Retos y propuestas para la construcción de un espacio euro-latinoamericano

POR **DAVID MONTERO SÁNCHEZ Y JOSÉ MANUEL MORENO DOMÍNGUEZ**

La apertura de un nuevo espacio audiovisual euro-latinoamericano daría paso a un diálogo vivo entre dos espacios culturales distintos, aunque unidos por vinculaciones históricas. Un intercambio plural en el campo audiovisual podría profundizar esta relación en nuevos temas, enfoques y compromisos a ambos lados del Atlántico.

«Hoy resulta tan exótica una película inglesa como una película ecuatoriana.
Hoy Europa trata de nacionalizar los modelos internacionales,
intenta recuperar su propio mercado, reclama una autonomía económica
y lucha por un espacio en las pantallas del mundo.
Igual que ha venido haciendo América Latina desde siempre.
Ayer América Latina le pedía solidaridad a Europa.
Hoy, América Latina le pide, pero también le ofrece solidaridad a Europa».
Julio García Espinosa, director de cine cubano

La reciente puesta en marcha de programas de colaboración en el ámbito de las industrias de la comunicación y la cultura entre América Latina y Europa se enmarca en la última década en una estrategia geopolítica más amplia que ha llevado a la Unión Europea (UE) a acercarse de manera progresiva, mediante acuerdos económicos, medidas políticas y convenios de cooperación, al continente americano. Así, en 1995 se iniciaron los contactos entre ambos lados del Atlántico para establecer acuerdos marco de cooperación interregionales que se vieron materializados en los Acuerdos de Asociación Económica y Libre Comercio que la UE firmó con México, en 1999, y con Chile, en 2002.

Fundación Telefónica

Desde el punto de vista político, el acontecimiento más importante a favor de esta cooperación se inició en 1999 en la ciudad de Rio de Janeiro, donde tuvo lugar la I Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de los países de América Latina y el Caribe y la Unión Europea que, de algún modo, institucionalizaba el interés de estas regiones por colaborar, al mismo tiempo que daba inicio a una reflexión sobre cuáles serían las prioridades comunes a la hora de afrontar políticas y medidas concretas que materializasen esta cooperación.

Si nos centramos en el ámbito de la industria audiovisual, encontramos que ésta ya mereció un punto específico en la Declaración final de la I Cumbre. En el apartado 62 se recogía que ambas regiones se proponían: «Estimular una mayor cooperación e intercambio entre las industrias culturales así como en el sector audiovisual, como pilares fundamentales en la cooperación cultural y económica, con vistas a lograr un interés incrementado en las producciones de alta calidad». Sin embargo, los dos posteriores encuentros de Jefes de Estado y de Gobierno no ampliaron significativamente la Declaración de Rio. Ni en la II Cumbre (Madrid, 2002) ?donde se firmó un documento sobre Valores y Posiciones Comunes que reconoció la importancia de la cultura? ni en la III Cumbre (Guadalajara, 2004) ?donde se hizo una mención especial al tema educativo? se avanzó en la puesta en marcha de políticas y recursos que favorecieran el intercambio de bienes y servicios culturales, incluyendo los del audiovisual.

La experiencia de Ibermedia

No obstante, la UE, Latinoamérica y el Caribe no parten de cero para empezar a construir un nuevo espacio audiovisual euro-latinoamericano, si tenemos en cuenta la experiencia e importancia que Europa otorgó en su proceso de integración a la creación de un espacio audiovisual común y la puesta en marcha del Fondo Iberoamericano de Ayuda Ibermedia.

Dicho Fondo, aprobado de forma definitiva en la VII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Iberoamérica (Isla Margarita, Venezuela, 1997) y limitado a España y Portugal en lo que a participación europea se refiere, ha sentado las bases ?en sus ya ocho años de funcionamiento? de una colaboración significativa en el ámbito audiovisual. Se trata de un esfuerzo que podría haber sido mucho más fructífero si se hubiese dispuesto de una mayor dotación económica y de unos objetivos más ambiciosos. Actualmente trece países (1) colaboran en el Programa Ibermedia, que a través de un fondo multilateral común ha fomentado básicamente la realización de coproducciones, auspiciando también iniciativas en el campo de la distribución, la promoción y la formación de profesionales dentro del sector.

