la actuación comunitaria. Además, creemos que hemos aportado una perspectiva original, si tenemos en cuenta la ausencia de análisis publicados hasta el momento en nuestro país. Pensamos que nuestra aportación ofrece una perspectiva distinta y con menos elementos condicionantes que las posiciones de autores de otros países que han mantenido una visión muy particular sobre este tema, como es el caso de parte del análisis reflejado en la bibliografía británica o francesa.

Esta tesis doctoral se ha propuesto una serie de objetivos. Los principales se concretan en dos: *conocer los contenidos y problemas del espacio audiovisual europeo; y situarlos en el contexto general del escenario mundial*. Los particulares se circunscriben a los siguientes elementos: 1) *conocer la dinámica y estructura de la industria audiovisual, así como la creación de un mercado global a través de las redes empresariales constituidas por los grandes grupos audiovisuales*; 2) *conocer los particularismos de la industria audiovisual europea; la evolución de la política audiovisual comunitaria y la evaluación de sus diferentes componentes*; y 3) *elaborar una agenda de temas que determinarán la evolución del audiovisual europeo en la próxima década*.

Para la realización del análisis, hemos partido de tres precisiones conceptuales. Primera, el audiovisual es una industria cultural por excelencia, cuyo producto es único y específico por su propia naturaleza. Segunda, consideramos que los medios de comunicación desempeñan una función clave en nuestra sociedad, por lo que es justificable una actuación gubernamental para garantizar que los medios de comunicación no estén excesivamente controlados por determinados intereses privados ni por el Estado: es preciso equilibrar el derecho a la libertad de expresión con otros derechos relacionados con temas tales como la protección de menores, el rechazo del racismo y el respeto de la

vida privada. Tercera, las características propias del audiovisual europeo le otorgan ciertos particularismos, hecho que explica en buena parte la necesidad de algunas actuaciones a favor y en protección de este sector industrial.

El método de trabajo ha sido fundamentalmente: 1) la revisión bibliográfica; 2) la recogida y vaciado de información hemerográfica y documental; y 3) el trabajo con fuentes orales. Sobre lo primero, hemos revisado bibliografía de carácter multidisciplinar (comunicación, economía, política y relaciones internacionales, principalmente) y de ámbito internacional (europea y estadounidense, en particular). En relación al vaciado de información, hemos recogido datos y referencias en la prensa (LE MONDE, FINANCIAL TIMES, INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE) y revistas internacionales de carácter general (THE ECONOMIST, BUSINESS WEEK, NEWSWEEK, TIME) y de ámbito específico (VARIETY, SCREEN DIGEST, JOURNAL OF MEDIA ECONOMICS, MEDIA, CULTURE & SOCIETY). Respecto a las fuentes orales, han sido principalmente de carácter institucional comunitario, aunque completadas con otras de carácter profesional y académico.

En relación a la metodología, hay que mencionar algunos de los principales inconvenientes con los que nos hemos encontrado a lo largo de nuestro proceso de investigación. En primer lugar, al tratarse de un estudio de ámbito europeo, hemos tenido dificultades con los distintos sectores que configuran la industria audiovisual en la UE, ya que a veces los datos eran de años diferentes y hacían difícil su comparación. Además, la diversidad de fuentes existentes dificultan la homogeneidad total de las cifras. Por otra parte, la obsolescencia de la información, debido al constante cambio de la industria audiovisual a nivel mundial y europeo, nos ha obligado a limitar el estudio a un periodo temporal (1990-1998) para conseguir la uniformidad de la información. Por último, en algunos ámbitos, no existe información disponible y comparable sobre

todos los países, y en especial en el ámbito empresarial es difícil acceder a ciertas cifras estratégicas e informaciones por su alto precio económico, obstáculo que hemos intentado superar con la información disponible, procedente en general de los organismos públicos y de las entrevistas personales.

Por lo que se refiere a la estructura de la tesis, ésta se divide en dos grandes partes, que articulan un total de cinco capítulos. La primera parte la hemos titulado *el escenario mundial*, porque los dos capítulos que la constituyen presentan el contexto donde se sitúa nuestro objeto de estudio, el espacio audiovisual europeo. La segunda parte se centra en *el caso europeo* y los tres capítulos que la componen estudian con detalle la doble dimensión del espacio audiovisual europeo: la económica y la política, siendo esta última motivo de descripción y evaluación. En definitiva, hemos analizado el espacio audiovisual europeo a partir de la conjunción de tres elementos centrales: la nueva espacialización, la industria y su dinámica propia y la política audiovisual, que establecen los rasgos comunes de un espacio caracterizado por su gran diversidad interna.

En el capítulo I, se presenta la estructuración del espacio a nivel global; esto es, la espacialización: conjunto de factores que determinan la dinámica espacial general a nivel mundial, a partir de la cual explicamos la evolución de ciertos procesos, paso previo y necesario para abordar nuestro análisis en sus dimensiones económico-políticas.

Hemos partido de la constatación que desde finales de los años 80 se produce una nueva espacialización, que en el caso de las industrias de comunicación se traduce en la creación de distintos espacios comunicativos a cuatro grandes niveles: global, supranacional o regional, nacional y local (MURCIANO, 1996). Esta nueva espacialización tiene tres fuerzas motoras: la economía, un nuevo orden geopolítico y la

revolución de las tecnologías de la comunicación e información. Así se configura una nueva espacialización que en su dimensión económica se concreta en la globalización de la economía, la creación de grandes bloques regionales, y la nueva industrialización. Los aspectos geopolíticos se centran en la desaparición del mundo comunista y en las características de la geopolítica actual. La revolución tecnológica es el tercer vector de cambio, modificando estructuras y dinámicas de distintos sectores, entre ellos, el audiovisual. Con la presentación de estos tres niveles, obtenemos la imagen de conjunto del proceso de espacialización, en el que se encuentra inmerso el audiovisual a finales de la década de los 90.

El capítulo II establece una imagen general de la estructura de la industria audiovisual a finales del siglo XX, teniendo en cuenta que se encuentra en fase de total transformación. Trata de ser una instantánea, ya que es un sector donde el cambio se produce muy rápido tanto a nivel empresarial como tecnológico. Apuntamos aquellos elementos que nos permiten conocer todos los particularismos de esta industria que la hacen distinta de otras en el ámbito de la comunicación. Nos ocupamos, pues, de la definición de audiovisual, de las características principales de esta industria y de la constitución de un espacio global dominado por los grandes grupos audiovisuales en el nuevo escenario de la convergencia, donde se está produciendo una transición desde la escasez hacia la abundancia; un uso en aumento de las redes de distribución; así como la emergencia de nuevas y complejas estructuras en los mercados. Todo ello se ha combinado con la idea de que los medios no son un juego de suma cero, en el que el éxito de las películas signifique la muerte de la imprenta, y el nacimiento de la televisión suponga la extinción de la radio o que la introducción del video ponga a la televisión en el camino del olvido.

Con los elementos más significativos de la industria audiovisual y las tres dimensiones principales que configuran la nueva espacialización, hemos construido el marco en el que hemos situado el análisis del audiovisual europeo.

La segunda parte aborda el contenido del espacio audiovisual europeo a partir de una perspectiva económico-política. Así, el capítulo III tiene como objeto estudiar la dimensión económico-industrial. Esto es, conocer con detalle las características generales y las particulares del audiovisual europeo, la situación y desarrollo de los distintos subsectores que configuran la industria audiovisual y las principales problemáticas del mismo. Asimismo, debido a la diversidad de situaciones que se encuentran en el interior del espacio audiovisual europeo, la primera sección del capítulo se ocupará de los particularismos de los distintos mercados que componen el conjunto europeo: los grandes (Alemania, España, Francia, Gran Bretaña e Italia), los medianos (Austria, Bélgica, Grecia, Holanda, Portugal, y Suecia) y los pequeños (Dinamarca, Finlandia, Irlanda y Luxemburgo).

El capítulo IV se centra en la dimensión política, haciendo un repaso a las actuaciones comunitarias en este ámbito. La trayectoria comunitaria la hemos dividido en cuatro etapas: los orígenes de la política común (1982-1986), las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT (1986-1993), el post-GATT (1994-1997), y el enfoque hacia el futuro (1998-). En términos generales, la política audiovisual de finales de los 90 se marca los siguientes objetivos: 1) garantizar la creación y el funcionamiento de una área europea para los servicios audiovisuales, 2) contribuir al fortalecimiento de la industria europea de programas, 3) promover la diversidad cultural y 4) tomar en cuenta los aspectos sociales, especialmente el empleo.⁶ A lo largo de estas etapas, se ha

⁶ Respecto a este último, desde instancias comunitarias, se resalta el claro potencial de la industria audiovisual para la creación de puestos de trabajo. Esto ya se ha

observado un cambio de enfoque en la actuación comunitaria, desplazando cada vez más la dimensión cultural a un segundo plano e instalando la primacía de los aspectos económico-industriales. Además, "desde 1994, ha habido un cambio hacia un nuevo lenguaje --marcadamente más tecnicista y economicista-- por lo que el lenguaje anterior de crear un 'espacio audiovisual europeo' ha sido reemplazado por el llamamiento a instaurar una 'área de información europea'" (SCHLESINGER, 1997b:377).

El capítulo V tiene como objetivo principal hacer una evaluación de conjunto de la política audiovisual europea, desde una perspectiva estructural y activa (SERVAES, 1992). Se evalúan los principios generales, los actores, los factores interrelacionados y un análisis detallado de los distintos elementos que la componen, para terminar con una presentación de las problemáticas a las que se enfrentará el audiovisual europeo en el siglo XXI.

Antes de finalizar esta introducción, no queremos terminar sin incluir nuestros agradecimientos. Durante los casi cinco años de elaboración de nuestra tesis doctoral, debo agradecer el apoyo y la ayuda recibida de muchas personas. En primer lugar, quiero dar las gracias al departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, a la biblioteca de la Facultad, y a las instituciones que he visitado durante mi periodo de investigación, con especial mención para la sede de la Comisión Europea en Bruselas, así como los organismos del Gobierno Francés que se interesaron por mi investigación durante mi estancia en París. Además, no quiero olvidar a los profesionales y responsables públicos del sector audiovisual que me han dedicado horas de su valioso tiempo. Con especial énfasis, me gustaría agradecer la dedicación que me ha dispensado de mi director de tesis, Marcial Murciano, que a lo

confirmado en los EEUU, donde según un estudio económico realizado en California (MPAA, 1998), el empleo en el sector del ocio aumentó en un 32% de 1992 y 1996,

largo de mi dilatada trayectoria como doctoranda me ha proporcionado oportunos consejos para encarrilar mi carrera profesional, enseñándome a investigar y ayudándome con sus indicaciones, observaciones y comentarios, especialmente en los momentos de duda y dificultad académica y personal.

Quiero, por último, dar las gracias a mi madre y hermana por creer en todo momento en mi capacidad para llevar a cabo este ambicioso proyecto y por su ayuda en la realización del mismo. Junto a ellas, le siguen una lista muy larga de familiares: a mis abuelas, a mis tíos, tías y primas, que se han interesado por mi trabajo y lo han vivido como suyo; así como a todos mis amigas y amigos que me han ayudado a hacer más llevaderos los momentos más duros del proceso de redacción de esta tesis doctoral. A todos ellos mi agradecimiento.

I PARTE

EL ESCENARIO MUNDIAL

Todo análisis de la realidad contemporánea necesita ser situado en el marco de un contexto general. Hemos decidido empezar nuestro análisis desde una perspectiva global para luego ocuparnos del objeto concreto. Creemos que de esta manera se pueden entender mejor las particularidades del audiovisual europeo. En nuestro caso, el estudio sobre el audiovisual europeo ha requerido que en un primer momento nos hayamos dedicado a presentar en profundidad el escenario mundial en el que se desarrolla nuestra investigación.

Así, la primera parte de nuestra tesis se divide en dos capítulos. El primero, de carácter más teórico, expone los aspectos conceptuales y los rasgos del proceso de espacialización, además de presentar las dimensiones de la nueva geografía comunicativa. El segundo, se ocupa de estudiar con detalle la industria audiovisual, presentando sus principales características, sectores y empresas de ámbito internacional.

CAPÍTULO I

LA NUEVA ESPACIALIZACIÓN

El estudio del *espacio* y del *proceso de la nueva espacialización* son los dos primeros elementos que vamos a analizar. Su definición establece una parte de los cimientos sobre los que se construyen los nuevos espacios audiovisuales a finales del siglo XX. *La nueva espacialización* constituye el marco general en el que se integran las coordenadas de funcionamiento de las sociedades en transformación.

Dos partes configuran el contenido de este primer capítulo: la primera se encarga de presentar el nivel conceptual, es decir, definimos qué se entiende por *espacio* y *espacialización*. La segunda aborda las dimensiones de la *nueva espacialización*, centradas en tres ámbitos principales: *el económico, el geopolítico y el tecnológico*. Todo ello analizado desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, tal como la propone Vincent Mosco (1996), y los estudios de Manuel Castells (1997,1998), especialmente en su propuesta de "espacio de flujos".

En la segunda parte, explicamos como se concreta y se materializa la que denominamos *la nueva espacialización* a finales de la década de los 90. La dimensión económica se centra en *el proceso de globalización de la economía, en la creación de bloques económicos regionales*, así como en el análisis de *la nueva industrialización*. En nuestra opinión, los aspectos geopolíticos tienen dos ejes principales: *la práctica desaparición del mundo socialista y las nuevas dimensiones de la política mundial*. Finalmente, respecto a *las nuevas tecnologías*, abordamos la revolución y los cambios que ha comportado su *implantación masiva en los distintos ámbitos sociales y económicos*.

1.1 ESPACIO Y ESPACIALIZACIÓN: EL MARCO TEÓRICO

En el umbral del siglo XXI, el planeta se dispone a entrar en una nueva centuria con un escenario en plena transición, caracterizado por la sucesión de acontecimientos a ritmo acelerado y con un cambio constante. Pero, ante este movimiento incesante, existen varias fuerzas motrices que explican el porqué de esta nueva situación. Su análisis no es asunto fácil debido a la multiplicidad de factores a considerar. Por este motivo, es necesario el estudio de los elementos constantes de esta realidad que permita dirimir los principales ejes motores.

Espacio y tiempo son dos de las coordenadas que ayudan a estructurar la realidad. Ambos conceptos han ido siempre ligados a unas significaciones propias a cada época. Así la concepción del espacio y del tiempo no era la misma en la época de la Grecia clásica, que a finales del siglo XIX, en plena revolución industrial. De este modo, el espacio y el tiempo tienen al término de la década de los años noventa una definición muy distinta de las anteriores, que se explica a partir de un ritmo y una evolución concretos de la sociedad contemporánea.

En nuestro caso, el espacio adquiere un protagonismo principal, siendo el eje central del presente capítulo. Su significado cuenta con numerosas acepciones dependiendo de cada disciplina científica. El espacio ha sido objeto de estudios diversos desde la filosofía, pasando por la arquitectura y acabando por la economía. Su amplio significado y su múltiple utilización le permiten adaptarse a diversos contextos y circunstancias, e incluso, acabar concretándose en un proceso de creación del espacio, especificado en el concepto de *espacialización*.

En las postrimerías del siglo XX, nos encontramos ante una *nueva espacialización*, que comporta el ordenamiento del planeta a partir de nuevas dimensiones. Por un lado, el desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías ha convertido las distancias casi en insignificantes, provocando la práctica desaparición del espacio, ya que todo se convierte en flujos de bits que contienen informaciones de diversas clases y que se trasladan en milésimas de segundo de una punta a la otra del planeta. Estas transformaciones espaciales han llegado de la mano de la tecnología digital, que ha convertido a la tierra en un mundo sin distancias. Por otro lado, las magnitudes del espacio vienen determinadas por la lógica de la globalización económica, la emergencia de bloques regionales y una situación geopolítica diferente a nivel mundial.

Todos estos cambios nos conducen hacia la nueva concepción del espacio mundial, que data de finales de los años 80. Hasta aquellos momentos la espacialización estaba dividida por la frontera Este/Oeste y por la primacía de la dimensión nacional/internacional. La sucesión de una serie de importantes acontecimientos políticos, acompañados por el desarrollo de una nueva organización económica y la gran implantación de las nuevas tecnologías, han tenido como resultado la transformación espacial del planeta.

Aunque si bien es cierto que la *nueva espacialización* no afecta a todos los ámbitos de la vida por igual, es central en el caso del audiovisual. Estas nuevas dimensiones espaciales se explican a partir de una nueva geografía de los medios (MAISTRE, 1976; PAILLART, 1993) y de la configuración de espacios de producción, de consumo y de recepción (MORAGAS, 1988). Esta composición espacial actual nos obliga a dar un paso hacia atrás, ya que es necesario primero estudiar qué se entiende por espacio de comunicación, para posteriormente disponer de los instrumentos básicos para analizar el ámbito audiovisual. En este

sentido, no solo tendrán importancia las dimensiones socioeconómicas sino también las tecnológicas y las culturales.

1.1.1. ESPACIO: DEFINICIONES Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS

El camino que hemos seguido para la delimitación del significado del concepto señalado consiste en presentar sus distintas definiciones, para acotar posteriormente su significación al ámbito de estudio concreto.

En el caso del término *espacio*, distintas disciplinas se han dedicado a su estudio. El Derecho se ha ocupado de desarrollar acepciones como espacio marítimo, aéreo o exterior, para dotarlo de especificidades muy concretas, a través de normativas internacionales o nacionales. La filosofía, por otra parte, se ha dedicado al estudio del espacio como realidad absoluta (filósofos clásicos como Aristóteles, Epicúreo o Demócrito) o como realidad relativa, defendida por Descartes, Leibniz o Kant. En el campo de las matemáticas, se ha intentado dar una representación numérica a este concepto abstracto. La arquitectura ha hecho del espacio uno de sus elementos clásicos, incluso algunas de sus escuelas, en concreto, la Bauhaus en Alemania y la escuela arquitectónica de la Rusia soviética, se han dedicado principalmente a la búsqueda de la producción del espacio en la década de los años 1920 (LEFEBVRE, 1976: 120).

En el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, se define el *espacio* como "el continente de todos los objetos sensibles que existen; parte de ese continente que ocupa cada objeto sensible." Es preciso diferenciarlo de términos afines como el concepto de *área*, que equivale "al espacio de tierra comprendido entre ciertos límites; el espacio en que se produce determinado fenómeno o que se distingue por ciertos caracteres geográficos, botánicos, zoológicos, económicos,

etc.," y de zona, "cualquier parte de terreno o de superficie encuadrada entre ciertos límites."

A parte de estos rasgos particulares, no podemos olvidar que como afirma el sociólogo francés Henri Lefebvre, "el concepto de espacio liga lo mental y lo cultural, lo social y lo histórico; reconstituyendo un proceso complejo: el descubrimiento, la producción, la creación y la simultaneidad." Asimismo, se observa la formación de un nuevo espacio "a escala mundial, integrando y desintegramos lo nacional, lo local" (LEFEBVRE, 1986:X). Esta concepción nos presenta la multidimensionalidad del término, fruto de los diversos elementos que componen una sociedad, ya que "no existe, pues, de un lado, el espacio global (concebido) y del otro, el espacio fragmentado (vivido) como puede existir aquí un vaso intacto y allí un vaso o un espejo quebrado. El espacio 'es' a la vez total y roto, global y fracturado. Lo mismo que es a la vez concebido, percibido, vivido." (LEFEBVRE, 1986:411).

Siguiendo en esta misma línea, el profesor Manuel Castells (1972:152) define el espacio como "un producto material en relación con otros productos materiales - incluida la gente- que participan en relaciones determinadas (históricamente) y que asignan al espacio una forma, una función y un significado social." Por otro lado, el teórico social David Harvey (1990:204) cree que "desde una perspectiva material, podemos sostener que las condiciones objetivas de tiempo y espacio se crean necesariamente mediante prácticas y procesos materiales que sirven para reproducir la vida social; (...) el tiempo y el espacio no pueden comprenderse independientemente de la acción social." En definitiva, "el espacio es el soporte material de las prácticas sociales que comparten el tiempo" (CASTELLS, 1997a: 445).

