Un difícil reto en el marco europeo

POR **JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ MONZONCILLO**

La evolución de la industria de producción audiovisual española en los últimos años dibuja escenarios pesimistas ante el Libro Verde. Pero hay también atisbos de esperanza a medio y largo plazo.

La producción audiovisual española, por su propia naturaleza y por su imbricación con las decisiones políticas y con la evolución de la radiodifu-sión, ha sufrido diferentes pun-tos de inflexión que no han permitido diseñar políticas industriales consecuentes para afrontar los retos planteados a corto y medio plazo ya no digamos a largo, ni consolidar algunas estructuras industriales que habían apostado por una continuidad y por un equilibrio basado en las características que definían el mercado tradicional. Así, por ejemplo, la falta de perspectivas de la industria de producción de largometrajes en cuanto a la política de colaboración con las cadenas de televisión ha provocado un impasse sin precedentes en la historia del cine español.

Se podrían añadir multitud de ejemplos similares sobre la incapacidad de adaptación a un entorno que cambia tan rápidamente y ante el que es díficil ser ágil y flexible.

La dificultad que han tenido y siguen teniendo las empresas españolas de producción y servicios para acomodarse a un entorno cambiante viene derivada por factores de diversa naturaleza:

–La presión de los desarrollos tecnológicos, no solamente en la producción, sino también por sus implicaciones en la comercialización y distribución de los productos audiovisuales y en otros pilares industriales. La aparición de la televisión de pago o el mando a distancia son ejemplos de innovaciones que tienen una influencia clara en los modelos de amortización de la producción audiovisual y en la rentabilidad del negocio de la difusión-programación.

-Los cambios sociales, fundamentalmente, en el ámbito de las pautas de consumo y en las alteraciones de la demanda. La aparición de productos y servicios sustitutivos en la distribución del tiempo de ocio de la sociedad española ha modificado de forma notable esos comportamientos y, en consecuencia, ha influido, de una forma u otra, en la producción audiovisual.

Fundación Telefónica
Telefónica

-Las alteraciones del marco regulatorio en el que se desenvuelve la industria audiovisual como fruto de la adaptación a los cambios tecnológicos, a las transformaciones políticas, sociales y económicas, y a las decisiones supranacionales, como la Ronda de Uruguay del GATT o la directiva 552/1989 sobre la televisión transfrontera, así como por la consolidación del Estado de las Autonomías.

-El incremento de la competencia internacional de productos audiovisuales por la necesidad de aumentar los niveles de productividad en un mercado arriesgado, regido por factores inflacionistas, y por la constante concentración y globalización de las industrias culturales que se venía anunciando desde hace varios años, con las consiguientes consecuencias para el devenir industrial (1).

-La dificultad de prever la evolución de algunos inputs financieros esenciales para el equilibrio del conjunto del sistema, como el gasto de las empresas y las administraciones públicas en comunicación. El diseño del modelo de televisión basado en incrementos erróneos de inversión publicitaria mediática,dejando a las empresas catalizadoras de la producción audiovisual sometidas a las reglas de la oferta y la demanda, ha sido uno de los desaciertos fundamentales de las políticas de comunicación de los últimos gobiernos en nuestro país, que han tenido consecuencias nefastas para la producción, aunque en un primer momento fueron un aliento y un elemento dinamizador.

-La creciente interdependencia con otros sectores económicos que se encuentran igualmente sometidos a vectores modificadores en su statu quo (2). La interrelación entre las telecomunicaciones, la electrónica y la informática ha sido, en algunas ocasiones, un acicate indirecto para fortalecer la producción, pero otras veces, sin embargo, ha supuesto lo contrario.

El desarrollo de la televisión por cable y satélite, por ejemplo, todavía se encuentra frenado por las indecisiones políticas y las incertidumbres del mercado ante el miedo a diseñar las nuevas coordenadas de la competencia en las que van a actuar los operadores públicos de telecomunicaciones.

