

QUIN FUTUR PER A LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL A L'ESTAT ESPANYOL?: PROBLEMÀTIQUES I REPTES

CARMINA CRUSAFON BAQUÉS

Introducció

El paisatge audiovisual espanyol ha experimentat en els últims tres anys canvis de naturalesa diversa: *polític-econòmica, jurídica, tecnològica i socio-cultural*. Aquestes transformacions no són independents sinó que algunes són causa o conseqüència de les altres. D'una banda, el canvi del govern socialista al del Partit Popular ha comportat una nova regulació cinematogràfica, que ha anat acompanyada d'un increment de la quota de mercat del cinema espanyol. Alhora, tot i la recuperació del sector, la situació present és d'una certa aturada de la producció per falta d'inversió. Per altra banda, la presència de Telefónica en el sector de la comunicació ha provocat un canvi accionarial a Antena 3 TV i ha agreujat l'enfrontament entre els grups mediàtics. Així mateix, l'arribada de la televisió digital i el desenvolupament de la televisió per cable amplien les dimensions del mercat audiovisual espanyol, oferint als consumidors nous serveis i continguts. Últimament, també han aparegut altres temes que han adquirit una rellevància considerable com: el finançament de l'audiovisual públic, la possibilitat de privatitzar alguns mitjans estatals i la creació d'un Consell Superior dels Mitjans Audiovisuais.

Davant d'aquest panorama canviant, la indústria audiovisual espanyola es troba una sèrie de reptes: la necessitat d'una redefinició del concepte l'audiovisual públic, l'assoliment d'una vertadera estructura industrial i l'establiment de vincles forts amb Europa i Amèrica Llatina; així com la introducció de les noves tecnologies i la convergència entre els mitjans, la informàtica i les telecomunicacions.

D'altra banda, l'audiovisual viu uns moments de protagonisme tant a nivell nacional com mundial. Els canvis estan a l'ordre del dia i fins i tot són notícia quasi diària. Davant d'aquest escenari, es plantegen una sèrie de qüestions obertes sobre el futur de la indústria audiovisual a l'Estat espanyol. Les problemàtiques són diverses en el moment actual i el futur no s'al-

bira clar. La velocitat del canvi cada cop és més ràpida i avançar les futures tendències té un risc considerable. Però, en canvi, el que sí que es pot fer és una anàlisi detallada de la situació i tractar de destacar els elements que prenen un major protagonisme. Aquest exercici d'interpretació implica la correlació i vinculació de diferents àmbits per tal d'obtenir una imatge de conjunt. Així doncs, a continuació presentarem una anàlisi dividida en dues parts. La primera farà un repàs de les diferents problemàtiques que afecten la indústria audiovisual espanyola i la segona detallarà els principals reptes als quals s'enfrontarà l'audiovisual espanyol en el curt i mig termini.

1. Les principals problemàtiques

El sector audiovisual presenta en el moment actual una sèrie de problemàtiques que dificulten el seu funcionament i desenvolupament. Tot i la diversitat de sectors que abasta l'audiovisual, el nostre article se centrarà principalment en dos àmbits: el cinema i la televisió.

SOBRE EL CINEMA

En el món cinematogràfic, les dificultats es concreten: primer, en el sector de la producció amb una atomització de les empreses i una falta d'inversió per a noves produccions; segon, en la distribució i tercer, en una certa discontinuïtat en la política audiovisual del govern central.

El mercat del cinema espanyol ha ampliat la seva quota en els últims tres anys, passant d'un 7'6% el 1994 fins un 13% el 1997. Així mateix la producció s'ha incrementat de 44 pel·lícules el 1994 fins a 80 pel·lícules el 1997.⁵⁹ Tot i una certa recuperació del sector, un dels problemes de les productores cinematogràfiques és l'**atomització**. Segons les últimes dades del Ministeri de Cultura, durant el 1997, de 79 empreses actives, 64 (81%) van realitzar una sola pel·lícula, 12 (15,19%) en van produir entre una i cinc, i només tres empreses (3,80%) van participar en cinc o més pel·lícules. Aquesta falta de continuïtat en la producció fa difícil la consolidació d'una vertadera estructura industrial, element bàsic per a aconseguir un bon funcionament de l'audiovisual en el seu conjunt.

