Diagnóstico, desequilibrios y soluciones de futuro

POR **MÓNICA SALOMONE**

Ante la publicación del Libro Verde del audiovisual europeo y del informe de trabajo The Think Tank, Telos, con la colaboración de la Media Business School (MBS), convocó un encuentro de personas representativas de los principales sectores del sistema audiovisual español.

Acudieron, por el comité de expertos del Libro Verde, Enrique Balmaseda, ya por entonces designado de nuevo como Director General del ICAA, y Fernando Labrada, secretario de la Comisión redactora y director de la MBS. Se unieron, por los diferentes sectores del audiovisual: Pedro Pérez, presidente de la Federación de Asociaciones de Productores de España; José María Otero, director de PROCINE; Ramón Gandarillas, consejero-delegado de Recordvisión; Enrique Laucirica, coordinador general de la Federación de Organismos de Radios y Televisiones Autonómicas (FORTA), y Javier Ros, director del Departamento de Desarrollo de Nuevos Servicios de Telefónica.

Actuó como presentador y moderador José Manuel Morán, presidente de la Comisión Delegada de Fundesco.

En el encuentro estuvieron presentes, además, Carlos Pérez-Iñigo, responsable de medios audiovisuales en Fundesco; Obdulio Martín Bernal, director de Comunicación y Relaciones Externas de Fundesco y editor de la revista Telos; Mª Cruz Alonso, directora de la Oficina del Programa MEDIA en España, y Enrique Bustamante, director de la revista Telos.

Pese a la ausencia de una mayor representación de las cadenas de televisión públicas y privadas (que por distintas razones declinaron la invitación), y de representantes de los sectores de distribución y exhibición, la síntesis de este encuentro resulta altamente expresiva de los problemas, los puntos de vista y las opciones del audiovisual español en unas circunstancias unánimemente calificadas de cruciales para el futuro.

1. LA CONVERGENCIA CABLE-TELÉFONO Y LOS NEGOCIOS MULTIMEDIA

José Manuel Morán: Quisiera darles la bienvenida a todos los representantes de la industria audiovisual española presentes, y también decirles que el interés de Fundesco, y el interés del

Fundación Telefónica
Telefónica

principal patrono de la institución -que es Telefónica- por estos temas, se está viendo agudizado desde unos meses para acá, debido al debate sobre las autopistas inteligentes y las posibilidades de nuevos negocios y también de nuevos retos que surgen al hilo de la convergencia entre los negocios multimedia, los negocios audiovisuales y las grandes capacidades tecnológicas que tenemos.

Esta misma mañana el consejero delegado de Telefónica va a participar en un mesa redonda donde se va a preguntar hasta qué punto el tema del audiovisual o el tema del multimedia debe ser una cuestión que esté ya en la estrategia de las grandes operadoras de telecomunicaciones.

Porque -y si alguno de ustedes tuvo la oportunidad de asistir a los seminarios que Fundesco organizó en otoño pasado en Cuenca pudo comprobarlo- esta pregunta es la que se hacen todas las operadoras. Es decir, hasta qué punto la televisión por cable, y el resto de sus servicios, y la convergencia cable-teléfono es una cuestión inminente para los grandes negocios, o, por el contrario, todavía seguimos teniendo fronteras entre este tipo de mercados que crearán dificultades en su desarrollo.

Por ello y por todo lo que puede suponer de arranque de este debate, yo les agradezco muchísimo su presencia en el que creo no va a ser el último encuentro sobre este problema.

Por el contrario, este podrá ser el germen de nuevas reuniones de mucho más fuste y de cara al público dónde pudiéramos expresar todas las dudas y todas las incertidumbres que en estos momentos tenemos sobre la convergencia en general.

Y, al mismo tiempo, ver hasta qué punto la convergencia entre tecnologías y contenidos plantea temas nuevos como son todos los relacionados con los contenidos o los de protección intelectual, que de alguna manera desbordan el debate que hemos mantenido muy separado en los diversos ámbitos.
Con esta breve introducción, cedo la palabra a Fernando Labrada, quien, como secretario de la Comisión que ha elaborado el Libro Verde, va a actuar como primer ponente de este debate.

Fernando Labrada: Creo que primero hay que establecer los puntos de referencia del Libro Verde.
Ya se ha hecho mención a la política de convergencia y a la convergencia tecnológica que se está produciendo. Creo que es un hecho real. El segundo hecho es el convenio del GATT.

El tercer hecho es el Programa MEDIA, que ha cumplido ya su primera fase de este período 90-95. Estamos, por tanto, ante el paso del ecuador del Programa MEDIA. Todo este contexto ha exigido que la Comunidad establezca una política audiovisual para los próximos años, para la próxima década. Esta es la idea original del nacimiento del Libro Verde.

El Libro Verde tiene otro paraguas. Yo distinguiría entre lo que es el paraguas de los hechos y el de las actividades que hace la Comunidad. La Comunidad ha hecho un Libro Blanco sobre desarrollo y empleo que ha presentado el señor Delors recientemente. En él, por primera vez en la historia de los análisis económicos y de desarrollo de la Comunidad Europea, se dedica

Fundación Telefónica
Telefónica

un apartado a la industria audiovisual, y se establece que estamos ante una industria de índices de crecimiento más altos que todos los sectores industriales europeos: si en este momento da empleo a 1,8 millones de puestos de trabajo en Europa, se espera que en los próximos diez años alcance los cuatro millones de empleos.

En ese contexto se plantea el Libro Verde, que hace una referencia muy clara a que la industria audiovisual hay que situarla en la sociedad de la información, en el amplio espacio de convergencia de la telefonía, la informática y la industria audiovisual. No deja de ser un hecho afortunado que estemos en la sede de Telefónica hablando de estos temas. Creo que esto probablemente hace unos años no hubiera sido posible.

El Libro Verde expone sus ideas fundamentales a través de cinco grandes capítulos. Hay una pequeña introducción, sobre las tendencias fundamentales de la industria de programas. Después, una diagnosis y una referencia a las nuevas tecnologías. En el capítulo tres establece cuáles son los retos con los que se encuentra la industria europea ante toda la explosión de las nuevas tecnologías asociada a la información, los peligros que significa, las oportunidades que eso da, etc.

