

La producció audiovisual a Europa

Sense canvis significatius, encara

Joan M. Corbella

Si és possible considerar que hi ha una activitat dins la indústria audiovisual que en els darrers temps ha mantingut unes estructures força estables en comparació amb el conjunt, ha estat sens dubte el segment de la producció. Mentre en els circuits de distribució i accés als continguts hi ha hagut un notable augment de possibilitats, donant entrada paulatinament a més i més agents, el mapa de la producció ha estat força més impermeable al canvi fins a l'actualitat, de manera que les empreses i grups dels mateixos països segueixen aportant la part principal de les obres que es realitzen, i quant al volum, sobretot en cinema no es registren novetats. Això no obstant, es detecten canvis propers més enllà de l'entrada d'algunes noves productores i les aliances empresarials que es vénen produint.

En aquest article es presenten els grans trets de la producció de cinema i televisió a Europa, amb especial referència a Espanya, s'apunten algunes explicacions del per què de la situació actual, i s'aborden algunes de les línies de canvi que ja es comencen a entreveure, encara que molt tímidament.

La producció de cinema a Europa: sobretot als grans estats, però amb algun moviment

El paisatge actual de la producció de cinema a Europa presenta una tendència marcadament continuista amb els trets característics del decenni anterior, encara que es poden introduir alguns matisos significatius respecte al pes de les indústries nacionals, en termes absoluts i en el conjunt:

- El nombre de pel·lícules de llargmetratge que es roden i s'estrenen anualment manté una línia de creixement lent però constant, i això va portar a doblar la xifra (de 614 el

1998 a 1.285 l'any 2011) en el conjunt dels estats de la Unió Europea (segons dades de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual –OEA– sobre les que es basa aquest treball¹). Aquesta tendència contrasta amb el que ve succeint als Estats Units, on es detecta un estancament relatiu, amb fluctuacions anuals al voltant de l'interval de 700-800 produccions, ja que no es pot afirmar que les 815 pel·lícules de 2011 signifiquin una tendència de creixement de la producció de llargmetratges.

- Del total europeu, els documentals (llargmetratges) cada cop ocupen un espai més important. Així, han passat d'una quota del 23% dels films produïts a la UE l'any 2007 (242 films) al 29% l'any 2011 (370 films). La ficció, no obstant, també creix, encara que en menor mesura (de 804 a 915 films) en el mateix període.

- La geografia de la producció de cinema es manté força estable, i segueix focalitzada en els cinc grans estats de l'Europa occidental (Alemanya, Espanya, Itàlia, França i el Regne Unit), malgrat els esforços de les polítiques audiovisuals de la Unió Europea (els successius programes Media, Euroimages) per ampliar la cooperació entre països a la recerca d'una indústria d'ampli abast, i amb la finalitat indirecta de consolidar indústries nacionals però amb fronteres obertes. Així, aproximadament i en conjunt, aquests cinc estats mantenen any rere any una quota del 75% de la producció de llargmetratges de ficció a Europa, i del 40% en el camp del documental, si s'imputen a cada país les pel·lícules íntegrament nacionals i les coproduccions en què les seves empreses ostenten la majoria².

- La importància –i la seva evolució– entre els grans països, però, tampoc no és uniforme. França segueix any rere any augmentant el volum de la seva producció de films (íntegrament nacionals i coproduccions majoritàries) i lidera el mercat europeu

¹ Fonts de l'OAE usades:

- European Audiovisual Observatory. *Focus 2012. World Film Market Trends*. Strasbourg: Marché du Film, 2012.

- European Audiovisual Observatory. *Statistical Yearbook*. Anual. [en línia] <<http://www.obs.coe.int/>>

Altres fonts complementàries:

- Centre National du Cinéma et de l'Image Animée. [en línia] <<http://www.cnc.fr/web/fr/index>>

- Ernst & Young i Forum d'Avignon. *Maîtriser le tempo: Orchestrer la relation entre le temps et la valeur dans l'industrie des Médias et du Divertissement*. Ernst & Young, 2012. [en línia] <<http://www.forum-avignon.org/fr/etude-ernst-young-pour-le-forum-d-avignon-0>>

- Lechevallier, Pascal. *Blog: Digital Home Revolution*. [en línia] <<http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/>>