Por otro lado, el espacio también posee una dimensión económica. En concreto, la economía espacial es la que se encarga de dotar al espacio

de una significación económica, fijándose especialmente en el marco espacial en el que tienen lugar la producción y la distribución de bienes y servicios. A partir este enfoque, han aparecido disciplinas autónomas como la teoría de la localización, la economía del comercio internacional, la economía regional y la economía urbana.⁷

Así, el espacio económico se convierte a la vez en "espacio geográfico y matemático; siendo el primero, el paisaje dentro del cual vivimos, el lugar donde se sitúan nuestras herramientas y nuestros actos; y el segundo, el lugar abstracto que permite la representación de las relaciones que existen entre variables independientes, fuera de toda localización geográfica" (PENOUIL, 1983:74).

La concepción del espacio viene también determinada por la tecnología, ya que esta "altera las relaciones de tiempo y de coste entre los lugares, deformando, colapsando e incluso cambiando la dimensionalidad y otras propiedades del espacio formado por las conexiones entre la gente y los lugares" (GOULD, 1991:6). Como consecuencia, los espacios vienen definidos por su capacidad de conexión, "formada de varias estructuras altamente conectadas de compañías, gobiernos e instituciones financieras, y mucha de la comunicación, que afecta a millones de

⁷ Los primeros economistas en incorporar el factor espacio en sus análisis fueron los mercantilistas, formulando las primeras teorías del comercio internacional. El elevado grado de abstracción de los análisis posteriores y el predominio, en el mundo anglosajón, de la teoría del *faissez-faire*, homogeneizaron el espacio y relegaron su papel a la economía política, con algunas excepciones. Sólo se ocuparon Marx, en su teoría de la formación de las rentas de la tierra, y Marshall, que marcó las ventajas de la situación y la relación de los costes de transportes con la distancia del mercado. Será dentro del marco del proteccionismo alemán que Von Thünen iniciará un tratamiento específico del espacio desde un punto de vista económico, un modelo de localización agraria. Más tarde, W. Röscher, A. Schäffle y W. Laundhardt establecían una teoría pura de la localización industrial, sistematizada por Weber, que definió los factores de localización, la tendencia a la aglomeración y un sistema de localizaciones dentro de un modelo abstracto e independiente de cualquier sistema económico. Paralelamente, se inició el análisis del hecho urbano, que habría de recibir durante el siglo XX una gran influencia de la economía espacial. Otros autores destacados de esta especialidad son A. Lösch, A. Predóh, H. Rotschl, B. Ohlin y W. Isard, siendo el último el creador de la economía regional y el integrador definitivo del factor espacial en la ciencia económica.

personas, y que se transmite por estas conexiones. Son estas estructuras, la forma como estos elementos están conectados entre sí, las que configuran los espacios topológicos en los que se toman las decisiones que afectan al conjunto de regiones y naciones" (GOULD, 1991:11).

Las definiciones de espacio desde las perspectivas económica, social y tecnológica nos han proporcionado un marco general de análisis, que debe ser concretado al ámbito de la comunicación. La razón se encuentra en que el espacio adquiere connotaciones muy propias de este campo. En concreto, juega un papel protagonista a la hora de explicar la estructuración y funcionamiento del sistema general de comunicación social. "La noción de espacio ha sido tratada empíricamente por las ciencias de la información y de la comunicación so capa de expresiones como 'espacio audiovisual' o 'espacio francófono' de comunicación." (PAILLIART, 1993:10). Además, como apuntan Robins y Comford, "los cambios contemporáneos han dejado claro que las cuestiones relativas a la geografía son cada vez más centrales para una comprensión adecuada de la economía y de la política de los medios de comunicación" (1994:218).

Para concretar el concepto de espacio de comunicación y su articulación con el contexto general, nos basaremos principalmente en las aportaciones establecidas por los profesores Josep Gifreu, Miquel de Moragas y Marcial Murciano. De estos tres autores, hemos seleccionado los elementos básicos que nos permiten definir el concepto de espacio de comunicación, aportando cada uno de ellos distintas perspectivas. Gifreu se centra en los elementos que definen intrínsecamente un espacio de comunicación; Moragas lo relaciona con el ámbito de recepción, mientras que Murciano presenta una articulación de los

Este economista desarrolló el esquema de equilibrio general de Lösch y sobre todo, el concepto de región económica (ENCICLOPEDIA CATALANA, voz: economía espacial).

distintos espacios de comunicación, en línea con las corrientes de espacialización desarrolladas por Vincent Mosco y Manuel Castells.

A pesar de su gran flexibilidad, lo que implica imprecisión y ambigüedad, el concepto *espacio de comunicación* sirve para "designar de forma compleja una serie de dimensiones o variables de los fenómenos de comunicación social, dimensiones que comprenden no solamente el carácter territorial, ni tan solo el político, ni el cultural o lingüístico, sino todos a la vez. Se utiliza como concepto contenedor" (GIFREU, 1991:240).

Nuestra primera aportación llega de manos de Josep Gifreu (1991:240-241), quien propone un espacio de comunicación que implica, al menos los siguientes elementos: la adopción de un punto de vista geopolítico por parte del observador, "de manera que éste queda automáticamente interpelado por la realidad examinada, queda 'situado' al menos implícitamente en un territorio cartografiado; el reconocimiento de la existencia de algunos circuitos de comunicación específicos o propios de y entre los actores sociales comprendidos en ese territorio cartografiado; de unos instrumentos básicos de producción del discurso, generados por un patrimonio cultural propio, con un elemento nuclear, particular y objetivo, que es la lengua (natural); y de unos instrumentos básicos de control del espacio de los circuitos propios, equivalentes a una cierta capacidad política de iniciativa y de discriminación, con instituciones políticas propias (o voluntad de tenerlas)."

Esta propuesta pretende, según Gifreu, "ayudar a reducir la gran complejidad del sistema actual de los mass media y de la correspondiente cultura de masas, así como puede ofrecer unas bases para una propuesta razonada y razonable de espacios de comunicación en Europa."

La primacía del punto de vista geopolítico en la propuesta de Gifreu determina la existencia de dos referentes a la hora de definir los espacios de comunicación, que son Estado y Nación. A partir de ambos, este autor propone una tipología de espacios de comunicación, centrada principalmente en el escenario europeo. En el cuadro 1, se presentan ocho tipos de espacios según el referente dominante (GIFREU, 1991:241):

CUADRO 1: TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS DE COMUNICACIÓN EN EUROPA

Tipo de espacio	Referente dominante
Local	Nación/Estado
Regional	Nación/Estado
Nacional	Nación
Estatal	Estado
Comunitario (CE)	Estado
Europeo	Estado/Nación
Transnacional	Nación
Internacional	Estado

FUENTE: GIFREU, 1991:241

Además de señalar los factores que articulan los espacios de comunicación, Gifreu (1991:242-243) presenta sus principales componentes, basándose en los conceptos de identidad y diferencia. Respecto del primero, presenta cuatro elementos fundamentales en los espacios de comunicación definidos por el referente dominante nacional (no estatal):

*1) Una *lengua* propia: es la lengua (natural) creada por el grupo humano concreto a lo largo de su constitución como tal; es la lengua sentida y vivida como una herramienta de comunicación 'materna', como la fuente de comprensión primera, de diálogo y de cooperación.

2) Un *territorio* ocupado: es el espacio físico ocupado históricamente por un grupo humano, y por tanto 'trabajado', vivido, y representado simbólicamente (cartografiado); el territorio propio es 'la tierra de los

padres,' espacio a la vez físico y simbólico, es el punto de anclaje del grupo en el espacio, el punto físico de estabilidad y de seguridad.

3) Unos *rituales* mediáticos: son las múltiples formas de interacción institucionalizada en y por 'la comunidad de sentido'; en la fase de la cultura de masas, predominan las prácticas rituales generadas en torno y a través de los 'mass media'.

4) Unos *referentes* propios: son los contenidos considerados (representados) elementos definidores del espacio propio, y que lógicamente tienen que comprender básicamente los tres anteriores: la lengua propia, el territorio 'vivido' y los propios rituales y sus protagonistas."⁸

En relación a la diferencia, señala que "un espacio de comunicación se constituye también por oposición —que no conviene confundir con la confrontación más o menos violenta— con los demás espacios constituidos o en fase de construcción / destrucción. No puede haber ni de hecho existe ningún espacio de comunicación totalmente cerrado; todavía más, parecen cada vez más inconcebibles unos espacios de comunicación sin unas relaciones habituales con los demás. El carácter de estas relaciones marca justamente el grado de convivencia logrado en un lugar y momento dados entre colectividades diferenciadas" (GIFREU, 1991:243)

Según Gifreu (1991:244), un espacio de comunicación se constituye dialécticamente por las relaciones que tiene con los otros espacios, y que son básicamente:

"Las *relaciones de lengua*: se establecen diferentes relaciones de lengua según los espacios (toda la problemática relativa al aprendizaje de lenguas no maternas, a las relaciones 'a-b y el exterior', a la traducción, al doblaje, etc.).

⁸ La cursiva es original del autor.

Las relaciones de territorio: son las relaciones más bien delimitadas al menos en la etapa de los Estados nacionales, en que al final todo se "territorializa"; todas las relaciones implican unas fronteras territoriales, representables en un mapa geopolítico, pero la presencia de los *mass media*, entre otras razones, pone en cuestión las viejas fronteras.

Las relaciones de rituales: las diferentes insitucionalizaciones de cada espacio mantienen contactos e intercambios cada día más regulares, hoy mediatizadas sobre todo a través de las redes y medios de comunicación.

Las relaciones de referentes: los referentes propios de cada espacio son observados, conocidos, reconocidos (como 'personalidades,' 'Instituciones,' 'lugares,' etc., específicos) o ignorados, según sean sus relaciones en este punto con los demás."

A estos componentes, Gifreu añade los mecanismos de regulación que se sitúan por encima de cada uno de los particulares, tratándose de "mecanismos generados por la misma experiencia histórica de contacto, de negociación y de confrontación entre los diferentes espacios, y que se plantean cada vez más como el principal campo de batalla entre espacios para la supervivencia, para la recuperación o para la hegemonía. Los mecanismos de regulación han sido generalmente hasta ahora mecanismos de dominación de unos espacios sobre los demás" (GIFREU, 1991:244).

Posteriormente, Gifreu ha centrado sus investigaciones en el espacio catalán, y, para estudiarlo con toda su complejidad, ha delimitado teóricamente el objeto a investigar "como una relación entre estos tres 'espacios': el espacio geopolítico (Cataluña como una unidad y totalidad), el espacio *nacional* (principales rasgos que configuran Cataluña como una nación, o como una región de los países catalanes, con la lengua como rasgo definidor básico, aunque no único) y el espacio comunicacional (ámbito de producción, circulación y cobertura de los

mensajes y procesos de comunicación social)" (GIFREU, 1983:5-6). Estos análisis nos han sido de utilidad porque las especificidades de Cataluña se repiten en otros puntos del continente europeo y son un claro ejemplo de la diversidad cultural y lingüística que caracteriza a Europa. Asimismo, nos ayudarán a explicar algunas actuaciones en el ámbito político de las instituciones comunitarias y de los Estados miembros de la Unión Europea

Otra de las perspectivas que analizan la comunicación desde el concepto de *espacio de comunicación* son las aportaciones de Miquel de MORAGAS (1988). Este autor se centra principalmente en la noción de ámbito de recepción para reconceptualizar una tipología basada en la noción de espacio de comunicación (MORAGAS, 1988:22).

La noción de ámbito le permite a Moragas acogerse a "la coordenada geográfica" pero sin limitarse ella, ya que ésta "constituye hoy una sola de las posibilidades de formación de ámbitos de comunicación. Y esto porque las transformaciones tecnológicas, con la creación de ámbitos geográficos delimitados de recepción – desde las FM locales a los satélites de difusión directa- también permiten la creación de ámbitos que no exigen la contigüidad espacial o temporal para la recepción" (1988:25).

Moragas también ha señalado la importancia de los aspectos técnicos que "permiten la creación de ámbitos que no exigen la contigüidad espacial o temporal para la recepción". Asimismo, ha subrayado que "condiciones sociales y tecnológicas diversas (la internacionalización del capital o el teléfono ha favorecido el desarrollo de organizaciones (multinacionales) que constituyen sus ámbitos con independencia de la contigüidad geográfica, permitiendo el mantenimiento de la simultaneidad (video-teléfono)" (1988:26).

Para construir una definición de espacio de comunicación, Moragas hace previamente una distinción entre dos términos: *ámbito de difusión* y *alcance de difusión*. Sobre el primero, "podemos entender el ámbito de la recepción inmediata y simultánea de la información en un marco determinado y limitado, espacialmente y temporalmente." Sobre el segundo, "podemos entender la cobertura de audiencia que puede lograr un mismo producto comunicativo a través de las lenguas y medios de ámbito diverso –el ejemplo más característico sería el caso de la distribución tradicional de las cintas de cine- que hasta nuestros días ha sido el sistema de penetración utilizado por las culturas dominantes" (MORAGAS, 1988:28).

En cuanto a la relación medios de comunicación y espacio, Moragas estudia como el desarrollo de los medios de comunicación en las distintas etapas dan una forma u otra a los espacios de comunicación. Así, "las condiciones tecnológicas de la comunicación de los años sesenta determinaron lo que podríamos llamar los años dorados del poder comunicativo de los Estados. El espacio audiovisual se configuraba como un espacio decisivo para la cultura y la política modernas gracias a la creciente expansión de la televisión y de la radio en onda media. Este espacio audiovisual era de fácil control por parte de los Estados, cuando ellos mismos eran los responsables de la difusión de sus señales y de la delimitación del territorio que les pertenecía. El espacio audiovisual permitía a los gobiernos de los Estados un fácil control de la opinión pública. La prensa escrita dejada al control de la iniciativa privada, generalmente conservadora en toda Europa, se dirigía a unas élites con intereses culturales y económicos de ámbito tan reducido como el de la recepción del medio" (MORAGAS, 1988:24).

La llegada de los años ochenta, según Moragas, supone la mutación de los espacios comunicativos. "La generalización de la FM permitió la multiplicación de los espacios de comunicación reducidos, que junto con

el abaratamiento de las técnicas de emisión permitió la experimentación alternativa de las radios locales y de barrio. Así, estas mismas experimentaciones se vieron afectadas por usos comerciales e ideológicos del todo contradictorios. La lógica del mercado se imponía a la lógica política. La crisis y las necesidades de reconversión tecnológicas empezaron a afectar a las empresas periodísticas que empezaron a sentir como insuficiente el espacio que hasta entonces les había reservado el Estado. Aparecía la necesidad de privatización de la televisión. Estos mismos años ochenta, con la implantación operativa de los satélites, son también testimonios de grandes progresos en la transnacionalización de la información. La satelización tiene como consecuencia una nueva dimensión de la transnacionalización de la información y de la cultura" (MORAGAS, 1988:25).

En la misma línea de Moragas, encontramos las aportaciones del profesor de la Universidad de Quebec, Gilbert Maistre, que también utiliza el concepto de espacio de difusión de las comunicaciones de masas. Este autor afirma que este espacio "se estructura entorno a cuatro modos de organización: las tramas espaciales urbanas, las regionales, las nacionales y las de los grandes espacios" (MAISTRE, 1976:47).

Para el análisis de estos espacios, Maistre propone dos métodos: "uno consiste en utilizar como unidad espacial de referencia las divisiones administrativas de las que se dispone de datos de consumo. El otro se define a partir de áreas homogéneas de consumo que no corresponden necesariamente a estas divisiones pero que explican los límites espaciales de los sistemas de difusión" (MAISTRE, 1976:56).

Este concepto de espacio de difusión se articula en torno a cuatro nodos fundamentales de organización del espacio: la ciudad, la región, la nación y los grandes espacios. "Sus elementos están constituidos por los

centros de difusión colectiva de los mass-media (centros de edición de prensa escrita, emisoras de radiodifusión). Tienen en común una serie de tres atributos morfológicos: la extensión de la difusión, su intensidad o su densidad y su homogeneidad. A estos atributos fácilmente cuantificables y desde hace mucho tiempo utilizados por los sectores publicitarios, añadiremos un atributo más difícil de apreciar que es el del grado de integración del subsistema de difusión dentro del sistema global de organización espacial correspondiente al área de difusión" (MAISTRE, 1976:57).

La tercera perspectiva del concepto espacio de comunicación la constituye la aportación de Marcial Murciano. En su línea de análisis sobre la comunicación internacional, presenta una configuración de los espacios comunicativos que "reside en la intensificación de la actual fase de mundialización regionalizada en la que nos encontramos, como consecuencia de la dinámica económica de mundialización en curso" (MURCIANO, 1996:2).

Su propuesta se centra en la configuración de una "nueva articulación de los espacios comunicativos". Frente a los enfoques tradicionales de décadas anteriores, que analizaban la oposición de las fuerzas nacionales frente a la emergencia de una creciente actividad exterior transnacional, Murciano afirma que "lo característico de la actual fase es identificar en el escenario planetario al menos cuatro espacios de actividad comunicativa cada vez más diferenciados. Estos espacios son, en un orden de mayor a menor dimensión: en primer lugar, el espacio global que favorece la nueva tecnología y en el que se incrementa una difusión cada vez más amplia de mensajes sincrónicos; en segundo lugar, los espacios supranacionales o macroespacios regionales, característicos de la actual fase de regionalización; en tercer lugar, el espacio tradicional del Estado nación; y, por último, y cada vez con una mayor identidad, los espacios locales, diferenciados por sus

características de comunidad específica (lengua, historia, religión, costumbres o territorio)" (MURCIANO, 1997:104).

Respecto a las dinámicas de transformación, Murciano se refiere "a tres grandes dinámicas o vectores de transformación, que convergen sobre el sector de los medios de comunicación. Estas son: 1) la dinámica tecnológica; 2) la dinámica económica y de concentración empresarial, y 3) la dinámica de desreglamentación o de transformación normativa" (MURCIANO, 1992b:108).

Asimismo, Murciano señala que "esta nueva forma de agrupación de economías y espacios nacionales, exige una redefinición de los sistemas de comunicación y de sus espacios de actuación, que se encuentran ahora conectados por una nueva dinámica de articulación que tiene una lógica de acción global, la que le infiere la actividad económica mundializada; los actores económicos principales que definen estos espacios son las compañías transnacionales " (1996:5).

Por otro lado, este autor destaca la centralidad de los medios de comunicación en el seno de estos macroespacios, ya que " favorecen la creación y la difusión de la moderna cultura audiovisual, redefinen las nuevas identidades colectivas, contribuyen a la creación de una cultura política común, etc." (1996:6). Para Murciano, "la esfera de lo comunicativo es, por tanto, el elemento de enlace entre los nuevos espacios regionales y la dinámica global del sistema. La esfera comunicativa constituye el nexo simbólico que permite la articulación de los espacios: local, nacional, regional y mundial" (1996:6).

Con las aportaciones señaladas hasta ahora, obtenemos los distintos elementos que configuran las diferentes perspectivas del concepto *espacio de comunicación*. Por este motivo, nos encontramos en buena disposición para formular una definición de conjunto de este término que

nos permita aplicarla a nuestro objeto de estudio. De esta forma, entendemos por espacio de comunicación: un término cartografiado, con unos circuitos propios de comunicación, con unos referentes lingüísticos y culturales comunes, fruto de la conjunción de diferentes ámbitos de recepción de los distintos medios que actúan sobre el mismo, y con una triple dimensión: económica, política y cultural. A parte de esta definición intrínseca, el espacio de comunicación, según su dimensión y la perspectiva de análisis que adoptemos, pertenecerá a distintos ámbitos que se concretan en cuatro: global, regional, nacional y local.

1.1.2. EL PROCESO DE ESPACIALIZACIÓN: SU CONSTITUCIÓN Y ELEMENTOS

El protagonismo otorgado al espacio en nuestro análisis conlleva la necesidad de dedicar una significativa atención al proceso de espacialización. Para concretar su importancia, hemos dedicado un apartado a definir este proceso y sus elementos. Para abarcarlo en toda su dimensión, nos hemos centrado principalmente en las aportaciones de Manuel Castells (1995, 1997, 1998), por considerarlas las más completas y las que mejor responden a las nuevas dimensiones espaciales, principalmente a través del concepto "espacio de flujos".