2. LEGISLACIÓN, AYUDAS Y CONVERGENCIA: CUESTIONES CENTRALES DEL LIBRO VERDE

El Libro Verde también analiza los instrumentos actuales en favor de la industria, destacando los programas existentes como es el Action Plan o el Programa MEDIA, u otros instrumentos europeos como el Eurimages, etc., por todos conocidos. Y el capítulo más importante desde mi punto de vista es el capítulo cinco, que titula Opciones de futuro. Estas opciones de futuro establecen tres grandes áreas, que son lo que se llama las reglas del juego, los incentivos financieros a nivel europeo y, por último, la convergencia de los sistemas nacionales. Pero esto se lo plantea el Libro Verde como preguntas, es decir, no son ni afirmaciones ni normas dictadas, sino interrogantes que abren el debate sobre estos tres grandes temas.

Porque tenemos que decir que el Libro Verde es un documento oficial de la Comisión, indudablemente. Pero no es un documento que obligue en absoluto, ni regula el sector.

En el capítulo referido a las reglas del juego, se pregunta por ejemplo: ¿Cómo hacer los incentivos más efectivos?;

¿cómo hacer la legislación más efectiva, especialmente pensando en la ley o directiva de la televisión sin fronteras?; ¿cómo desarrollar el mercado? Y en el aspecto de los incentivos financieros se interroga si es mejor utilizar un planteamiento horizontal de la industria o aplicar una política sectorial prioritaria.

Estas cuestiones se plantean incluso a nivel de legislación nacional, es decir, ya empezamos a pensar si tenemos que ayudar o financiar títulos de filmes o títulos de programas o tenemos que ir en ayuda de industrias con un plan de negocios a medio y largo plazo.

Fundación Telefónica
Telefónica

Por último, en este capítulo se plantea la pregunta genérica de si debemos ir a un sistema de convergencia de los sistemas de ayudas nacionales. Es completamente nuevo este planteamiento y la Comunidad, que siempre es muy cuidadosa en cuanto a estos temas que son de exclusiva competencia de los Estados miembros, se pregunta sobre la convergencia en este terreno: sobre la posibilidad de abrir un nuevo campo para hacer más rentables las ayudas que a nivel nacional se dan en este momento, que puedan convertir los productos en productos europeos.

Esto es, muy por encima, lo que dice el Libro Verde, un texto que yo calificaría de muy general y muy abierto. Pero previamente a este documento hemos tenido un grupo de trabajo que ha hecho lo que se llama el report de grupo de expertos, The Think Tank, un documento mucho más concreto, y que, como está hecho por profesionales, responde a una filosofía profesional.

De este documento destacaría dos cosas. Una es la cronología de la crisis, en treinta puntos, que revela una fotografía muy adecuada de cuál es la evolución de la industria europea, la cinematográfica básicamente, como industria motor de todo el audiovisual, reseñando, por ejemplo, que, en diez años, los filmes europeos han perdido el cincuenta por ciento del mercado y dos tercios de la audiencia.

Y luego están las recomendaciones que giran en torno a tres ideas fundamentales: la creación de un consorcio para la distribución europea, la recomendación para crear un fondo complementario de asistencia a la ayuda a la producción en cada uno de los territorios, y la ayuda a las salas por un sistema de regulación y financiero para aquellas que proyecten cine europeo. Luego, las recomendaciones se extienden sobre temas de copyright y sobre la obtención de derechos y la creación, digamos, de catálogos más amplios de los que hoy realmente existen. Se hace una mención muy específica al training, a la necesidad de formar a nuestros profesionales, y también se establece un apartado especial para la industria educativa, es decir, se abre un nuevo mercado con las nuevas tecnologías en el campo de la educación.

También habla de los mercados exteriores que potencialmente serían receptivos a productos europeos. Dedica un especial capítulo al papel que jugarían en toda esta política los sistemas públicos de televisión y hace un análisis de los programas europeos existentes y sus fondos.

Por resumir la situación, yo diría que el año 94 es el año del audiovisual por múltiples razones, desde las convergencias tecnológicas hasta las obligaciones que nos quedan en el GATT, dónde a pesar de lo que se ha dicho en ciertos medios de comunicación hay mucho que hacer todavía.

David Puttnam, miembro del grupo de trabajo del Libro Verde, definió, muy acertadamente, la situación al considerar que estamos en un momento oportuno. Tenemos la energía para empujar esta máquina y tenemos que ganarnos la confianza. Y a eso él lo llama la carta Eco (Energía, Confianza y Oportunidad).

Por eso considero que esta reunión en la que estamos aquí es muy útil y me gustaría transmitiros un optimismo y un posibilismo que debemos hacer llegar a toda la gente que

Fundación Telefónica
Telefónica

trabaja con nosotros: la necesidad de tener confianza en esta gran operación que va afectar a muchas cosas de nuestra industria, pero que también tendrá transcendencia en muchos otros temas, incluso en la propia unidad europea.

José Manuel Morán: Yo creo, siguiendo un poco la línea argumental de Fernando Labrada, que ha descrito muy someramente el Libro Verde y el documento del Think Tank, podíamos estructurar el debate, si os parece, en torno a tres puntos: el diagnóstico que hay en estos documentos; los instrumentos y políticas existentes, y, finalmente, la vieja pregunta leninista, que ya no se lleva, de qué hacer en estos momentos.

Por mi parte, tan sólo me cabe agradecer a Fernando sus palabras, porque efectivamente es importante que esta reunión se celebre en Telefónica, lo que era inimaginable hace tan sólo unos meses cuando se empezó a hablar de estos temas en el ámbito telefónico. Ahora, Francisco Javier Ros está aquí, como responsable de audiovisual por Telefónica.

O, por ejemplo, José María Otero, que nos acompañó recientemente en unas jornadas sobre Telecomunicaciones para fin de siglo. Es ahora cuando yo creo que todas las operadoras se están dando cuenta de que el gran reto va estar en los contenidos, en la industria audiovisual, y que va a ser casi tan importante el dominio de los contenidos como el dominio de las tecnologías con el cual se ha batallado en estos años atrás.
Y esto es algo que está empezando a calar no sólo en las operadoras sino también en los poderes públicos y de hecho el debate que hay ahora, un debate soterrado sobre el nuevo marco de las telecomunicaciones españolas, curiosamente empieza a tener ya un capítulo de contenidos audiovisuales y de contenidos ideológicos o de industrias culturales, cosa que era impensable también hace unos meses.