² No és possible fer una mesura més exacta d'aquesta magnitud, ja que les sèries estadístiques de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual per a alguns països són incompletes i en alguns casos no distingeixen ficció i documental, i d'altra banda perquè el Regne Unit va modificar els criteris d'elaboració de l'estadística sobre cinema, i en els darrers anys exclou dels còmputos els films amb un pressupost inferior a les 500.000 lliures, per la qual cosa el seu pes real en el conjunt queda distorsionat.

amb el 20% del total de títols anuals, tot i que perd quota en el terreny del documental (baixant fins al 8%, per l'augment força generalitzat de produccions en molts països). Alemanya, en canvi, aporta poc més del 10% dels títols de ficció, i amb una baixada significativa els darrers anys, però en canvi manté un pes superior al 20% quant als llargmetratges documentals, i això li atorga un pes important en el conjunt de la indústria europea. Itàlia (al voltant del 15%) i Espanya (sobre el 19%), tot i la crisi econòmica que travessen, mantenen també la seva estabilitat quant a l'aportació a la indústria europea del cinema fins al 2011. Finalment, el Regne Unit³ manté una quota al voltant del 10% del total europeu de títols, amb força estabilitat en el darrer període. Cal tenir en compte, però, el pes en aquest país de les produccions de baix pressupost, no comptabilitzades (vegeu nota 1) i de les produccions vinculades als Estats Units però industrialment i estadísticament britàniques.

- Pel que fa als altres països considerats per l'OEA, la distància de les seves indústries de cinema respecte als cinc grans és enorme, com ho testimonia que pràcticament en cap cas se superen els 40 títols de ficció anuals de producció nacional o coproducció majoritària. Malgrat tot, els darrers anys han augmentat la seva capacitat industrial (nombre total de títols en què han participat) sobretot Turquia, Suïssa, Holanda, Àustria i Hongria, per l'augment de les produccions de ficció íntegrament i majoritàriament nacionals, però segons els casos també per l'activitat minoritària en ficció o per l'activitat en el documental. Cal destacar també els casos de Noruega i –en menor mesura- Polònia, on la participació total no ha augmentat significativament, però sí que han millorat la seva capacitat de producció íntegrament o majoritàriament nacional. Finalment, si es té en compte únicament com a indicador qualsevol forma de presència en la producció (inclou, per tant, les coproduccions minoritàries), altres països s'afegeixen a la senda del creixement de la seva indústria cinematogràfica: la República Txeca, Bèlgica (malgrat baixar en ficció nacional no minoritària i documental), Finlàndia, Estònia (malgrat la davallada en ficció) i Luxemburg. Des de la perspectiva inversa, els països que perden pes dins d'Europa, per la reducció d'activitat o estancament en diversos àmbits són Suècia, Irlanda, Eslovènia i, sobretot, Grècia, amb una reducció enorme de la seva activitat cinematogràfica.

³ British Film Institute. *Statistical Yearbook*. Anual. [en línia] <<http://statisticalyearbook11.ry.com/?id=82736>>

- És possible plantejar un **mapa europeu de l'activitat de producció de cinema**, a la vista de l'evolució de la participació i volum d'activitat de les indústries nacionals. Amb aquest objectiu s'han seleccionat tres indicadors que complementàriament ofereixen un retrat simple però revelador del potencial de cadascuna: a) Nombre de títols de ficció de producció nacional íntegra o majoritària (identifica la capacitat del sector de fer projectes amb un pressupost considerable); b) nombre de documentals en què ha participat la indústria del país (en aquest cas, pel seu pressupost inferior, es destaca la capacitat d'intervenir en projectes sense distingir el grau de participació de la indústria nacional), i c) participació total en projectes de llargmetratges, amb independència del grau d'intervenció (permet avaluar el grau de dinamisme de la indústria, sobretot per al països petits). La combinació dels tres indicadors permet establir la tipologia següent, que no té en compte les dimensions demogràfiques de cada país, sinó únicament la seva capacitat de producció.

Tipologia de les indústries nacionals europees de producció de cinema:

1. Països amb una gran indústria de producció de cinema. França, Alemanya, Regne Unit, Espanya i Itàlia.

Es tracta de països amb una participació totalment o majoritàriament nacional en més de 90 films de ficció, de mitjana anual; que participen també en general en més d'una trentena de documentals anuals, i en total se situen clarament per sobre del centenar de produccions sumant tot tipus de participació.

2. Països d'indústria de producció de cinema mitjana. Països amb una activitat de producció significativa en almenys dos dels indicadors utilitzats.