-El desplazamiento del centro de gravedad del mercado audiovisual de la producción a la difusión-programación, ya que el aumento exponencial de la demanda, paradójicamente, no ha sido un elemento potenciador de la producción, sino que ha añadido importantes incertidumbres en la consolidación de un sector atomizado y debilitado históricamente. Sin embargo, como se verá más adelante, a medio y largo plazo, la saturación de la oferta provocará el proceso contrario, como ha ocurrido recientemente en Estados Unidos, donde los difusores se han hecho con el control de las empresas productoras y han impulsado, desde una estrategia multimedia, la producción audiovisual.

-La propia naturaleza de la producción audiovisual: «el carácter de prototipo de las películas, el elevado coste de producción, la imprevisible aceptación comercial en los diversos soportes y las limitaciones propias del mercado interior, hacen que esta actividad sea considerada, a nivel internacional, como de alto riesgo, lo que explica la carencia de flujos económicos privados y la fuerte dependencia de las ayudas públicas y de las medidas proteccionistas de los Estados» (3); «la economía del audiovisual impone una inflación creciente de los costes…, comprime los

Fundación Telefónica
Telefónica

márgenes de los incrementos de productividad por tratarse de mercancías de difícil valoración; opera en un mercado saturado y fragmentado, haciendo cada vez más difícil la amortización de los productos programas» (4).

Partiendo de estos factores interrelacionados y complejos, a continuación se ofrece un diagnóstico sobre la situación del mercado audiovisual y las perspectivas de la producción audiovisual en España, haciendo hincapié en la producción de las televisiones españolas, la situación de la industria cinematográfica, y una reflexión sobre cuáles son los posibles retos que tiene planteados en el marco del Libro Verde Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea.

Este documento se ha marcado unos objetivos ambiciosos para impulsar el desarrollo de la industria audiovisual europea, pero las medidas para conseguirlo deben considerar las diferentes situaciones de las industrias nacionales. En este sentido, la industria audiovisual española tiene en algunos aspectos sus propias señas de identidad.

1. LA ESQUIZOFRÉNICA SITUACIÓN DE LA TELEVISIÓN Y SUS IMPACTOS EN LA PRODUCCIÓN

El modelo de televisión en España es, desde sus orígenes, un caso peculiar en el contexto europeo, sobre todo porque ha carecido de un sistema de financiación coherente. La financiación de RTVE desde los primeros años ochenta procede exclusivamente de los ingresos publicitarios, mientras que las televisiones públicas europeas se financian de forma mixta abono más publicidad.

Esta peculiar situación no tuvo una clara influencia en la producción durante la época del monopolio público de televisión, pero en un mercado irracional y de descarnada competencia entre las televisiones públicas y privadas, las consecuencias han sido en algunos aspectos, como el de la producción de películas, letales.

El modelo actual es «un sistema mixto, altamente comercializado bajo la genérica cobertura legal de servicio público esencial y en transición inestable desde una desregulación controlada hacia una transregulación incontrolable» (5), que puede tener consecuencias nefastas, no solamente para el futuro de la producción, sino también para algunos sectores con grandes posibilidades, como el mercado de la televisión por cable que, por miedo a la competencia y por la indecisión política, se encuentra aprisionado y sin la necesaria inversión extranjera.

No es el momento de analizar las causas de la re-regulación del negocio del broadcasting en España (6), sino de realizar un balance que contradice las esperanzas y los diagnósticos que se realizaron hace unos años por gran parte de los agentes involucrados y, por supuesto y particularmente, por los gobernantes y legisladores.

En el mercado de la televisión se vive en una permanente incertidumbre ocasionada por constantes oscilaciones y cambios de rumbo que impiden el asentamiento de la industria audiovisual y la construcción de un marco estable y equilibrado para afrontar los objetivos del Libro Verde arriba citado e impulsar el desarrollo de la producción audiovisual. Una evidente

Fundación Telefónica
Telefónica

consecuencia de la competencia en el modelo de televisión en los últimos cinco años ha sido la desigual evolución de los diferentes subsectores que conforman la industria audiovisual.

Por un lado, los agentes intermediarios en la venta de derechos de emisión y las grandes distribuidoras internacionales han realizado su agosto particular, en España como en toda Europa, mientras que las empresas españolas independientes de producción y servicios, que preveían una reactivación con la aparición de nuevos canales de televisión, han visto cómo el mercado se ha contraído y los márgenes de beneficio se han estrechado de forma espectacular por los efectos de la competencia y por la inflación de algunos costes técnicos. No es fácil analizar la evolución de los flujos financieros entre los canales de televisión y los productores independientes porque se carece de información suficiente desde los propios actores.