3. DIAGNÓSTICO ACTUAL DEL AUDIOVISUAL

Pedro Pérez: Intentando ceñirme a tu propuesta, a mí me gustaría tan sólo introducir dentro del diagnóstico actual la gran diferencia existente entre la industria europea y la industria americana con respecto a los derechos de autor. Yo creo que no está suficientemente reflejado en el documento el cáncer que actualmente supone el tratamiento de los derechos de autor para que la industria europea pueda competir en términos de igualdad con la industria americana.

En este momento, a la hora de la explotación de un producto audiovisual, bien en una televisión, bien en vídeo o bien en salas o cualquier mercado que sea, resulta que si es una película americana está absolutamente claro y fácil de ver quiénes son los poseedores de tales derechos. En definitiva, se deja que tales derechos reviertan inicialmente en el productor y que éste se entienda con los autores de la obra. En Europa esto no ocurre, y yo creo que las directivas que se están poniendo en marcha o que ya existen de la Unión Europea con respecto a los derechos de autor son, me atrevería a decir, un tremendo cáncer con respecto al futuro de la explotación de estos productos.

Por lo demás, estoy muy de acuerdo con el diagnóstico que se hace. Dejo una reflexión también de cara al futuro. Me parece absolutamente increíble, en un momento en que todos los

Fundación Telefónica
Telefónica

estudios económicos hablan del crecimiento tremendo de la demanda de productos audiovisuales, que en Europa estemos en las peores condiciones para poder asumir ese incremento.

No nos podemos engañar. Aquí hay una extraordinaria guerra comercial. El tema del GATT no ha sido más que una batalla de esa guerra comercial. Se están tomando posiciones de cara al futuro. Yo soy más optimista que Fernando Labrada en cuanto a si hemos ganado o no la batalla, siempre y cuando reaccionen los Estados. Se ha ganado una extraordinaria batalla con el tema del GATT. Se ha ganado porque en este momento ya nadie puede chantajear como ocurrió en los últimos momentos de la última negociación, en que el audiovisual era moneda de cambio con respecto a otros temas.

Pero mi optimismo está condicionado simplemente a si hay fortaleza o no por parte de los gobiernos europeos. Si la hay, en ningún caso nos van a intentar imponer algo que en estos momentos no está pactado. Si no la hay, como otras veces, obviamente, avasallarán.

José María Otero: Yo creo que el grupo de reflexión hace un diagnóstico muy exacto y muy real de la situación en Europa. Situación que, como ha remarcado Pedro Pérez, es bastante triste en cuanto a la producción de programas, y me parece que debido a los trabajos del grupo de reflexión el Libro Verde cambia su acento y por primera vez veo más preocupadas a las autoridades europeas en el aumento de la producción y en la circulación de esta producción que en directivas o documentos anteriores.

En relación al GATT creo que sí se ha ganado una batalla, una batalla comercial. Pero que, desde luego, la evolución tecnológica que habéis citado no cabe duda que da un respiro de cinco o diez años, que es, me parece, el período que, por otra parte, se recomienda en el grupo de reflexión para crear una industria de producción de programas fuerte.

Ahora bien, para crear esa industria fuerte, uno de los criterios que se desprende de estos trabajos es la captación de inversores, las medidas fiscales. Pero, para ello, hay que conocer muy bien el mercado.

Entonces, yo pondría también el acento en la necesidad que se remarca, pero quizá no suficientemente, de la transparencia del mercado, es decir: deben existir sistemas informativos a nivel europeo que nos permitan conocer cuáles son los rendimientos.

Por otra parte, de poner el acento en algo, a mí me parece muy importante la creación de distribuidoras a nivel europeo porque, aunque sea grave el problema de producción se puede resolver y se puede aumentar, pero venimos arrastrando el problema de la falta de distribución de nuestros productos. Y esto nos afecta no sólo a las producciones cinematográficas sino también a las producciones televisuales, series, etc. No circulan lo suficiente en el mercado europeo ni tampoco en el mercado internacional.

Ramón Gandarillas: Voy a comentar un momento la alusión que hace Pedro Pérez al sistema a la Ley de Derechos de Autor. Sobre las observaciones que él hace hay que añadir una más: desde un punto de vista empresarial, independientemente de los valores culturales del

Fundación Telefónica
Telefónica

producto con el que trabajamos, al final nos tenemos que plantear un esquema de explotación similar a cualquier otra industria.

Hablo de los distribuidores, por ejemplo, con planes de explotación a medio y largo plazo, no ya de la compañía en sí misma, sino incluso de cada productor cuando uno toma los derechos de explotación de un determinado producto.

Muy brevemente, se suele hacer un anticipo de un mínimo garantizado a cambio del cual se toman los derechos de explotación de ese producto en determinado territorio durante un tiempo determinado. Pero el sistema de contrato va ligado a un sistema de royalties, por eso se llama mínimo garantizado, porque es un anticipo a cuenta de los resultados que la explotación comercial de ese producto pueda dar tanto en cine como en vídeo o televisión, y sobre esos resultados las compañías tienen luego que liquidar.

Y, cuando uno trata, con las nuevas perspectivas que tiene encima de la mesa, de establecer cuál va a ser la cuenta de explotación, por ejemplo de una película, que es el producto más claro y el más neto y además sobre el que oscila ahora mismo el volumen de mercado más importante, llega un momento en que no sabe, no puede, no es capaz de proyectar cuáles van a ser los royalties, los costes que podría generar la explotación de ese producto en un futuro. Por esto yo ratifico absolutamente lo que dice Pedro Pérez.

Las dificultades con que nos encontramos alejarían a cualquier grupo serio que pretendiera invertir en este sector como se invierte en tantos otros y atenerse a las reglas del juego y a los contratos firmados. Porque no sabrían lo que estaban firmando, es decir, porque se encontrarían en situación de poder establecer una cuenta de explotación con mucha dificultad y con unas variantes donde un punto, dos puntos, tres puntos son importantes en el conjunto.