El término espacialización fue introducido por el teórico social francés, Henri Lefebvre, para denominar el proceso de superación de los límites del espacio y del tiempo en la vida social. Su contenido tiene una importancia especial para la economía política de la comunicación principalmente por dos razones señaladas por el profesor Vincent Mosco (1996:1773). La primera se refiere al papel central que juegan los procesos los procesos de comunicación y las tecnologías; y la segunda es la importancia que tiene la espacialización en las industrias de la comunicación.

Por otra parte, la espacialización ha sido también objeto de estudio de algunos autores destacados como Marx, Innis y Lash y Urry,⁹ haciendo referencia a los conceptos de espacio y tiempo relacionados con la economía y las estructuras del poder. En este sentido, la espacialización es un medio para entender la relación de las geometrías de poder con los procesos de constitución del espacio. Es decir, equivale a la extensión geográfica e institucional de la actividad organizativa.

En esta nueva espacialización, los vectores del cambio son las nuevas tecnologías, la reestructuración completa del sistema económico y estadista, y los grandes movimientos de índole cultural y sociopolítica. Asimismo, como ha señalado Marcial Murciano (1996), existen diversos niveles de análisis: global, regional, nacional, y local. Además, fruto de esta nueva espacialización, se habla también de un *nuevo espacio industrial* que se caracteriza por la articulación en redes globales y por una discontinuidad geográfica. Así, se pone de manifiesto que el nuevo modelo espacial se singulariza por mantener una dispersión y una concentración simultáneas.

Desde mediados de los años 1980, tanto el espacio como el tiempo han sido transformados bajo el efecto combinado del paradigma de la tecnología de la información y de las formas y procesos sociales inducidos por el proceso actual de cambio histórico. "De esta manera, la primacía la adquiere el espacio de flujos en contra del espacio de lugares

⁹ "Encontramos una aproximación próxima al concepto de espacialización en Marx, que en *Grundrisse*, señaló la tendencia del capitalismo para "aniquilar el espacio con el tiempo". Esto se refiere al creciente poder del capital para usar y mejorar los medios de transporte y comunicación, empujando el tiempo que toma trasladar bienes, personas y mensajes por el espacio, y por lo tanto, disminuyendo la importancia de la distancia espacial como una limitación a la expansión del capital. Harold Innis (1972) destaca por su continuo esfuerzo para establecer conexiones entre las formas de los medios de comunicación, tiempo y espacio y las estructuras de poder. Un trabajo reciente en economía política (Lash y Urry, 1987) corrige la visión marxiana al sugerir que más que aniquilar el espacio, el capital lo transforma, al reestructurar las relaciones espaciales entre la gente, los bienes, los mensajes y en el proceso se transforma a sí mismo" (MOSCO, 1996:173-174).

que predominaba en las décadas anteriores" (CASTELLS, 1997a: 410). Así, "lo que vemos es la formación de flujos de capital como un tráfico que está siendo transmitido a través de la estructura subyacente de las conexiones entre los mundos comercial y gubernamental, una estructura que actúa como soporte o telón de fondo de estos flujos. Es en estas estructuras que las decisiones se toman y se transmiten" (GOULD, 1991:11-12).

La configuración de la nueva espacialización se estructura a partir de conceptos como : *flujos, estructura en red y capacidad de conexión*. Estos tres términos constituyen las nociones básicas que explican el proceso de constitución de la nueva espacialización. En este escenario, los flujos se convierten en la expresión más clara de la sucesión de las distintas prácticas económicas, políticas y simbólicas que configuran el mundo contemporáneo. Asimismo, estos flujos se estructuran en forma de red, lo que permite conectar los distintos centros nacionales, regionales y locales y de esta forma, el conjunto del sistema queda interconectado a escala global.

En la nueva configuración espacial, el concepto *espacio de flujos*¹⁰ se presenta como la mejor definición de la nueva dinámica que domina el planeta. En concreto, "se trata de la organización material de las prácticas sociales¹¹ en tiempo compartido que funcionan a través de los flujos" (CASTELLS, 1997a: 445).

Asimismo, el espacio de flujos, siguiendo la propuesta de Castells, responde a la combinación de al menos tres capas de soportes

¹⁰ Según Castells, el flujo equivale a las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad.

¹¹ Prácticas sociales dominantes son aquellas que están incorporadas a las estructuras sociales dominantes. Por su parte, las estructuras dominantes son dispositivos de organizaciones e instituciones cuya lógica interna desempeña un papel estratégico para dar forma a las prácticas sociales y la conciencia social de la sociedad en general.

materiales. La primera está formada por un *círculo de impulsos electrónicos*, que es posible gracias a los aparatos de la tecnología de la información. Esta *red de comunicación* es la configuración espacial fundamental: los lugares no desaparecen, pero su lógica y su significado quedan absorbidos en la red. La segunda capa está constituida por sus *nodos y ejes*. Los nodos directrices, los lugares de producción y los ejes de comunicación se definen a lo largo de la red y se articulan en una lógica común mediante las tecnologías de comunicación y una fabricación programables, basada en la microelectrónica, flexible e integrada. Las funciones que debe cumplir cada red definen las características de los lugares que se convierten en sus nodos privilegiados. La tercera capa se concreta en la *organización espacial de las élites gestoras dominantes*, que ejercen las funciones directrices en torno a las que ese espacio se articula (CASTELLS, 1997a: 448-449).

Esta teoría del espacio de los flujos parte de la premisa de una organización asimétrica de las sociedades en torno a los intereses específicos dominantes de cada estructura social. Esto significa que no es la única lógica en la sociedad contemporánea, sino que es la predominante. La razón de este dominio se encuentra en la articulación de las élites y la segmentación de las masas, cuyo resultado es una dimensión global e integrada para las esferas de poder y una local para los ciudadanos.

La nueva espacialización también comporta una concepción diferente del tiempo, constituyendo uno de los rasgos que definen el panorama mundial a finales de los años 1990. A este respecto, Castells también propone el concepto de *tiempo atemporal*, que "se da cuando las características de un contexto determinado, a saber, el paradigma informacional y la sociedad red, provocan una perturbación sistémica en el orden secuencial de los fenómenos realizados en ese contexto. El tiempo atemporal pertenece al espacio de los flujos, mientras que la

disciplina temporal, el tiempo biológico y la secuenciación determinada por la sociedad caracterizan a los lugares de todo el mundo, estructurando y desestructurando materialmente nuestras sociedades segmentadas" (CASTELLS, 1997a: 499).

En esta misma línea de una nueva concepción del tiempo, fruto de la espacialización actual, encontramos también el término "*compresión del espacio-tiempo*", cuya primera y principal consecuencia "ha sido acentuar la volatilidad y la efemeridad de las modas, los productos, las técnicas de producción, los procesos laborales, las ideas e ideologías, los valores y las prácticas establecidas" (HARVEY, 1990:285).

Marjorie Ferguson (1990:158-160), profesora de la Universidad de Maryland, analiza como afecta esta nueva concepción espacio-tiempo a áreas distintas: telecomunicaciones, redes financieras, televisión, organización laboral y comportamiento en el hogar. Ferguson (1990:170) proporciona nuevas definiciones del tiempo y del espacio, señalando que éstas "no están borrando los entendimientos antiguos cotidianos de distancia y duración sino que los cubre con nuevas definiciones de la situación. Estas nuevas concepciones del cuando y del donde están proporcionando significados plurales o alternativos denominados como 'tiempo-sin-tiempo' y 'espacio-sin-espacio'". Por otro lado, "el argumento que la importancia del tiempo-espacio está siendo magnificado al distinguir contextos institucionales e interpersonales refuerza una aseveración anterior; a saber, que las nuevas tecnologías juegan un papel capacitador, proporcionando una 'lógica transformacional' que contribuye a unos procesos mayores de cambio social, cultural y económico en la sociedad".

Pero, como afirma Harvey (1990:293-294), "el colapso de las barreras espaciales no significa que la importancia del espacio esté decreciendo,

cuanto más disminuyen las barreras espaciales más somos conscientes de lo que los espacios del mundo contienen"

Esta nueva espacialización modifica los espacios tradicionales de la comunicación, ya que ahora se han creado diferentes modalidades espaciales, acompañadas de nuevas clases de comunidades y formas de pertenencia. Asimismo, mientras la radiodifusión jugó un papel fundamental en la estructuración y consolidación de los territorios nacionales, en los años 90, "las geografías audiovisuales se están convirtiendo en separadas de los espacios simbólicos de las culturas nacionales y realineado en base de los principios más 'universales' de la demografía de los consumidores y los segmentos del mercado" (ROBINS Y CORNFORD, 1994:219). Asimismo, "los nuevos conglomerados mediáticos están creando un espacio global visual, un espacio de transmisión que sobrepasa las geografías de poder, de la vida social y del conocimiento, que definen el espacio de nacionalidad y la cultura" (GRAHAM Y MARVIN, 1996:178).

Como ya señalaban Gifreu y Moragas, la radiodifusión ha sido fundamental para la producción del territorio nacional, y para la construcción de la identidad unificada de la comunidad y tradición nacional; ahora, la situación es diferente creando otros territorios, otras clases de comunidades, otras formas de pertenencia.

En esta constitución de los diferentes elementos de la espacialización limitada al ámbito comunicativo, se observa, por un lado, a la que "la característica fundamental de la era pre-electrónica reside en la estricta dependencia de las redes de comunicación en relación a las de transporte" (MAISTRE, 1976:35). Es decir, los espacios de comunicación se vinculaban a los establecidos por los sistemas de transporte, mientras que en la era electrónica se caracteriza por la cuasi-instantaneidad de las comunicaciones, que "se añade, con la radio y la televisión, una

isotropía de flujos de información dentro de la zona de difusión útil de los emisores” (MAISTRE, 1976:39).

Esta nueva espacialización modifica la geografía tradicional en el mundo de la comunicación debido a un doble fenómeno: la mundialización de los mercados y la extensión de las redes, que llegan acompañadas por la transformación del Estado y el peso de factores transnacionales (PAILLIART, 1993:12).

Henri Bakis (1987:36), especialista en geografía de las telecomunicaciones, ya señalaba, a finales de la década de los años 1980, que “el acento se debe poner más vigorosamente en las implicaciones geopolíticas de las cuestiones relativas a la información y a la comunicación (...) El control de las redes se ha convertido en un tema principal, atravesado por las rivalidades entre Estados en un principio, pero, lo que es más nuevo, por otro tipo de rivalidades: entre las firmas mundiales más grandes, primero, luchan por la conquista de mercados y la explotación de redes a escala planetarias; entre estas firmas de una parte y los Estados, por la otra, las convergencias o divergencias de intereses aparecen y establecen situaciones geopolíticas complejas.”

Acompañando a esta primacía de las redes, se observa la transformación que sufren “el Estado pero también lo local, dos lugares privilegiados, que juegan un papel particularmente decisivo en la constitución de la identidad social y colectiva, se ven, en tanto que entidades específicas, puestos en duda y transformados bastante profundamente” (PAILLIART, 1993: 221-222). En este punto, hay que señalar la importancia de la interrelación entre los distintos espacios como lo señala Isabelle Paillart, profesora de la Universidad de Grenoble, en la misma línea de Armand Mattelart, cuando éste escribe que “todas estas escalas de la realidad, la internacional, la local, la regional y la nacional, no tienen sentido si no se las articula entre ellas, si

no se ponen de relieve las interacciones, si no se rechaza establecer los dilemas y las binariedades para buscar las pasarelas, las mediaciones y las negociaciones que se producen entre las diversas dimensiones, sin descuidar bastante la existencia bien real de las relaciones de fuerza entre ellas" (MATTELART, 1991:298).

Dos factores ayudan a explicar el fenómeno de la espacialización en el mundo de la comunicación. "De una parte, los medios técnicos de difusión que permiten cubrir ampliamente varios territorios nacionales (el satélite es el vector tecnológico por excelencia que facilita la internacionalización de la difusión); por otro lado, la presión de la industria de comunicación que apunta a flexibilizar las reglamentaciones nacionales que constituyen obstáculos para su desarrollo" (PAILLIART, 1993:231).

Esta modificación de la relación entre medios de comunicación y espacio crea una nueva estructura espacial, modificando las dos concepciones que existían tradicionalmente. "Una de ellas consiste en aprehender los medios como herramientas de formación de territorios. El caso es particularmente aparente cuando se trata de la dimensión europea. (...) En la formación europea, los medios aparecen como un zócalo indispensable para la creación de un nuevo territorio. Son, en efecto, instrumentos de gestión de la opinión, apoyos que vehiculan y reactivan símbolos y figuras de Europa" (PAILLIART, 1993:244). "La otra tendencia que ilustran los medios transfronterizos parte de otro principio, que se sitúa en la lógica inversa de la precedente. Los medios se incorporan a los territorios preexistentes. Reactivan las relaciones históricas, culturales que marcaban regiones, espacios que imperativos políticos habían alejado unos de los otros. La idea entonces es otra: el territorio es constitutivo de los medios. La puesta en marcha de los medios, de estructuras de intercambios de imágenes, de competencias o de medios

se apoya sobre relaciones más antiguas. Y es porque estas relaciones existen que los medios se crean" (PAILLIART, 1993:245).

Las nuevas dimensiones espaciales se consolidan con las tecnologías digitales. Así, "del mismo modo que el hipertexto supera las limitaciones de la página impresa, la era de la post-información superará las restricciones que impone la ubicación geográfica. La vida digital traerá consigo una dependencia cada vez menor con respecto a estar en un lugar específico y en un momento específico, e incluso el 'cambio' de lugar empezará a ser posible" (NEGROPONTE, 1995:197-198). Como resultado, como afirma Nicholas Negroponte, director del Media Lab del Massachusetts Institute of Technology, en este nuevo escenario digital, "la distancia cada vez es menos importante. De hecho, un usuario de internet es del todo inconsciente de ella. En internet, la distancia a menudo parece funcionar a la inversa" (NEGROPONTE, 1995:212).

El proceso de espacialización supone la consolidación de las nuevas dimensiones espaciales que determinan la evolución del planeta en el umbral del siglo XXI. Dominada por los flujos, la estructura red y la capacidad de conexión, la nueva espacialización está transformando grandes áreas de la sociedad, entre las que se encuentra el sector de la comunicación. Por este motivo, hemos hecho referencia a estos cambios espaciales porque determinarán en cierta forma la configuración de los distintos espacios audiovisuales y en especial, el europeo.

1.2. LAS DIMENSIONES DE LA NUEVA ESPACIALIZACIÓN

La configuración espacial de finales de la década de los 90 viene determinada por los componentes de la nueva espacialización. Al tratarse de una noción amplia, nos centraremos en sus *tres dimensiones principales: la económica, la geopolítica y la tecnológica*. Consideramos que a través de cada uno de estos elementos podemos obtener una concepción completa de este nuevo proceso espacial.

1.2.1. LOS ASPECTOS ECONÓMICOS

El primer aspecto de la *nueva espacialización* que analizaremos son los factores económicos. En concreto, nuestra atención se centrará en tres elementos: la globalización, la creación de macroespacios regionales y la nueva industrialización. Cada uno de ellos desde distintos niveles (global, regional, nacional y local) contribuyen a la configuración espacial.

1.2.1.1. La globalización

La globalización es un término que tiene diversas interpretaciones y recibe distinta denominación según el ámbito geográfico en el que nos encontremos. Respecto a su significación, las posiciones se dividen en favorables o en contrarias. Entre las primeras, encontramos la de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, para quien la globalización tiene efectos beneficiosos en términos generales. Facilita "una mayor división del trabajo y una asignación del ahorro más eficiente" y por tanto, "permite aumentar la productividad y los niveles de

vida" de los ciudadanos, que en su faceta de consumidores gozan de una "oferta de bienes y servicios mayor a un coste menor".¹²

Las posiciones contrarias proceden de algunos ámbitos académicos y de economistas que no están de acuerdo con el nuevo orden global. Por ejemplo, el profesor Armand Mattelart (1994:11) afirma que el término globalización "disimula la complejidad del nuevo orden mundial más que revelarlo".

En relación a las denominaciones, hay que recordar que en algunos países de lengua latina se utiliza indistintamente también el término mundialización, entendida como "el último estadio de la internacionalización" y "como un movimiento de especialización interentrelazada de las naciones que comporta un nivel elevado de integración económica mundial y desarrolla lazos de interdependencia jerarquizados entre los países líderes, países intermediarios, nuevos países industrializados, países menos avanzados" (HOERNER, 1996:217-218).

La globalización se ha convertido en "un concepto de moda en las ciencias sociales, un mismo dictado en las prescripciones de los gurus de la gestión, y en una frase atractiva para los periodistas de toda clase. Se afirma de forma generalizada que vivimos en una era en la que una gran parte de la vida social está determinada por procesos globales, en los que las culturas nacionales, las economías nacionales y las fronteras nacionales se están disolviendo. Central para esta percepción es la noción de un rápido y reciente proceso de globalización económica" (HIRST y THOMPSON, 1996:1).

¹² Son fragmentos del informe semestral del FMI para la segunda mitad de 1997 publicados en "La Vanguardia" el 4 de mayo de 1997.

Respecto al origen y evolución de su significado, Armand Mattelart (1994) nos presenta una genealogía del concepto y una visión crítica del mismo. "La entrada de lo global dentro de la representación del mundo por mediación de la comunicación data del final de los años 1960. Dos obras introdujeron la noción: '*War and Peace in the Global Village*' de Marshall McLuhan (en colaboración con Quentin Fiore), publicado en 1969, y '*Between Two Ages. America's Role in the Technotronic Era*' de Zbigniew Brzezinski, publicado igualmente en 1969" (MATTELART, 1994:11).¹³

Mientras en los años 1960 y 1970, la globalización estuvo en manos de los científicos sociales y de la geopolítica, en la década de los 80, la globalización pasa a formar parte del vocabulario del mundo de los negocios. En concreto, el lenguaje de la globalización es, sobre todo, el de los negocios, siendo el profesor Theodor Levitt, director de la revista *Harvard Business Review*, su principal impulsor y cuyos trabajos se han utilizado en los discursos de legitimación de las estrategias de expansión de las grandes empresas de dimensión mundial.

De este modo, se produce la globalización de los mercados, de los circuitos financieros, del conjunto de redes inmateriales, de empresas y de campañas que irá acompañada de la desreglamentación, "con todas sus connotaciones de retroceso del juego de fuerzas sociales y del declive del papel del Estado-Nación-Providencia y de la filosofía del servicio público en provecho de la institución Empresa, sus valores, el interés privado y el juego de fuerzas del mercado. Es en el curso de esta mutación que la comunicación se profesionaliza y que el modelo empresarial de comunicación tiene gran éxito en el conjunto de la sociedad, como el único modo de comunicar. La comunicación

¹³ Las versiones en español de estas obras son: "Guerra y Paz en la aldea global", publicado por Ediciones Martínez Roca, Barcelona (1971); y "La Era Tecnológica", Paidós, Buenos Aires, 1979.

concebida de este modo ha ganado sus galones de tecnología de la gestión social" (MATTELART, 1994:15-16).

La globalización, también, se aplica al mundo de los especialistas en marketing y gestión, convirtiéndose en "su plantilla de lectura del mundo y del nuevo orden mundial en gestación". Según la perspectiva de la filosofía empresarial sobre un mercado mundializado, "la globalización quiere significar lo siguiente: mientras a la distribución jerárquica de las tareas y poderes dentro de la empresa taylorista correspondía una sedimentación de espacios. El local, el nacional, el internacional se representaban como niveles, impermeables unos con otros, compartimentados. El nuevo esquema de representación de la empresa y del mundo, en el que ella opera en tanto que red, propone un modelo de interacción entre estos tres niveles. Toda estrategia de la empresa-red sobre el mercado mundializado debe ser a la vez local y global. Es lo que los empresarios japoneses denominan a través del neologismo *glocalize*, contracción de global y de local" (MATTELART, 1994:16).