Al mismo tiempo, la producción propia de los canales de televisión que, en el mejor de los casos, se presenta de forma aislada en el conjunto de la emisión, no se puede analizar porque se carece de información sobre parámetros básicos como la inversión por tipos de programas.

El sector de producción y servicios, dejando al margen a las productoras exclusivamente cinematográficas, facturó 67.275, 57.000 y 67.000 millones de pesetas en 1989, 1990 y 1991 respectivamente (7). Estas empresas -más de 600-, en esos años, eran muy diferentes no solamente por su facturación,que oscilaba entre los 2.000 y 30 millones de pesetas, sino por su especialización y diversificación: la producción para televisión en sus diferentes modalidades, la producción de spots publicitarios, los desarrollos infográficos, el vídeo industrial e institucional y el resto de las actividades relacionadas con las potencialidades del vídeo, además de los diferentes servicios cruzados como el alquiler de equipos y estudios o la propia movilidad de los técnicos.

En la facturación de esas empresas en esos años, la inversión de las cadenas de televisión, a través de la producción externa, asociada y coproducciones, fue de 14.000, 16.000 y 17.000 millones de pesetas respectivamente (8).

Entre 1989 y 1991, la producción audiovisual española en general, salvo la producción de películas, se incrementó de forma espectacular por la coincidencia de causas muy diversas: las inversiones iniciales de las televisiones privadas, el reforzamiento de los canales públicos para competir con los agresivos canales privados, el crecimiento de la inversión publicitaria en relación a los años anteriores y la propia evolución económica del país, la desaceleración de los costes de personal de acuerdo con los incrementos de productividad y la expansión de las actividades anteriormente aludidas.

Fueron años de bonanza de la industria audiovisual sin entrar a valorar el tipo de programas ni su valor estratégico. De esta forma, y desde una perspectiva económica, la expansión de la industria audiovisual fue notable en los primeros años 90: desde el punto de vista del consumo, el gasto total nacional en audiovisual, contabilizando el consumo aparente de la industria de la electrónica de consumo, entre 1989 y 1991, pasó de 463.000 a 652.000 millones de pesetas, lo que representaba en ese último año casi el 1,3 por ciento de PIB a coste de los factores (9).

LPero en 1992, la coyuntura económica comenzó a degradarse, la inversión publicitaria se

Fundación Telefónica
Telefónica

redujo en términos reales y la rentabilidad del negocio de la difusión se estrechó. La respuesta de las cadenas de televisión ha sido desde entonces el abandono de la producción de alto coste como la ficción TVE en 1993 no concedió ni una sola peseta para los derechos de antena al cine español-, el impulso de nuevos programas de bajo coste como los concursos, los reality shows y los talks shows, el aumento de los presupuestos de producción ajena en el mercado internacional (como lo demuestra el aumento del déficit de la balanza comercial de programas), y, por último, la aparición de asociaciones con empresas independientes en la modalidad de barter, de tal forma que la mayor parte de los programas de éxito como ¿Quién sabe dónde? se realizan en colaboración con empresas independientes.

Así, la situación financiera de los canales de televisión ha provocado un impasse en el sector de producción y servicios, que difícilmente encontrará solución en un futuro inmediato, ya que la única salida es la intervención política, y las estrecheces presupuestarias que impone el Tratado de Maastrich y el elevado déficit público nacional no lo permiten.

No resulta fácil radiografiar la evolución del modelo de televisión en España por razones de diversa índole: desde la inexistencia de métodos fiables para cuantificar la inversión publicitaria mediática real o el oscurantismo existente en el sector, hasta la imposibilidad de desglosar los gastos de explotación de los diferentes canales, pasando por una serie de artificios contables, que enmascaran los resultados reales, y los niveles de endeudamiento, la sobrevaloración de los activos, la periodificación de los gastos corrientes en diferentes ejercicios o el destino de las amortizaciones de algunos canales. La relación de ejemplos que demuestran esas dificultades es interminable, pero se podrían citar las incongruencias de los datos sobre la inversión publicitaria entre Duplo, Nielsen Repress, Mediaplanning y los que facilitan los propios canales, el trasvase de pérdidas de Canal + a Sogecable, la operación de acordeón reduciendo el capital de Canal +, el endeudamiento de RTVE o el maquillaje contable de Antena 3 por la modificación en los criterios de amortización.