Hecha esa observación, debo decir que estoy también totalmente de acuerdo con el diagnóstico. Aunque echo en falta una cosa: creo que ahora hay un momento donde la cantidad se transforma en un valor cualitativo. Entonces, a mí me parece que tanto en la pelea del GATT como en el diagnóstico quedan perfectamente claros los criterios y algunas valoraciones. Pero falta una cuantificación exacta de lo que significa, primero, el volumen del mercado en sí mismo, del mercado europeo y del mercado español en particular, donde es imposible ahora mismo tratar de establecer el volumen de ventas.

Quedan más o menos claras las cuentas del cine. Se publican todos los años por el Ministerio, independientemente de que haya o no algunas cosas que mejorar en esas estadísticas.

Las cuentas del vídeo en el caso de España quedan bastante claras en cuanto a volumen de mercado, por lo menos en los segmentos más importantes de explotación. Vienen a rondar los cuarenta mil millones de pesetas en mercado último de usuario, pero hay segmentos donde la definición exacta es difícil.
Las cuentas de la televisión son imposibles de saber ahora mismo por segmentos de mercado. Esto es ahora prácticamente inaccesible.

Pero de ahí se deriva otro daño, cuando estamos discutiendo sobre los males que acucian al

Fundación Telefónica
Telefónica

producto audiovisual europeo. Sobre la pérdida de mercado que hemos tenido frente al producto americano.

En general, al no tener cuantificadas las cosas tampoco se puede poner encima de la mesa de las negociaciones realmente de qué volumen de negocios se está hablando. Se habla de porcentajes, se da una idea más o menos aproximada de ocupación de tiempo, etc., pero no se habla al final de lo que se tendría que hablar, que es de un volumen de dinero absolutamente impresionante.

Y que no sólo afecta a los grandes productos, porque el sistema de distribución americano es tal, curiosamente, que beneficia más, en proporción, a lo que podríamos llamar productos menores o subproductos que a los productos mayores.

Pues bien, indudablemente quedan claras las cuentas de los grandes títulos, de las grandes películas, de los grandes éxitos comerciales y parece que es lo que nos entra por los ojos. Pero, si uno se para a analizar los resultados que obtiene la producción americana en el mercado europeo de los subproductos a base de la explotación, fundamentalmente en vídeo y televisión, nos quedaríamos impresionados: cómo de producciones de seiscientos, setecientos, ochocientos mil dólares de costes de producción, se están obteniendo fuera del mercado americano el sesenta y el ochenta por ciento de los resultados.

Yo no sé si en un libro de este tipo, hay lugar a las cuantificaciones, pero a mí me parece que en este caso las cuantificaciones son cualificaciones, es decir, que están claros los criterios, pero llega un momento en que las cifras son algo más.

Enrique Laucirica: Me parece que hay pocas dudas sobre el diagnóstico, que es inapelable en cualquier caso. Porque, se mire por donde se mire, la situación de crisis del audiovisual en Europa y en España viene de un competidor que es mucho más fuerte que la industria europea, porque ofrece productos de mejor calidad, más baratos, del gusto del público europeo, aunque sean americanos, y con una distribución absolutamente garantizada en Europa, cosa que no sucede con los propios productos europeos.

Los productos europeos tienen graves dificultades para distribuirse en su mercado natural, que es el comunitario, en cambio los americanos tienen todas las facilidades del mundo porque han sabido crear unos canales de distribución absolutamente competitivos y masivos dentro del mercado televisivo.

Y lo que me gustaría señalar es un peligro que percibo personalmente de cara a la aplicación posterior de todas estas normativas que surgen de la comunidad, la directiva de la televisión sin fronteras, el Libro Verde, etc. que puede ser la implantación de nuestros competidores en Europa, si no actuamos rápidamente en crear industria competitiva.
Probablemente en estos momentos los productores europeos, por falta de un desarrollo rápido y armonioso de la legislación, están paralizados y a la expectativa, mientras que los americanos ya se están moviendo para presentarse como socios de los productores europeos y volverán a dominar el mercado europeo desde esta otra modalidad oportunista.

Fundación Telefónica
Telefónica

Javier Ros Martínez: Lógicamente, poco podemos aportar desde el punto de vista de nuestra experiencia a lo que está muy lejos de ser nuestro core business. Simplemente, una pequeña reflexión sobre el hecho de que este estudio lógicamente se circunscribe al entorno europeo, pero que España tiene un mercado natural muy grande en Hispanoamérica. Y en este caso nosotros como empresa también tenemos un mercado ahí muy importante, donde pudiera haber una sinergia entre ambos. Me gustaría que reflexionáramos sobre de qué manera las medidas promotoras del desarrollo del audiovisual europeo deberían contemplar el cauce natural hacia ese continente.

4. CRISIS DE PRODUCTOS TRANSNACIONALES

Enrique Balmaseda: Desde mi punto de vista, el diagnóstico de la industria europea de programas es de extremo riesgo. Y lo es por razones bastante evidentes.
Si se analiza Europa como región mundial, región más desarrollada económicamente y de mayor nivel cultural, con mayor capacidad industrial en distintos aspectos, de profesionales magníficamente cualificados con una enorme tradición en su propia cinematografía, y no ausente de talentos, debería de ocupar probablemente el primer lugar. Y, sin embargo, en cada país europeo la industria está perdiendo cuotas de mercado y es cada vez más incapaz de competir con la industria extraeuropea.

De todas maneras, cuando se habla de crisis de la industria europea de programas yo creo que habría que matizar. La crisis es relativa. Y desde luego no existe a nivel local. La producción local en Europa es altísima. Solamente las televisiones públicas de acuerdo con los datos que publica la UER producen más de cien mil horas al año. Evidentemente, ahí se incluyen programas de todo tipo. Pero es una cifra verdaderamente impresionante, y que no permitiría hablar de crisis. Donde, a mi juicio, hay una crisis profunda, cada vez más acentuada, es en lo que podríamos denominar la producción con capacidad de captar audiencias transnacionales. Ahí es verdaderamente en dónde se produce el declive manifiesto, constante y casi vertiginoso de los últimos años.

Entre los datos que aparecen en el informe del grupo de reflexión, hay un estudio extremadamente interesante, elaborado por la Media Business School, sobre la difusión de producción europea en horarios de prime time en las principales televisiones europeas. Ahí se ve -con datos- cómo hay una producción local bastante alta en términos generales en esas horas y, sin embargo, la producción de los restantes países europeos es prácticamente inexistente. Y esto es para mí un dato fundamental y extraordinariamente elocuente.