En el ámbito estrictamente económico, la globalización se ha convertido en un término de uso corriente. Es un fenómeno que ha transformado las estructuras económicas. Mientras en los años 1980, el conjunto de las economías del planeta recibían en su dimensión de conjunto, los adjetivos de internacional y mundial, la llegada de la década de los 90 ha supuesto la popularización de una nueva terminología, que ha convertido los conceptos global y globalización en vocabulario corriente. Así, en primer lugar, es necesario hacer una distinción entre "una economía internacional, en la que las principales entidades son las economías nacionales, y una economía globalizada, aquella en la que las distintas economías nacionales están subsumidas y rearticuladas en un sistema por los procesos y las transacciones internacionales" (HIRST y THOMPSON, 1996:8-10). En concreto, "en geografía económica, la globalización no es un asunto de la construcción de un espacio

económico 'global', sino de la reestructuración y la extensión de redes de flujos (de dinero, bienes y personas) y de su articulación con espacios de áreas o regionales en diferentes escalas" (LOW, 1997:244)

Una vez conocida la evolución semántica de la globalización, es momento de ocuparnos de los elementos que explican este proceso que adquiere distintas dimensiones. En el plano empresarial, la globalización equivale a "la interdependencia de las estrategias que los grupos llevan a cabo en las diferentes partes del mundo, de manera que el tablero de juego es global. Esto implica que la posición de un grupo en un mercado determinado influye en su posición en otro. La globalización obliga a las empresas y a los grupos a desarrollar estrategias a nivel mundial y a optimizar las interdependencias, no solamente a nivel geográfico, sino también de las actividades" (MIGUEL, 1993:126).

Esta globalización corporativa es posible gracias a la existencia de distintos factores. Primero, el capital se ha convertido en más móvil que en periodos anteriores. Segundo, las innovaciones en la forma organizacional en el ámbito de la empresa facilitan el proceso de interregionalización e internacionalización. Tercero, esta expansión geográfica ha sido permitida y facilitada por el desarrollo de las nuevas tecnologías que permiten trascender el espacio. De esta forma, las grandes compañías adquieren una importancia en la esfera global que las convierten en actores de importancia en el escenario mundial.

En otras palabras, la globalización se refiere "a la aglomeración espacial del capital, dirigida por las empresas y por el Estado, que transforma los espacios a través de los cuales fluyen los recursos y las mercancías, incluidas la comunicación y la información. El resultado es la transformación literal de la geografía de la comunicación y de la información que acentúa ciertos espacios y relaciones entre ellos" (MOSCO, 1996).

Ante este nuevo escenario, la economía a finales de los 90 se define a partir de dos características: *informacional*¹⁴ y *global*. La primera señala que "la productividad y competitividad de las unidades o agentes de esta economía depende fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficacia la información en el conocimiento, y la segunda se refiere a que la producción, el consumo y la circulación, así como sus componentes están organizados a escala global, bien de forma directa, bien mediante una red de vínculos entre los agentes económicos. Es informacional y global porque la productividad se genera y la competitividad se ejerce por medio de una red global de interacción" (CASTELLS, 1997a:93). Asimismo, cuando hablamos de economía global, apuntamos a una "economía con la capacidad de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria" (CASTELLS, 1997a: 120).

La globalización económica comporta también la existencia de nuevas fuentes de competitividad referidas a distintos ámbitos. Por un lado, encontramos aspectos vinculados directamente a la empresa como capacidad tecnológica, el acceso a un mercado grande e integrado y el diferencial de costes de producción. Por otro, aparecen elementos relacionados con la capacidad política de las instituciones políticas nacionales y supranacionales para diseñar políticas de crecimiento adecuadas.

Asimismo, en el ámbito empresarial, la globalización tiene una traducción muy concreta. Esto es, la creación de lo que Manuel Castells denomina "la empresa red". Esta forma específica de empresa se caracteriza por dos atributos fundamentales: "su capacidad de conexión, es decir, su capacidad estructural para facilitar la comunicación libre de ruidos entre

¹⁴ "La transformación real de la estructura económica de las sociedades avanzadas es la emergencia de lo que Marc PORAT en su estudio seminal de 1977 denominó 'la economía informacional' en la cual la manipulación de símbolos en la organización de la producción y en la consecución de la productividad está jugando un papel cada vez más creciente (CASTELLS, 1993:17).

sus componentes y su consistencia, esto es, el grado hasta el cual se comparten intereses entre los fines de la red y de sus componentes” , asimismo se caracteriza por ser “una red dinámica y estratégicamente planeada de unidades autoprogramadas y autodirigidas basada en la descentralización, participación y coordinación” (CASTELLS, 1997a: 194).

La globalización económica encuentra en el comercio uno de los ejemplos que mejor ponen de relieve este proceso. En su cauce se desarrollan dos fenómenos de manera paralela y creciente: la dispersión del poder económico entre varios polos bien delimitados y el alto grado de interdependencia que se da entre las -economías nacionales. Asimismo, se pone de manifiesto la imposibilidad para una economía nacional de “permanecer al margen de las grandes tendencias de intercambio, de las fluctuaciones monetarias, y de los movimientos de capital u otros factores económicos” (GALINSOGA, 1992:339).

El comercio en su vertiente internacional es una muestra clara de la interdependencia que existe en la economía globalizada, además de ser la manifestación que más tradición tiene y la que más sostenidamente ha ido creciendo desde que en 1947 se creara el sistema multilateral a través del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT). Desde 1990, el crecimiento del comercio mundial supera por un amplio margen al crecimiento de la producción mundial de mercancías. La tasa de crecimiento de las exportaciones entre 1983 y 1993 fue del 5'5% con un incremento hasta el 9'5% en 1994 y el 8% en 1995, mientras que la tasa de crecimiento de la producción se situó alrededor del 3% (OMC, 1996).

El mundo financiero es, a su vez, también una de las imágenes más visibles de la globalización de la economía. Uno de los ejemplos más reveladores de este proceso económico lo encontramos en la crisis de los mercados financieros asiáticos de la segunda mitad de 1997, que se

ha hecho sentir en todos los puntos del planeta.¹⁵ Su origen se encuentra en un hundimiento del cambio de las distintas monedas nacionales del sudeste asiático, que tuvo como resultado una crisis de confianza de los inversores en la estabilidad de esas monedas. Esta pérdida de confianza fue ampliada por maniobras especulativas contra estas paridades, obteniendo pingües beneficios, en una repetición de lo que ocurrió con la libra esterlina y otras monedas europeas en 1992. Es decir, el comportamiento de los flujos globales de inversión depende primordialmente de la situación de las economías reales, sino de la percepción de los mercados. Pero lo que la crisis asiática demuestra es que "la evolución de las economías nacionales, incluso sobre bases relativamente sanas, depende de movimientos financieros que, una vez iniciados, se amplifican extraordinariamente por la volatilidad de enormes masas de capital que los nuevos sistemas tecnológicos de información permiten transferir en cuestión de segundos, de unas monedas a otras, de unos valores a otros y de unos países a otros" (CASTELLS, 1998b).¹⁶ Asimismo, pone de manifiesto que "un misterioso cambio de humor o una repentina venta de acciones en Wall Street repercute en todo el globo y cambia los valores de mercado en cuestión de horas. Esto no quiere decir que el movimiento de acciones y bonos sea impredecible. Pero sí quiere decir que la economía real ofrece solamente una ayuda limitada a la hora de hacer esa clase de predicción" (DAHRENDORF, 1997).

Esta crisis tuvo su traducción más visible en los índices bursátiles de las distintas capitales del mundo, observándose una reacción en cadena en función de los resultados de Hong Kong o Tokio, o bien de la posición que tomaba la bolsa de Wall Street. Es decir, se observó claramente la interdependencia entre las distintas economías del planeta. Esta situación

¹⁵ BURTON (1996) analiza los particularismos y debilidades de las economías asiáticas.

¹⁶ El tema de la crisis asiática tuvo un gran protagonismo mediático, desde artículos de análisis hasta de opinión. Algunos ejemplos son GOULA (1998); SALVADOR (1997); y ONTIVEROS (1997).

económica ha tenido como resultado multitud de artículos (DORNBUSCH, 1997; ONTIVEROS, 1997; ARGÜELLES ÁLVAREZ, 1997; MUNS 1997; TINTORÉ, 1997) sobre el desarrollo asiático en distintos medios, muchas veces con opiniones totalmente opuestas como la de KRUGMAN (1997) señalando la falta de excepcionalidad en el desarrollo de esta zona, y la de SACHS (1997) que defendía una prosperidad en la región.

Esta interdependencia, fruto de la globalización, no solo está presente en el sector comercial y financiero sino también en otras áreas de índole muy distinta. Por ejemplo, en el ámbito de la salud, una cuestión como el SIDA se ha convertido en una preocupación global, como también lo son el aumento del tráfico de armas y la creación de mafias en algunas zonas del planeta. En relación al medio ambiente, el calentamiento del planeta y los desastres ecológicos cada vez más preocupan a la población mundial. Por otro lado, estas interdependencias dan lugar a una determinación con un escaso margen de acción para las políticas nacionales. Asimismo, una de las consecuencias de la globalización es la disminución de los poderes de los Estados porque "en los mercados financieros del mundo, los gobiernos soberanos han perdido su capacidad para influir en el precio que otros pagarían por su moneda, simplemente en términos monetarios" (WRISTON, 1997:176).

A pesar de las múltiples dimensiones de la globalización, podemos terminar destacando dos aspectos básicos de este fenómeno. Primero, supone una clara plasmación de la nueva concepción del espacio-tiempo de finales del siglo XX, donde lo global ha adquirido una relevancia propia. Segundo, la globalización económica pone de manifiesto la interdependencia que existe entre los distintos espacios del planeta, lo que nos ayudará en los próximos capítulos a comprender las actuaciones tanto de las grandes corporaciones audiovisuales como de las autoridades europeas en este ámbito.

1.2.1.2. La integración regional

La nueva espacialización tiene como uno de sus rasgos más característicos la *creación de macroespacios regionales*, que tienen su origen en la constitución de bloques económicos supranacionales que abarcan países de una misma región del planeta. Se trata de "los procesos de integración regional, es decir, la formación de grupos o bloques de países, normalmente geográficamente próximos, cuando no vecinos, que eliminan entre sí las trabas al comercio al tiempo que mantiene las restricciones asociadas a las políticas comerciales internacionales frente al resto del mundo" (TUGORES, 1994:7).

Esta regionalización de la economía global tiene sus orígenes en la década de los 80. Precisamente en aquella época, se produce una diversificación de la economía alrededor de tres zonas, que el economista japonés, Kenichi Ohmae, denominó la Triada: EEUU, Europa y Japón. Diversos son los factores que explican este fenómeno de regionalización: por un lado, existen las similitudes y generalidades en los patrones de demanda y en los estilos de vida de los consumidores de la Triada (el poder de compra, la penetración de la televisión y el nivel educativo, etc.), y por otro, las similitudes entre sus infraestructuras tecnológicas respectivas conforman otro conjunto de fuerzas en juego que encauza a los triadianos en la misma dirección en lo relativo al patrón de su demanda (OHMAE, 1991: 23 y 24).¹⁷

La Triada es el antecedente a un proceso de integración regional más amplio que se consolida en la década de los 90. Aunque no hay que olvidar que esta regionalización se sigue forjando en torno "a los nodos

¹⁷ Otros autores también se han dedicado al estudio de la Triada, entre ellos destacan Hirst y Thompson (1996:63-67); y Beck (1998:166-168).

centrales' de la Triada: Japón y el sudeste asiático, EEUU y Europa occidental" (DOLLFUS, 1995:25). Asimismo, hay que incluir otros factores, a parte de la globalización de la economía, como la disminución de las fronteras aduaneras, sobre todo tras la conclusión de la Ronda Uruguay del GATT,¹⁸ junto con la disminución de los costes de transporte y comunicación provocan el refuerzo de los esfuerzos para potenciar los intercambios basados en la proximidad. "Estos esfuerzos se traducen en la constitución de mercados comunes, de uniones aduaneras, de zonas de libre cambio o además en la multiplicación de los acuerdos entre firmas que operan dentro de países vecinos. Así, nacen conjuntos regionales nuevos a escala mundial" (DOLLFUS, 1995:24).

Esta integración regional viene propulsada principalmente por tres fuerzas. "Primero, y quizás el factor más decisivo, la mayor integración de los mercados ha sido orientada por innovaciones a gran escala en materia de información y tecnología de las comunicaciones. Segundo, la liberalización del comercio, la desregularización de los mercados y la mayor movilidad del capital, que están teniendo lugar en todo el mundo, brindan nuevas oportunidades para la especialización internacional lo que constituye un poderoso estímulo adicional a la integración de los mercados mundiales. Por último, cabe mencionar las fuerzas dinámicas de la competencia –liberadas por los dos fenómenos antes referidos – han suscitado grandes transformaciones en materia de producción" (IGLESIAS, 1997:40).

Debido a la presencia de estos factores anteriormente mencionados, el escenario económico de finales de la década de los 90 está compuesto por una serie de macroespacios regionales con distintos grados de consolidación. Los más importantes son: la Unión Europea (UE), el

¹⁸ Los logros obtenidos en la última Ronda de negociaciones del GATT han sido señalados desde diversos puntos de vista. Por ejemplo, Leon Brittan (1994) señala los beneficios para la UE y Bergsten (1996) destaca la importancia de los avances en el comercio mundial.

Tratado de Libre Comercio (TLC), el Mercosur y el Pacto andino en el continente americano; la ASEAN y la APEC en la zona Asia-Pacífico y la UMA en el continente africano. El grado de consolidación de estos espacios es muy variable, lo que nos obliga a distinguir los bloques en generaciones. A la primera generación pertenecería la UE, siendo además el caso más desarrollado. A la segunda, pertenecen el resto de macroespacios bien porque son muy recientes o bien porque a pesar de tener cierto tiempo, carecen todavía de un grado de integración avanzado.

La formación de estas agrupaciones se explica por varias razones, pero en la mayoría de ellas se encuentran dos elementos comunes: el deseo de superar rivalidades políticas tradicionales y la reducción del riesgo de conflictos. Por ejemplo, el objetivo cardinal de la Unión Europea era acabar con la histórica hostilidad entre Francia y Alemania, así como el Mercosur buscaba acabar con la carrera armamentística entre Argentina y Brasil, incluida su dimensión nuclear. Por su parte, el foro de cooperación económico Asia-Pacífico (APEC) ha reducido el riesgo de conflictos intra-asiáticos y trans-pacíficos, que han sido tan predominantes durante este último siglo, incluidas tres guerras con los Estados Unidos.

La existencia de esta regionalización ya está mostrando sus primeras consecuencias, ya que "cerca del 60 por ciento del comercio mundial ahora tiene lugar dentro de acuerdos de libre comercio o entre países que han decidido alcanzar un comercio libre para una fecha determinada" (BERGSTEN, 1996:106).

El bloque regional más consolidado es la UNIÓN EUROPEA con más de 40 años de existencia. En la actualidad está integrado por 15 países, lo que equivale a 370 millones de habitantes. Sus competencias abarcan distintos campos (agricultura, comercio, industria, audiovisual, etc.),

todas ellas reguladas bajo distintos Tratados (el de Roma de 1957, el de Maastricht en 1993, el más reciente, el de Amsterdam aprobado en 1997). Su integración se inició de dos ámbitos muy concretos, el carbón y el acero, y poco a poco se ha ido ampliando a distintos sectores hasta el último logro, la creación de una moneda única. La Unión Europea es el macroespacio regional más consolidado y próspero; por lo que tiene una larga lista de países candidatos a la adhesión, principalmente entre los países de la Europa Central y Oriental.

En el continente americano, aparecen dos bloques claramente definidos. En el hemisferio norte, encontramos el TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC),¹⁹ firmado el 12 de agosto de 1992 e integrado por Estados Unidos, Canadá y México. Su objetivo es crear una área de libre comercio entre los tres países, manteniendo, sin embargo, cada uno ellos sus aranceles y otras medidas de protección frente a terceros. Tras la ratificación por el Congreso de Estados Unidos el 17 de noviembre de 1993, el acuerdo entró en vigor el 1 de enero de 1994. Sumados los tres países contabilizan 360 millones de habitantes. Este acuerdo se caracteriza por una diversidad considerable entre sus tres miembros: por un lado EEUU aporta casi tres cuartas partes de la riqueza económica del bloque; por otro, México ofrece sus 86 millones de habitantes con una renta por cápita muy inferior a los 2500 dólares y desigualmente distribuida. El TLC suprime los derechos arancelarios de la mayor parte de los productos industriales en un período de cinco años; para los servicios y otras mercancías el periodo de reducción se extiende hasta diez años; finalmente, para los artículos más sensibles, incluidos muchos productos agrícolas, la liberalización completa se alargará hasta quince años. Junto al desmantelamiento de barreras comerciales para los productos industriales, se incluyen otros compromisos en materia de

¹⁹ Normalmente se utiliza las siglas inglesas NAFTA (North American Free Trade Agreement) para designar a esta zona. Su creación fue motivo de debate en los distintos países integrantes, son interesantes los artículos de Alcaide de la Rosa, (1994)

servicios de telecomunicaciones y financieros, inversiones, propiedad intelectual y, por supuesto, agricultura y normas comerciales y de salvaguardia (ALCAIDE, 1994:22).

En el hemisferio sur, cuatro países, Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay, han creado el MERCOSUR (Mercado Común del Cono Sur Americano), firmado el 26 de marzo de 1991, mediante el Tratado de Asunción. Su objetivo es iniciar "un proceso flexible pero complejo e integral para constituir un mercado común" ya desde inicios de 1995 (BASOMBRÍO, 1993:693). El MERCOSUR es el cuarto bloque económico mundial, con 200 millones de habitantes (CASELLA y MARQUES, 1997:460). Entre sus principales objetivos, destacan la libre circulación de bienes y servicios entre los Estados miembros, la eliminación de las aduanas, el establecimiento de un arancel exterior común y la coordinación de las políticas macroeconómicas.

Existe también en esta zona otras formaciones regionales con un desarrollo menor, como son el Pacto Andino y los acuerdos de los países de la América Central y de la zona del Caribe. Se trata de asociaciones con fines arancelarios pero con un estado poco avanzado. Asimismo, en esta zona, se encuentra un país como Chile, que ha firmado acuerdos de cooperación con el Mercosur y otras formaciones, erigiéndose como una de las potencias económicas de América Latina.

En el continente asiático, los bloques regionales están integrados por países ribereños del Mar de Japón y de la China. En esta zona aparecen dos organizaciones, la ASEAN y la APEC. La primera, cuyas siglas equivalen a la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, agrupa a Tailandia, Singapur, Brunei, Malasia, Indonesia y las Filipinas y se creó en 1967 (HOERNER, 1996:204). Entre sus principales objetivos, se

para ver como se concibe desde España y el de Castañeda (1993) que muestra una perspectiva mexicana.

encuentran la implementación de un área de libre comercio, el desarrollo de la región, consolidar la eficiencia industrial de la región y su capacidad para atraer inversiones y turismo.

La segunda, cuyas siglas significan Foro de Cooperación Económica de Asia y del Pacífico (APEC), está integrada por 18 miembros.²⁰ Se creó en 1989 para promover el comercio y la inversión en la zona. Sus actividades se concentran principalmente en dos ejes: facilitar la liberalización del comercio y la inversión, y segundo, facilitar la cooperación económica y técnica. En 1994, en Bogor (Indonesia), los líderes de la APEC acordaron la creación de una zona libre de comercio a través de una eliminación de barreras en dos etapas. En el año 2010 para los países industrializados y en el 2020 para las naciones en vías de desarrollo.²¹

La consolidación de estos *macroespacios regionales* es una clara manifestación de la nueva espacialización. La división del planeta en estos espacios no solo se limita al ámbito económico, aunque es en este sector donde encuentra su mayor desarrollo. Así, a partir de la configuración de estos macroespacios económicos regionales, podremos establecer una división espacial en otros ámbitos. Esto es, nos servirán de base para la aplicación de la nueva espacialización en sectores muy concretos, como el caso del audiovisual europeo.

²⁰ Los Estados miembros son: Australia, Brunei, Canadá, Chile, China, Hong Kong, Indonesia, Japón, Corea del Sur, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papua-Nueva Guinea, Filipinas, Singapur, Taiwan y EEUU.

²¹ La idea inicial en Bogor era suprimir las barreras para todos los productos, pero las reticencias de algunos países forzó un escalonamiento. El 23 de noviembre de 1997 decidieron adoptar una liberalización acelerada de nueve sectores, afirmando así su voluntad de conducir sus mercados hacia una zona de libre cambio, a pesar de las dificultades financieras vividas en Asia (EL PAIS, 24 de noviembre de 1997).

1.2.1.3 La nueva industrialización

El tercero de los rasgos de la espacialización contemporánea es la nueva industrialización, que se caracteriza por el paso de un sistema de producción fordista a otro de naturaleza post-fordista²² o de especialización flexible.²³ Este cambio en los sistemas de producción también se nutre de otros conceptos como el de "post-industrialismo" de Daniel Bell o el de "producción reflexiva" de Sabel.