Las televisiones públicas se encuentran en una situación preocupante sin que se atisbe ningún tipo de soluciones. RTVE pierde paulatinamente la cuota de mercado que poseía durante su fase de monopolio hasta pasar al segundo lugar de la lista en algunos meses del presente ejercicio. Las televisiones autonómicas dependen de forma creciente de las subvenciones de los erarios autonómicos y están estancadas en cuotas medias de mercado del 16 por ciento. Y los canales privados se alejan cada vez más de la rentabilidad, porque el descenso de la inversión publicitaria no permite alimentar los crecientes gastos de explotación de los canales de televisión.

En efecto, entre 1989 y 1993, la inversión publicitaria en televisión se encuentra estancada en torno a los 200.000 millones de pesetas, lo que ha demostrado que las optimistas estimaciones proyectadas hace unos años han errado por la crisis económica, pero también al considerar el alto nivel de inversión que tenía España en relación a su nivel económico a mediados de los 80. En esos años, la inversión publicitaria en televisión solamente se ha incrementado un 9,1 por ciento sin deflactar por diversas razones:

Si se compara la evolución de la inversión publicitaria en televisión con la de los gastos de explotación soportados por los canales, se cuantifican claramente los niveles de déficit y

Fundación Telefónica
Telefónica

descapitalización que sufre la televisión en España. Anualmente, dicho sector español soporta un déficit de 150.000 millones de pesetas, ya que los gastos se encuentran en torno a los 350.000 millones de pesetas y la inversión publicitaria en televisión se mantiene estancada en torno a los 200.000 millones de pesetas.

Por el momento, ese decalaje se mantiene por los 212.000 millones de pesetas de deuda financiera acumulada por el grupo RTVE, la deuda de 62.005 millones de Antena 3 -a pesar de la inyección financiera que se realizó durante el desembarco de Conde-Asensio-, los más de 30.000 millones de pesetas de deuda de Telemadrid y las inestimables deudas de Telecinco (10).

El conjunto de estas cifras arroja una deuda global que supera los 300.000 millones de pesetas a mediados de 1994. Si se tiene en cuenta que las televisiones autonómicas reciben en torno a los 65.000 millones de pesetas de subvención anuales y que las pérdidas de las televisiones privadas, incluida Canal +, se sitúan en torno a los 20.000 millones de pesetas anuales hasta este momento, parece fácil realizar una valoración sobre las perspectivas de la producción audiovisual en España que se abren desde la televisión.

Nos encontramos así con que la saturación del mercado por la oferta desmedida que ofrecen los canales de televisión en nuestro país y la situación financiera actual del sector impiden la potenciación de la producción audiovisual independiente, pero, por otra parte, la falta de recursos humanos y financieros de las cadenas privadas y de agilidad y financiación estable de las públicas imposibilitan estrategias de desarrollo que potencien la producción propia. Al margen de los Presupuestos Generales del Estado, se mantendrá la tendencia de los últimos años de comprar los programas y películas norteamericanas por adelantado y hacer hincapié en la especialización: las televisiones autonómicas en la información regional y el fútbol; TVE1 en los informativos y en las telecomedias y concursos; y las televisiones privadas, en términos generales, en la innovación de la programación y en el desarrollo de diferentes modalidades de financiación como el patrocinio y el barter.

En cuanto a las esperanzas de los productores independientes en la trasposición de la Directiva 552/1989, todo indica que esta no va a tener impactos a corto plazo, porque como ya se ha comentado con anterioridad a su aplicación «la Directiva en nuestro país va a ser otro intento fallido más por defender la industria nacional y es una consecuencia más de la hipoteca que supone crear un modelo audiovisual lleno de incongruencias y contradicciones, y desproporcionado para un país como España» (11).