2.1. Indústria mitjana superior: Turquia i Suïssa.

Països amb producció íntegrament o majoritàriament nacional superior a 40 títols anuals (Suïssa no hi arriba), intervenció en més de 20 llargmetratges documentals anuals i intervenció en almenys 60 produccions en qualsevol modalitat (inclosa minoritària) (en aquest darrer indicador cal afegir les indústries de Bèlgica i Holanda, que no compleixen els altres dos requisits)

2.2. Indústria mitjana: Bèlgica, Holanda, República Txeca, Suècia, Dinamarca, Hongria i Polònia (excepte en documentals, tots tres), Àustria i Irlanda (excepte en ficció nacional).

Països amb producció íntegrament o majoritàriament nacional entre 20 i 40 títols anuals, intervenció en una xifra entre 10 i 20 llargmetratges documentals anuals i entre 30 i 60 produccions en total, en qualsevol modalitat (inclosa minoritària).

3. **Països d'indústria de producció de cinema petita.** Finlàndia, Grècia, Letònia, Noruega, Portugal, Romania.

Es tracta de països que compleixen dues de les condicions següents: tenen una producció íntegrament o majoritàriament nacional d'entre 10 i 20 films anuals de mitjana, participen en una xifra entre 5 i 10 documentals anuals, i la participació de qualsevol forma de les seves productores en llargmetratges se situa entre 15 i 30 títols anuals.

4. **Països d'indústria de producció de cinema feble.** Croàcia, Lituània, Luxemburg, Eslovàquia, Eslovènia, Bulgària.

Són països que tenen una indústria que participa en menys de 10 llargmetratges de ficció de forma majoritària o total, en menys de 5 documentals anuals i, en total, en menys de 15 títols, de mitjana.

5. **Països sense activitat continuada de producció de cinema.** Xipre, Malta i Macedònia.

El sector de la producció de cinema a Europa

D'acord amb les dades de l'OEA (procedents de les estadístiques nacionals), els pressupostos de producció del cinema europeu es mantenen molt baixos en comparació amb el que és habitual als Estats Units, malgrat que els darrers anys han entrat amb força en el sector les productores propietat o vinculades als operadors de televisió, i malgrat el pes de les *majors* a través de les seves filials europees (sobretot al Regne Unit i, en menor mesura, a França).

En el país líder d'Europa en cinema, França, la mitjana dels pressupostos de producció de llargmetratges se situa els darrers anys en 5,5 milions d'euros, i la majoria dels títols se situen al voltant dels 4 milions, una xifra que va pujant els darrers anys. Per contra, a Alemanya els pressupostos mitjans estan estancats al voltant dels 4,1 milions per títol. El mateix estancament es produeix a Espanya, però amb un pressupost inferior, de 2,5 milions (però sense comptar els films de baix pressupost en la mostra

utilitzada). A Itàlia, els pressuposts mitjans se situen, també sense massa variacions, al voltant dels 3 milions d'euros, però amb un tret important: mentre en les produccions nacionals la mitjana és de 2,2 milions, en les coproduccions internacionals el pressupost s'ha anat reduint fins als 6,3 milions de mitjana per títol. Un cas a part és el del Regne Unit, pel seu rol tradicional de factoria europea de la producció dels Estats Units. Així, les pel·lícules vinculades a aquest país tenen els pressupostos més alts de la Unió Europea, amb xifres entre 20 i 25 milions d'euros per títol, mentre que les coproduccions europees –amb pressupostos a la baixa– se situen a l'entorn dels 4 milions, i les estrictament nacionals britàniques –també a la baixa– s'acosten al pressupost mitjà d'1,4 milions.

Pel que fa a la tipologia d'empreses que participen en la producció de cinema a Europa, de l'explotació que fa l'OEA de la base de dades Lumière sobre els films de tots els països i els resultats econòmics de les companyies de cada país, se'n desprenen algunes dades altament significatives:

- La producció té un valor econòmic reduït en el conjunt de l'activitat cinematogràfica, com ho prova que entre les 10 empreses amb més ingressos, només hi ha la francesa Pathé que intervingui en producció, a més de quasi tot el ventall de negocis (exhibició, distribució, gestió de drets, vídeo i televisió) i la filial cinematogràfica de la televisiva RAI italiana (que opera en els camps de la producció i dels drets de cinema). Si s'amplia l'abast fins a les 40 primeres empreses, n'hi ha 16 que tenen activitat –entre altres– en la producció de cinema, però la majoria són filials de les cadenes de televisió o bé productores de televisió al mateix temps. D'altra banda, entre les 40 grans corporacions europees, setze són filials de grups audiovisuals no europeus amb activitats múltiples en el sector (13 són filials de companyies dels estats Units). En contrast, són escassos els grups europeus amb integració vertical producció-distribució-exhibició, la qual cosa afebleix la indústria europea en el mercat audiovisual mundial. Alhora, entre les grans companyies de capital europeu, 6 són propietat o estan controlades per operadors de televisió.

- A la majoria dels països, les productores de cinema propietat dels operadors de televisió van proliferant, per a aprofitar favorablement les polítiques nacionals i europees respecte a l'audiovisual. És el cas espanyol, on les filials de Mediaset-

Telecinco i d'Antena 3 vénen acaparant el protagonisme en el sector, pel volum de títols en què participen com a productores i per la seva capacitat de participar activament en la promoció dels títols pels que aposten, situant-los de manera sistemàtica entre els més vistos a les sales d'exhibició. Amb tot, aquestes dues empreses encara són lluny, en termes de facturació, de les productores equivalents de la RAI (Rai Cinema) i Mediaset (Medusa Films) a Itàlia, i de la televisió pública alemanya ARD (Bavaria Films), i més a prop de la francesa TF1, però per damunt de les franceses pública (France Télévision) i privades (Canal+ i M6) i la britànica Channel Four.

- Quant a les productores de cinema independents, la perspectiva europea mostra una variabilitat important en la facturació d'un any a l'altre, i això posa de relleu les dificultats de mantenir una estructura de gran solidesa. Per això, l'equilibri econòmic més gran el tenen, sobretot, les corporacions que actuen amb integració vertical entre producció i distribució i diversifiquen així les fonts d'ingressos. D'acord amb les dades de l'OEA per a l'any 2010, el predomini de la indústria francesa dins d'Europa – esmentat abans quant als títols produïts i també pel que fa a la participació entre les grans corporacions audiovisuals d'Europa i la fortalesa de les filials de cinema de les televisions– es reflecteix entre les productores independents: la meitat de les trenta primeres per facturació tenen aquesta nacionalitat, per sis d'italianes, tres alemanyes, tres britàniques i una sueca. Cap productora espanyola consta entre les primeres del rànquing, completant la idea esmentada sobre la preponderància de les televisions en la producció de cinema a l'estat espanyol.

- Un cas diferent és el de les empreses creades per a la producció de films únics, figura molt habitual en tots els països. El treball estadístic de l'OEA posa de manifest (per als anys 2008 i 2009, últims disponibles) que aquesta fórmula és sobretot usada per les *majors* dels Estats Units, atès que són les filials d'aquestes empreses al Regne Unit les que ocupen la major part dels 25 primers llocs d'acord amb la facturació assolida per les pel·lícules que han realitzat (i entre les 25 només una és francesa, essent la resta britàniques).

La comercialització de la producció en les sales de cinema: pocs canvis

Una visió completa sobre la qüestió de la producció de cinema a Europa ha d'incloure també la referència a les condicions de comercialització de les pel·lícules. A la pràctica totalitat dels països la composició de la indústria de distribució i la naturalesa de les empreses que hi participen té unes conseqüències importants en les possibilitats de posar en circulació la producció nacional al costat dels films d'importació (també, però en menor mesura, hi afectarà l'existència de grans grups d'exhibició amb capacitat de negociació amb els grans de la distribució).

El control de la distribució, per al conjunt d'Europa és cosa sobretot de les grans corporacions nord-americanes i de les corporacions televisives europees, deixant poc espai a les empreses autòctones originàries del sector a Europa. En el segment de la distribució per a sales, el predomini de les *majors* dels EUA és aclaparador, ja que són filials seves 24 de les 40 primeres empreses del sector a Europa. Al seu costat, 6 empreses més estan vinculades a operadors de televisió. Com a conseqüència d'aquesta situació, les empreses vinculades directament a les *majors* tenien l'any 2010 una quota de mercat del seu negoci del 80% al Regne Unit, del 75% a Espanya, del 67% a Alemanya, i poc per sobre del 50% a Itàlia i França, països que compten amb distribuïdores d'origen nacional situades també entre les grans d'Europa (Medusa Film i Pathé, respectivament). En la resta dels estats, són habituals xifres del 50-60% de quota per a les *majors*.