La evolución de la industrialización ha seguido distintas etapas, que se inician en las primeras décadas del siglo XX con el sistema de producción en masa y en cadena, que sustituyó a la anterior fabricación artesanal. El introductor de la producción en masa y en cadena fue el norteamericano Henry Ford, basándose en tres innovaciones. La primera consistía en la fabricación de un solo modelo, cuyas piezas estaban estandarizadas y por tanto eran intercambiables; ello abarataba el coste de fabricación en instalación de las masas y del vehículo en general. La segunda se apoyaba en la simplificación de las tareas (taylorismo), que permitía hacer frente a la escasez de mano de obra cualificada y a su fuerza, utilizando mano de obra sin cualificación (inmigrantes). La tercera se basaba en la línea de montaje móvil, en la que se mueven los coches en lugar de los trabajadores, reducía tiempos y permitía a la empresa imponer el ritmo de producción (BANEGAS, 1993:48).

Esta forma de industrialización fordista respondía a "la conjunción de tres elementos: un modelo de organización del trabajo (en este caso, la división interna del trabajo en jefes, *concepteurs*, obreros cualificados y obreros especializados); un régimen de acumulación (leyes macroeconómicas: consumo y fabricación en masa, una gran empresa

²² Transición de la producción en serie a la producción flexible o del "fordismo" al "post-fordismo", según la formulación de Coriat (CASTELLS, 1997a: 182).

²³ Especialización flexible que responde a la idea de una producción que "se acomoda al cambio constante sin pretender controlarlo" (PIORE y SABEL, 1984: 17).

dominando el sistema de producción..); y un modo de regulación (convenios y negociaciones colectiva, papel del Estado como intermediario, aumento del poder de compra..). Este método de organización económica llegó con retraso a las industrias culturales, a excepción del cine, y no fue aproximadamente hasta los años 1920 que se implantó en los Estados Unidos y en Gran Bretaña sobre la II Guerra Mundial. Su aplicación dependía de cada sector y del contexto económico. Ocurrió lo mismo con el paso al post-fordismo vía la desintegración vertical" (LASH y URRY, 1994:114).²⁴

En la segunda mitad del siglo XX, en Japón, se generó otro sistema de industrialización llamado *Toyotismo* (por originarse en la compañía Toyota) o *producción ajustada* (LEAN) que trataba de dar respuesta a la situación de aquel país en aquellos momentos, caracterizada por la escasez de materiales y mano de obra. Las innovaciones más notables en relación con la producción en masa se basaban en una variedad amplia de modelos, en pequeños volúmenes de producción, para hacer frente a las distintas necesidades que aparecían en el mercado japonés. Se estableció el sistema de suministro justo a tiempo, en el que cada operario de producción es cliente y proveedor de otros y sólo fabrica para reponer lo que ha vendido, bajo el concepto de calidad integrada en la propia actividad productiva. Prima el trabajo en equipo, para aprovechar la cualificación colectivamente (BANEGAS, 1993:48-49).

El *fordismo* y el *toyotismo* dejan paso a lo que hoy se conoce como la *nueva industrialización post-fordista*, caracterizada por lo que se conoce como *especialización flexible* o *acumulación flexible*. "En términos organizativos, se consigue a través de la desintegración vertical, la toma

²⁴ El desarrollo del post-fordismo en la industria audiovisual ha sido explicado por algunos autores como STORPER y CHRISTOPHERSON (1989) en el caso de la industria cinematográfica. Respecto de la televisión, este fenómeno de la flexibilización se produce en Europa con la entrada de la competencia a las cadenas de televisión estatales, primero en Gran Bretaña y luego en el resto del continente (LASH y URRY, 1994:118-119). Estos aspectos serán desarrollados con más detalle en el capítulo II.

de decisiones descentralizada y un 'outsourcing' en el nivel del proceso productivo. En términos de consumo, el post-fordismo se caracteriza por mercados nicho antes que de masas. El sistema post-fordista de producción ha conducido al crecimiento de empresas pequeñas especializadas que a menudo están geográficamente dispersas, incluso globalmente y que suministran componentes a las grandes empresas" (JACKA y CUNNINGHAM, 1995:47).

En concreto, la especialización flexible es una forma de organización industrial fundada sobre las nuevas tecnologías (microelectrónica, informática, máquinas con controles numéricos) "Da lugar a una producción en pequeña serie y aumenta la capacidad de la empresa a adaptarse rápidamente a las evoluciones de la demanda. Así, constituye una alternativa a la rigidez de la producción en masa del modelo fordista" (BENKO, 1995:39).

Por su parte, la acumulación flexible se presenta como una respuesta a las rigideces del fordismo. "Se sustenta en la flexibilidad con respecto al proceso de trabajo, al mercado laboral, a los productos y modelos de consumo. Se caracteriza por la emergencia de sectores completamente nuevos de producción, nuevas maneras de suministrar servicios financieros, nuevos mercados y ante todo, índices altamente intensificados de innovación comercial, tecnológica y organizativa. También ha comportado lo que se denomina 'compresión del espacio-tiempo' en el mundo capitalista – los horizontes temporales tanto de las toma de decisiones públicas como privadas han disminuido, mientras la comunicación por satélite y la disminución de los costes de transportes han hecho cada vez más posible extender esas decisiones inmediatamente sobre un espacio nunca más amplio y abigarrado" (HARVEY, 1990:147).

En este nuevo escenario post-fordista, existen dos vectores, la *innovación* y la *concentración*, que están jugando un papel relevante en la configuración de nuevos espacios industriales vinculados a los mercados globales.

Este nuevo espacio industrial se convierte en el escenario donde desarrollarán sus actividades claves como "la electrónica y la telemática, la biotecnología, el aerospacio, las nuevas tecnologías y las tecnología medioambientales" (GRAHAM y MARTIN, 1996:158-159). Asimismo, está representado "por una geometría variable a medida que las empresas, regiones y países ascienden y descienden en el escalafón tecnológico. La división espacial del trabajo en estas industrias afecta también a los submercados de trabajo a la localización industrial dentro de cada una de las áreas metropolitanas" (CASTELLS, 1995:127). Esto implica que no sea el resultado de "una serie de atributos geográficos fijos, sino de la relación entre la estructura de la industria de base informacional y su medio socioeconómico" (CASTELLS, 1995:169).

El sistema de funcionamiento del nuevo espacio industrial se caracteriza por la separación del proceso de producción en diferentes emplazamientos, manteniendo su unidad interna gracias a las conexiones de telecomunicaciones, a la precisión basada en la microelectrónica y la flexibilidad de la fabricación de sus componentes. Esta discontinuidad puede mantenerse gracias a la creación de una red de interacción entre los distintos elementos de la estructura interna. En concreto, se organiza en una jerarquía de innovación y fabricación articulada en redes globales, así como en torno a flujos de información que reúnen y separan al mismo tiempo dependiendo de los ciclos o firmas- sus componentes territoriales. "La nueva lógica espacial se expande, creando una multiplicidad de redes industriales globales, cuyas intersecciones, y exclusiones transforman la misma noción de

localización industrial del emplazamiento de las fábricas a los flujos de fabricación" (CASTELLS, 1997a:426- 427).

Esta nueva industrialización implica, a su vez, una serie de cambios en los espacios. "En el fordismo, a la distribución jerárquica de tareas y poderes de empresa, correspondía una estratificación de espacios geográficos: lo local, lo nacional y lo internacional. Y éstos se representaban como partes sin relación entre sí, compartimentadas. Mientras que la nueva concepción relacional de la empresa, y del mundo en el cuál ésta opera (en cuanto red), supone una interacción entre los tres niveles. Cualquier estrategia en el mercado mundializado debe ser al mismo tiempo global y local. Los teóricos japoneses del management expresan esta interacción permanente con el localismo *glocalize*, que une 'global' y 'local'" (MATTELART, 1998:83).

En este escenario dominado por la globalización y la nueva industrialización, las grandes empresas multinacionales tienen un papel de relevancia sobre todo en el mercado global, donde están creciendo rápidamente. "Las razones de su dominio se explican por el control que ejercen del comercio entre los países industrializados y del movimiento internacional de capitales" (CARNOY et al., 1993:45).

Estas grandes corporaciones están viviendo un periodo caracterizado por un incremento constante del número de fusiones y adquisiciones entre empresas de diferentes sectores y tamaños. "Las fusiones con otras sociedades o las adquisiciones - algunas de ellas hostiles, es decir, en contra de sus actuales propietarios - son la fiebre de los últimos dos años" (APARICIO, 1997). El primer objetivo de las fusiones es incrementar la rentabilidad de sus accionistas y para ello una fusión debe aportarles una reducción de costes, economías de escala, tamaño, y en algunos casos, situación de cuasi-monopolios al eliminar la competencia. A su vez, cualquier fusión lo que provoca, casi inmediatamente, es una

reacción en cadena de los competidores, que responden a la ofensiva con nuevas fusiones.

Esta tendencia a crear empresas con grandes dimensiones, fruto de fusiones y adquisiciones, es una de las características de la economía de final de siglo. Este fenómeno afecta a todos los sectores y por áreas geográficas, Norteamérica y Europa son los principales escenarios. Pero esta oleada de fusiones y adquisiciones ofrece algunos matices diferentes respecto a las que se produjeron en los años 1980. En concreto, se observan cinco diferencias (APARICIO, 1997):

1. El proceso es menos especulativo, ya que se está comprando mejor y de un modo mucho más reflexivo en relación a la década anterior. Se trata en definitiva de operaciones más estratégicas.
2. Se observa un mayor protagonismo de Europa en este proceso que, anteriormente, quedó más constreñido a los Estados Unidos. El euro marca esta diferencia ante la necesidad de competir en un mercado único.
3. Las compras de los años ochenta se realizaron con un elevado endeudamiento, mientras que a finales de los 90 se están realizando con acciones propias o con la tesorería generada en este periodo de crecimiento, lo que supone un menor riesgo para el comprador. No se recurre a los famosos bonos basura.
4. Las adquisiciones y fusiones se realizan sobre compañías del mismo sector. La diversificación de actividades no es ahora la estrategia, sino el crecer dentro de la misma especialización, no diversificarse.
5. Crecimiento en inversiones hacia mercados emergentes con gran potencial de crecimiento económico.

En el continente europeo, "entre las razones que explican la repentina fiebre de fusiones durante 1997, al margen del euro y de la globalización de la economía, está la euforia de las bolsas. El alto valor de las acciones permite plantear operaciones económicamente muy atractivas.

Las grandes fusiones, opas o adquisiciones se pagan una parte con dinero y otra con papel, es decir, con acciones y cuanto más alto la valora el mercado, mayor atractivo puede tener para el accionista" (TIXIS, 1997). Por ejemplo, desde enero hasta octubre de 1997 el valor de las fusiones, adquisiciones y opas planteadas en Europa asciende a 280.000 millones de dólares (42 billones de pesetas), casi el doble de los 148.000 millones de 1996.²⁵

CUADRO 2: LAS PRINCIPALES FUSIONES PANEUROPEAS EN 1997

Empresas	Operación	Sector	Países	VOL. negocio en billones de pesetas
<i>Guinness / GranMet</i>	Fusión	Bebidas alcohólicas	Reino Unido / Francia	5,8
<i>Zurich/BAT-Grupo Financiero</i>	Fusión	Seguros y servicios financieros	Suiza / Reino Unido	5,3
<i>Generali /AGF</i>	Opa hostil de Generali	Seguros	Italia / Francia	5,1
<i>Reed Elsevier / Wolters Kluwer</i>	Fusión	Editorial de temas científicos	Reino Unido / Holanda	5,1
<i>Nordbanken /Merita</i>	Fusión	Banca	Suecia / Finlandia	1,6

FUENTE: Datos procedentes de la publicación "Acquisitions Monthly", en LA VANGUARDIA, 18 de octubre de 1997

La fiebre de las fusiones afecta a distintos sectores, pero el bancario es un claro ejemplo de esta tendencia económica. Una de las últimas, en abril de 1998 ha sido la de Citicorp y Travelers, formando Citigroup. Es la fusión más importante de la historia de los EEUU hasta aquellos momentos, por 82.000 millones de dólares con más de 100 millones de clientes en un centenar de países y presente en todos los ámbitos

²⁵ Datos procedentes de la publicación "Acquisitions Monthly", en LA VANGUARDIA, 18 de octubre de 1997.

financieros.²⁶ Los expertos señalan cinco factores como los que están dirigiendo esta revolución en el mundo financiero.²⁷ Primero, la demografía: los "baby-boomers" están entrando en la edad madura en Norteamérica y en Europa, provocando una ola de competencia por las inversiones. Además, una creciente clase media en las naciones emergentes también necesitará servicios financieros. Segundo, la desregularización tiene como resultado que las restricciones que separaban bancos, agentes de bolsa y aseguradoras se estén erosionando en los EEUU. Por su parte la moneda única europea está abriendo oportunidades a los servicios financieros transnacionales. Tercero, la globalización conduce al establecimiento de unas normas comunes de contabilidad, gestión empresarial y valoración del mercado, haciendo más fácil vender productos que pueden ser adaptados fácilmente a los gustos locales. Cuarto, la jubilación, ante las quiebras bancarias y unos sistemas inadecuados de pensiones y de seguridad social, ha provocado que los consumidores de todo el mundo estén invirtiendo en seguros privados y en planes de pensiones. Quinta, la tecnología, los ordenadores, internet y las líneas telefónicas están reduciendo radicalmente el coste de distribución de los servicios financieros.

²⁶ LE MONDE, 8 de abril de 1998.

²⁷ BUSINESS WEEK, 20 de abril de 1998, p.36.

CUADRO 3: LAS MAYORES FUSIONES EMPRESARIALES EN LOS ESTADOS UNIDOS

Empresas	Sector	Fecha	Valor en mill. de \$
<i>Citicorp-Travelers</i>	Serv. financieros	Abril 1998	82.900
<i>WorldCom – MCI</i>	Telecomunicaciones	Noviembre 97	37.000
<i>RJR Nabisco – Kohlberg Kravis Roberts</i>	Tabaco	Octubre 1988	25.000
<i>Bell Atlantic - Nynex</i>	Telecomunicaciones	Abril 1996	25.000
<i>Walt Disney – Capital Cities/ABC</i>	Entretenimiento	Febrero 1996	19.000
<i>SBC Communications – Pacific Telesis</i>	Teléfono	Abril 1996	17.000
<i>First Union - Corestates</i>	Banca	Noviembre 97	16.600
<i>Boeing – MC Donnell Douglas</i>	Aeronáutica	Diciembre 96	16.000
<i>Barnett Banks – Nations Bank</i>	Banca	Agosto 1997	15.500

FUENTE: LE MONDE, 8 de abril de 1998

Estas transformaciones económicas están modificando la naturaleza y extensión de la competencia internacional. "El cambio importante no es, como normalmente se mantiene, un cambio geográfico del Atlántico al Pacífico. Sino, tiene que ver con el surgimiento de un 'estado desarrollista' y su impacto sobre el sistema mundial comercial y de desarrollo. El estado desarrollista define un nuevo conjunto de compromisos entre el estado, la sociedad y la industria diseñados para cambiar la estructura de la ventaja competitiva de la nación" (COHEN, 1993:99-100).

Entre las modificaciones que está ocasionando la nueva industrialización, encontramos una generalización de las inversiones en distintas partes del planeta, mayoritariamente a través de fusiones,

adquisiciones y OPAS. Un buen ejemplo de ello son los datos que aparecen en los siguientes cuadros que muestran una tendencia creciente en los países de economía avanzada a realizar inversiones y los sectores donde se producen el mayor número de transacciones, siendo el de los servicios el que tiene más operaciones. Estos datos son una buena muestra de las dimensiones espaciales de la nueva espacialización.

CUADRO 4: PRINCIPALES PAÍSES COMPRADORES EN EL MUNDO (1996-1997)

País	1996		1997 (seis primeros meses)	
	Nº operaciones	Miliones dólares	Nº operaciones	Miliones dólares
Alemania	253	10.871	177	4.500
Austria	11	9	9	18
Bélgica	34	155	19	366
Dinamarca	59	3.371	74	422
España	30	2.533	30	3.627
Finlandia	26	89	23	594
Franca	195	3.476	157	6.376
Grecia	3	5	2	403
Irlanda	59	2.228	41	1.948
Italia	54	1.616	40	2.877
Luxemburgo	11	25	2	5
Países Bajos	173	8.935	123	2.756
Portugal	5	54	3	397
Reino Unido	360	17.877	281	41.871
Suecia	83	540	52	4.396
Total UE	1.356	51.730	973	70.556
Países más industrializados				
Australia	46	2.046	30	5.374
Canadá	198	14.170	166	9.073
Estados Unidos	806	25.048	663	28.083
Japón	198	5.266	135	4.437

FUENTE: KPMG, Corporación Financiera, publicado en EL PAÍS el 19 de octubre de 1997

CUADRO 5: PRINCIPALES SECTORES EN LOS QUE SE HAN REALIZADO TRANSACCIONES DE COMPRA (1996-1997)

Sector	1996		1997 (seis primeros meses)	
	Operaciones	Millones de dólares	Operaciones	Millones de dólares
Servicios postales y telecomunicaciones	107	4.057	86	31.588
Industria química	214	6.862	165	12.583
Petróleo y gas	100	8.763	73	12.175
Producción y distribución de electricidad	56	6.874	60	12.001
Bancas y finanzas	182	11.076	118	10.554
Servicios empresariales	342	7.231	307	6.193

FUENTE: KPMG, Corporación Financiera, publicado en EL PAÍS el 19 de octubre de 1997

Después de haber analizado los principales rasgos económicos de la nueva industrialización, disponemos de una parte de los elementos que nos ayudarán a explicar el escenario económico en el que se desarrollan las actividades de la industria audiovisual, que serán objeto de estudio en el capítulo segundo.

1.2.2. LOS ASPECTOS GEOPOLÍTICOS

La segunda dimensión de la nueva especialización la configuran los aspectos geopolíticos. Elementos necesarios para explicar el paso de un espacio global dividido por la dicotomía Este/Oeste a un espacio multidimensional. El análisis geopolítico nos permitirá articular lo político y lo espacial. En concreto, partimos de la idea de geopolítica a como "el método global de análisis geográfico de situaciones sociopolíticas concretas enfocadas en tanto están localizadas y las representaciones habituales que las describen" (DURAND et al., 1993:77).

Para el análisis de la nueva configuración espacial en su dimensión geopolítica, nos centraremos en dos aspectos fundamentales: la

desaparición del mundo comunista y las dimensiones sociopolíticas del espacio global. De esta manera, podremos conocer realmente la dinámica que impulsa y determina el ritmo de la nueva espacialización.

1.2.2.1. La desaparición del mundo comunista

Hasta finales de la década de 80, el mundo tenía carácter bipolar, dividido en dos espacios bien delimitados. Esta separación fue el resultado de la guerra fría, que comportó que ambos siguieran durante décadas ritmos de construcción y/o integración política, política y militar muy diferentes. En el caso del bloque comunista, "el Tratado de Varsovia y el Consejo de Asistencia Económica Mutua (CAEM) articularon un espacio político-económico en el que formalmente se encontraban ocho Estados iguales: Albania, Bulgaria, Hungría, Polonia, Rumania, República Democrática Alemana, Checoslovaquia y la Unión Soviética" (BARBÉ y GRASA, 1992:93). Esta configuración geopolítica se mantuvo hasta 1989, momento en que esta construcción empezó a desintegrarse (JOFFE, 1993 y LUCAS, 1996).

En el proceso de desarticulación del bloque socialista, centraremos nuestra atención en tres aspectos: el proceso de desintegración y las consecuencias que ha tenido su desaparición, así como en los rasgos generales de la situación actual. De esta forma, tendremos al final de este apartado una imagen clara de cómo se ha producido los cambios en la dimensión espacial.

La desintegración del mundo comunista se inicia a mediados de 1987, dividiéndose en dos fases. Durante el primer periodo, que se alarga hasta finales de 1989, "los cambios del Este se concentraron en la URSS, con una política gradualmente eurocéntrica y claramente permisiva en lo relativo a las opciones particulares de los miembros de su bloque, y en Polonia y Hungría líderes del proceso de reformas

(económicas y políticas) y destinatarios privilegiados de las acciones de la Comunidad Europea" (BARBÉ y GRASA, 1992:97).