A pesar de las críticas por la escasez de recursos y la desconfianza de ciertos productores (2), Ibermedia ha sido acogido por los políticos, intelectuales y profesionales del sector de ambos lados del Atlántico, como una experiencia de enorme valía que ha cumplido su primer quinquenio de funcionamiento con relativo éxito. Prueba de ello es que en 2003 se reinició el Programa con la incorporación de más países y novedosas modalidades de financiación, como la de apoyar la difusión del cine iberoamericano en nuevos mercados emergentes a través de festivales, encuentros, exposiciones, etc. (modalidad que abre vías de colaboración con cinematografías de otras partes de la geografía europea).

Fundación Telefónica
Telefónica

Sin embargo, aunque son ya más de setenta las producciones en las que han participado conjuntamente España y/o Portugal con países latinoamericanos, y que otros países europeos ?como Francia e Italia? han manifestado su intención por incorporarse, no podemos hablar todavía de un espacio audiovisual común euro-latinoamericano de circulación e intercambios, que comparta productos y experiencias, y que haga que los profesionales se encuentren y planifiquen nuevos proyectos. En este sentido, la implicación de la UE en iniciativas transnacionales de este tipo podría marcar una importante diferencia, ya sea por la entidad económica de sus contribuciones como por el aporte de un mercado y unos recursos mucho más extensos, condiciones indispensables para contar con ciertas garantías de éxito en este tipo de programas.

Según las recomendaciones del informe de la UNESCO ?A Survey on National Cinematography? (2001), la única forma efectiva de asegurar un espacio audiovisual plural en el contexto actual consiste en proteger, por un lado, el mercado nacional, utilizando para ello la participación directa del Estado, y en firmar, por otro, acuerdos de colaboración internacional que permitan a los diferentes actores compartir gastos y beneficios, y lograr un producto final de calidad, que pueda competir y atraer audiencias.

La integración regional del subcontinente de cara a los productos audiovisuales se presenta como una condición general indispensable para la supervivencia de una industria audiovisual propia. Es por esto por lo que la integración comercial se ha convertido en uno de los aspectos a los que ha prestado mayor atención la UE y que se destacó en la Cumbre de Guadalajara como una de las prioridades de la colaboración con América Latina. En dicho encuentro se instó a concretar acuerdos con el Mercosur o las comunidades andinas, y se volvió a insistir en la necesidad de construir «un gran mercado latinoamericano que atraiga las inversiones extranjeras, fomente una competencia leal y creciente y asegure una mayor influencia negociadora» (Pattern, 2002).

Esto vendría a intentar paliar, de la mano de las industrias culturales, una de las mayores deficiencias de la política cultural de la UE: «El objetivo de reforzar la cooperación con terceros países y organizaciones internacionales competentes» que, según Miquel de Moragas (1996: 62), ofrece un panorama pobre y decepcionante «tanto en lo que se refiere a las declaraciones de principios como al terreno de la cooperación con América Latina u otras regiones menos desarrolladas».

De todas formas, si se quiere establecer un verdadero lazo de colaboración entre ambas regiones, donde la cooperación exista con beneficios para ambas partes, es necesario que América Latina elabore políticas supranacionales que contemplen medidas de cara a la integración del espacio audiovisual de la región. Un espacio que, hasta el momento, se ha caracterizado por situaciones muy disímiles que no han permitido la armonización de las legislaciones de los diferentes países, la normalización tecnológica o la puesta en marcha de programas de protección y promoción de las producciones locales.

En este sentido, la creación de un mercado independiente propio propiciaría la potenciación de un sector que precisa de mayores oportunidades y apoyos para su desarrollo. De hecho, en el campo cinematográfico, dominado por las *majors* estadounidenses, las películas

Fundación Telefónica
Telefónica

latinoamericanas no nacionales sólo ocupan entre el 1 y el 2 por ciento de la cuota de mercado en las salas de exhibición. A pesar que las cinematografías locales están creciendo en cuanto a la aceptación del público (pueden señalarse como ejemplos Chile, Brasil, Argentina o México (3), las películas no se difunden de un país a otro, y en sus propios mercados tienen un estrecho margen de exposición (permanencia en sala) que limita su rentabilidad. Por tanto, es imprescindible, como reclaman muchos productores latinoamericanos, construir un espacio audiovisual propio que contemple no sólo medidas de fomento estatal a la producción, sino verdaderas políticas que protejan esa producción en la circulación y comercialización tanto en el país de origen, como en los países la región.

