



Comunicación, cultura y diversidad¹

Ana Isabel Segovia Alonso²

El 20 de octubre de 2015 se adoptó en el seno de la UNESCO la “Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales” tras diversas reuniones de expertos independientes e intergubernamentales. Esta Convención, de poco más de 30 artículos, pretendía convertirse en un acuerdo internacional jurídicamente vinculante que reconociera el carácter distintivo de los bienes, servicios y actividades culturales como vectores de transmisión de identidad, valores y sentidos al mismo tiempo que hacer hincapié en que éstos no son mercancías o bienes de consumo que puedan ser considerados únicamente como productos de mercado.

Como señala la propia UNESCO en su Informe Mundial de 2010 titulado *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*, “En primer lugar, la cultura es la diversidad creativa que está incorporada en ‘culturas’ particulares, cada una de ellas con sus propias tradiciones y expresiones tangibles e intangibles. En segundo lugar, la cultura (en singular) se refiere al impulso creador que da origen a esa diversidad realizada. Estos dos significados de la cultura —una que hace referencia a sí misma y otra que se trasciende— son indisolubles y constituyen la clave de la fecunda interacción de todos los pueblos en el contexto de la mundialización” (p. 29).

A día de hoy, poco más de una década después, 143 países y la Unión Europea han ratificado la Convención. El volumen que este año presentamos en *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC) pretende poner de relieve la importancia adquirida por este documento como instrumento jurídico e impulsor de políticas culturales, pero también hacer recuento de los vacíos que aún resuenan en la voluntad de los gobiernos, y las dificultades que enfrentan las políticas nacionales para revertir la situación actual frente a las dinámicas globalizadoras y economicistas imperantes (tema planteado por Beatriz Barreiro en su enfoque

¹ Este trabajo se enmarca en el proyecto ‘Diversidad cultural y audiovisual: buenas prácticas e indicadores’ (ref. CSO2011-26241) que se desarrolló, durante el trienio 2012-2014, en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

² Universidad Complutense de Madrid
Email: asegovia@ucm.es

desde el derecho internacional, al proponer la diversidad mediática como garantía de la diversidad cultural).

En definitiva, una radiografía de la lucha por la consecución y mantenimiento de la diversidad cultural enfrentada desde perspectivas que van de la discusión teórica a la presentación de casos o análisis concretos. Con ello se pretende contribuir a reflejar la variedad de dimensiones que es imprescindible abordar para acometer la protección y promoción de la diversidad: hay que afrontar la defensa de la multiplicidad de agentes que intervienen en el hecho cultural y comunicativo, desde el lado de la propiedad pero también desde la creación y producción de contenido tanto como desde el fomento de un consumo diverso.

En este sentido, el primero de los artículos, de la mano de M^a Trinidad García Leiva, esboza una propuesta metodológica para mapear la diversidad de la industria audiovisual digital. Este texto abre el camino a otros que, partiendo de la necesidad de dejar constancia de la situación en la actualidad (como el ya mencionado de Barreiro), buscan los instrumentos necesarios para abordar la cuestión de la diversidad. Tal es el caso del estudio presentado por Manuel Chaparro, Silvia Olmedo y Victoria Gabilondo acerca de la construcción de un Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) que ponga en valor la participación ciudadana y la transparencia para consolidar modelos mediáticos que respondan a lógicas centradas en la construcción democrática, la fortaleza de la pluralidad y la diversidad; o la investigación realizada por Marta Fuertes y Ángel Badillo sobre la necesidad de construcción de marcos de análisis homologables y comparables internacionalmente (hoy inexistentes, como constatan los autores) para avanzar hacia una correcta planificación de las políticas culturales que a su vez desemboquen en el sostenimiento de las industrias y en el fomento de la diversidad cultural.

El punto de vista de la importancia de las políticas culturales (con una mayor incidencia en las vinculadas al sector audiovisual) se ve reflejado asimismo en los artículos restantes, con ejemplos que van del plano supranacional al nacional y el local. Especial atención ha merecido la coyuntura de una región como la del Mercosur en el caso supranacional: el artículo firmado por Antonios Vlassis se preocupa por cómo y por qué la UE persigue una política audiovisual con la región del Mercosur, analizando cuáles son los propósitos y sus límites de actuación; mientras que Daniele Pereira Canedo, Heritiana Ranaivoson y Elisabeth Loiola exploran, desde el análisis de redes sociales, si la industria filmica del Mercosur ha evolucionado hacia un mercado más integrado y culturalmente más diverso.

A continuación, se abordan algunos casos nacionales y uno local, que ponen de relieve el escenario de la diversidad en países o ámbitos concretos. Tal es el caso del análisis de la evolución de la diversidad del mercado discográfico español desde el final de la década de 1970 hasta la actualidad, llevado a cabo por J. Ignacio Gallego, o el texto del Grupo de Estudios Audiovisuais de la Universidad de Santiago de Compostela (firmado por Silvia Roca Baamonde, Marta Pérez Pereiro y Ana Isabel Rodríguez Vázquez) que considera la implementación de las medidas públicas europeas, estatales y autonómicas desarrolladas en el fomento de la visibilidad y accesibilidad del cine producido en Galicia y, más concretamente, del realizado en versión original gallega, constatando que no existen políticas efectivas que pongan en valor estas producciones.

Por su lado Luis A. Albornoz y Azahara Cañedo describen y analizan el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos (PPAT), implementado en Argentina entre 2010 y 2015, iniciativa fallida que formó parte de la política pública que tuvo por finalidad impulsar una industria televisiva que reflejase la diversidad cultural de este país. Desde otro punto de vista, Ornella Carboni considera también el estudio de la producción audiovisual argentina, en este caso desde los procesos de organización productiva y la división del trabajo en ramas técnicas y artísticas dentro de las tiras diarias televisivas (telenovelas) en Argentina.

Por último, desde el Centro de Investigación Comunicación, Discurso y Poder de la Universidad de La Frontera (Chile) se cuestionan la diversidad y el pluralismo en la prensa chilena realizando un estudio comparativo de la cobertura del movimiento estudiantil chileno de 2011 entre la prensa tradicional y la de distribución online.

Esperamos que este número (completado por un artículo de Eva Aladro en la sección de *Varia*) sirva para continuar y profundizar en el debate en torno a la diversidad como motor de cambio imprescindible para romper el paradigma mercantilista que en la actualidad representa uno de los retos a abatir para la verdadera democratización de las comunicaciones y la diversidad de las expresiones culturales.