Si aquest estat de coses en la distribució es va mantenint des de fa decennis, també –i amb coherència amb el que s'ha plantejat– des la perspectiva dels resultats de la comercialització del cinema europeu segueixen pràcticament invariables des de fa anys dues característiques. La primera, el fet que el mercat nacional propi és encara a la base de l'economia de les produccions a tot arreu, atès el baix nivell d'exportació que assolixen. La segona, l'escàs pes que té el cinema europeu en el negoci mundial de l'exhibició en sales.

Un estudi recent de l'OEA⁴ –realitzat sobre les dades d'exhibició en les sales dels 27 països de la Unió Europea i els deu principals mercats mundials (fora de la UE) l'any 2010– ofereix uns resultats que permeten entendre aquesta situació:

- Només 103 films de la UE van ser exhibits en almenys un d'aquests deu mercats exteriors a la UE, sobre un total de 1.281 títols estrenats en un dels 37 països considerats (això representa el 8%)⁵.
- Només el 19% de les entrades venudes pels films europeus va ser fora del vell continent (70,4 milions sobre un total de 378 milions d'entrades). A més, el nombre d'entrades venudes del cinema europeu fora dels 27 va caure un 16% respecte a l'any 2009.
- El 62% dels ingressos exteriors del mercat europeu de cinema es van generar als Estats Units, mentre el 38% restant es reparteix entre els altres nou mercats.
- França va aportar el 33% dels títols que van aconseguir ser exhibits en els deu mercats de fora d'Europa l'any 2010 (estrenes i altres), amb 150 films.
- En nombre d'entrades venudes, el cinema britànic va obtenir més èxit, i amb 25 milions d'entrades representa el 36% del total aconseguit pel cinema europeu fora del seu territori.
- El cinema europeu va aconseguir una quota del 26% del consum en sales en la suma dels 27 estats de la UE, però en els altres deu mercats només va obtenir una quota del 3%.

En el mercat nord-americà (Estats Units i Canadà), l'escassa atenció al cinema europeu és habitual, com ho prova el fet que només els films francesos han aconseguit dues vegades acostar-se al 2% de quota de mercat en les sales (2005 i 2009), mentre que la resta de cinematografies nacionals no han aconseguit mai arribar a l'1%, tret de la britànica. En aquest cas, l'existència de films amb finançament dels Estats Units ha fet possible que habitualment obtingui entre el 3% i el 4% del mercat (l'any 2005, puntualment, amb el 8,5%). Si es compten les pel·lícules estrictament britàniques, la quota no ha superat els darrers anys mai el 3%.

⁴European Audiovisual Observatory: "Theatrical Export of European Films" (octubre 2012). Vegeu resum de premsa a http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/theatrical_report.html. L'estudi analitza els estats de la UE, més Estats Units amb Canadà, Austràlia, Argentina, Brasil, Xile, Colòmbia, Corea del Sud, Mèxic, Nova Zelanda i Veneçuela.

⁵Com a referència, d'acord amb les dades de l'OEA (2011), la presència en almenys un país europeu del cinema produït anualment als Estats Units se situa els darrers anys sempre per damunt del 30% dels títols estrenats.

Si la presència del cinema europeu fora de la UE presenta aquests resultats, l'altra característica quant a la seva implantació -com s'ha indicat més amunt- és la gran importància del consum nacional de les pel·lícules i, per tant, la gran dependència que en termes generals té la producció europea dels propis mercats nacionals d'origen. Lògicament, en funció de les dimensions demogràfiques de cada país, això té conseqüències transcendents respecte a la possibilitat de construir una indústria nacional sòlida i afavoreix al seu torn les cinematografies dels grans estats. D'acord amb les dades de l'OEA per als darrers anys, a França, Alemanya, Espanya i Itàlia la quota d'entrades venudes en la resta de països membres de la UE oscil·la habitualment entre el 17% i el 35% del total de la UE. En conseqüència, el mercat nacional aporta almenys dues terceres parts del consum dels films en les sales, i això juntament amb l'escassa presència fora d'Europa confirma la idea que encara avui el cinema europeu manté unes fronteres molt importants, almenys en els grans països productors. L'excepció a aquest fenomen és el Regne Unit, que obté el voltant del 60% de les entrades europees fora del seu territori, per les peculiars característiques de la seva indústria, connectada amb la dels estats Units.