Otro fenómeno que se ha producido en Europa es la desaparición de las estructuras de distribución transnacionales. Nunca fueron demasiado potentes, pero tampoco nunca han sido tan débiles como en la actualidad. De tal manera que si la producción audiovisual necesita amortizar sus elevados costes en espacios transnacionales, mientras no existan esas estructuras de distribución, difícilmente se podrá lograr ese objetivo.

De manera que, a mi juicio y en resumen, el diagnóstico es un profundo desequilibrio en tres aspectos fundamentales: en cuanto a políticas de fomento,que, hoy por hoy, en Europa están centradas a nivel nacional y son prácticamente inexistentes a nivel de la unidad europea;

Fundación Telefónica
Telefónica

desequilibrio en la producción, que es muy elevada, insisto, a nivel local y muy débil a nivel transnacional, y desequilibrio en las estructuras de distribución a escala europea.

Fernando Labrada: En primer lugar, una cuestión absolutamente puntual, porque probablemente no me expresé adecuadamente. Entiendo, respecto a lo que decía Pedro Pérez, que en el GATT tenemos que negociar todavía. Indudablemente la primera victoria está ganada, es decir, la presión de aquellos días de diciembre pasó, afortunadamente, y se ha aplazado en el tiempo. Pero yo creo que esta nueva situación nos obliga mucho y entiendo que el Libro Verde y toda la política audiovisual europea tiene que estar orientada a esa negociación próxima.

Yo quería unir las dos reflexiones que han hecho José María Otero y Ramón Gandarillas con relación a la transparencia de datos y las cuantificaciones de la industria. Nosotros os podemos decir que para elaborar el informe de los expertos hemos tenido enormes dificultades para poder obtener datos fidedignos. El problema en Europa no es que no haya datos, sino que es difícil que sean fiables.

Un dato que ha estado en el ambiente en nuestro grupo de reflexión es que la producción de la televisión pública suma un millón y medio de horas de programas de ficción, cuyos derechos están completamente fragmentados y que, por tanto, no se pueden utilizar en un sentido global europeo.
Europa ha producido en todos estos años, ahora que vamos a celebrar el centenario del cine, treinta mil películas de largometraje. Pero pertenecen a productoras también completamente fragmentadas.

Como señalamos en el grupo de expertos, si una televisión europea necesita quinientas horas de ficción estadounidense, no tiene más que poner un fax a un determinado lugar, pero si un distribuidor americano necesita quinientas películas europeas, necesita quinientos fax. Es otro de los grandes problemas.

En esta situación, el grupo de expertos plantea en sus recomendaciones que, si en Europa se producen entre quinientas y seiscientas películas al año,cantidad igual o muy parecida a la americana en su totalidad, pretendemos con estas medidas que cien películas sean transnacionales y mil horas de televisión de ficción sean transnacionales. Esos serían los grandes números que resumen los objetivos futuros.

José Manuel Morán: Antes se ha apuntado que la tecnología nos va a dar un margen de cinco o diez años para crear una industria de producción, pero yo discrepo completamente, porque creo que la tecnología nos va a llevar a un acelerón tremendo. En un seminario organizado por Fundesco en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) en noviembre pasado estábamos todavía hablando de qué era eso del vídeo bajo demanda, pero hoy día ya empieza a ser una realidad en muchos países.

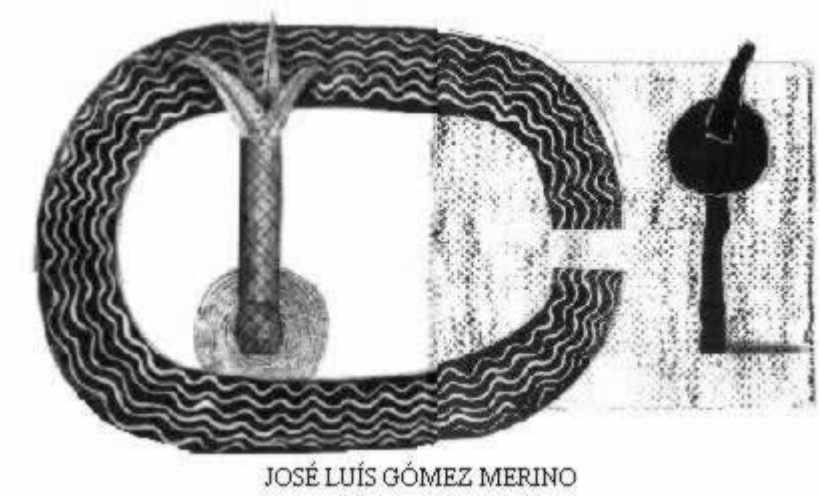
Las concesiones de las televisiones por cable en Europa las estamos concibiendo de una determinada manera, pero posiblemente dentro de dos años el sistema funcione de otra forma todavía más avanzada. Y esto va a obligar a tener una industria de producción muy potente

Fundación Telefónica
Telefónica

para poder responder a esa demanda masiva.

De igual modo, si hace tres años nos hubieran hablado de que Telefónica se podía estar planteando pasar por sus dos hilos de cobre una serie de películas mediante una marcación telefónica y con un aparato encima del televisor, hubiéramos pensado que estábamos hablando de algo absolutamente de ficción. Pero hoy en día es una realidad que esta ahí, y que obliga a acelerar el tema de la industria de la producción.

Todo ello exige poner en marcha urgentemente una legislación, una regulación que está todavía en pañales.



JOSÉ LUÍS GÓMEZ MERINO

José María Otero: Yo me refería anteriormente a que la batalla del GATT podemos haberla ganado, según algunos, o podemos haberla perdido, según otras versiones, pero que de todas formas, aunque la hubiésemos ganado, la evolución tecnológica siempre va a limitar una política proteccionista. Es decir, que aunque quisiéramos implantar una política proteccionista, ésta tendría un margen de duración máximo de cuatro o cinco años, de diez no, pero al final las nuevas tecnologías barrerían de manera práctica o fáctica la protección legislativa que tuviésemos.

El valor del Libro Verde y del grupo de reflexión es que han tenido en cuenta esta realidad, y por eso han puesto el acento en incrementar la producción, en reforzar la industria audiovisual europea con toda una serie de recomendaciones cara a este futuro tecnológico.

