

Una importante apuesta cultural e industrial

POR **MARÍA CRUZ ALONSO**

Uno de los retos que Europa, y España como parte integrante de ella tienen a corto plazo en el audiovisual es el de modernizar sus estructuras industriales sin vaciarlas de contenido cultural, de forma que la producción se rentabilice y las ayudas a fondo perdido pasen a ser un recuerdo de épocas anteriores conocidas y recordadas sin nostalgia.

El Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo de la Unión Europea prospecciona las posibilidades, reales, del audiovisual europeo que debe emerger en el plazo de una década.

Las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT han servido para despertar en la conciencia europea la necesidad de afrontar el problema de la precaria existencia del audiovisual europeo comparado con el norteamericano. Con una cuota en Europa del cine norteamericano superior al 80 por ciento y con un control de la distribución por compañías norteamericanas oligopolístico, se imponen una serie de medidas que permitan reactivar la producción y evitar la distorsión en el mercado distributivo para recuperar cuotas de pantalla para la producción europea.

La creación de entes de distribución paneuropeos que puedan ofrecer a nivel transnacional las producciones y coproducciones realizadas en los distintos países que componen Europa es fundamental para poder mantener una mínima competencia con las redes de distribución norteamericanas ya fuertemente asentadas, y para poder conseguir que los productos europeos penetren de forma más acentuada en nuestros propios mercados.

La diversidad de culturas y lenguas que componen lo que podemos llamar el caleidoscopio europeo sirve como excusa para justificar la falta de operatividad de los distribuidores europeos y su fracaso comercial a nivel transfronterizo, dado que para las distribuidoras extraeuropeas estas supuestas barreras no lo han sido para lograr su éxito a la hora de acaparar el mercado.

Es más, la situación geoestratégica de las distribuidoras europeas, mayor proximidad a los centros de decisión europeos, mayor identificación con las culturas europeas, mayor

conocimiento de las idiosincrasias de los pueblos europeos y de sus necesidades culturales, intensos apoyos públicos de tipo normativo y financiero, etc., las coloca en una posición ventajosa con respecto a las distribuidoras extraeuropeas a la hora de elaborar operaciones comerciales a nivel transeuropeo dado su mayor conocimiento de la realidad de nuestro continente.

Existe una apuesta cultural a nivel europeo y mundial por la revalorización de los valores y culturas autóctonos, por la revalorización de aquello que autoidentifica a los pueblos, en nuestro caso a los de Europa, siendo las pantallas audiovisuales la mayor muestra y escaparate al exterior de la diversa realidad europea.

La multiplicidad de segmentos de demanda que existen debido a las peculiaridades de los distintos pueblos que componen Europa será satisfecha a medida que el uso de los nuevos sistemas de transmisión digitales se vaya extendiendo a los hogares. Pero la oferta de programas que ello implica sólo será posible en una estructura industrial audiovisual racional, que satisfaga las demandas caracterizadas por unas necesidades y gustos específicos, que se diferencie de aquella oferta de producciones enraizadas fuera de nuestro ámbito y orientadas a lograr que los espectadores tiendan al consumo de sus productos, tanto ideológicos como materiales en detrimento de los nuestros.

En líneas generales los organismos públicos han asumido el compromiso de lanzar iniciativas y normas que abonen el mercado a la producción europea tanto a nivel transnacional, con la directiva de la TV sin fronteras, el programa MEDIA, EUREKA, EURIMAGES, como a nivel nacional y regional, con las cuotas de pantalla para los exhibidores, creación de centros educativos, etc.

El guante está lanzado y al sector empresarial le toca el turno de asumir sus responsabilidades, de llevar adelante todo tipo de proyectos industriales y de producciones, como corresponde a aquéllos que se consideran empresarios.

La adaptación de la antigua mentalidad empresarial y su *modus operandi*, circunscrito al ámbito estatal, a los nuevos ámbitos geográficos, financieros y tecnológicos va a ser una condición necesaria, nunca suficiente, para llevar adelante proyectos que verdaderamente tengan un alcance significativo, que puedan servir incluso de plataforma para otros proyectos posteriores, aprovechando la imagen de marca conseguida en trabajos anteriores.

Tan repetitiva y sostenida ha sido en España y Europa la idea de culpabilizar a las instituciones financieras privadas y públicas de falta de interés por el audiovisual originaria de una carencia en los fondos de financiación, que esta idea se ha convertido en un tópico dejando de ser un problema digno de estudio y análisis, porque no debemos olvidar que estamos situados en una economía donde el dinero busca la seguridad y la rentabilidad, siendo tarea de los empresarios del sector audiovisual obtener ambas como resultado de su buen hacer en el proceso industrial cultural en que desarrollan su trabajo.

Existe la evidencia de un capital humano capaz en todos los niveles de la industria, guionistas, gestores, técnicos, realizadores, etc., que debe aprovecharse y transmitirse a los recién llegados, antes de que abandonen o emigren hacia otros países u otras industrias.

Las nuevas tecnologías introducidas y aplicadas en la industria audiovisual son variables que implican cambios transmitidos de forma vertiginosa en su ámbito de aplicación. El dominio de estas tecnologías y la apuesta por aquéllas que serán dominantes en el futuro no se pueden dejar al azar; su conocimiento, su aplicabilidad, su período marginal de rendimiento antes de la obsolescencia y su uso en la economía de escala en la que subyacen las empresas que las utilizan son factores que deben considerarse si se piensa en objetivos a largo plazo.

Un desfase en la aplicación de las nuevas tecnologías puede ser irreversible para un posterior desarrollo de la industria audiovisual, a menos que la moda del TBO infantil resurgiera como Ave Fénix.

La llegada de las autopistas de la información y de la interactividad a los hogares modifica los supuestos de la audiencia vigentes hasta el momento: el espectador pasivo sin opciones a elegir y completamente desvinculado del centro emisor, después de un período de transición con el vídeo, deviene un espectador activo desde su hogar, seleccionando lo que desea en el momento que lo desea, tanto a nivel de programas como de cualquier tipo de información.

Esta individualización de la demanda futura implica una multiplicación de la oferta y la creación de unas infraestructuras necesarias que la transmita y la haga llegar a cada hogar.

Consecuencia de ello es la fuerte lucha que se está librando entre grupos financieros, europeos (incluidos los españoles en nuestro país) y extraeuropeos por el control de estas infraestructuras, que, aparte de su utilización como transmisoras de programas audiovisuales, se pueden usar en el campo de las comunicaciones.

Es evidente que existiendo una globalización de la economía, el control de los medios de comunicación es un factor clave para lograr el dominio de la anterior, por lo que es de sentido común que España y Europa deben acoger cualquier aporte tanto de capital que financie la modernización de las estructuras como tecnológico que pueda impulsar la investigación futura, pero limitándolos en cuanto supongan una posición de dominio en el control de los medios de comunicación futuros en Europa si queremos que ésta realmente llegue a ser una entidad autónoma, diferenciada y con criterios propios, independientes de potencias extraeuropeas.

Debemos ser optimistas. Proliferan los centros de formación especializados en el audiovisual. La demanda de éste crece continuamente.

Los gobiernos e instituciones públicas de todos los niveles actúan constantemente a través de normas, reglamentos y diferentes medidas de apoyo. En definitiva, a los 100 años de Lumière, el audiovisual es uno de los pocos campos que puede florecer en estos tiempos de declive industrial.