Pel costat de l'oferta d'estrenes de llargmetratges a les sales es pot oferir una visió complementària de les dificultats de presència de la producció europea més enllà dels territoris nacionals. Si als Estats Units al llarg de la darrera dècada les produccions nacionals van significar entre el 86% i el 94% de les estrenes, per un interval entre el 4% i el 12% d'europees, al vell continent la situació és ben bé a la inversa: les produccions dels EUA copen per regla general entre el 60% i el 80% de les estrenes en sales, amb situacions extremes com Portugal (83-92%) i -per la banda baixa- França, on el cinema nord-americà representa només entre el 44% i el 62% de les estrenes de llargmetratges. Paral·lelament, el cinema nacional té una quota del 28% al 45% de les estrenes a França, amb diferència la més alta entre els països europeus: entre els altres grans estats Alemanya té una quota d'estrenes nacionals al voltant del 20% (amb un any rècord en el 27%), a Espanya oscil·la entre el 10% i el 18%, i a Itàlia i el Regne Unit l'interval, més ampli, se situa entre el 15% i el 30% de les estrenes. En la resta dels països, amb una capacitat de producció molt inferior, les quotes nacionals són lògicament més baixes, en general amb resultats comparables als d'Espanya i Alemanya.

Entre les produccions nacionals i les dels Estats Units, a la producció europea no nacional li queda un espai molt reduït per a tenir presència en les sales d'estrena. De forma general, els intervals de la darrera dècada se situen entre el 7% i el 20% per a quatre dels grans països productors (Espanya, França, Alemanya i Itàlia), mentre que al Regne Unit el cinema europeu té una presència de les més baixes entre els països del vell continent: entre l'1% i el 9% de les estrenes. Com és previsible, en els estats amb menys producció, la quota europea augmenta i se situa ordinàriament entre el 10% i el 30% de les estrenes de llargmetratges.

Els altres circuits de distribució i accés al cinema

Si la primera finestra de distribució del cinema, les sales, presenta les dificultats que s'han exposat per a la difusió del cinema europeu, la dinàmica dels successius circuits on pot ser present d'acord amb la cronologia d'explotació tradicional (sales, vídeo-DVD, televisió de pagament, televisió en obert) no resulta molt propícia a facilitar-li les coses, sobretot pels canvis que experimenta el mitjà televisió a tot arreu i per les dificultats d'encaixar el nou circuit del vídeo a la demanda (VOD, per les sigles en anglès) en l'ecosistema audiovisual que es configura amb l'aparició d'internet i les xarxes de banda ampla.

La indústria videogràfica és el cas clar de circuit en clara regressió pel que fa al volum d'activitat a tot arreu, amb implicacions diferents per a la indústria de producció dels EUA i europea. Als Estats Units, el lloguer i venda de còpies físiques ha estat des dels anys 1980's un puntal en el finançament de les produccions de cinema, al costat dels ingressos de les sales, la televisió i les vendes internacionals. Però l'auge dels sistemes de distribució en línia (VOD), ja sigui per exemple a través del sistema iTunes d'Apple, del videoclub per correu Netflix reconvertit al VOD o de la botiga electrònica d'Amazon, amb les seves polítiques de preus atractius han rebaixat els recursos econòmics que les *majors* i les altres productores-distribuidores percebien dels clàssics negocis de venda i lloguer de vídeos, amb Blockbuster al capdavant. Aquesta dinàmica, juntament amb la proliferació de *websites* i aplicacions d'accés il·legítim sense pagar ("pirateria") a les pel·lícules ha portat les grans corporacions de l'audiovisual a forçar dues línies d'actuació per a protegir el model d'explotació amb el que han funcionat: per

un costat, plantejant un circuit propi de distribució a internet (Ultraviolet) en competència amb els esmentats, i per l'altre a intentar alterar el proteccionista mecanisme de cronologia seqüencial de les finestres audiovisuals, reduint el temps d'espera entre la sala i el vídeo, físic i *on line*⁶.