Ramón Gandarillas: Yo también creo que la tecnología que tenemos ahí delante no sólo no va a venir a paliar el problema que se plantea para los productos europeos, sino que fundamentalmente lo va a agravar a corto plazo. Porque esa tecnología de los distintos sistemas de distribución que se está ya ensayando, bajo demanda, ha desatado una guerra absolutamente urgente y violenta sobre la adquisición de derechos, a base de comprar grandes librerías que son por muchas razones las que van a soportar en una primera tacada de años la posible alimentación de la demanda que pueda surgir con las nuevas tecnologías.

El primer riesgo es que el mercado emergente vaya a canibalizar los mercados ya existentes.

Fundación Telefónica
Telefónica

Porque si no queremos acabar del todo con la distribución cinematográfica habrá que darle un período de explotación al vídeo, alquiler y venta, a los canales de pago de televisión, a las televisiones libres. Cada medio tendrá que exigir respecto a su tiempo, y al final deben aparecer, como último mercado de explotación, algunas de las nuevas ventanas.

Pedro Pérez: En primer lugar, es muy diferente el papel del productor europeo al papel del productor americano. Es decir, yo creo que no está suficientemente aclarado que el productor independiente, al margen de los canales de televisión o al margen de esas grandes líneas multimedia, tiene un papel perfectamente definido en los Estados Unidos, que no tiene en Europa.

En segundo lugar, tendremos que entrar en la diversidad de la oferta que en este momento tiene América del Norte con respecto a Europa y se basa en cuatro puntos: esas compañías pueden establecer estrategias a largo plazo, cosa que no ocurre en Europa; en segundo lugar, en cuanto a producto, pueden diversificar riesgos; en tercer lugar está la constitución de redes mundiales de comercialización, y, en cuarto lugar, precisamente por esa gran variedad de productos pueden constituir catálogos.

Otro punto importante, como indicaba antes, es reequilibrar la relación en Europa entre el productor y el difusor, entre el canal de televisión y el productor independiente. Aquí, el canal de televisión normalmente tiene que hacer el papel del productor por la inexistencia de productores independientes. Pero si tuviéramos claro el equilibrio entre el productor independiente y el canal de televisión y cada uno se dedicara a lo suyo, esto podría permitir que el productor independiente empezara a actuar de una manera distinta, dimensionando su actividad de la manera que yo creo que tendría que tener tal producto. Yo creo que cada uno tiene que tener su función, y si no existen canales fuertes y empresas de producción fuertes, mal vamos, porque el esquema no funciona.

Ramón Gandarillas: La paradoja es que yo no conozco ninguna distribuidora europea ni grande, ni mediana, ni pequeña, en ninguno de los segmentos de mercado, que ahora mismo no sea sustancialmente dependiente del producto americano. Es decir, nos han convertido en subagentes porque la única capacidad de supervivencia de cada empresa que opera en el mercado es el producto americano. Es decir, como los distribuidores no incorporen a sus listas constantes productos americanos y no necesariamente de primerísimo valor comercial, apenas tienen capacidad operativa.

El problema es, por tanto, ver cómo reconvertimos a todo un sistema de distribución que depende de un producto que, en principio, es lo contrario de lo que nos gustaría diseñar estratégicamente.

José María Otero: Sólo quería hacer un matiz a la visión de Pedro Pérez sobre una separación tan rotunda entre difusores y productores. Me parece bien desde el punto de vista de productores independientes en relación al cine y a la actual situación de las televisiones generalistas. Pero me da la sensación de que con la aparición de otro tipo de canales de explotación se puede tender más a la existencia de grupos multimedia y ahí puede existir una alianza entre determinadas televisiones y la producción. Esto no quiere decir que el productor

Fundación Telefónica
Telefónica

independiente no mantenga toda su independencia, pero existen campos, documentales, series, etc., en que lógicamente puede haber una coordinación o una alianza.

LAS CAUSAS DE LOS DESEQUILIBRIOS

Enrique Balmaseda: A mi juicio, algunos de los esquemas que se han expuesto anteriormente no son determinantes; por ejemplo, la cuestión de los derechos de autor, aunque comprendo perfectamente que a quienes trabajan en el sector de la producción o distribución les preocupe. Pero no creo, insisto, que sea un factor determinante. Yo tengo una experiencia curiosa, la de participar en el grupo de trabajo que elaboró la Ley de Propiedad Intelectual en España, para, prácticamente al terminar la Ley, volver a Televisión Española como asesor jurídico. Entonces ahí obtuve la doble visión. Y es verdad que hay que ser enormemente prudentes a la hora de establecer derechos si no se analizan desde el punto de vista de su impacto económico. Pero creo que es perfectamente compatible mantener una industria competitiva con el respeto de los principios fundamentales del derecho de autor europeo.

Otra de las causas que se suele alegar es que Europa es víctima del abuso de posición dominante por parte de la industria norteamericana. Es evidente que toda situación de posición dominante lleva implícito el riesgo de abuso. Pero tampoco me parece que sea un factor determinante en este caso. Probablemente, incluso en el supuesto de que se eliminara cualquier abuso efectivo por parte de la industria extraeuropea o americana, la industria norteamericana seguiría dominando el mercado europeo.

A mi juicio, la causa fundamental de la situación en la que nos encontramos viene por el desarrollo de las políticas de fomento que se han venido aplicando en Europa en estos últimos años. Y ahí asumo la parte de responsabilidad que me corresponde, en la medida en que he sido responsable de alguna área de estas políticas.

El problema es que las políticas que se han desarrollado son fundamentalmente de carácter nacional. Entonces ahí se acaba imponiendo la lógica política, por decirlo de alguna manera. Y cuando se está en un puesto de responsabilidad en esta área prima la necesidad de resolver los problemas nacionales.

La inmensa mayoría de los recursos públicos que se señalan en Europa son de carácter nacional. Hay una cifra verdaderamente impresionante en las televisiones, por ejemplo. Las televisiones públicas en Europa tienen anualmente una financiación pública que supera los diez mil millones de ECU, casi dos billones de pesetas al año. Mientras que el Programa MEDIA de la comunidad europea destina anualmente unos seis mil millones de pesetas.