D'altra banda, la **falta d'inversió del sector privat i una dependència en les ajudes públiques** han esdevingut una dificultat afegida per la indústria cinematogràfica. Els productors reclamen un augment de la inversió

59. Font: ICAA, 1998.

en cinema per part de les televisions, sobretot de les televisions públiques, que actualment destinen menors quantitats a la producció cinematogràfica que anys enrera. En general, els productors es queixen que es destinen al cinema poques ajudes en comparació amb altres països europeus (vegeu Quadre). En especial, critiquen TVE per destinar només 2.000 milions a la producció espanyola per l'any 1998 quan se'n gasta 16.000 en la compra dels drets de pel·lícules estrangeres. Per tal d'activar el sector, els productors proposen que TVE faci una inversió de 5.500 milions pessetes (3.000 milions per comprar els drets de televisió de les pel·lícules; 1.000 milions per a telefilms; 500 milions per a co-produccions; 1.000 per comprar els drets de televisió de pel·lícules produïdes en anys anteriors).

Ajudes públiques i finançament per part de les televisions⁶⁰

PAIS	Ajudes públiques (milions pessetes)	Finançament per part de les TVs	TOTAL
França	9.358	29.835	39.193
Alemanya	15.935	5.950	21.885
GB	8.275	9.945	18.220
Itàlia	14.355	11.526	25.881
Espanya	3.130	5.200	8.330

Tot i que les plataformes digitals destinen en total 3.775 milions de pessetes i la FORTA invertirà enguany 1.200 milions en pel·lícules i telefilms, el futur del sector no està assegurat. Aquesta falta d'inversió fa que a mitjans de 1998 només es trobin en marxa tres grans projectes: «*Extraños*» d'Imanol Uribe; «*Entre piernas*» de Gómez Pereira i «*La niña de tus ojos*» de Fernando Trueba. A més cal tenir en compte que la mitjana per a una producció de caràcter comercial està al voltant dels 400 milions de pessetes, xifra superior al pressupost mitjà de les pel·lícules espanyoles. Durant el 1997, la mitjana de pressupost d'una pel·lícula espanyola va ser de 225,6 milions de pessetes.

D'altra banda, per afavorir l'activitat empresarial, els productors han demanat al govern central un canvi en la política fiscal amb un increment de fins al 20% de la deducció per a les productores, ja que actualment es troba en el 10%.

Malgrat que la situació present del cinema espanyol presenta certs desequilibris, cal recordar que l'escenari actual és molt millor que uns

60. Font: FAPAE. *El País*, 15 de març de 1998.

anys enrera ja que a partir de l'any 1994, el cinema espanyol inicia un camí cap una certa recuperació després de quasi una dècada de pèrdua d'espectadors. Diversos han estat els factors que expliquen aquest canvi de tendència, però principalment en destaquen: en l'àmbit de la producció, l'increment del nombre de pel·lícules produïdes i l'aparició d'una nova generació de directors i actors que han aprofitat el cinema espanyol al públic en general. Quant a l'exhibició, l'obertura en els darrers dos anys de nombrosos multicinemes a les principals capitals espanyoles ha millorat en un grau considerable la qualitat de les sales, així com ha diversificat l'oferta.

Així mateix una de les assignatures pendents de la indústria cinematogràfica espanyola, a l'igual que de l'europea, és la creació d'una xarxa de **distribució europea**, que permeti a les produccions espanyoles creuar les fronteres de la Unió Europea sense problemes; ja que actualment la distribució es troba en mans estrangeres, amb un domini de les empreses nord-americanes. El 1997, el 63'2% de la distribució a l'Estat espanyol va anar a les principals *majors* (UIP, Columbia, Warner, Fox i Buenavista), mentre que només el 26% va quedar per a les empreses independents (Lauren films, Sogepaq, Lider films i Alta films).⁶¹ Aquest problema no és específic del cinema espanyol sinó general a tot el cinema europeu. Tot i que s'assenyala sempre com una de les grans dificultats, no s'acaba de trobar la solució i, a poc a poc, les distribuïdores multinacionals van consolidant les seves xarxes arreu del món. Un exemple paradigmàtic va ser el de la pel·lícula «*Secretos del Corazón*» i la seva dificultat per trobar una distribuïdora per als EE.UU.