A partir del segundo semestre de 1990, comienza una segunda etapa donde los cambios se generalizan al conjunto de países; ya que al final del verano de 1989, sólo Polonia y Hungría habían emprendido la marcha que les iba a conducir no ya a una simple reforma, sino al rechazo radical del socialismo real. Los demás países del Este, cada uno de ellos en circunstancias específicas vinculadas a sus peculiaridades nacionales, empezaron a experimentar transformaciones semejantes en el transcurso del así llamado "otoño de los pueblos" de 1989.

"El propio proceso de transformación no es una continuidad, sino una secuencia de fases distintas. Además, no todos los antiguos Estados comunistas se hallan en la misma fase del proceso de transformación, ni atraviesan sus respectivas fases al mismo ritmo. También es digno de advertir que la rapidez del paso de una fase a otra está fuertemente condicionada por lo que ocurrió en los ámbitos político y económico durante la última fase (preimplosión, pero también gestación) de los antiguos sistemas comunistas" (BRZEZINSKI, 1994:6).

La descomposición de los regímenes del Centro y Este de Europa es el resultado de la maduración de una crisis que venía creciendo desde unos diez años atrás, y cuya manifestación inicial fue el nacimiento del sindicato polaco Solidaridad, en agosto de 1980. La intervención del ejército, recurso al que el partido comunista polaco se vio forzado a acudir el 13 de diciembre de 1981, demostró su decadencia y su incapacidad de seguir asumiendo el papel de pilar del sistema: la ascensión de las fuerzas sociales independientes y el retroceso de los partidos comunista son fenómenos que se repetirán en 1989 en los demás países comunistas, incluida la URSS. La crisis del comunismo, que en Polonia adoptó la forma de conflicto abierto entre el poder y la

sociedad civil, se ha ido configurando durante mucho tiempo, en el resto de Europa Oriental, como un malestar insidioso pero cada vez más profundo, provocado por la negativa de las autoridades a satisfacer las aspiraciones democráticas del pueblo y, sobre todo, por la agravación de la situación económica y de las condiciones de vida de la población. El fracaso de las reformas llevadas a cabo en todos los países socialistas a partir de los años 50 motivó que el sistema se encontrase, a mitad de los 80, no ya en un período difícil sino en un verdadero callejón sin salida (MONTBRIAL, 1990:39).

En todo el proceso de cambios, la presencia de tropas soviéticas en territorio germano-oriental, polaco, checo y húngaro constituía un elemento esencial de disuasión, y el riesgo de represalias soviéticas ha influido en el comportamiento de los opositores y dirigentes hasta el verano de 1989. La voluntad de emancipación de la tutela soviética ha sido un componente importante de la protesta en Europa Oriental. Es preciso, no obstante, subrayar que, aunque la retirada de las tropas soviéticas ha sido una de las reivindicaciones de la oposición, en los desórdenes de 1989, no se manifestaron unos ánimos anti-soviéticos tan enardecidos como cabía esperar (MONTBRIAL, 1990:43).

Uno de los rasgos de este proceso es la simultaneidad y encadenamiento de los cambios. Por un lado, el hecho de que los cambios ocurridos en el otoño de 1989 se produjeran de forma concomitante plantea problemas de la posible influencia de los procesos de Polonia y Hungría, y posteriormente, de los acontecimientos de Alemania oriental en la evolución de sus vecinos. El encadenamiento de los sucesos es, a su vez, sorprendente: en mayo, las elecciones polacas y la apertura de la frontera austro-húngara; a partir de junio, éxodo de los alemanes del Este; en septiembre, ocupación por los refugiados de la RDA en la embajada de su país en Praga; el 9 de noviembre, caída del muro de Berlín y su destitución de Todor Jivkov; finales de diciembre,

levantamiento rumano. Se puede afirmar con certeza que "las revoluciones de 1989 tuvieron como factores determinantes el juego de las fuerzas locales y los efectos de la política soviética. Sin embargo, la propagación de la ola de protestas parece ser también consecuencia de un doble fenómeno. En primer lugar, la extraordinaria difusión de los acontecimientos por los medios de comunicación. El segundo es el de la proliferación de contactos entre los dirigentes de la oposición de los diferentes países del Este y el desarrollo de una corriente similar de ideas entre ellos" (MONTBRIAL, 1990:44).

La reafirmación de la oposición popular y el desmoronamiento de los partidos comunistas son la causa del fracaso de los regímenes del Este de Europa que se desprende de la incompatibilidad entre unas estructuras monolíticas del poder y la consolidación autónoma de la sociedad civil. Es posible, no obstante, distinguir en este fenómeno general tres formas diferentes de evolución. La primera es el cambio por el diálogo que tuvo lugar en Polonia y Hungría. La segunda se refiere a la victoria del abandono del adversario, es decir, la rapidez de retroceso del partido comunista como ocurría en la RDA y en Checoslovaquia. La tercera se concreta al enfrentamiento rumano, el único ejemplo de cambio violento en Europa del Este y el resultado de una auténtica sublevación de un pueblo torturado por un régimen inhumano, a la vez que de una conspiración preparada por los comunistas apartados del poder (MONTBRIAL, 1990:45-46).

El proceso también se ha caracterizado por la transformación de la disidencia, compuesta inicialmente por grupos de intelectuales aislados, en movimientos de oposición dotados simultáneamente de una amplia base social. La conjunción de las aspiraciones democráticas de las élites contrarias al régimen con las reivindicaciones socioeconómicas del pueblo ha sido, sin duda, uno de los factores originarios de los acontecimientos de 1989 en casi todos los países. "Los factores

socioeconómicos, presentes en todo tiempo y lugar, actuaron como espoleta de los procesos de transformación en Polonia y Rumania, mientras que en la RDA intervino sin duda al mismo tiempo el deseo de "unificación nacional" (MONTBRIAL, 1990:46)

Entre las consecuencias más destacadas de este proceso de caída del comunismo destacan, por un lado, "la fragmentación de los conjuntos multinacionales, cimentados por el internacionalismo totalitario que siguió a las dos guerras mundiales: primero, la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, después Yugoslavia y Checoslovaquia" (FETJÓ, 1993:62). Por otro, y dentro del marco de la Europa Occidental, "su repercusión más importante fue la reunificación alemana, que había de tener profundas consecuencias sobre la integración europea" (JOFFE, 1993:113).

Los medios de comunicación social también han tenido un protagonismo en este proceso histórico y han jugado un papel como impulsores de las reformas. En el caso de la antigua Unión Soviética, la liberalización de la política y los medios de comunicación de masas, decidida por Gorbachov para obtener el apoyo de la sociedad civil a sus reformas, dio como resultado una amplia movilización social sobre diversos temas. "La recuperación de la memoria histórica, estimulada por una prensa y una televisión cada vez más independientes, sacó a la luz la opinión pública, las ideologías y los valores de una sociedad liberada de repente, a menudo, expresados confusamente, pero con un rechazo compartido de toda clase de verdades oficiales. Entre 1987 y 1991, en un torbellino social de intensidad creciente, los intelectuales denunciaron el sistema, los trabajadores fueron a la huelga en defensa de sus demandas y derechos, los ecologistas expusieron las catástrofes medioambientales, los grupos de derechos humanos organizaron sus protestas y los volantes utilizaron cualquier oportunidad en las elecciones parlamentarias y locales para rechazar a los candidatos oficiales del

Partido Comunista, con lo que deslegitimaron la estructura de poder establecido" (CASTELLS, 1998:81).

Este proceso de desintegración tuvo como resultado la desaparición del espacio comunista y la consiguiente creación de 27 unidades diferentes, de las cuales 15 eran fruto del fin de la Unión Soviética. De este modo, el mundo comunista quedaba reducido a Cuba y China, siendo esta última un caso de desarrollo propio y en un punto de mira de todos los países occidentales.

Este grupo de países se encuentran actualmente en una etapa de transición, cuyos principales retos son la mutación política e institucional, el coste inicial de la transición y el retorno de los nacionalismos.²⁸ Por otro lado, una de las consecuencias más nefastas del fin del bloque comunista fue el inicio de la crisis yugoslava²⁹ que terminará en guerra con desastrosas consecuencias para el antiguo país comunista y con masivas matanzas de civiles. El inicio de la crisis tuvo lugar en junio de 1991 con la proclamación de la independencia de Croacia y Eslovenia. Después la extensión del conflicto se produjo en Bosnia-Herzegovina, que provocó la crisis más grave de refugiados desde la II Guerra Mundial. "Mientras la bipolaridad se mantuvo intacta, no hizo erupción – no podía hacerla – la guerra de Yugoslavia. La guerra fría había congelado en el tiempo una construcción artificial llamada 'República Popular Federal de Yugoslavia' (JOFFE, 1993:113). Todavía hoy existen focos de conflicto en la zona, como en Kosovo, lo que ha provocado la intervención de organismos internacionales como las Naciones Unidas y la OTAN.

²⁸ MONTBRIAL (1990:39-51 y 52-69; 1991:73-114) y TSIPSKO (1993) analizan el periodo de transición en el conjunto de países excomunistas.

²⁹ El análisis de este conflicto necesitaría un tratamiento muy específico, pero nuestro propósito es solo mencionarlo dentro de las transformaciones ocurridas en el antiguo bloque comunista, ya que su descripción detallada del mismo nos alejaría de nuestro principal objetivo, la descripción de la nueva espacialización.

Las transformaciones con más éxito se han llevado a cabo en la República Checa, Polonia, Hungría y Eslovenia, decididos a crear un clima más estable que favorezca el crecimiento económico sostenido. La confianza en sus economías se ha reflejado en los crecientes flujos de inversión extranjera que han recibido. Además, el éxito de sus reformas ha sido avalado con la incorporación de tres de ellos a la OCDE (la República Checa en 1995, y en Hungría y Polonia en 1996) y a la OTAN (los mismos países firmaron en diciembre de 1997 el Protocolo de adhesión al Tratado).

Paralelamente, los gobiernos de la República Checa, Hungría, Polonia y Eslovaquia decidieron iniciar un mayor acercamiento e integración entre ellos con la firma del Acuerdo Centro Europeo de Libre Comercio (CEFTA)³⁰ el 21 de diciembre de 1992, que entró en vigor el 1 de marzo de 1993. Su objetivo principal es la creación de una zona de libre comercio antes del 2001, que eliminará todas las barreras arancelarias y no arancelarias entre ellos, compatible con políticas comerciales exteriores independientes. Posteriormente, la CEFTA ha ampliado sus miembros a Eslovenia, que se unió al acuerdo en enero de 1996, y Rumania que lo hizo el 1 de julio de 1997. Otros ya han expresado sus deseos de hacerlo, como Ucrania, Bulgaria, Letonia, Lituania y Estonia, siempre que cumplan los requisitos exigidos de ser miembros de la Organización Mundial del Comercio, tener firmados acuerdos de libre comercio con la UE y aceptar y cumplir las condiciones del Acuerdo.

El compromiso del CEFTA es, en cierto sentido, una reproducción del proceso que siguieron los países de la EFTA que no se quisieron incorporar a las Comunidades Europeas en el año 1960, y crearon un carril de aceleración paralelo a la CE, esperando el momento adecuado de integrarse plenamente. Por lo tanto, la CEFTA no pretende

³⁰ Normalmente se utilizan las siglas inglesas CEFTA, que equivalen a Central European Free Trade Agreement.

establecerse como una alternativa para sus miembros frente a la UE sino, más bien, como un escalón intermedio en el proceso de integración en la Europa Occidental. Esta fase intermedia contribuirá en su mejor preparación y adaptación a la hora de la negociación final de a la UE (ANUARIO EL PAIS, 1997:69).

La creación de este acuerdo responde también a la dinámica actual de creación de macroespacios económicos regionales. Esto es, este grupo de países se adaptan a la nueva espacialización, integrándose en un espacio que les permiten tener una presencia en el escenario global.

A parte de esta integración entre antiguos estados comunistas, estos países se han marcado como objetivo final en esta fase de transición su incorporación como miembros a la Unión Europea. Este proceso de ampliación de la UE al Este europeo recibió el pistoletazo de salida en la reunión de ministros de Exteriores el 30 de marzo de 1998. Los primeros candidatos para la incorporación son Polonia, Hungría, República Checa, Estonia y Chipre. En la segunda fase, empezarán las negociaciones para la incorporación de Rumanía, Bulgaria, Lituania, Eslovaquia y Letonia.³¹

La integración de los primeros países del antiguo bloque comunista dará inicio a una nueva configuración espacial al proceso de construcción europea y supondrá un paso adelante en la consolidación de un espacio europeo más integrado. Asimismo, es una muestra clara del cambio que vive la espacialización actual. De ahí que hayamos considerado necesario hacer un repaso del proceso de desaparición del bloque comunista, porque de esta manera se entiende mejor la idea de que la nueva espacialización es el resultado de la suma de diferentes factores y de un cambio constante.

³¹ EL PAIS y LA VANGUARDIA, 31 de marzo de 1998.

1.2.2.2. Principales características de la geopolítica actual

La nueva situación geopolítica mundial, fruto de la caída del muro de Berlín y la desaparición del bloque soviético, pone fin al orden bipolar (ROCHE, 1992) y da entrada a lo que el entonces presidente norteamericano, George Bush, denominó "el nuevo orden mundial." El presidente norteamericano pronunció en septiembre de 1990, en pleno apogeo de la crisis del golfo Pérsico, un discurso ante el congreso estadounidense en el que afirmó "ahora vemos aparecer un nuevo orden mundial. Un mundo en el que las Naciones Unidas, liberadas del obstáculo que supuso la guerra fría, están capacitadas para llevar a cabo la visión histórica de sus fundadores: un mundo en el todas las naciones respeten la libertad y los derechos humanos" (MONTBRIAL, 1991:31).

En términos generales, "asistimos hoy al nacimiento de un nuevo universo, en el curso de un enfrentamiento entre fuerzas animadas por la lógica globalista de extender la interdependencia en el marco de una economía de mercado planetaria, que sólo puede funcionar en un nuevo orden internacional, y fuerzas que sostiene, por el contrario, la lógica egocéntrica de los particularismos y de los nacionalismos políticos, económicos, sociales, étnicos, religiosos y culturales, que conducen al mantenimiento de un mundo fragmentado en una infinidad de centros de decisión" (DE MAROLLES, 1993:1160).

El nuevo escenario geopolítico mundial se caracteriza por una serie de rasgos, que diferencian la década de los 90 de otros periodos históricos. En el contexto internacional, destacan el protagonismo de instituciones de carácter económico como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y la Organización Mundial de Comercio (OMC). Asimismo, organismos como las Naciones Unidas (NNUU) y la OTAN han tenido que adecuar sus actuaciones al nuevo contexto. Por otro lado, han aparecido otra clase de conflictos, al tiempo que se produce

una pérdida del peso geopolítico del Estado-nación a nivel internacional. Todo ello bajo la dinámica del liberalismo económico y el paso de un mundo dividido por el poder de los EEUU y la Unión Soviética a uno dominado por la influencia de una única superpotencia, los EEUU.

El fin de la bipolaridad ha traído consigo el protagonismo de los organismos de carácter económico. Por un lado, se ha creado un nuevo organismo, la Organización Mundial del Comercio (OMC), hecho que pone de relieve la importancia de los aspectos comerciales en las relaciones internacionales. Esta institución es fruto de los resultados de la Ronda Uruguay del GATT. Es la base jurídica e institucional del sistema multilateral de comercio.³² Por otro lado, el Fondo Monetario Internacional (FMI) se erige como la institución internacional que marca las directrices que debe seguir la economía global. Este organismo juega un papel protagonista en la definición de las políticas económicas en los países de nueva industrialización, así como de los que se encuentran en situaciones críticas.³³

³² La OMC es una institución permanente con su propia Secretaría, mientras que el GATT era un conjunto de normas, un acuerdo multilateral sin base institucional. La OMC, respecto del GATT, no solamente tiene un número potencial de miembros superior (128, a finales de 1994) sino que también su ámbito de aplicación es mucho más amplio en lo que respecta a las actividades y políticas comerciales. El GATT únicamente era aplicable al comercio de mercancías, la OMC abarca el comercio de bienes y servicios y el "comercio de ideas" o propiedad intelectual. Por otro lado, los compromisos contraídos en el marco de la OMC son absolutos y permanentes (el GATT se aplicaba con "carácter provisional"). El sistema de solución de diferencias es más rápido, más automático y mucho menos susceptible de bloqueos, que el antiguo sistema del GATT. Dentro del sistema de la OMC, es también más fácil de conseguir la aplicación de las conclusiones a que se llega en caso de diferencias.

Las principales funciones de la OMC son las siguientes:

- 1) administrar y aplicar los acuerdos comerciales multilaterales y plurilaterales que en conjunto configuran la OMC;
- 2) servir de fórum para la celebración de negociaciones multilaterales;
- 3) tratar de resolver las diferencias comerciales; y
- 4) cooperar con el resto de instituciones internacionales que participan en la adopción de políticas económicas a nivel mundial.

(Información obtenida en la página web: www.wto.org)

³³ Actualmente, el FMI está integrado por 182 países. Tiene como principales objetivos: promover la cooperación monetaria internacional, facilitar la expansión y el crecimiento equilibrado del comercio internacional, promover la estabilidad de los cambios, asistir en el establecimiento de un sistema multilateral de pagos, hacer disponibles recursos generales para los miembros que experimentan problemas en la balanza de pagos,

En este ámbito económico, también sobresalen las actuaciones del G-7, grupo formado por los siete países más industrializados del mundo, que se reúne para discutir sobre temas de índole internacional, económica y de cooperación. En los últimos años, el G-7 ha incorporado un país observador, Rusia, convirtiéndose en el G-8. El propósito de sus reuniones es el de establecer "una nueva arquitectura internacional, basada en la transparencia, con los suficientes controles, que evite la repetición de los graves problemas presentes, como la crisis asiática."³⁴

Este nuevo orden internacional se caracteriza asimismo por un protagonismo de las Naciones Unidas y una redefinición del papel de la OTAN tras el fin de la bipolaridad. El fin del antagonismo entre el Este y el Oeste ha proporcionado definitivamente a las Naciones Unidas las condiciones políticas imprescindibles para un funcionamiento eficaz, ya que durante mucho tiempo había aparecido abocada a un punto muerto, y a partir de entonces ha experimentado una revitalización espectacular. Dos razones explican este cambio. "En primer lugar, la distensión generalizada entre las grandes potencias le ofreció nuevas posibilidades de acción, y en segundo lugar, la disolución de los frentes erigidos en la Guerra Fría impulsó un acelerado proceso de transformación del sistema de relaciones internacionales" (VIÑAS, 1993:437). A su vez, han aumentado el número de actuaciones de los cascos azules para el mantenimiento de la paz y la aparición de una necesidad de reformas, principalmente de la composición del Consejo de Seguridad, acompañada de una crisis financiera permanente en la que vive, siendo los EEUU el primer deudor (MONTBRIAL, 1991: 31-36).³⁵

acortar la duración y disminuir el grado de desequilibrio en las balanzas internacionales de pagos de los miembros.

(Información obtenida en la página web: www.imf.org)

³⁴ EL PAÍS, 16 de mayo de 1998.

³⁵ Asimismo, "en la guerra del golfo Pérsico hemos visto resucitar el concepto de seguridad colectiva tal y como aparece consagrado en la Carta de las NNUU. Desaparecido el bloqueo en el que se encontraba el Consejo de Seguridad por el enfrentamiento de las dos superpotencias ha comenzado a funcionar en la manera en

En definitiva, "la ONU marca la pauta de la propia dinámica internacional, con su papel protagonista en determinados conflictos (Camboya, Angola, El Salvador, Irak, etc.), su presencia testimonial en otros (Oriente Medio) y su condición de observado en el nuevo frente europeo (SABÁ, 1993:398).