De espaldas a la Comisión, se siguen permitiendo nuevos aplazamientos para su cumplimiento real, ya que la misma exigía claramente la entrada en vigor en octubre de 1991. Pero, dos años y medio después, la Ley 25/1994, de 12 de julio, estipula que los artículos de la Directiva referidos a las cuotas de emisión de programas europeos, a la producción independiente y a los cortes publicitarios, se podrán cumplir paulatinamente en los próximos cuatro años a partir de la entrada en vigor de la misma (disposiciones transitorias primera, segunda y tercera).

De este contexto se deduce claramente que en los próximos años los espectadores españoles tendrán más de lo mismo, algunos productores seguirán adaptándose como puedan a las

Fundación Telefónica

diferentes situaciones y demandas y otros desaparecerán. En cuanto a la televisión por satélite todo parece indicar, según la oferta actual, que Hispasat pasará a engrosar la lista de los satélites europeos de difusión directa ciegos, como el sistema francés TDF-1 y el alemán TVSAT.

En relación a la televisión por cable, como parece difícil hacer previsiones sobre su legislación después de más de ocho años de anuncios infundados, solamente es necesario redundar en ideas pasadas: «para favorecer un desarrollo sectorial ordenado es urgente una regulación del cable que impida la duplicación de redes o esfuerzos tecnológicos innecesarios, y sentar así el embrión de potenciación de una actividad que, a todas luces, parece tener grandes expectativas. Porvenir que pasa, a medio y largo plazo, por la expansión, integración y liberalización de los servicios de valor añadido y de los básicos,…» (12).

2. LA DEBILIDAD DEL CINE ESPAÑOL

Como algunos autores han afirmado ya, la industria cinematográfica «sometida a vaivenes de mayor o menor liberalismo (1979) o proteccionismo (1981,1983)» (13), parece que «ha tocado fondo por la ancestral debilidad de un aparato productivo casi ficticio que subsiste gracias al proteccionismo estatal» (14). Pero esta situación no es aplicable solamente al cine español porque «la estructura del cine europeo es extremadamente frágil: está descapitalizada, poco profesionalizada, con demasiados furtivos a la caza de subvenciones y sin que se perciban socios financieros que vean rentabilidades seguras en esta industria» (15).

Paradójicamente, durante los últimos catorce años hemos asistido a una explosión en el consumo de ficción y a un retroceso en la producción sin precedentes en la historia del cine español, aunque la calidad del cine español, a finales de los setenta y comienzos de los ochenta, dejara bastante que desear. Entre 1980 y 1992, la producción española de películas ha pasado de 118 a 54, mientras que la producción de los países de la Unión Europea se ha mantenido en el mismo nivel y la producción norteamerica se ha duplicado, en ese mismo período, aunque sin alcanzar aún a la europea (16). Las razones que explican el retroceso son tan conocidas como manidas, por lo que no es necesario ahondar de nuevo en ellas (17).

«Las productoras cinematográficas, históricamente, han carecido de una fortaleza industrial y financiera consolidada debido a las estrecheces del propio mercado español, pero, en la última década, se ha asistido a una progresiva descapitalización con nefastas implicaciones para el futuro del cine español» (18). En términos generales, la excesiva atomización industrial de las empresas productoras, que solamente realizan alguna película de vez en cuando, la debilidad económica de las mismas al carecer de capitalización y de recursos y la escasa profesionalidad existente, porque la producción accidental y no continuada no permite formar estructuras industriales competitivas, son las características que definen el cine español actual.

Para afrontar los retos de un mercado progresivamente más competitivo por la internacionalización y concentración del mercado audiovisual mundial son necesarias empresas fuertes con una actividad diversificada. Sin embargo, el mercado español solamente permite un número pequeño de esas empresas fuertemente arraigadas, aunque todo lo que sea romper con la atomización y debilidad actual supone dar un paso adelante.