Quant a la **política cinematogràfica**, s'ha vist afectada per una certa discontinuïtat provocada pel canvi de govern. Sota el mandat socialista (fins al març de 1996) es caracteritzava per una voluntat de protegir una indústria en consonància amb la tendència de la Unió Europea de protegir un sector que encara no ha aconseguit consolidar-se. Així mateix respon a un context internacional caracteritzat per les conclusions de la Ronda Uruguay del GATT que suposen un camí sense retorn cap a la liberalització de l'audiovisual mundial. L'arribada al govern del Partit Popular ha suposat un canvi de tarannà, de caire més liberal, tot i que manté certa continuïtat amb l'anterior Executiu pel que fa a l'entesa entre el govern i el sector de la producció. El Govern del PP té la intenció de «modificar la política cinematogràfica de l'equip anterior per una nova de caràcter més liberal partidària d'ajudes, estímuls i incentius i que es mostra contrària a les quotes, les imposicions i les barreres. La paraula clau és promoció i no protecció» (BECEIRO, 1996a). El canvi ja s'ha concretat en dos Decret-Llei (81/1997 i

61. ICAA, 1998.

1039/1997). El primer contempla una liberalització de les quotes de distribució, juntament amb una flexibilització de la quota de pantalla, i el segon vol unificar el conjunt de sistema d'ajudes estatals.

SOBRE LA TELEVISIÓ

El mercat de la televisió ha viscut en l'últim any diferents transformacions en els

seus diversos àmbits: s'ha produït una consolidació del sector privat, s'ha ampliat el mercat amb l'arribada de la televisió digital i la regulació de la televisió per cable. Així mateix s'ha aguditzat la crisi de la televisió pública alhora que Telefónica s'ha convertit en un dels principals actors del sector televisiu després de la compra d'Antena 3 i de la seva participació a Vía Digital. Per tant, les problemàtiques concretes es poden dividir en dues classes: les que afecten al sector privat i les relacionades amb el sector públic.

Sobre les primeres, la **tecnologia** ha jugat un paper central i ha estat un dels motors del canvi del sector televisiu espanyol. L'inici de les emissions de **la televisió digital via satèl·lit** ha ampliat el mercat audiovisual i ha provocat una vertadera batalla entre els diferents grups de comunicació, acompanyada d'una participació activa del govern central. Aquest enfrontament empresarial ha posat de manifest la dimensió política que té l'audiovisual ja que l'assumpte no es va quedar en l'àmbit empresarial sinó que va comptar amb la intervenció directa de l'executiu central així com de les autoritats comunitàries. També va mostrar la importància que tenen per a la indústria audiovisual certs continguts, en concret els drets dels esdeveniments esportius, i en especial, els del futbol.

En relació als aspectes empresarials, el **canvi accionarial a Antena 3 TV**, a finals de juliol de 1997, ha estat qualificat per alguns de «seisme audiovisual». Una operació empresarial que va sorprendre tothom. I encara avui desperta recels, sobre tot per l'increment de protagonisme de la companyia Telefónica en el sector de la comunicació. També destaquen altres projectes empresarials en els quals participen diferents empreses del món de la comunicació com per exemple: el grup Planeta en l'elaboració de canals temàtics amb Telecinco⁶² i el grup Godó en una agència de notícies de TV, Atlas Catalunya, ubicada a Mediapark, que forma part del projecte Atlas de Telecinco, d'expansió iberoamericana.

El **sector públic** també pateix nombroses dificultats, especialment de tipus econòmic i de falta de redefinició del concepte de televisió pública. Un

62. *El País*, 22 d'octubre de 1997.

dels temes més problemàtics és el del deute de RTVE, que per a 1998 s'eleva a 593.000 milions (mentre que amb el govern socialista era de 249.000 milions el 1995).⁶³ Aquest fet s'agreuja amb els diferents canvis de directors, una certa disminució de l'audiència i l'ús partidista de l'ens públic. D'altra banda, el sistema de finançament de la televisió pública ha rebut crítiques del sector privat, en concret Telecinco ha mantingut una actitud bel·ligerant amb TVE en relació amb els preus dels anuncis, acusant-la de *dumping*.

En relació a l'àmbit local, les **televisions locals** presenten encara una situació desestructurada degut a la falta d'un marc reglamentari. Aquest sector amb forta implantació en algunes Comunitats Autònomes, com a Catalunya, ofereix noves dimensions pel que fa a l'audiovisual de proximitat.

Quant a la **relació televisió-cinema**, tot i que el sector de la producció televisiva s'ha consolidat en els darrers anys, aconseguint que les sèries de producció pròpia ocupessin els primers llocs del rànquing de programes més vistos el 1996 i el 1997, no s'ha aconseguit aprofitar aquesta tendència i crear un interès per potenciar la producció cinematogràfica per la televisió.