Otro aspecto que a mi juicio ha sido determinante es que el debate sobre la política audiovisual en Europa ha estado extraordinariamente centrado en factores ideológicos. Por una parte, desde posiciones de izquierda se ha defendido, casi por principio, al sector público, pero no se ha entrado a analizar otros aspectos fundamentales, como cuál es la misión del servicio público en un régimen de competencia. Por otro lado, la derecha política o los intereses empresariales privados han defendido que funcione simplemente el mercado.

Fundación Telefónica
Telefónica

Creo que esto es también un profundo error por dos razones: primero, porque no es verdad (si realmente se dejara en Europa el sector audiovisual exclusivamente al azar del mercado, lo primero que no existiría serían televisiones privadas europeas), y, en segundo lugar, porque, hoy por hoy, si se dejara la industria de programas europea en manos exclusivamente del mercado es obvio que no podría sobrevivir de ninguna manera.

Pedro Pérez: Me resulta bastante provocadora la intervención de Enrique Balmaseda, porque yo creo que hay que empezar diciendo, en primer lugar,que hay soluciones, que no estamos hablando ni mucho menos de un sector en el que necesariamente haya que batirse en retirada. Y, además, como decíamos hace unos días a los gestores que mueven el crédito oficial en este país, el sector audiovisual es un sector claramente en crecimiento, donde si hay algo asegurado es que la demanda se va a multiplicar por cinco en los próximos años.

Y debo añadir, además, que en el producto audiovisual funciona tremendamente la economía de escala: hasta ciertos costes un producto siempre estará llamado a ser deficitario, a partir de ciertos costes, y haciéndolo correctamente, ese mismo productor puede saltar a ciertos mercados, y realizar una explotación distinta y conseguir una rentabilidad clara.

Yo no pretendo que se establezcan medidas proteccionistas, salvo en una etapa inicial. Creo que estamos en Europa en un momento constituyente de lo que tiene que ser la industria audiovisual de futuro, y que, por lo tanto, habría que analizar si hay oportunidad de negocio dentro de este sector, y cuánto tiene que ser la inversión inicial dentro de este negocio. Yo estoy convencido de que la respuesta es que sí es rentable, y eso va a significar que durante los próximos años haya que engrasar la maquinaría con muchos miles y miles de millones de ECU. Ese es el problema, que lo que estamos haciendo, hasta ahora, es poner simplemente pequeños parches, en cada uno de los países, y además de manera no coordinada.

Por lo tanto, yo siento tener que decir que esto es un tema fundamentalmente económico, y que bajo esas consideraciones es cuando hay que hablar de la cultura europea, no de preservar una película para que luego no la vea nadie.

Ramón Gandarillas: Yo sobre este tema no tengo las ideas muy claras, pero hay una palabra clave que utilizan mucho los americanos en este negocio, que es talento, y lo aplican en un doble sentido: tanto al personal que interviene en la fase creativa del producto, como en la gestión, con casos llamativos, como es el caso Disney.

También tengo muchas dudas sobre las estructuras de gestión y financiera, tanto en la producción como en la distribución. Conocemos todos ejemplos producidos en otros países, donde no parece que en principio el déficit fuera financiero; asociaciones realizadas en Europa para producir y distribuir productos con clara vocación transnacional, incluso con vocación de llegar al mercado americano, como la de Berlusconi-Cecchi-Gori, que han obtenido absolutos fracasos en la persecución de sus objetivos.

Pero no cabe duda de que si tenemos un déficit de algo, y aquí hablo específicamente del mercado español, es de estructuras financieras. Es decir, una película no se puede planificar pensando que se tiene que amortizar en la primera explotación de taquilla. Se tendrá que

Fundación Telefónica
Telefónica

contemplar en una dimensión de explotación global por lo menos a cinco años, que sería una explotación razonable en el tiempo. Y, evidentemente, si una compañía pudiera planificar tres o cuatro películas al año, con una perspectiva financiera que le permitiera prever los distintos posibles resultados de la primera explotación, sería casi imposible que ninguna película acabara siendo deficitaria.

Por eso digo que tanto en causas como en soluciones no tengo muy claro por donde van, aunque es evidente que todo pasa por las culturas financieras que permitan crear estructuras adecuadas de gerencia, tanto de la producción como de la distribución.

María Cruz Alonso: A lo mejor el problema es que aquí no se hace un buen cine y había que plantear el tema de otra forma, aunque lo que siempre se dice es que no hay ayuda. Pero se ha apuntado el problema de la falta de talento, y también habría que replanteárselo.

Ahora bien, sólo por puntualizar, lo que yo conozco de la pequeña industria de la producción y la distribución está basada en la capacidad de crédito personal y poco más.

Respecto al talento, mi convicción personal es que da igual hacer buenas películas que malas: mientras estén cegados los canales de distribución, pocas posibilidades hay de que se acceda a la distribución internacional. Pero bien es verdad que cuando aparece de forma llamativa el talento, ese producto puntual y concreto, salta todas las barreras y obtiene los resultados, el último ejemplo lo hemos tenido con Belle Epoque, y la obra de Pedro Almodóvar también está ahí.

Insisto, es mi opinión, aquí se hacen películas buenas y malas, como en América; la diferencia es que ellos venden las buenas, las regulares y las malas, y aquí sólo vendemos las buenas.

Es decir, no creo que se pueda hacer un análisis de esta industria diciendo sinceramente que falta talento con respecto a otras cinematografías.

6. LOS INSTRUMENTOS DEL FUTURO

Enrique Laucirica: Antes se ha hecho un diagnóstico del tema que nos ocupa lo suficientemente preciso como para ir puntualizando. En primer lugar, la distribución está mal, y en parte hace que la industria pase las dificultades que está sufriendo; pero, en segundo lugar, la producción también es un problema, porque los presupuestos estadounidenses pueden fácilmente llegar a ser 10 ó 20 veces los de una película española.

Y en tercer lugar, están las televisiones, tanto públicas como privadas, que sufren una crisis económica, por falta de ingresos publicitarios, y por unos presupuestos seguramente desmesurados y agravados por la competencia.