En relación a la OTAN,³⁶ este organismo se ha adaptado al nuevo escenario internacional para poder atender mejor las demandas globales de seguridad y estabilidad. "En la cumbre de Londres de junio de 1990, la Alianza inicia un proceso global de transformación teniendo en cuenta los cambios radicados intervenidos dentro del contexto de seguridad europeo. Los resultados son una nueva estrategia, estructura de fuerza y de comando modificadas y la toma de responsabilidad de nuevas misiones, principalmente en materia de mantenimiento de la paz" (DE LA TORRE, 1994). Además, la OTAN ha permitido el ingreso de nuevos miembros en el año 1999³⁷ y entre otras cosas, ha nombrado como secretario general al español Javier Solana, que es el encargado de llevar a cabo esta adaptación. El nuevo papel de la OTAN tiene como principal tarea apoyar la política exterior occidental fuera de los territorios de la alianza. "El problema militar es que algunos asuntos de esta agenda no suscitarán el apoyo de todos los miembros. Por tanto, estas batallas deberán librarlas aquellos países que estén de acuerdo en que debe intervenir en ese asunto en coaliciones voluntarias de países con derecho a utilizar la estructura de mando de la OTAN, su fuerza aérea de transporte y sus satélites espías" (BEEDHAM, 1996:72-73).

que se había concebido. Es evidente que, en un futuro, coaliciones internacionales y soluciones diplomáticas serán cada vez más necesarias para poder enfrentarnos con la creciente complejidad y pluralidad de centros independientes de decisión que liberados ahora de la contención regional del juego de las superpotencias, actúan cada vez con mayor independencia en un heterogéneo contexto de naciones y regiones" (OJEDA, 1993:58).

³⁶ Dieciséis países son miembros de la OTAN: Bélgica, Canadá, Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Italia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, España, Turquía, Gran Bretaña y Estados Unidos.

Los cambios en el espacio global han traído consigo una modificación en las zonas con mayor protagonismo geopolítico. Así, a finales de los años 1990, la zona de Asia-Pacífico se ha convertido en centro de interés. Principalmente la atención se centra en las dos potencias de la región: Japón y China. El primero mantiene su relevancia en la esfera internacional, sobre todo por su dimensión económica, ya que sigue produciendo aproximadamente un 70% del Producto bruto de todo el continente asiático, 6 veces lo que produce la República Popular China. Posee además las mayores reservas de divisas del mundo y es el mayor acreedor de otras naciones.³⁷ Esta primacía económica de Japón en el ámbito mundial, contrasta con una situación interna delicada, caracterizada por un declive de la economía, que se ha agravado por la crisis asiática.

China es la otra gran potencia de la zona y con un protagonismo geopolítico creciente, ya que los principales países occidentales, con Estados Unidos a la cabeza, la están incluyendo como prioridad en los objetivos de sus políticas exteriores. China, con una población de 1.200 millones de habitantes y un PNB per cápita de 750 dólares, aparece como el gran mercado del siglo XXI y al que se empiezan a destinar importantes cantidades de inversión extranjera.

CUADRO 6: INVERSIÓN EXTRANJERA EN CHINA EN MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES

Categoría	1990	1996	1997
Inversión extranjera directa	3.490	40.180	41.670
Inversión en cartera	0	3.470	6.800
Préstamos comerciales	4.620	6.450	n.d.
Otros	1.980	4.610	2.340

FUENTE: NEWSWEEK, 29 de junio de 1998

³⁷ Los países candidatos al ingreso son: la República Checa, Hungría y Polonia

³⁸ EL PAIS/DER SPIEGEL, 28 de junio de 1998.

Con un crecimiento económico anual en torno al 6,5% del producto interior bruto (PIB), China tiene una tasa de inversiones extranjeras directas de 38.000 millones de dólares en 1996 (5,5 billones de pesetas), y un ahorro nacional del 35 por ciento. La economía china es la que ha experimentado el crecimiento económico más grande del mundo, cuatriplicando sus ingresos desde 1978, año en que el gobierno comunista de Pekín emprendió el proceso de reformas económicas. A la sombra de esos progresos y de su enorme potencial, China se encuentra todavía en una fase de transición hacia una economía de mercado, caracterizada por el paso de una sociedad rural y agrícola a una urbana e industrial (LA VANGUARDIA, 19 de septiembre de 1997).³⁹

Los cambios en las coordenadas espaciales, que ha comportado el fin de la guerra fría, han tenido como resultado la desaparición de unos problemas, al tiempo que la aparición de otros de naturaleza distinta. Entre los principales, el resurgir de los nacionalismos, que condujeron a Yugoslavia hacia la guerra civil, los integristas, que han sido motivo de conflicto en Oriente Medio y en el Norte de África, los delitos ecológicos y el terrorismo internacional, que cada vez adquieren mayor protagonismo.

Por otro lado, se está produciendo una pérdida de peso del Estado-nación en el escenario internacional. Existen distintos factores que explican este fenómeno: por un lado, la globalización tiene como consecuencia la erosión de las fronteras nacionales, disminuyendo la importancia de los espacios nacionales. Por otro, la creación de entidades supranacionales disminuyen y limitan la capacidad de actuación de los gobiernos nacionales. Además, se va consolidando el protagonismo de las grandes corporaciones empresariales en la

dimensión global. A su vez, las nuevas tecnologías amplían la capacidad de comunicación de los individuos y de los grupos. "Como resultado se produce una disgregación del Estado en partes separadas, funcionalmente distintas. Estas partes –juzgados, agencia de regulación, ejecutivas e incluso legislativas– están conectadas con sus equivalentes en el exterior, creando una densa red de relaciones que constituye un nuevo orden transgubernamental" (SLAUGHTER, 1997:184). En otras palabras, "como en las revoluciones del pasado, la tecnología está afectando profundamente a la soberanía de los gobiernos, la economía mundial y la estrategia militar" (WRISTON, 1997:172).

Todas estas transformaciones están alterando continuamente el escenario geopolítico, de ahí que sea difícil destacar aquellas problemáticas que serán más relevantes en el próximo siglo. Ante la diversidad de opiniones, presentamos la de tres autores que consideramos que aportan visiones interesantes. Para el exsecretario de Estado norteamericano, Henry Kissinger, los desafíos políticos se centrarán en Asia (China, India y el Sudeste asiático), la zona del Golfo Pérsico y el antiguo bloque soviético. El analista norteamericano, Samuel Huntington (1996), por su parte, apunta al conflicto entre civilizaciones como origen de las próximas confrontaciones en el futuro del planeta. Para el sociólogo francés, Alain Touraine, existen dos desafíos. "El primero es el de la adaptación de los centros de decisión a la naturaleza de las cuestiones a resolver. Es, en sustancia, la cuestión planteada por la Unión Europea, a través del concepto de "subsidiaridad" que envía a atribuir a cada nivel decisional, a los sectores que son más aptos para encargarse. El segundo desafío es el de la naturaleza del espacio político adecuado. Los conflictos sobre el Estado, postura simbólica más fuerte, terminan por tentar la constitución de espacios políticos más

³⁹ La revista THE ECONOMIST realizó un informe especial sobre China, "Ready To Face The World", 8 marzo de 1997, mostrando la situación del país desde distintos ámbitos político, económico y social.

amplios, los únicos capaces de regular la mundialización y de limitar la exclusión" (TOURAINÉ, 1995: 209).

Ante este escenario, se cree que "las coaliciones internacionales y soluciones diplomáticas serán cada vez más necesarias para poder enfrentarse con la creciente complejidad y pluralidad de centros independientes de decisión que, liberados ahora de la contención regional del juego de superpotencias, actúan cada vez con mayor independencia en un heterogéneo contexto de naciones y regiones" (OJEDA, 1993:58)

El conjunto de elementos geopolíticos determinan de cierta forma la configuración de la nueva espacialización. Así, son determinantes en el paso de un espacio global dividido por Este/Oeste a un espacio global con niveles múltiples. Además, la relación entre una serie de factores geopolíticos será clave para entender las modificaciones en ciertos ámbitos relacionados con la política audiovisual europea. De esta forma, tras este análisis, estamos en mejor disposición para explicar posteriormente ciertos cambios y entender las nuevas dimensiones globales.

1.2.3. LOS ASPECTOS TECNOLÓGICOS

El tercer elemento que determina la nueva espacialización es el desarrollo de las nuevas tecnologías. Su presencia en los diferentes ámbitos sociales le otorgan un papel protagonista en este nuevo contexto espacial. Su ritmo de constante cambio y evolución marcan el paso de las transformaciones en distintos sectores, principalmente en el mundo económico y de la comunicación (HALL y PRESTON, 1990).

Ante la diversidad de cambios tecnológicos, nuestra atención se centrará en los siguientes aspectos: la influencia del avance tecnológico en la

concepción del espacio y el tiempo; y las modificaciones que crean en el ámbito económico y comunicativo. Además, nos ocuparemos de analizar el sector de las telecomunicaciones como máximo exponente de esta evolución tecnológica, así como del advenimiento de la sociedad de la información.

El avance tecnológico, ejemplificado en el desarrollo de las telecomunicaciones a nivel mundial, está influyendo de forma considerable en la concepción del espacio y del tiempo. "La verdadera esencia de las telecomunicaciones avanzadas no es reducir la 'fricción de la distancia' sino convertirla en insignificante. Cuando el tiempo que tarda en comunicar a más de 10,000 millas es indistinguible del que tarda en hacerlo a una milla, entonces la convergencia 'tiempo-espacio' ha tenido lugar a una escala profunda. Debido a que todos los modelos geográficos y nuestra comprensión contemporánea de las relaciones geográficas están basadas, implícitamente o explícitamente, en la existencia de la fricción impuesta por la distancia, entonces resulta que la negación de tal fricción pone en cuestión la misma base de la geografía que tomamos por sabida" (GRAHAM Y MARVIN, 1996: 57-58).

Esta nueva concepción que están desarrollando las redes telemáticas se basa en la idea de "la interacción asincrónica como instantánea, esto es, se desaparejan la necesidad de que el emisor y el receptor estén disponibles en el momento de la comunicación como con el teléfono. El tiempo puede ser superado: la gente puede trabajar cuando quiera, comunicarse cuando quiera, acceder a las redes y entretenerse cuando lo desee. Esto apoya el paso de modelos temporales altamente estructurados de la ciudad modernista – con sus periodos estándares de negocios, placer, descanso y comunicación- hacia unos estilos de vida urbanos más fluidos y asincrónicos. Así, nociones como la fricción de distancia, la situación, el desmoronamiento de la distancia o del espacio y tiempo objetivo tienen a menudo poco significado aquí, debido a las

capacidades de control instantáneo y en tiempo real de las redes telemáticas a través del espacio en todas las escalas geográficas" (GRAHAM Y MARVIN, 1996: 67)

De esta forma, "aquellos grupos sociales con acceso a la sofisticada telemática puede ahora trascender estos límites y ritmos físicos porque los servicios, el entretenimiento y los empleos pueden ser accesibles en el espacio electrónico sin (necesariamente) moverse en el espacio físico (a través del teletrabajo, telecompras y telebanco). Lo que Hägerstrand llama 'la coreografía del espacio-tiempo' del día a día ya no está más confinado a los espacios físico urbanos" (GRAHAM y MARVIN, 1996: 190-191).

De lo que estamos hablando es del *impacto geográfico de la tecnología* y la forma como altera las relaciones de tiempo y coste entre los lugares, envolviendo, colapsando e incluso cambiando la dimensionalidad y otras propiedades del espacio formado por las conexiones entre la gente y los lugares. Hoy estamos tan 'a gusto' en nuestro mundo tecnológico que olvidamos como de geográficamente dramáticas han sido las nuevas formas de comunicación y transporte. "En 1840 se podría haber tardado unos cien días en comunicar San Francisco con Londres, o alrededor de 8.640.000 segundos. Actualmente, en cambio una llamada de teléfono directa haría la misma conexión en unos diez segundos, por lo que en el 'espacio telefónico' esta parte del mundo ha disminuido por un factor de 864.000" (GOULD, 1991:6). Con todos estos cambios, "para muchos espacios de gran importancia la misma noción de metricidad puede no ser pertinente. Lo que puede ser mucho más importante es el simple hecho de cómo la gentes y las cosas están conectadas entre ellas" (GOULD, 1991:10).

Lo que observamos es "la formación de flujos de capital como un tráfico que está siendo transmitido por la estructura subyacente de conexiones

entre los mundos comercial y gubernamental, una estructura que actúa como soporte o telón de fondo de estos flujos. Es en estas estructuras donde las decisiones se toman y se transmiten, y es el impacto de estas decisiones que mueve el capital desde lugares menos rentables a más rentables, lo vemos en el flujo y reflujo de las oportunidades de empleo, riqueza y regiones en depresión, esperanza y miseria, decencia e inhumanidad" (GOULD, 1991:11-12).

A parte de los avances telemáticos, esta nueva concepción se debe en gran parte al desarrollo de nuevos sistemas de comunicación. En concreto, es a partir del despliegue de satélites a principios de los años 1970 que el coste de la unidad y el tiempo de comunicación sean invariables con respecto a la distancia, costando lo mismo comunicar con 500 kilómetros que con 5000 vía satélite. "La propiedad de televisión de masas junto con la comunicación por satélite hacen posible experimentar una corriente de imágenes desde diferentes espacios casi simultáneamente, convirtiendo los espacios del mundo en una serie de imágenes en una pantalla de televisión" (HARVEY, 1990:293).

Los cambios tecnológicos tiene también como resultado la creación de nuevos espacios comunicativos. En este sentido, destaca el hecho de que "las limitaciones naturales han impuesto históricamente una organización del espacio económico definida por las infraestructuras del primer tipo (vías fluviales, carreteras, ferrocarriles, etc.), su localización se ha concentrado en torno a ellas y, más aun, a sus puntos de confluencia y a sus 'nudos de intercambio'. El nuevo espacio económico creado por las telecomunicaciones se emancipa de las condiciones geográficas y es indiferente a la concentración o la dispersión de las actividades. Con las telecomunicaciones se resuelven las limitaciones espaciales que imponían la contigüidad operativa y la concentración territorial de ciertas actividades (por ej., *front office* y *beck office*)."

Richieri indica la sustitución del "espacio económico tradicional,

inevitablemente condicionado por la naturaleza física de los lugares, por la superposición con cada vez mayor peso de un espacio económico abstracto, o 'virtual', creado por las redes de telecomunicaciones* (RICHIERI, 1994:238). Richieri también señala la importancia de las conexiones, "los actores que pueden acceder a este mercado son todos los conectados a la red, la geografía del mercado está definida por la extensión de la red, los productos intercambiados están en función de las características técnicas y físicas de la red, las transacciones financieras son realizadas y controladas por la red. La red está también en condiciones de segmentar el mercado, de seleccionar los clientes y de organizar la promoción y la comercialización de los servicios" (RICHIERI, 1994:239).

Siguiendo en el ámbito comunicativo, las telecomunicaciones han comportado una serie de cambios espaciales (BROTCHIE, HALL y NEWTON, 1987; y DUPUY, 1982). Recordemos que siempre la comunicación siempre ha marcado sus territorios. Las grandes rutas comerciales, los caminos de peregrinaje y las redes de transportes han sido importantes vectores de comunicación, estableciendo los grandes ejes, retomados, por ejemplo, en las redes hertzianas en Europa. En la actualidad, "el espacio está estructurado por nuevas redes, no materiales, pero que transportan nuevas energías y que están en el origen de los enclaves que son a la vez nuevos y ampliados. Los grupos mediáticos y multimedia constituyen tipos de canales (prensa escrita, radio, televisión, telemática y cable) por los cuales transita la información. A lo largo de estos canales, las relaciones se organizan entre emisores y receptores. Relaciones disimétricas, esto es, de relación de poder. El campo de la práctica geográfica a todos los niveles se encuentra singularmente ampliado. Consiste en observar la disposición de los espacios mediáticos, a través de la penetración de espacios continuos (prensa escrita, televisión), la agregación de redes (telemática), y las iniciativas locales" (DURAND et al., 1993:189).

Las innovaciones tecnológicas también han tenido su impacto en el ámbito cultural, dando origen a lo que algunos denominan una cultura global, que se caracteriza por no estar "ligada a ningún lugar ni período. No tiene contexto, es una verdadera mezcla de componentes dispersos obtenidos de todos sitios y de ninguno en particular, nacida de los carros modernos (postmoderno) del sistema global de comunicaciones" (LASH y URRY, 1994:306). Se dice que no hay una cultura global sino que existen una serie de procesos que están produciendo la globalización de la cultura. "Estos nuevos procesos globales tienen dos características. Primera, son autónomos de las meras relaciones inter-estatales. La segunda, estos procesos globales son dominantes pero en un sentido diferente de lo que se entiende como debate sobre la ideología dominante" (LASH y URRY, 1994:306).

La transformación en las telecomunicaciones es "la de un sistema de telecomunicaciones monopolista, fordista, basado en el Estado-nación y gestionado por el gobierno hacia un sistema de telecomunicaciones competitivo, post-fordista, concebido globalmente y regulado por el mercado" (BURGELMAN, 1996:10). Lo que diferencia a la época de finales de los 90 es que la globalización en el siglo XIX fue conducida principalmente por una caída de los costes del transporte, mientras que ahora está dirigida por una caída de los costes de comunicación, que posibilitan una integración internacional más profunda.⁴⁰

El sector de las telecomunicaciones es, además, un pilar sustancial en la economía por su impacto directo en la inversión agregada, el crecimiento, la modernización y el desarrollo. En los últimos años, las telecomunicaciones han estado sometidas a continuos cambios

⁴⁰ Sobre las nuevas tecnologías y la economía, véase los suplementos de THE ECONOMIST: (a) "A Connected World. A Survey Of Telecommunications" 13 de septiembre de 1997 y (b) "The Hitchhiker's Guide To Cybernomics. A Survey Of The World Economy", 28 de septiembre de 1998.

impulsadas por la evolución tecnológica, los cambios regulatorios, la liberalización de los mercados, la privatización de los monopolios estatales y de forma especial, por los cambios en las exigencias y demanda de los consumidores. Todo ello, en un nuevo marco internacional presidido por la creciente interdependencia, globalización e intensificación de los flujos comerciales y de capitales internacionales.

Las redes electrónicas se están extendiendo globalmente, incorporando sistemas con satélites, fibra óptica, conexiones en cadena, microprocesadores y varios equipamientos de terminales. "Estas redes globales están haciendo posible las operaciones de las compañías transnacionales, que permiten a la información estar centralizada para las decisiones claves en las oficinas centrales en Nueva York, Londres y Tokio y transmitir las a las plantas filiales situadas por todo el mundo para una mayor toma de decisiones y una producción y distribución dispersa. Además, facilita el proceso de concentración del capital en organizaciones transnacionales cada vez mayores. Estas redes también proveen nuevos canales y mercados globales para la exportación de servicios y para el desarrollo de nuevas industrias de servicios basados en la información. Hacen posible la dispersión de diversas transacciones e interacciones. También facilitan la emisión por televisión de eventos internacionales desde uno o múltiples centros a todas el mundo" (BROTCHIE, HALL y NEWTON, 1987:439).

En términos numéricos, las telecomunicaciones en 1996, según el último informe de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT), *World Communication Development Report 1998*, englobaban en el mundo 744 millones de líneas telefónica, 142 millones de usuarios de teléfonos móviles, 16 millones de internet hosts, 50 millones de usuarios de internet y 234 millones de ordenadores personales. Por áreas geográficas, las áreas están desigualmente distribuidas, concentrándose en los países económicamente más avanzados. El 62% de las líneas

telefónicas mundiales están instaladas en 23 países desarrollados, los cuales, en contraste, solo tienen el 15% de la población mundial. Más del 50% de las líneas telefónicas, el 60% del tráfico telefónico internacional y el 80% de los "internet hosts" se concentran en Norteamérica y la Unión Europea. La relevancia de este sector destaca también por su nivel de ingresos, que en 1996, fueron a nivel mundial de 620.000 millones de dólares, así como las inversiones en el sector alcanzaron de 166.000 millones (SANTILLANA, 1998:12).

La globalización y la creciente integración de la economía en mercados regionales están favoreciendo el comercio y los flujos financieros y reales entre países. En el centro de estas actividades, están las comunicaciones internacionales, de voz, datos e imágenes. En este contexto, el tráfico telefónico internacional está creciendo muy por encima del crecimiento de las líneas.