2. ELS REPTES

El ritme dels canvis dels darrers anys és tan ràpid que es fa difícil preveure l'evolució conjunta del sector. Però per contra, una sèrie d'aspectes tindran un cert protagonisme en el curt i mig termini. La majoria fa referència al sector televisiu i a la planificació de la política audiovisual del govern central. Es poden agrupar a partir de les següents temàtiques:

1. En relació al desenvolupament del sector audiovisual destaca:

Una **voluntat per part del govern central de privatització** d'algunes cadenes de televisió autonòmiques, iniciada ja en l'àmbit de les telecomunicacions amb la privatització de Telefónica. El govern ha preparat un projecte de llei que permet privatitzar els canals autonòmics, així com la possibilitat que cada Comunitat Autònoma disposi de dues cadenes de televisió pròpies si l'espectre ho permet.

La **renovació de les llicències** vigents de televisió privada el 1999 és un repte de futur. Segons el ministeri de Foment, la seva prorrogació depèn del compromís d'adopció de la tecnologia digital per a la difusió dels seus senyals. Això comportarà, d'una banda, grans inversions en nova tecnologia per als radiodifusors i, de l'altra, la necessitat de codificadors i de nous

63. *El País*, 23 de setembre de 1997.

receptors. És a dir, una despesa per al consumidor. Aquest projecte ja ha aixecat les crítiques tant de les televisions privades com de les públiques. Així mateix, existeix la necessitat de definir el nou model de televisió hertziana tradicional.

Quant al **cinema**, el sector ha viscut un moment de renaixement que sembla estar en perill si no es destinen més diners a la producció. En aquest sentit, cal advertir que una dependència excessiva del sector en les ajudes públiques pot impedir la consolidació d'una estructura industrial sòlida. A més, s'haurà de veure si el sector està ben consolidat i podrà seguir funcionant de manera correcta quan factors complementaris com la bona marxa general de l'economia no siguin tan favorables al desenvolupament de l'audiovisual.

2. Quant a la **participació empresarial** en el sector audiovisual, tenen un paper protagonista:

Les **operadores de telecomunicacions**: d'una banda, Telefónica està jugant un paper protagonista amb la seva participació no només en el món de la televisió digital, sinó també en la televisió generalista de mans d'Antena 3. Alhora, l'agost de 1997, va entrar en el món de la producció cinematogràfica amb la compra del 33% de Lolafilms. A més la seva participació en l'àmbit de la comunicació també inclou el Grup Recoletos (20%), Sofres (25%) i fora d'Espanya, el cable argentí (Video Cable Comunicación). D'altra banda, Retevisión ha començat a invertir en el sector del cable per tal d'anar ocupant diferents àmbits del mercat audiovisual.

Els **grups empresarials procedents d'altres àmbits de la comunicació**, com el Grup Planeta, que ha comprat el 10% de Telecinco, i el Grup Godó, que ha entrat com accionista dins del projecte Atlas Catalunya de Telecinco.

3. Un altre dels reptes és el **creixement del mercat audiovisual** espanyol:

D'una banda cal saber aprofitar la importància creixent dels **Festivals** de cinema, com a plataforma de llançament i promoció del cinema espanyol; i de l'altra, la consolidació del Mercado Iberoamericano de la Industria Audiovisual (**MIDIA**) que permet a la indústria espanyola ampliar horitzons, especialment cap el mercat de parla hispana.

Quant al **mercado de la televisió**, l'arribada de la televisió digital i el desenvolupament de la televisió per cable comporten també alguns reptes. Respecte de la primera, el futur determinarà si es poden mantenir dues pla-

taformes digitals o hi haurà necessitat de fusionar-les en una sola, tot i que aquesta última opció es vegi avui improbable a causa de les diferències existents entre els diferents grups empresarials que les lideren. En relació al cable, les expectatives són grans i el seu desenvolupament determinarà en certa mesura el paisatge audiovisual espanyol.

4. En relació a la **política audiovisual**:

Un dels reptes és la recent creació d'un **Consell Superior dels Mitjans Audiovisuals**. Aquest projecte és molt diferent segons el partit polític: mentre el Partit Popular vol que sigui dependent de la Comissió del Mercat de Telecomunicacions i nomenat pel govern, el PSOE proposa un òrgan independent amb 8 membres, quatre escollits pel Congrés i quatre pel Senat, les funcions del qual serien la capacitat de vetllar pel compliment de les normes sobre contingut i publicitat i la facultat de garantir la transparència de la propietat dels mitjans audiovisuals.