Seguramente la única solución a todo esto es introducir nuevos agentes en este negocio, que por otra parte puede llegar a ser muy atractivo, porque el crédito oficial parece que no muestra interés. Yo lo confieso. En el momento en que he entrado aquí y me han presentado a Javier

Fundación Telefónica
Telefónica

Ros Martínez, director de Desarrollo de Nuevos Servicios de Telefónica, la primera pregunta que le he hecho es:

¿Telefónica está interesada en invertir en productos audiovisuales?, ¿podemos empezar a hablar de que Telefónica, como nuevo agente de esta industria, puede comenzar a financiar productos audiovisuales de forma que consiga una rentabilidad futura, a cuatro o cinco años, mediante su difusión por nuevos sistemas y tecnologías, que está desarrollando en este momento, y que esto permita a su vez a los productores contar con una financiación complementaria?

Probablemente, la posibilidad fundamental que nos queda en este modelo es que las instituciones públicas no subvencionen directamente, sino que incentiven y fomenten la introducción de nuevos agentes en esta industria, de compañías, de inversores, que vean una rentabilidad a medio o largo plazo en los productos audiovisuales y que estén dispuestos a apostar por esta industria de futuro. La solidez que puede dar este tipo de compañías a las estructuras de producción, haría realmente viable el establecimiento de una industria audiovisual europea competitiva.

Javier Ros Martínez: Dado que tanto el marco legal como el posible campo de actuación que la futura ley de TV por cable va a permitir a Telefónica están aún por definir, no parece lógico que ésta tenga ya decidida cuál va a ser su estrategia por lo que respecta a la creación de contenidos. No obstante, y a título meramente indicativo, puede observarse el planteamiento que están siguiendo algunos operadores relevantes en los Estados Unidos (por ejemplo, US West, Bell Atlantic, Nynex). Parece que estas operadoras, de una u otra forma, están tendiendo a tener acceso a catálogos completos de películas (de la Warner, de la Paramount, etc.), prefiriendo disponer de derechos de un amplio número de películas con resultado comercial conocido y posibilidad de rellenar muchas horas de programación, antes que aventurarse en pocos proyectos de alto riesgo, dado que ése es un campo muy específico y alejado de la actividad que domina un operador de telecomunicación.

José María Otero: Yo quería dejar claro que Procine no ha solicitado medidas proteccionistas, sino estímulos fiscales y, de acuerdo con el Libro Verde, un plan de acción a nivel europeo, puesto que todo intento aislado de cada país, como hemos visto, puede estar condenado al fracaso.

Me gustaría además señalar que no tenemos ningún ambiente de pesimismo, porque aunque la situación a nivel de producción es baja, y faltan canales de distribución en Europa, el panorama es altamente favorable en cuanto a demanda y en cuanto a posibilidades de reaccionar. Por eso la existencia de una acción y unos presupuestos a nivel europeo puede relanzar, por una parte, la producción con el fondo de préstamos a bajo interés, y generar 3, 4 ó 5 grandes grupos europeos de distribución que resolverían los problemas que se han estado mencionando la falta de circulación de las obras europeas.

En cuanto a la existencia de una cultura financiera, en el Libro Verde y en el trabajo de reflexión ya se apunta que deben existir estímulos, principalmente los que pueden ser más armónicos para todos los países, que son las desgravaciones y los estímulos fiscales. En

Fundación Telefónica
Telefónica

España, a este respecto, se implantó tímidamente en la ley presupuestaria de este año un 10 por ciento de desgravación a la inversión en producción, pero desde luego que es un camino que se debe seguir, estudiando todas las posibilidades que hagan atractivo el invertir en producción.

Por concluir, creo que el camino que marca el Libro Verde en cuanto la necesidad de un plan europeo y una armonización de las legislaciones en los países comunitarios es una acción conjunta imprescindible si se quiere realmente responder a la demanda y llegar a los objetivos que aquí se han planteado.

Enrique Balmaseda: Ateniéndome al título de la convocatoria de hoy, que es España ante la política audiovisual europea, debo decir que estoy completamente de acuerdo con lo que ha dicho Pedro Pérez: me parece que es bastante evidente que en un plazo breve deberíamos contar en Europa con una industria de programas autofinanciada y competitiva. La pregunta es: ¿cuál es la opción estratégica más acertada? y ¿qué hace falta que no hay? A mi juicio es muy sencillo contestar: es decir, no hay producción, o no hay suficiente producción capaz de traspasar las fronteras nacionales, y no hay fundamentalmente estructuras de distribución. Pues, en definitiva, establézcanse mecanismos de carácter económico, que estimulen a quienes quieran producir ese tipo de obras o crear esas redes de distribución.

José Manuel Morán: Yo quisiera hacer algunas pequeñas matizaciones que a lo mejor podrían servir de cierre de esta reunión y de apertura a otros futuros debates.

Porque a mí me parece que si los bancos tienen reticencias, las operadoras de telecomunicaciones tienen todavía una serie de dudas sobre el sector audiovisual. Es decir, todos intuimos que este sector va a crecer, lo dice el Libro Verde, y que esto va a generar muchos empleos, pero lo cierto es que hay una serie de reticencias porque quizás todavía no se entendido bien que estas industrias culturales dependen mucho más de la creatividad y de la imaginación.

Otro tema es: ¿Va a haber tanto interés y vamos a tener unas sociedades tan desarrolladas que estarán dispuestas a pagar tanto por los contenidos culturales? Porque nos podemos encontrar ante una sociedad que no demande productos culturales en la medida de las capacidades de las autopistas que tengamos.

Lo que sí es seguro es que empieza a haber una preocupación manifiesta en todas las operadoras por este tema.

Lo cual es muy importante, porque hasta hace unos meses ni existía. Y no sólo en las operadoras, porque me consta que la propia Presidencia de Gobierno está discutiendo de alguna manera hacia dónde va el sector de las telecomunicaciones. Curiosamente, en algunos de los documentos reservados que se han manejado, algunos expertos están descubriendo el potencial de mercado de contenidos culturales que habría detrás de nuestras redes, que era un poco lo que apuntaba antes Javier Ros al hablar de Iberoamérica, están descubriendo lo que yo llamo el papel estratégico de la lengua del Imperio, hasta el punto de que descubren que el castellano puede ser un arma sobre la cual montar toda una estrategia audiovisual, y una

Fundación Telefónica
Telefónica

estrategia también de tecnología en telecomunicaciones, y una estrategia de satélites.

Por todo ello, creo que sería muy interesante que esta reunión abriera a debates posteriores especializados que Fundesco está dispuesta a promover.

Fundación Telefónica