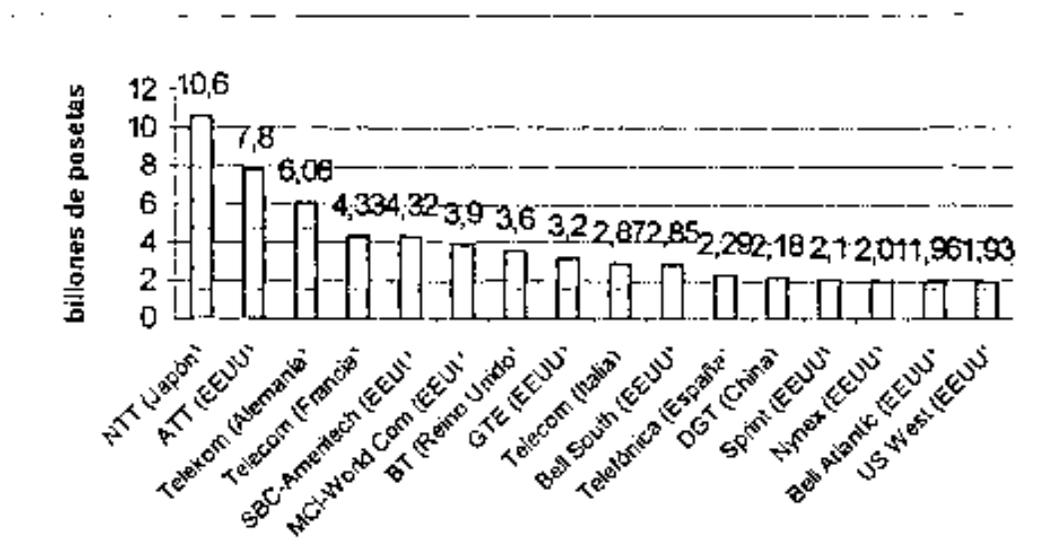
El tráfico mundial (70.090 millones de minutos en 1996) se concentra en un escaso número de países y rutas. En 1996, EEUU generaba el 27,4% del total de minutos de tráfico internacional, Alemania el 7,4%, el Reino Unido el 6,5%, Canadá el 5,4%, Francia el 4,3%, Italia el 3%, Suiza el 2,7%, Hong Kong el 4%, Japón el 2,4% y Holanda el 2,15%. Estos 10 países aportaban en total 44.700 millones de minutos, un 63% del total mundial. Por la magnitud de los flujos de tráfico sobresalen las siguientes rutas: EEUU- Canadá; EEUU – México; EEUU – Reino Unido; Hong Kong – China; EEUU – Alemania; EEUU – Japón; Reino Unido – Irlanda; Suiza – Alemania; Alemania – Austria; y Alemania – Reino Unido. Estas son las 10 principales rutas mundiales, que representan el 26% del tráfico telefónico mundial.

Otra de las aplicaciones de las nuevas tecnologías se ubica en el ámbito empresarial, permitiendo a las empresas operar en distintas partes del mundo sin tener que construir un sistema empresarial completo en cada

uno de los países en los que tiene presencia. *Por lo tanto, los obstáculos a la participación y las alianzas estratégicas transfronterizas se han reducido enormemente. Ya no hay que trasladar a un ejército de trabajadores. La capacidad puede estar en la red y puede poner a disposición de quien la necesite, prácticamente en cualquier lugar, cuando haga falta* (OHMAE, 1996:21).

El sector de las telecomunicaciones tampoco es ajeno a la tendencia económica de concentración de la propiedad a través de fusiones, adquisiciones o alianzas estratégicas; sino al contrario, los operadores mundiales de telecomunicaciones son buen ejemplo de ello principalmente en el escenario norteamericano y europeo.

FIGURA 1: GLASIFICACIÓN DE LOS MAYORES OPERADORES DE TELEFONÍA FIJA SEGÚN INGRESOS EN BILLONES DE PESETAS



FUENTE: UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES, 1997¹¹

Otro de los cambios que comportan las nuevas tecnologías ha sido el nacimiento de nuevas empresas que dominan el mercado mundial, teniendo su mejor ejemplo en el caso de Microsoft (ISAACSON, 1997; STROSS, 1997, FORTUNE, 1997 y NEWSWEEK, 1996) y en el conjunto de empresas que se encuentran en el Silicon Valley (California). En este último, el 20% de las 100 empresas de tecnologías más grandes se han creado allí. Además el conjunto de empresas allí instaladas tienen un valor de mercado de 450.000 millones de dólares (casi la totalidad de la bolsa francesa).⁴²

CUADRO 7: EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES EN LOS EEUU (1987-1997)

Compañía	Valor en 1987	Compañía	Valor en 1987	Compañía	Valor en 1997
AT&T	131.945	AT&T	39.238	AT&T	54.481
GTE	20.448	BellSouth	25.993	GTE	42.376
		Nynex	19.316	BellSouth	41.361
		Bell Atlantic	18.879	Ameritech	32.041
		GTE	17.119	SBC	30.451
				Communications	
		Ameri Inform	16.991	Bell Atlantic	26.160
		Tech			
		Southwestern	15.879	MCi	20.883
		Bell		Communication	
		Pacific-			
		Telesis	15606	World Com	20.290
		Group			
		US West	13.132	Nynex	19.552
				US West	15.458
				Sprint	15.119
TOP 100	8,9%		10,4%		8,5%

FUENTE: FORBES, 7 de julio de 1997, p.132

En Estados Unidos, la ley de liberalización de las telecomunicaciones y del mercado audiovisual –aprobada en febrero de 1996 – autorizó a las compañías a instalarse en otros mercados. De esta manera se eliminaba las reglas gubernamentales que mantenían las barreras entre la telefonía

⁴¹ Publicado en EL PAIS, 12 de mayo de 1998.

⁴² Sobre Silicon Valley, véase: BUSINESS WEEK, 25 de agosto de 1997, p.46-89; THE ECONOMIST, 29 de marzo de 1997, FORBES, 7 de julio de 1997.

local y de larga distancia, la televisión por cable, la radiodifusión y los servicios móviles.⁴³

Como consecuencia de esta liberalización, se han producido importantes y multimillonarias operaciones. En 1996, US West Media adquiere continental el tercer operador del país, Cablevision; también se producen las fusiones entre las compañías regionales SBS Communication y Pacific Telesis; así como Bell Atlantic y Nynex, World Com y Mfs Communications, y MCI anuncia su unión con la británica BT, aunque la operación fracasa y MCI opta finalmente por World Com.

En 1997, la tendencia continúa y el año se abre con la renuncia al proyecto de fusión entre AT&T – la primera compañía de larga distancia de Estados Unidos – y la regional SBC. Asimismo, FCC rechaza la oferta de Ameritech para comunicaciones de larga distancia. Ese año WorldCom compra CompuServe y lanza una contra-OPA sobre MCI, que culmina en una fusión aceptada por los accionistas de ambas compañías.

En 1998, SBC ha adquirido SNETT y Ameritech continuando la agrupación de empresas regionales. Por su parte, AT&T ha comprado la compañía local TCG y el operador de cable TCI mediante un intercambio de acciones. Esta última operación asciende a 48.000 millones de

⁴³ La nueva ley estadounidense de telecomunicaciones establece las nuevas reglas de juego. En lo relativo al audiovisual, las empresas de televisión no deberán ajustarse a los límites previos (12 estaciones de televisión que no superen el 25% del alcance nacional de audiencia), sino que a partir de ahora podrán tener los canales que deseen y el techo de alcance de la cobertura se eleva al 35% de la audiencia. Se mantiene la restricción de tener dos estaciones de televisión en una misma zona y un periódico y una estación de televisión o una empresa de cable en el mismo mercado. En radio desaparece el límite de 20 emisoras de AM y otras 20 de FM y la prohibición de tener dos o más estaciones en un mismo mercado. Se podrán comprar las emisoras que se quieran y se flexibilizan las normas para cada zona. En televisión por cable, los grandes sistemas podrán liberalizar las normas en 1999, pero en comunidades de menos de 50.000 habitantes la liberalización es inmediata. Respecto de la comunicación telefónica, las *baby bells* pueden entrar en la larga distancia cuando demuestren que otras compañías pueden operar en los mercados locales (EL PAÍS, 11 de febrero de 1996). Sobre este tema, también véase, NEWSWEEK, 'Now For The Free-For-All', 12 de febrero de 1996, p.40-41.

dólares (unos 7,2 billones de pesetas) mediante canje de acciones y absorción de deuda. Con esta fusión, AT&T llegará a 14 millones de hogares con una nueva red de llamadas locales y acceso a Internet.⁴⁴

Entre los últimos acuerdos en el mercado de las telecomunicaciones, encontramos dos casos que ejemplifican las estrategias del sector: ampliación de ámbito global y nacional. En el primer caso, el acuerdo entre AT&T y BT responde a las necesidades de abarcar el mercado global, y en el segundo, destaca la absorción de GTE por parte de Bell Atlantic.

Las operadoras BT y AT&T han firmado un acuerdo para crear la primera red mundial de telecomunicación, de servicios punta para empresas y particulares, con una inversión de 1.000 millones de dólares anuales (unos 150.000 millones de pesetas). La nueva compañía prevé ingresar 1,5 billones de pesetas en su primer año.

CUADRO 8: CARACTERÍSTICAS DEL ACUERDO DE BT Y AT&T

	BT		AT&T
Empleados	124.700	Empleados	128.000
Ingresos	3,7 billones ptas.	Ingresos	7,8 billones ptas.
Impuestos	432.750 mill. pta	Impuestos	4.638 mill. Pta.
Líneas de servicio	27 mill. en GB	Líneas en servicio	90 mill en 200 países
Principales aliados	Cegetel (Francia), Viag (Alemania), Albacom (Italia), Telfort (Holanda), Telenordia (Suecia), Sunrise (Suiza), Airtel (España)	Principales aliados	Unisorce (Europa) WorldPartners (Asia) TCI (EEUU) Teleport (EEUU)

FUENTE: EL PAÍS, 26 de julio de 1998

Los socios, que aportarán a la empresa conjunta activos por 450.000 millones de pesetas, invertirán, además 150.000 millones en empresas

⁴⁴ EL PAÍS y INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE, 25 de junio de 1998; BUSINESS WEEK, 5 de julio de 1998, p.36-39.

de nuevas tecnologías de EEUU y en mercados emergentes. La nueva sociedad tendrá su sede en Estados Unidos y empleará a 5.000 trabajadores. El nuevo proyecto empresarial contempla tres áreas prioritarias: un servicio mundial de telefonía y de transmisión de datos a compañías multinacionales e instituciones; un servicio especializado para clientes vinculados con las áreas de las finanzas, el petróleo y la informática, y la creación de una red capaz de ofrecer comunicaciones a bajo coste a empresas como a particulares en todo el mundo.⁴⁵

El segundo acuerdo con escenario en los EEUU es la absorción de GTE por parte de Bell Atlantic mediante un intercambio de acciones por un valor estimado de 52.800 millones de dólares (7,92 billones de pesetas). De esta forma, la nueva Bell Atlantic controlará un tercio de las líneas telefónicas de EEUU. Esta nueva empresa tendrá una plantilla de 255.000 empleados. Esta fusión se traduce en la unión de la mayor compañía telefónica regional de EEUU (Bell Atlantic es una de las *baby bells* que surgieron de la ruptura del monopolio de AT&T) y uno de los mayores operadores independientes de llamadas locales y de larga distancia. Con la unión de ambos, la nueva Bell Atlantic controlará los servicios telefónicos contratados por 62 millones de consumidores de EEUU.⁴⁶

Uno de los sectores que está experimentando mayor desarrollo es el informático. Aunque el ordenador fue inventado hace 50 años, la revolución informática no empezó a extenderse hasta que Intel introdujo el microprocesador en 1971 e IBM fabricó el PC en 1972. Hay que destacar también que gracias a la caída de los precios de los ordenadores se están difundiendo por toda la economía más rápidamente que lo hizo la electricidad (THE ECONOMIST, 1997b:15). Además, el desarrollo de la red de redes, internet, también está

⁴⁵ EL PAIS DIGITAL, 27 de julio de 1998.

⁴⁶ EL PAIS DIGITAL, 29 de julio de 1998.

fomentando un mayor uso, así como también está modificando ciertas concepciones como la espacial⁴⁷ y está dando lugar a nuevos servicios como el comercio electrónico.

Ante un escenario tan cambiante, se ha procedido también a establecer ciertas normas de carácter mundial con el objetivo de liberalizar el mercado mundial de las telecomunicaciones. El acuerdo se alcanzó en el mes de febrero de 1997, en el seno de la OMC, cuando 68 países (que representan el 90% de los ingresos de las telecomunicaciones) decidieron firmar el acuerdo mundial de liberalización. La entrada en vigor fue el 1 de enero de 1998. Su propósito principal es liberalizar unos 400 productos de tecnología de la información, -cubriendo además todas las formas básicas de servicios de telecomunicaciones, que incluyen el teléfono, la transmisión de datos y por fax, las comunicaciones por satélite y radio.⁴⁸

El acuerdo⁴⁹ establece que los tres grandes mercados -EEUU, UE y Japón, que entre ellos suponen el 75% de los ingresos de las telecomunicaciones- estarán completamente abiertos a la competencia nacional y extranjera a partir de 1998, con la excepción de algunos retrasos por parte de algunos países miembros de la UE como España (Diciembre 1998), Irlanda (2000) y Portugal y Grecia (2003), mientras que Japón ha restringido la participación extranjera al 20% en sus dos principales operadores KDD y NTT. Por otro lado, Canadá y México han liberalizado su mercado, aunque ninguno cedió a la presión de los EEUU para una mayoría accionarial extranjera. México la fijó en un máximo del 49% y Canadá al 46,7%. Por su parte, varios países sudamericanos se han comprometido a una liberalización amplia en los próximos años.

⁴⁷ El semanario británico "The Europea" titulaba "la distancia ha muerto, el mundo es una llamada local" en su número del 20-26 de abril de 1998.

⁴⁸ EL PAÍS y LA VANGUARDIA. 16 de febrero de 1997.

⁴⁹ FINANCIAL TIMES, 17 de febrero de 1997.

Respecto al resto de países, los del Este de Europa se han comprometido a liberalizar a partir del año 2000 (República Checa) y el 2005 (Bulgaria). En cuanto a las naciones asiáticas, presentaron en general ofertas pobres, aunque con las excepciones notables de Singapur, Filipinas y Hong Kong, pero la mayoría esperan una liberalización en el futuro. Malasia y la India, por su parte, han permitido un aumento de la inversión extranjera en el sector.

Los cambios en el escenario mundial junto con el desarrollo de la tecnología digital han sido el detonante de lo que se conoce como *el nacimiento de la sociedad de la información*. Su desarrollo tiene consecuencias para los distintos sectores. En el ámbito empresarial, produce profundas modificaciones dentro de la organización del trabajo, permitiendo nuevas modalidades como el trabajo a distancia, el teletrabajo, las videoconferencias, etc. Por otro lado, propicia la llegada de productos telemáticos al hogar (banco a domicilio, telecompra), cambios en el sector educativo y cultural (educación a distancia, museos) y del entretenimiento (videojuegos, nuevos servicios, PPV, VOD). Asimismo, también puede comportar una mejora de la calidad de vida: mejora de la gestión del tiempo, acceso directo a las administraciones y servicios públicos.

En definitiva, "las tecnologías de la información y de la comunicación están generando una nueva revolución que está llevando a la humanidad hacia la Era de la Información. Se trata de una revolución centrada en el procesamiento electrónico, almacenamiento, recuperación y comunicación de la información. Asimismo, la sociedad de la información no solo está afectando las formas en que los humanos interactúan sino también está teniendo un impacto sobre nuestras estructuras organizativas tradicionales".⁵⁰

⁵⁰ Informe presentado en la conferencia ministerial del G7 sobre la sociedad de la información, 27 de enero de 1995, Bruselas.

El camino hacia la sociedad de la información no sigue la misma trayectoria en todo el planeta. Destacamos dos proyectos. El de la Unión Europea ha mantenido un enfoque que permite un equilibrio entre los aspectos económicos y sociales, destacando la dimensión "societal" de los nuevos servicios de la información. Este proyecto europeo se ha ido definiendo a partir de distintos documentos, primero fue el Libro Blanco de Delors (1993), y después del Informe Bangemann (1994), que estableció las bases. En concreto, este documento recomienda el establecimiento de un marco reglamentario europeo y el lanzamiento de proyectos dentro de diez ámbitos⁵¹ de aplicación de interés público, en asociación con los sectores privado y público. En julio de 1994, la Comisión Europea publicó una comunicación titulada "Hacia la sociedad de la información en Europa. Un plan de acción",⁵² estableciendo cuatro ejes de actuación: adaptación del marco reglamentario, desarrollo de redes, servicios, aplicaciones y de contenido de la información; la dimensión social, societal y cultural y acciones de promoción. Posteriormente, el Consejo Europeo de Essen (9-10 de diciembre de 1994) acogió favorablemente el plan de acción y a partir de entonces, se han ido desarrollando las distintas iniciativas en el seno de la UE.⁵³

Por su parte, los Estados Unidos fueron los primeros en lanzar una iniciativa política de envergadura en este ámbito. En septiembre de 1993, la Administración Clinton publicó la "NII Agenda for Action", cuyo objetivo es la puesta en marcha de una infraestructura nacional de la información

⁵¹ Los ámbitos son: teletrabajo, educación a distancia, redes entre universidades y centros de investigación, servicios telemáticos para las PME's, gestión a distancia del tráfico por carretera, telecontrol de la navegación aérea, informatización de la licitación pública, autopistas de información urbana.

⁵² COM (94) 347.

⁵³ La UE ha creado una oficina especial para el desarrollo de la Sociedad de la Información (ISPO Office), que se dedica a la elaboración de proyectos y dar información sobre sus desarrollos. Asimismo publica un boletín de noticias sobre este tema. Su página web es: www.ispo.cec.be

(NII) con el objeto de reforzar la fuerza económica americana.⁵⁴ Este proyecto de las autopistas de la información tiene cinco principios cruciales: la inversión privada, la competencia, el servicio universal, el acceso abierto y las regulaciones. Para su completo desarrollo, se aprobó una nueva ley de telecomunicaciones en 1996 (*Telecommunication Act*).⁵⁵

El tema de la sociedad de la información se ha convertido a su vez en objeto de interés internacional. Ejemplo de ello es la celebración en 1994 de una reunión ministerial del G7 en Bruselas que tenía como tema central de discusión sobre la sociedad de la información. Del documento de trabajo y de las conclusiones, destacan el establecimiento de 8 principios básicos para conseguir una visión común de la sociedad global de la comunicación.⁵⁶

Además, como fruto de todos los avances tecnológicos, algunos autores empiezan a hablar de la revolución de la información⁵⁷ y de sus consecuencias en distintos ámbitos (REEVE, 1998; OCDE 1993, 1994, 1995 y 1996). En resumen, los aspectos tecnológicos ayudan a definir la nueva especialización, en especial al reducir las distancias y los costes de comunicación, así como al determinar el ritmo del cambio no solo en el sector tecnológico sino en toda la economía.

Llegados a este punto, nos encontramos ante un escenario modificado por las innovaciones tecnológicas, que han favorecido la convergencia

⁵⁴ Asimismo, el vicepresidente Al Gore también ha lanzado la idea de crear una infraestructura de la información a nivel planetario, lo que en inglés denominan Global Information Infrastructure (GII).

⁵⁵ GORE, AL (1995) "Las reformas de las telecomunicaciones", EL PAÍS, 9 de diciembre.

⁵⁶ Estos son: promover la competencia dinámica, favorecer la inversión privada, definir un marco regulador adaptable, proporcionar acceso abierto a las redes, asegurar la provisión universal y acceso a los servicios; promover la igualdad de oportunidades para los ciudadanos, promover la diversidad de contenido, incluyendo la diversidad cultural y lingüística, reconocer la necesidad de cooperación a nivel mundial con particular atención a los países menos desarrollados.

entre distintos sectores, el desarrollo de nuevos medios de comunicación y el nacimiento de la sociedad de la información. Estos cambios han sido posible por la existencia de una nueva economía post-fordista. Como resultado, obtenemos la tercera dimensión de la nueva espacialización que se erige como el marco general en el que se desarrolla la industria audiovisual a finales del siglo XX y que nos ayuda a explicar la creación de nuevos espacios como el espacio audiovisual europeo.

⁵⁷ BUSINESS WEEK (1994) "The Information Revolution. How Digital Technology Is Changing The World", 13 de junio, p.35-62.