Per altra banda, el **futbol** ha estat dels temes més polèmics, principalment pel que fa a la regulació de la transmissió d'esdeveniments esportius i la lluita entre les dues plataformes digitals pels drets en mans de la societat Audiovisual Sport, participada conjuntament per Sogecable i Gestora General de Medios; i continuarà tenint protagonisme. Tot i que per a la temporada '97-'98 finalment es va arribar a un acord, en el futur pròxim els drets d'exclusivitat de transmissió no només dependran de les voluntats empresarials sinó del **Consell de l'Esport**, organisme encarregat de determinar aquells esdeveniments esportius que han d'emetre's en obert.

La política audiovisual del partit Popular ha iniciat una nova etapa en el món de la comunicació però no compta amb un projecte de futur pel conjunt del sector. Fins al moment, només hi ha indicis d'una política més liberal i de caràcter privatitzador i amb una certa voluntat de crear un gran grup de comunicació afí al govern, el futur determinarà si aquests es concreten o no i, en aquest cas, s'haurà de recordar la necessitat d'una major diversitat i pluralitat en els mitjans audiovisuals.

Conclusions

Un cop realitzat aquest repàs de les principals problemàtiques i reptes, ens trobem en disposició de respondre la pregunta que fixava l'eix central del nostre article: quin futur per a la indústria audiovisual a l'Estat espanyol?.

La resposta és un futur esperançador, però cal tenir en compte les següents necessitats de:

Consolidar l'estructura industrial, aprofitant iniciatives com Mediapark i el MIDIA.

Coordinar les polítiques amb participació directa dels professionals i la creació d'organismes independents, així com una necessitat de redefinir el concepte d'audiovisual públic.

Aprofitar les noves tecnologies per a incrementar el potencial de la indústria sense oblidar que aquestes són alhora una oportunitat i un obstacle. En relació a la primera, obren nous mercats i nous serveis, però en canvi les inversions necessàries són tan altes que en ocasions es fa difícil poder-les assumir i pot perillar la viabilitat econòmica d'alguns mitjans audiovisuals.

En resum, les perspectives són bones, però dependran majoritàriament de l'increment de despeses per part del consumidor i de si la indústria sap crear vincles estables amb Europa i Amèrica Llatina.

Bibliografia

- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M^a (1997) *Imágenes de pago*, Madrid: Fragua editorial.
- BERCEIRO, S. (1996a) «Un decreto inicia los cambios de la legislación cinematográfica». A: *Telos*, n^o 47, setembre-novembre, Madrid.
- (1996b) «Consolidación multimedia de los grupos de comunicación». A: *Telos*, n^o 46, juny-agost, Madrid.
- BUSINESS WEEK (1997), «Move Over, Hollywood — Here Comes Euro TV», edició europea, 15 de desembre.
- BUSTAMANTE, E. (1997) «La crisis terminal de RTVE». A: *El País*, 17 d'octubre.
- (1993) «Del cine multimedia al audiovisual integrado». A: *Boletín de Fundesco*, n^o141, juny.
- CALISTRO, J. (1996) «La televisión digital llega con fuerza». A: *Telos*, n^o46, juny-agost, Madrid.
- COMISIÓN EUROPEA (1997) *La industria cinematográfica europea a examen. Segundo informe*, DG X/C, Brussel·les.
- (1997) *Economic Implications of New Communication Technologies on audio-Visual Markets*, març, Brussel·les.
- CONTRERAS, J.M. (1996) «Diez tendencias de evolución del mercado televisivo español». A: *Boletín de Fundesco*, n^o186, desembre, Madrid.

- DÍAZ NOSTY, B. (1996) «Los medios en la víspera digital». A: *Boletín de Fundesco*, diciembre, Madrid.
- (1996b) «Nuevo ciclo de expansión de los medios». A: *Boletín de Fundesco*, gener, Madrid.
- EGIDO, M. (1996a) «La televisión digital vía satélite, a punto de entrar en órbita». A: *Telos*, nº47, setembre-novembre, Madrid.
- ICAA (1997) *Boletín informativo: películas, recaudaciones y espectadores. Datos 1996*, Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- EXPANSIÓN (1998) «Las operadoras de cable han comprometido ya medio billón de pesetas en inversiones», 19 de gener.
- MIGUEL, J. C. (1993) *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch. Bosch Comunicación.
- OBSERVATORIO AUDIOVISUAL EUROPEO (1997) *Annuaire statistique: cinéma, télévision, video et nouveaux médias en Europe*, Conseil d'Europa, Strasbourg.

REVISTES

Las noticias de la comunicación
Screen Digest

Nota: Les últimes dades sobre el cinema espanyol les hem consultades a la pàgina web de la FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles): www.cinespain.com.