Necesidad de políticas integrales

A la hora de plantear y planificar propuestas concretas en el ámbito audiovisual que ayuden a promover un espacio de interacción común a ambos lados del Atlántico, tenemos que dar un salto cualitativo importante que avance desde la visión clásica del desarrollo de la industria como aumento de la producción, hacia nuevos parámetros que contemplen la incidencia de esa producción en el mercado y las nuevas formas de ampliar su rentabilidad. Porque, como señala el director de cine e investigador Octavio Getino (1998: 19), «el crecimiento real de una industria no ocurre sólo cuando ella es capaz de producir más, sino cuando logra vender más y mejor, a partir de lo cual crece la necesidad de incrementar la propia producción».

Así, si las coproducciones han sido una de las vías tradicionales para establecer esta relación y aumentar el número de producciones que realizaban las diferentes cinematografías, no podemos pensar que garantizan por sí solas la ampliación de mercados y la rentabilidad de las producciones. Porque ?como se ha comprobado en el Programa Ibermedia? el hecho de que éstas coproducciones amorticen de antemano la inversión realizada hace que en muchos casos los productores no se detengan a planificar una buena estrategia de ventas tanto en sus mercados locales como en los internacionales.

Asimismo, conviene notar que se trata de un sistema no exento de peligros, como ya ha demostrado la fórmula dentro de las fronteras de la UE, donde países con escasa producción (como Portugal, Grecia o Bélgica, por citar algunos) ven abocada su participación a la mera aparición testimonial en producciones de otros países, lo que no genera un verdadero desarrollo de industrias nacionales.

Por tanto, cualquier iniciativa en este sentido debe manejar una idea común de equidad que evite perjuicios a aquellos países más pequeños que cuentan con una industria audiovisual más débil. Especialmente peligroso es lo que algunos teóricos han dado en llamar la nueva división internacional del trabajo fílmico, según la cual algunos países aportan tan sólo localizaciones o actores mientras que otros se encargan por completo del trabajo técnico (Mattelart y otros, 1984). Otra posible repercusión negativa sería que los filmes en coproducción provocasen una situación inflacionaria ?tanto en el ámbito de la producción como en el de los salarios de técnicos y actores? en los países con sistemas económicos más débiles. Esta situación ha sido la que ha provocado en otros ámbitos una importante ?fuga de talentos? que dejan sus países buscando situaciones económicas mucho más favorables.

Fundación Telefónica
Telefónica

Debemos proponer, por tanto, que más allá de las ayudas para producir y coproducir obras audiovisuales dentro de estas regiones, se amplíe el campo de acción de las medidas intentando incentivar nuevos canales de comercialización y estrategias de medio y largo plazo que puedan modificar una situación estructural debilitada y enormemente desigual. Para ello, debemos pensar en políticas audiovisuales que contemplen los diferentes sectores de la industria como un todo integrado donde se incluyen las redes de distribución, la explotación de salas de exhibición, el mercado de alquiler y venta de vídeo/DVD o los nuevos sistemas de televisión digital.

Algunas propuestas

La distribución y exhibición de filmes latinoamericanos en Europa y viceversa es uno de los campos más desfavorecidos en la relación que actualmente mantienen ambas cinematografías marcadas por el predominio de producciones estadounidenses. Se estima que los filmes procedentes de América Latina ocupan tan sólo un 0,14 por ciento del mercado europeo, correspondiendo más de la mitad de esa cuota a la distribución de productos de España (4). Tampoco en América Latina la situación de los filmes europeos es mucho mejor, salvo en el caso de las exportaciones españolas y portuguesas.

