

Esperando el efecto llamada

La cinematografía española porfía por alcanzar la mayoría de edad industrial. Reiterando que los espasmos de crisis y las suaves bonanzas no son más que síntomas de una mala salud de hierro, durante 2004 el sector cinceló su identidad entre unos pocos grandes éxitos y sus ya crónicas dificultades.

El estudio sobre la situación del mercado español, realizado por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas en base a una encuesta sobre 114 películas de un total de 125 exhibidas en el 2004, revela una ralentización del sector. Abordando el binomio esencial espectadores-recaudación, la comparativa anual respecto al año 2003 muestra que en el último ejercicio se perdieron casi tres millones de clientes (128.793.431 frente a 131.733.257) y que la taquilla se incrementó en un 1,85 por ciento (de 627.448.631 euros a 616.037.301 euros). Cifras ambas que evidencian un cierto *statu quo* en el ámbito audiovisual, ya que el Informe de referencia está cerrado a mediados de diciembre de 2004 y la tendencia apunta a que a final de año se puede haber conseguido entre un 3 y un 5 por ciento de subida en el capítulo de espectadores y alrededor de un 7 por ciento más en cuanto a caja.

Sin embargo, vistos los datos al contraluz de pasados ejercicios, el balance tampoco es demasiado optimista. El costoso repunte de 2004 no sirve ni de lejos para amortizar los más de 17 millones de espectadores perdidos en el periodo 2002-2003, y menos aún el 12 por ciento acumulado respecto al 2001, que fue el año cumbre en la historia del sector. Pero es que además los números desagregados penalizan a la producción nacional mientras señalan un buen comportamiento de la extranjera. La proyección del conjunto de los doce meses habla de un reparto de cuota de mercado netamente desfavorable para las obras españolas, con sólo un 14 por ciento de la tarta cinematográfica en su haber, dos puntos menos que en 2003, frente a un 70 por ciento largo que correspondería a los filmes *made in* EEUU que colonizan el sector, porcentaje que supone tres puntos más que el año anterior.

En concreto, el balance sobre nuestro cine en 2004 es doblemente adverso, ya que el pasado año se habría perdido un 12,39 por ciento en recaudación (de 90.185.139 euros a 79.005.187 euros) y 2.986.904 espectadores. Sólo *Mar adentro*, de Alejandro Amenazar, y *La mala educación*, de Pedro Almodóvar, consiguieron colocarse en el *ranking* de las diez películas más vistas, y asimismo únicamente estas dos producciones españolas junto a *Isi / Disi*, dirigida e interpretada por el prolífico Santiago Segura, superaron los 6 millones de euros en taquilla en un contexto en que la mitad de las películas estrenadas no recaudó más de 60.000 euros de promedio. Una inveterada tendencia que dura ya casi treinta años certifica que 9 de cada 10 éxitos de nuestras pantallas proceden de Estados Unidos y que en su gran mayoría estas realizaciones con grandes estrellas en su reparto contaron con un presupuesto de más de cien millones de dólares, cuando el coste medio en España está sólo en 2,1 millones de euros.

Aun así, los grandes éxitos muestran una muy distinta y distante *contabilidad* según se trate de películas nacionales o grandes superproducciones de la factoría hollywoodiense. Así, *Mar adentro*, la gran revelación con diferencia del panorama cinematográfico español, promocionada con un espléndido palmarés logrado en los principales certámenes internacionales, recaudó 18.794.445 euros y fue vista por 3.857.698 espectadores, mientras su *rival* norteamericana *Shrek 2* se disparaba a 28.496.252 euros y casi la doblaba en aforo con 6.099.794 espectadores. Si a esto sumamos que España es uno de los países de su entorno que dispone de más salas de estreno (4.299), aunque su ocupación semanal sólo alcanza al 15 por ciento, y que nuestro consumidor tipo asiste como media 3,2 veces al cine al año frente a las 2,3 de su homólogo en la Europa de los Quince, podemos deducir que la escasa competitividad del cine nacional tiene que ver sobre todo con problemas de financiación y de empatía con la demanda.

Medidas de buen gobierno

En este sentido, el trabajo de la Academia recoge una argumentada recomendación del profesor de economía de la Universidad de Oviedo Víctor Fernández Blanco para favorecer el despegue del sector. La receta del experto, a modo de catálogo de buen gobierno para la industria audiovisual, se centra en potenciar los siguientes activos: seguir los gustos del público; desarrollar un *star system* nacional; aprovechar conductos de producción alternativos a las grandes campañas de publicidad; mejorar los canales de distribución y prolongar la presencia en cartel de los filmes para acercarlos a su recaudación potencial. En 2004, la permanencia media en cartel de las películas españolas osciló desde las 5,3 semanas del extremo inferior que ingresó entre cero y 150.000 euros y las 13 semanas de las cinco primeras producciones que facturaron más de 3.000.000 de euros. Acontecimientos cinematográficos como *La mala educación* y *Te doy mis ojos*, aguantaron durante 34 y 29 semanas en el circuito respectivamente.

