La clave de la distribución: propuestas para el debate

POR **JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ MONZONCILLO**

El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos

Editorial Fundación Autor. Gustavo Buquet Corleto.
Madrid, 2005

¿Es posible que aumente la cuota de mercado del cine europeo o estamos condenados a sufrir la superioridad norteamericana eternamente? Esta es la pregunta que trata de responder Gustavo Buquet en su sugerente libro. Según el autor, la ventaja competitiva con la que ha contado el cine norteamericano en los últimos 110 años ha sido «la oportunidad de la ventaja doméstica». Sin duda, la mayor talla del mercado, por su propia homogeneidad, hace que sus películas cuenten con mayor presupuesto y sean más competitivas en los mercados internacionales. La rentabilidad se busca dentro y los beneficios fuera, parece ser el eslogan de la industria cinematográfica norteamericana.

Para responder a esta pregunta, y plantear además una nueva política cinematográfica europea que palie la asimetría entre ambos mercados, el autor realiza un análisis riguroso basado en fuentes de información contrastadas y un cruce de variables realmente novedoso e interesante. Y partir de esos datos no es fácil pues tradicionalmente ambos mercados han sido bastante opacos, como lo demuestra la escasez de estudios empíricos sobre el tema. El cartel de los grandes estudios norteamericanos, la gran atomización de la producción europea y los sistemas de protección y fomento, fundamentalmente europeos, han creado una situación que impedía e impide todavía conocer con precisión la balanza comercial entre ambos mercados, los modelos de financiación y amortización, los costes de producción, la concentración vertical y horizontal de los grupos de comunicación internacionales, etc. Es por eso un mérito mayor del profesor Buquet el cerrar un texto con cifras que permiten realizar un diagnóstico certero y

Fundación Telefónica
Telefónica

algunas comparaciones sugestivas.

La asimetría de los mercados

Comparar el cine europeo y el estadounidense es comparar a David y Goliat. Si, además, el problema es encontrar la honda que derribe o tambalee un poco a Goliat, debemos ser conscientes de la dificultad de la tarea.

La realidad demuestra las diferencias. Los ingresos de la industria audiovisual norteamericana duplican a los europeos y la fortaleza de los grandes grupos que son los que determinan la estructura del mercado es igualmente desigual: el volumen de negocio de las ocho corporaciones estadounidenses es el triple que el de los ocho grupos más grandes europeos. Con respecto a las actividades de producción y distribución, que son estratégicas en la cadena de valor multimedia y en el proceso de convergencia y globalización del audiovisual, «la diferencia es aún mayor, pues el volumen de facturación de las *majors* supera en más de diez veces el de sus homólogos europeos» (pág. 268). Esa situación es determinante, pues los norteamericanos hacen su negocio produciendo, mientras que los europeos lo hacen más emitiendo, lo que genera una dependencia asfixiante que alimenta la diferencia de la fortaleza de ambas industrias.

Buquet plantea un círculo vicioso decisivo, pues el negocio de la difusión de las empresas de comunicación europeas refuerza todavía más la fortaleza económica de las corporaciones norteamericanas. En este círculo parece imposible la competencia, pues ni siquiera se puede competir en los mercados locales, ya que el grado de control de la distribución hace imposible comercializar las películas en los mercados globales. Esta deriva, según el autor, procede de las propias características de las industrias culturales: «sus funciones de producción tienen costes unitarios decrecientes, las economías de escala incentivan la concentración empresarial y, finalmente como resultado, todas las industrias culturales están dominadas por un pequeño grupo de empresas muy poderosas, polarizadas en el otro extremo con una infinidad de pequeñas empresas con un poder de mercado insignificante» (pág. 282).

A este análisis acertado hay que oponer algunas contradicciones que deben ser buscadas en la fragmentación del mercado europeo que determina los costes de producción y hace imposible una distribución eficaz y eficiente. El mercado europeo es potencialmente mayor que el norteamericano, tanto en términos de población como en el número de películas que se producen; pero la diversidad de gustos hace imposible la producción a escala europea, generando a su vez, una debilidad intrínseca que impide competir con películas enormemente más caras.

¿Qué hacer?

Esta es la propuesta más interesante del profesor Buquet, pues además de incidir en políticas ya desgastadas que no parecen haber dado un buen resultado en los últimos cincuenta años,

Fundación Telefónica
Telefónica

insiste en una línea novedosa: «La única vía para potenciar las industrias cinematográficas nacionales europeas pasa por la creación de estructuras supranacionales de distribución capaces de competir a escala europea y en los mercados internacionales» (pág. 287).

Sin embargo, actuar sólo en consorcios de distribución no es suficiente, pues también la calidad de los productos determina la demanda. Y para eso es necesario incrementar los costes de producción y actuar en el mercado global, lo que nos introduce en la disyuntiva de hacer menos películas y más caras (en la Unión Europea se hacen muchas más películas que en Estados Unidos), potenciando un incremento de la competencia y desmantelando los efectos perniciosos de los mercados protegidos y subvencionados, y al mismo tiempo incidir en una homogeneidad de lenguajes y temáticas perniciosa para la defensa de la diversidad cultural y la propia tradición europea.

Esto traería también consecuencias adicionales negativas: se crearían empresas más fuertes que reducirían la atomización de la producción expulsando a creadores y a pequeñas y medianas empresas del mercado; el llamado cine de autor e ?independiente? terminarían desapareciendo paulatinamente, y se aceleraría el proceso de integración vertical entre canales de televisión y productoras, creando verdaderas barreras de entrada para nuevos productores. Ésta es la disyuntiva del cine europeo, cuya amenaza no solamente viene del mercado norteamericano, si además en el horizonte situamos la piratería y la distribución digital en Internet.

Por eso, el libro de Gustavo Buquet viene a añadir una información valiosa para poder discutir sus propuestas novedosas y originales en la política cinematográfica europea que esperemos sirva para debilitar la ventaja competitiva del cine norteamericano. En definitiva, estamos ante un trabajo riguroso y diferente, que viene a cuestionar otros estudios y aseveraciones que inciden solamente en tópicos demasiado manidos por parte de los responsables de las políticas culturales y en propuestas viejas y anodinas de los productores europeos.

Fundación Telefónica
Telefónica