Las medidas para paliar esta situación pasarían, en primer lugar, por mejorar el contacto entre productores y distribuidores de ambos lados del Atlántico. En este sentido, sería necesario establecer foros de encuentro permanentes, bien utilizando plataformas que ya se encuentran en funcionamiento, como los Campus Euroamericano de la Cultura o el Mercado Audiovisual Europa-América Latina (financiado parcialmente por la UE a través del fondo *Al Invest*, se celebra anualmente en Buenos Aires y Bruselas), bien creando nuevas iniciativas. De igual manera, la subvención de los gastos de doblaje y subtitulado, así como la financiación de al menos una parte de las campañas de promoción y *marketing* serían otras de las medidas imprescindibles.

Además de mejorar el contacto entre profesionales, es necesario incentivar el interés por las obras latinoamericanas en Europa y viceversa, cosa que difícilmente se producirá si estos productos no tienen cierta visibilidad en el mercado y crean una mínima demanda que active el interés de los distribuidores. Para conseguir ésta relevancia pensamos que serían necesarias al menos dos estrategias fundamentales:

1. Crear redes de articulación y cooperación con la industria televisiva y del vídeo doméstico para explotar las nuevas cadenas de valor que los productos audiovisuales generan. Es muy importante destacar que si bien el ámbito del cine ha sido monopolizado por empresas estadounidenses, el campo de la televisión se ha caracterizado tanto en América Latina (especialmente con la industria de las telenovelas) como en Europa (donde cada vez se amplía más el éxito de las producciones nacionales como telefilmes, concursos o *sitcoms*, así como la búsqueda de nuevos formatos) por ser una industria de mayor diversidad y de más difícil penetración de los productos estadounidenses. Este signo diferenciador debería aprovecharse para encontrar sinergias con la televisión, ya sea fomentando las coproducciones de capital televisivo, estableciendo cuotas de pantalla para las producciones autóctonas, destinando un

Fundación Telefónica
Telefónica

porcentaje de la publicidad para invertir en cine regional o creando redes de distribución entre cadenas televisivas de ambas regiones.

2. Fomentar el conocimiento social de la cultura cinematográfica de ambas zonas a través de festivales y encuentros cinematográficos. Los festivales internacionales son en algunos casos la mejor carta de presentación de obras independientes y poco distribuidas, por lo que se convierten en lugares estratégicos para conseguir repercusión pública y mediática, así como para despertar el interés de compradores de la región y de otros circuitos internacionales. Existen algunas citas de enorme tradición y cierta repercusión pública ?como el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva o el Festival de Cine Europeo de Caracas? sobre las que se podría trabajar diversificando actividades y programación.

Formación y nuevas tecnologías

Si queremos pensar en cambios que se consoliden a largo plazo, necesitamos profundizar en dos de las características fundamentales que definen la denominada nueva sociedad del conocimiento: la información y la formación especializada.

En el primer caso, porque existen deficiencias importantes a la hora de conocer estadísticas fiables que evalúen la circulación de las producciones audiovisuales entre ambos continentes y las particularidades en el consumo de las mismas. Por lo que proponemos articular una red de observatorios de la industria audiovisual que trabajen en esta dirección y compartan recursos e informaciones. La existencia de los observatorios Europeo del Audiovisual y del Mercosur Audiovisual debería facilitar esta propuesta y hacerla extensible tanto a los nuevos países que se han incorporado a la UE como al resto de América Latina y el Caribe.

Con respecto a la formación, es indudable que si actualmente una de las prioridades de la UE consiste en establecer con América Latina lo que se ha denominado ?Espacio Común de Enseñanza Superior? (lo que se está fortaleciendo a través del Programa ALBAN), sería necesario que la formación audiovisual ocupase un papel relevante para conseguir no sólo una mejor y más especializada formación profesional sino también un espacio de referencia autóctono que permita dar salida con medios e imágenes propias a la reconocida gran capacidad creativa de los profesionales de ambas regiones. Según apunta la UNESCO (2001), en la actualidad el subcontinente americano es el peor situado en cuanto a número de escuelas cinematográficas, con un total de cinco, por detrás de Asia (trece) y África (diez). La financiación de programas de formación y la dotación de recursos educativos en el ámbito del audiovisual, debería ser pues una de las prioridades de un programa completo que sin duda repercutiría enormemente sobre el sector. Prueba evidente de ello es la importante labor que ha desarrollado durante estos últimos años la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba.