En esa búsqueda de un eficaz efecto llamada en que se encuentra envuelto el mercado cinematográfico español, son fundamentalmente dos las iniciativas exógenas de estimulación que se manejan: la inversión anticipada por las televisiones de producciones cinematográficas europeas y el fondo de protección estatal para el Instituto de las Ciencias y

las Artes Audiovisuales (ICAA). En ambos ámbitos, y sobre todo en su potenciación y mayor modulación en los próximos años, tiene depositado el sector audiovisual buena parte de sus esperanzas de repunte y consolidación industrial.

Universalizar la aplicación de la directiva europea 89/552, de junio de 1999, que regula la obligación de invertir un 5 por ciento de sus ingresos en financiación de producciones europeas por parte de los canales, es uno de los mecanismos que en teoría más puede favorecer el relanzamiento del sector. En este sentido, el informe realizado a petición del Gobierno por un panel de expertos para la reforma de RTVE considera esta medida como un «elemento clave» del mercado audiovisual. Hasta tal punto que la propuesta del «comité de sabios» incrementa en dos puntos, hasta el 7 por ciento, la tasa prevista y propone que la misma se reparta en un 60 por ciento entre telefilmes y películas emitidas en alguna lengua oficial del Estado. Por su lado, la dotación que se maneja este año con destino al ICAA, organismo que vela por el fomento, promoción y conservación del cine español, se ha elevado a 63 millones de euros, un 89 por ciento más que la dotación del ejercicio anterior.

Un capítulo conexas al de las ayudas públicas, que en el lapso 2003-2004 pasaron del 15,6 por ciento del presupuesto al 16,3 por ciento, es el referido a los derechos de antena, partida que se ha resentido últimamente debido al momentáneo parón en la compra de material de emisión por TVE provocado por los cambios en su alta dirección, y también a que la integración de Vía Digital en Sogecable ha ralentizado la adquisición de largometrajes para su emisión por televisión de pago. Aún así, en el año que terminó los derechos de antena pasaron del 24,1 por ciento al 26,9 por ciento, siendo TVE y Canal Plus, con un 21,15 por ciento del total respectivamente, las dos operadoras que hicieron mayor uso de esta prerrogativa proteccionista.

Especialmente conflictivo es el apartado de la desigual competencia de la distribución, verdadera lanzadera de la industria cinematográfica. Dominado por cinco grandes multinacionales, los *majors* extranjeros hicieron cuatro veces más recaudación que el resto de las compañías distribuidoras españolas juntas. La líder del subsector «hasta el 28 de noviembre de 2004» era Warner Sogefilms con una penetración del 19,13 por ciento, 26 películas, más de 116 millones de euros recaudados y cerca de 24 millones de espectadores contabilizados. Un complejo panorama que se completa constatando que el 62,3 por ciento de la producción contó para su explotación comercial con una distribuidora nacional, un 17,5 por ciento con una distribuidora internacional y que un 20,2 por ciento no tuvo distribución.

Finalmente, en los últimos años, a los problemas estructurales del medio se han venido a unir otros factores de riesgo que, como la piratería y el estrechamiento de los plazos entre la exhibición de las obras en salas y su salida al mercado del video-club, pueden lastrar las políticas de dinamización en curso.

El estudio-encuesta de la Academia (www.sie.es/acacine/) no es el único que dibuja un escenario complicado para el sector. Teniendo en cuenta las 291 películas exhibidas en España a lo largo de 2004, de las que 62 eran españolas y 229 extranjeras, el ICCA (www.mcu.es/cine/index.jsp) dibuja también un panorama preocupante, con una fuerte dependencia foránea. Las obras producidas en nuestro país están a gran distancia en el favor

del público de las importadas de la meca del cine, siendo Estados Unidos el líder absoluto del sector con una cuota de mercado del 69,78 por ciento, mientras España logra sólo un decoroso 13,39. Un dato contundente que se valora en toda su dimensión al comprobar que una proporción parecida se obtiene cuando la carga de la prueba se pone en los apartados clave de producción, distribución o gastos de lanzamiento. El estado de la cuestión radica en que el gigante cinematográfico norteamericano es como un Aquiles al que la personalísima tortuga nacional intenta ansiosamente alcanzar buscando provocar con sus feromonas un eficaz efecto llamada.

Rafael Cid