Fundación Telefónica

Nuestro mercado cinematográfico se encuentra atenazado por el cine norteamericano y solamente existe gracias al apoyo estatal. Las claves del retroceso del cine español son, fundamentalmente, los impactos de la competencia generada en el modelo de televisión y la distribución, que actúa como si de un cartel se tratara, impidendo la entrada de nuevos operadores y productos. La crisis de las televisiones hace que la producción cinematográfica no sea rentable porque, tal y como están las tarifas publicitarias, es muy difícil amortizar los derechos de antena.

a concentración de la distribución en manos de las distribuidoras americanas ha ahogado paulatinamente las cinematografías más débiles como la española y ha estrechado los márgenes de los ingresos en taquilla a los productores y a los exhibidores. A pesar de que la recaudación de las taquillas cinematográficas ha pasado de 22.560 a 36.331 millones de pesetas entre 1980 y 1992, el cine americano ha aumentado su cuota en detrimento del cine nacional: en 1980, los ingresos de las películas españolas representaban el 20,1 por ciento del total, mientras que, doce años después ese porcentaje se había reducido hasta el 9,1 por ciento. En contraposición, la cuota de mercado del cine norteamericano ha pasado del 42,9 al 77,1 por ciento en el mismo período.

«La concentración vertical y horizontal del negocio, el poder de las grandes superproducciones norteamericanas, el aumento de mínimos garantizados de las películas europeas a los distribuidores independientes, la necesidad de fuertes lanzamientos comerciales para aumentar la cuota de mercado y la frenética carrera de las grandes distribuidoras por ocupar las plazas de exhibición más rentables, son otras razones que explican la concentración del mercado del cine español» (19).

Esa tenaza norteamericana que no permite al cine español desarrollarse es una realidad indiscutible, pero al mismo tiempo hay que reconocer que «la retórica anti-hollywoodiense aporta con demasiada frecuencia una pantalla de humo que oculta mediante respuestas a la carta las cuestiones claves a las que se enfrenta el cine europeo» (20).

Por una parte, sabemos que el cine americano se encuentra en una situación difícil ya que pierde grandes cantidades de dinero y, además, gran parte de las míticas productoras se encuentran en manos de japoneses, europeos y australianos: MGM, cuyo 98 por ciento pertenece al banco francés Crédit Lyonnais, tuvo unas pérdidas acumuladas de 800 millones de dólares el año pasado, lo que con seguridad no ha perdido el conjunto de los productores europeos en varios ejercicios (21); el primer grupo de comunicación mundial Time-Warner, que controla el estudio Warner, tiene una deuda superior al billón de pesetas y, durante el primer trimestre de 1994, ha perdido 54 millones de dólares (22); el grupo Turner (TBS), que controla el catálogo de películas de MGM y las productoras Castle Rock y New Line, tuvo que vender sus principales activos por las deudas acumuladas y, en 1993, perdió 244 millones de dólares (23); Paramount, antes de la OPA de Viacom, tuvo un déficit de explotación de 52 millones de dólares (24); Carolco se ha salvado por la inyección financiera de Canal +, Pionner y Rizzoli, y los beneficios de las productoras rentables como la Fox, Columbia y Disney no superan los de algún grupo de comunicación español.

Es preciso, pues, partir de la base de que las dificultades del cine español, como el europeo,

Fundación Telefónica
Telefónica

tienen otras causas además de las citadas. ¿Cómo se explica que en 1992 las películas españolas fueran vistas en las salas por una media de 20.903 espectadores?

Como acertadamente ha manifestado Angus Finney, en el artículo citado, «los productores necesitan desarrollar un conocimiento más profundo del mercado europeo e internacional; …en las películas americanas hay siempre uno o dos personajes capaces de transmitir con su rostro, frágil y enimágtico, la totalidad de la historia; …no tenemos ideas nuevas; …es preciso evitar ese momento en que todo son prisas para conseguir los fondos necesarios, comportándose como furcias con tal de recabar el dinero preciso; …los directores europeos sólo piensan en función de los diálogos, y el cine es un medio audiovisual; …los productores europeos tienden a obsesionarse por la producción en sí, sin dedicar tiempo suficiente al desarrollo de productos; …no hay estrellas capaces de propulsar las ventas; …el cine europeo carece hoy de una crítica constructiva, creativa; etcétera».

Obviamente, esta amalgama de consideraciones debe ser matizada, pero a todas ellas les asiste gran parte de razón. Los verdaderos pilares del cine español son las subvenciones anticipadas y la legislación sobre la cuota de distribución que fuerza a que las distribuidoras necesiten, a medio plazo, la producción de unas 40 películas anuales, ya que, en la actualidad, existe una bolsa de licencias de doblaje importante. Sin embargo, estos pilares no parecen muy consistentes si se trata de ir creando poco a poco una verdadera industria cinematográfica.