Las nuevas tecnologías digitales merecen espacial atención en los programas formativos y, en líneas generales, en los objetivos de todo programa. Éstas están abaratando profundamente los costes de la producción cinematográfica y pueden servir para construir cinematografías nacionales en países que tradicionalmente han sido productores esporádicos. Tanto

Fundación Telefónica
Telefónica

Cibermedia (5), iniciativa ya aprobada (aunque congelada hasta el momento) por la Cumbre de Jefes de Estado y Presidentes de América Latina, como el Programa de colaboración @lis, a través del cual la UE promueve el uso de las nuevas tecnologías en América Latina, podrían resultar nexos de unión válidos en este sentido.

Conclusiones

Varias conclusiones se abren paso a partir de las reflexiones que hemos desarrollado. En primer lugar, se destaca la necesidad de reconsiderar ciertos aspectos de la política audiovisual que la UE ha venido implementando, internacionalizando en cierta forma la resistencia frente a la ofensiva audiovisual estadounidense y promoviendo una forma distinta de entender el cine a escala mundial. En este sentido, la política audiovisual europea debe aprender a mirar hacia fuera (replanteando sus relaciones externas) y no exclusivamente hacia dentro como ha venido haciendo en las últimas décadas.

Por su parte la industria audiovisual latinoamericana parte de una situación fragmentada que no le permite crear marcos de desarrollo en un momento clave en el que la implantación de nuevas tecnologías y la apertura de mercados dominan el panorama general del sector que precisa medidas concretas de integración multimedia y de protección de los productos locales. Para ello, el papel de las televisiones se antoja vital como circuito de exhibición masivo, así como soporte económico de parte de estas inversiones.

Por lo tanto, articular programas concretos que vengan a conciliar ambas realidades, encontrando puntos de encuentro e intereses comunes donde los países de menor capacidad económica, con mercados internos más pequeños, no queden indefensos frente a los procesos de estandarización propuestos desde Estados Unidos, parece más que necesario en la nueva estructura social que difumina las fronteras nacionales para encontrar mercados más amplios.

La forma de afrontar estas medidas tendría que ser encarada por los diferentes Estados dentro de políticas culturales que contemplasen las producciones audiovisuales como elementos claves dentro de las nuevas configuraciones identitarias y que atendiesen a las necesidades y expectativas de la ciudadanía. Ya que, como señala Néstor García Canclini (2002), si estamos convencidos de que las industrias culturales son un instrumento clave para fomentar el conocimiento recíproco y masivo entre las sociedades, la renovación de la legislación, la profesionalización de la gestión cultural y la participación de creadores y receptores en estas decisiones deben ser partes prioritarias de dichas políticas culturales.

Por otro lado, el nuevo contexto de globalización tecnológica y económica y de mundialización de la cultura, nos hace replantearnos nuevos modos y programas que tanto desde lo local como desde lo transnacional comiencen «a imaginar, concebir y desarrollar procesos de cooperación cultural que no dependan excesivamente de las instancias de los gobiernos centrales que, especialmente en el caso latinoamericano, tienden a concentrar tantas responsabilidades que terminan descuidando muchas de ellas o resolviéndolas con premuras y sin previsiones de continuidad. Así, es fundamental un nuevo tipo de relación entre organismos internacionales de cooperación, instancias culturales de los servicios exteriores de los

Fundación Telefónica
Telefónica

gobiernos, instituciones culturales públicas centrales y descentralizadas y organizaciones del llamado tercer sector» (Hernández, 2001: 121).

Así, trabajar tanto sobre experiencias directas de cooperación entre ciudades, de programas entre gobiernos locales o instituciones del tercer sector, como abrir vías de circulación de investigaciones y observatorios culturales en ambos lados del Atlántico pueden ser algunas propuestas que enmarquen una cooperación más fluida en un espacio geopolítico con evidentes lazos históricos y culturales. En este sentido, una política audiovisual que no se inserte dentro de una cooperación cultural estrecha y planificada de forma horizontal estará abocada al fracaso o destinada al interés que puedan encontrar individualmente grandes empresas multinacionales.