Del costat europeu, el problema es planteja en termes substancialment diferents. En primer lloc, perquè la indústria de còpies físiques de vídeo-DVD és controlada en els seus punts neuràlgics sobretot per empreses foranes, i en segon lloc perquè els films que dominen en aquest circuit són fonamentalment dels Estats Units. En conseqüència, per a la indústria de la producció europea, la progressiva substitució del negoci de còpies físiques (videoclubs) pels més recents sistemes de VOD no té les expectatives de relleu de negoci com als EUA, sinó essencialment la d'intentar ocupar un espai de partida millor en el nou circuit que el que va tenir mai en el vídeo, per a procurar que sigui una via d'explotació útil en el futur per ampliar la seva presència pública.

Algunes dades confirmen la situació. A Europa, 19 de les trenta primeres empreses de la indústria del vídeo, quant a facturació, són editores/distribuïdores filials de les *majors* dels EUA, i una altra és filial d'una corporació índia. De la resta, cinc són filials d'operadors televisius (OEA, 2011). Com a negoci, però, des del 2005 ve disminuint la seva fortalesa, ja que des de la xifra màxima assolida el 2005 havia perdut més del 40% l'any 2010, afectat sobretot per una reducció pràcticament a la meitat del nombre de còpies llogades (de 707 milions el 2005 a 354 el 2010) i una davallada també en la venda de còpies, encara que menor (13% des del màxim de 2007).

El cas espanyol també il·lustra aquesta brutal davallada de la finestra vídeo: si l'any 2001 es van llogar 3.054.000 còpies de pel·lícules, deu anys després foren únicament 370.000, mentre que les 20.818.000 unitats venudes el 2001 van passar l'any 2011 a menys de la meitat: 9.464.000⁷. Pel que fa a la nacionalitat de les produccions en els formats vídeo, també la situació espanyola és paradigmàtica del que esdevé a tot Europa: l'any 2011, el 51% dels títols presents en vídeo (1.208 sobre 2.380) eren dels

⁶ La demora de 166 dies entre l'estrena en sala i en DVD de l'any 2000 ja s'havia reduït fins a 125 dies de mitjana l'any 2011, essent encara superior a les de França i Regne Unit (120 dies), Alemanya i Itàlia (90 dies), d'acord amb estudi de la consultora Ernst & Young (2012).

⁷ SGAE: *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2012*. 2012. [en línia] <<http://www.anuariosgae.com/anuario2012/home.html>>

Estats Units, per un 24% d'espanyols (567 films) i un 25% de films de la resta d'Europa.

Pel que fa a l'alternativa del negoci de distribució i comerç *on line* del cinema a través de les múltiples iniciatives de vídeo a la carta (VOD), la perspectiva europea no és tampoc molt favorable a priori a les indústries de producció nacional. Malgrat les múltiples iniciatives existents a tots els països, hi ha almenys una dificultat que actua de barrera per a la seva popularització: la construcció de catàlegs d'oferta cinematogràfica amplis i atractius (que incloguin, a banda del cinema nacional, produccions recents dels Estats Units, i que per efecte arrossegament estimulin també la visió de films del país). Aquest fet, juntament amb la importància de la inversió en promoció, inabastable per a moltes de les iniciatives, i la popularització dels llocs web pirates d'accés a l'audiovisual, ha provocat que als VOD autòctons i amb vocació per al cinema europeu i independent (model Filmin, per exemple) els costi fer-se un lloc en el sistema audiovisual, com va passar al seu dia en els formats de vídeo físic, on les empreses europees han estat sempre minoria.

En conseqüència –i com ja s'ha vist amb el desembarcament en el cas britànic i als països escandinaus i previsiblement passarà en els propers anys als altres grans estats d'Europa– l'accés al VOD estarà copat principalment per les empreses veteranes dels Estats Units (iTunes d'Apple), per la reconvertida en VOD de subscripció amb tarifa plana Netflix, per l'absorció de les iniciatives europees per empreses dels EUA (Love Films per part d'Amazon), i potser pels nous gegants d'internet (Google, Facebook) i les seves botigues electròniques.

El cinema a la televisió

La tercera finestra d'accés al cinema ha estat tradicionalment la televisió. I en aquest cas, també s'entreveuen unes tendències de canvi en el panorama que afronta la indústria cinematogràfica. Pel que fa a les productores, pel fet que progressivament els operadors televisius han anat agafant protagonisme en el sector, substituint les compres de drets d'antena per acords de coproducció. Si la primera figura és una actuació industrialment “passiva” (encara que sense l'acord amb un operador televisiu

habitualment no s'inicia cap rodatge, tret dels de molt baix pressupost, i per tant això ja atorgava a canals públic i privats un poder d'intervenció gran), involucrar-se en la producció els ha portat a augmentar la seva capacitat de dirigir la inversió econòmica als projectes que determinen, i a afegir-hi la possibilitat de posar-hi al seu servei la capacitat promocional que tenen.