El sistema de las subvenciones anticipadas es bastante imperfecto porque «la ayuda a la producción cuyas modalidades de funcionamiento a menudo no tienen en cuenta, o no lo suficiente, los imperativos del mercado, puede fomentar la aparición de comportamientos asistenciales en la industria europea» (25).

La propia Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) se ha manifestado en contra de este sistema que solamente defiende a los nuevos realizadores-directores con un máximo de tres filmes, porque considera que las ayudas automáticas componen un sistema más agil y con mayores posibilidades de acceder a los créditos blandos del BEX, institución que ha destinado 7.000 millones de pesetas para subvencioar proyectos (26). Sin embargo, en estos momentos las subvenciones anticipadas son vitales porque sin ellas la producción probablemente entraría en una decadencia irrecuperable.

De la misma forma, la cuota de distribución que se aplica de acuerdo con la Ley 17 / 1994, de 8 de junio, es una medida defendible en la actualidad, pero si tenemos en cuenta la demanda del público español y las corrientes librecambistas internacionales, no parece una opción sobre la que deban gravitar las políticas y ayudas al cine español en el futuro (27). Además, muchas películas españolas y europeas son distribuidas de forma creciente por las grandes distribuidoras, lo que se convierte en un sistema que expulsa a las pequeñas distribuidoras independientes españolas.

Además, el sector de exhibición en España ha sufrido una importante sangría por el cambio en las formas de consumo cinematográfico.

La cuota de pantalla que contemplaba el último decreto y que tantos enfrentamientos ocasionó,

Fundación Telefónica
Telefónica

ha sido corregida en la Ley 17/1994, a cambio de que los exhibidores informaticen sus taquillas progresivamente en dos años.

Esta Ley obliga a las salas a programar, como mínimo, un día de obra cinematográfica comunitaria por cada dos días de película doblada de terceros países en ciudades con población superior a los 125.000 habitantes, y un día por cada tres días en las poblaciones de menos de 125.000 habitantes (art. 6). En cualquier caso, el ritmo de desaparición de salas en nuestro país se ha ralentizado notablemente, y, tal y como apuntan las tendencias internacionales, parece que va a reducirse de forma considerable en los próximos años porque existe un público fiel. Sin embargo, aunque el esfuerzo del sector de exhibición ha sido importante en los últimos años, las salas españolas deben seguir la remodelación y renovación iniciada, porque las condiciones de muchas de ellas no son acordes con los cambios y las demandas actuales.

3. EL AUDIOVISUAL ESPAÑOL ANTE EL LIBRO VERDE

De las anteriores consideraciones se puede deducir un escenario pesimista sobre el futuro de la industria audiovisual española, pero también es justo señalar que se atisban algunas esperanzas que pueden ayudar a fortalecerla a medio y largo plazo.

Es imposible proponer medidas mágicas que palien los problemas actuales, pero, en cualquier caso, las posibles medidas de fomento que se articulen próximamente deberán pivotar coordinadamente sobre las iniciativas que las instituciones comunitarias impulsen. En este sentido, los objetivos del Libro Verde son excesivamente altruistas porque la solución a los problemas estructurales requieren medidas de choque o un período de estabilización que expulse a muchas empresas que operan en el mercado. La positiva experiencia de los programas europeos Media y Eurimages deben ayudar a diseñar un conjunto de actuaciones que potencien la industria audiovisual europea.

La concienciación política y ciudadana sobre la creciente importancia del audiovisual en la economía europea y en la propia construcción de una Europa unida, así como el sostenimiento de la demanda actual, el carácter estratégico de los programas en sectores que antes caminaban por separado como la industria electrónica o las telecomunicaciones y los nuevos flujos financieros que van permitir el desarrollo de los diferentes sistemas de pago directo -vídeo, televisión de pago, pay per view, etc.-, son elementos suficientes como para abordar los retos futuros de la producción y la industria audiovisual española con ilusión y optimismo.