Sin duda, nos encontramos en un periodo crucial para que la cooperación se consolide y se puedan abrir nuevos espacios de intercambio que aprovechen no sólo ventajas mercantiles, sino también la capacidad de influencia y repercusión social que tienen actualmente los lenguajes audiovisuales. Un momento en el que se están definiendo los términos de un tratado de libre comercio entre Europa y Mercosur (IV Cumbre Europa-América Latina, Viena, mayo de 2006), además del presupuesto de cooperación de la UE con otros continentes para los próximos años. Un momento que parece alentarnos ?sin más demora? a conciliar esfuerzos y afrontar alternativas.

Bibliografía

CHANAN, M.: «Economic Condition of Cinema in Latin America», en MARTIN, M. T. (ed.): *New Latin American Cinema*; Vol. 1, Wayne State University Press, Detroit, 1985.

COLLINS, R.: «Unity in Diversity? The European Single Market in Broadcasting and the Audiovisual 1982-92», *Journal of Common Market Studies*, 32, 1, Blackwell Publishing, Oxford, 1994.

GARCIA CANCLINI, N. y MONETA, C. (eds.): *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.

GARCIA CANCLINI, N. (coord.): *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.

————-: «Economía y cultura: Los países latinos en la esfera pública transnacional», OEI, Madrid, 2002. Disponible en: www.campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio11.htm

GETINO, O.: *Cine y televisión en América latina: producción y mercados*, LOM/CICCUS, Santiago de Chile, 1998.

GÜELL, A. y VILA, M. (eds.): *América Latina y España: Un futuro compartido*, Ediciones del Bronce, Barcelona, 2000.

Fundación Telefónica
Telefónica

HERNÁNDEZ, T.: «América Latina-Europa: La cooperación cultural como eje del conocimiento mutuo», en VVAA: *Cooperación Cultural Euroamericana. I Campus Euroamericano de Cooperación Cultural* (Barcelona, 15-18 de octubre de 2000), OEI/Fundación Interarts, Madrid, 2001.

HILL, J.: «Cinema», en BETHELL, L. (ed.): *A Cultural History of Latin America: Literature, Music and the Visual Arts in the 19th and 20th Century*, Cambridge University Press, Londres, 1998.

MATTELART, A., DELCOURT, X. y MATTELART, M.: *International Image Markets: In Search of an Alternative Perspective*, Comedia Publising Group, Londres, 1984.

MORAGAS, M. de: «Políticas culturales en Europa: entre las políticas de comunicación y el desarrollo tecnológico», en GARCIA CANCLINI, N. (coord.): *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.

MORENO, J. M.: «Hacia una política audiovisual iberoamericana: el caso de Ibermedia», en SIERRA, F. y MORENO, J. M. (eds.): *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información. Economía, Políticas y Lógicas Culturales*, Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, 2003.

PATTERN, C.: «La dimensión europea de América Latina», discurso de apertura de la Conferencia organizada por el Royal Institute of International Affairs, Miami, 2 octubre 2002. Disponible en: http://europa.eu.int/comm/external_relations/news/patten/sp02_447_es.htm

PICK, Z. M.: «The New Latin American Cinema», en MARTIN, M. T. (ed.): *New Latin American Cinema*; Vol. 1, Wayne State University Press, Detroit, 1993.

RONCAGLIOLO, R.: *Problemas de la integración cultural: América Latina*, Norma, Buenos Aires, 2003.

SÁNCHEZ RUIZ, E.: «El empequeñecido cine latinoamericano y la integración audiovisual… ¿Panamericana?: ¿Fatalidad de mercado o alternativa política?», *Comunicación y sociedad*, núm. 2 – nueva época, DECS Universidad de Guadalajara, Guadalajara, julio-diciembre de 2004. Disponible en: http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=4489

SIERRA, F.: *Bases de la política audiovisual europea*, Mergablum Edición y Comunicación, Sevilla, 2002.

THEILER, T.: «Why the European Union Failed to Europeanize Its Audiovisual Policy», en CEDERMAN, L. E. (ed.): *Constructing Europe?s Identity. The External Dimension*, Lynne Rienner Publishers, Londres, 2001.

UNESCO: «A Survey on National Cinematography», UNESCO, París, 2001. Disponible en: www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey.shtml

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica

Telefónica