(1) Un estudio sobre la creciente concentración e internacionalización de las industrias culturales en España desde los inicios de los años 80 puede verse en Bustamante, E./Zallo, R. (Coords.), Las industrias culturales en España, Akal, Madrid 1985.

(2) Sobre la convergencia entre el audiovisual y las telecomunicaciones en Europa puede verse Bustamante, E. (Ed.), Telecomunicaciones y audiovisual en Europa, Fundesco, Madrid 1990.

(3) Alvarez Monzoncillo, J.M. (Dir.), La industria cinematográfica en España (1980-1991), Fundesco/Ministerio de Cultura, Madrid 1993, pág. 20.

Fundación Telefónica
Telefónica

(4) Alvarez Monzoncillo, J.M./Iwens, J.L., El futuro del audiovisual en España, Fundesco, Madrid 1992, pág. 132.

(5) Bustamante, E., «Concurrence et service public», ponencia presentada en Colloque Sociologie de la Télévision en Europa, organizado por CDR Communication, CNRS-CNET, 24-25 de enero de 1991, París.

(6) Las causas de la liberalización de la televisión en España y la contraposición entre lo público y lo privado, así como algunas ideas para equilibrar el sistema de televisión pueden encontrarse en Alvarez Monzoncillo, J.M., «La necesaria recuperación de lo público», en Comunicación Social 1992/Tendencias, Fundesco, Madrid 1992, págs. 198-211.

(7) Alvarez Monzoncillo, J.M./Iwens, J.L., ob. cit., pág. 86.

(8) Idem.

(9) Alvarez Monzoncillo, J.M., «El sector audiovisual en España: diagnóstico de un crecimiento», Comunicación Social 1991/Tendencias, Fundesco, Madrid 1991, pág. 210.

(10) Estas cifras proceden de Diario 16, 13 de junio de 1994; El País, 1 de junio de 1994; Diario 16, 10 de junio de 1994 y El País, 30 de junio de 1994,que citan declaraciones ante las comisiones parlamentarias y los resultados de las auditorías de los canales citados.

(11) Alvarez Monzoncillo, J.M., «El amortiguado impacto de la directiva de televisión transfrontera», Revista de la Academia del Cine, núm. 5, enero de 1994, pág. 17.

(12) Alvarez Monzoncillo, J.M./Iwens, J.L., ob. cit., pág. 239.

(13) Bustamante, E., «Un tormentoso paisaje audiovisual», Comunicación Social 1989/Tendencias, Fundesco, Madrid 1989.

(14) Rodríguez Merchán, E./Alvarez Monzoncillo, J.M., «España: a la sombra de una crisis», Comunicación Social 1990/Tendencias, Fundesco, Madrid 1990.

(15) Zallo, R., El mercado de la cultura, Gakoa, Donostia, 1992, pág. 142.

(16) Datos del ICAA y Screen Digest.

(17) Alvarez Monzoncillo, J.M. (Dir.), ob. cit., cap. 1.

(18) Alvarez Monzoncillo, J.M., «Los frágiles pilares del cine español», Revista de la Academia del Cine, núm. 4, octubre de 1993, pág. IV del Cuaderno Central.

(19) Idem, pág. VI.

Fundación Telefónica
Telefónica

(20) Extracto de la obra de Angus Finney, «A dose of reality», Screen International, traducido en la Revista Academia del Cine, núm. 7, julio de 1994, pág. 9.

(21) Le Monde, 12 de octubre de 1993.

(22) Financial Times, 19 de abril de 1994

(23) Le Lettre des Médias, 25 de mayo de 1994, Moving Pictures, 19 de mayo de 1994, Le Figaro, 27 de abril de 1994, The Wall Street Journal Europe,16 de agosto de 1993.

(24) The Wall Street Journal Europe, 9 de junio de 1993, Financial Times, 24 de septiembre de 1993.

(25) Libro Verde sobre Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea, texto mimeografiado, pág. 7.

(26) El País, Madrid, 18 de junio de 1994.

(27) Dicha Ley establece que la primera licencia de doblaje se concederá cuando se acrediten unos ingresos de 20 millones de pesetas por película comunitaria, y la segunda cuando se alcancen los 30 millones.

Fundación Telefónica
Telefónica