El cas espanyol, un dels països europeus en què (des de 1999) les televisions estan obligades normativament a invertir en cinema, il·lustra aquesta dinàmica (dades del Ministeri de Cultura⁸): l'any 2011, Antena 3 (amb 14 films) era la segona productora amb més recaptació, darrere l'empresa de Santiago Segura (productor de la saga *Torrente*); Mediapro era la quarta (6 films) i Telecinco la seguia (13 films). L'any anterior, Antena 3 (11 films) liderava, seguida de Globomedia –grup Imagina (Mediapro)– amb 6 films; i Telecinco ocupava la sisena posició (13 films). Els dos anys anteriors, era Telecinco qui encapçalava la llista, seguida d'Antena 3, etc.

El protagonisme directe (producció) o indirecte (finançament) dels operadors de televisió en el terreny de la producció té efectes contradictoris. Per un costat ha suposat una injecció de recursos econòmics al sector, però per l'altre l'ha abocat ja des de fa anys a una supeditació molt gran envers les necessitats, estratègies i dinàmiques de la televisió. Així, no només orienten en la direcció que els interessa el negoci de la creació cinematogràfica sinó que –i és el més important– l'aplicació de les obligacions de finançament al cinema (sense invertir-hi més de l'imprescindible legalment) fa la producció totalment dependent dels avatars econòmics de la televisió. En el moment actual, la reducció d'ingressos publicitaris que experimenten els operadors televisius provoca una retallada directa dels recursos que destinen al cinema, i això sumat a les revisió de les polítiques de subvencions a la producció, afecta profundament les perspectives del sector de la producció de pel·lícules, com és el cas espanyol dels dos darrers exercicis.

Des d'una altra perspectiva, la de la televisió com a circuit de difusió i accés al cinema, i amb la cautela imprescindible en parlar d'un terreny com el de la programació, sotmès a canvis d'estratègies i girs copernicans amb relativa rapidesa, es

⁸ Ministerio de Cultura. *El cine y el vídeo en datos y cifras*. Anual. [en línia] <<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Evolucion/MercadoCine.html>>

pot considerar que també hi ha una tendència ressenyable, que pot influir de forma diferida en el sector del cinema. Es tracta que les cadenes generalistes tradicionals redueixen l'emissió de films, al mateix temps que engreixen les graelles de programació amb ficció seriada (sèries, minisèries) i telefilms.

El cas ben recent dels estats Units és revelador: entre les quatre grans *networks* (ABC, CBS, NBC i Fox) van programar la primera meitat de 2012 únicament 19 pel·lícules⁹. Les causes, per als analistes, apunten d'un costat a que programar sèries de "pressupost cinematogràfic" fidelitza l'espectador i facilita la comerciabilitat de les graelles, i per l'altra que el cinema ja és present directament a les pantalles domèstiques a través d'altres circuits. El més nou, els múltiples serveis de VOD, que tenen gran implantació al país (Netflix, més de 20 milions de subscriptors només als Estats Units, encara que el seu catàleg tingui pocs *blockbusters* recents); però tradicionalment el cinema també s'ha ofert a través de les xarxes de televisió per cable, en les quals els darrers anys han agafat molta importància els canals dedicats a la ficció (sèries i films)¹⁰. I la tercera gran finestra cinematogràfica a la televisió dels EUA són els petits canals generalistes en anglès i els emergents canals hispànics, que en total la primera meitat de 2012 havien programat 1.337 films (per 1.217 un any abans)¹¹. En conseqüència, la pèrdua d'ingressos televisius a les grans *networks* per al cinema de les *majors* queda compensat per l'eclosió en un ventall creixent de circuits televisius i digitals. D'altra banda, des de mitjans dels anys 90 aquestes corporacions han multiplicat per cinc els ingressos per venda de sèries a tot tipus de clients (televisions, VOD, videoclubs) mentre perdien interès pel negoci del cinema a la televisió.

A Europa es produeix d'una forma més difusa i irregular un fenomen similar, d'arraconament del cinema de les grans cadenes de televisió per a refugiar-se sobretot en els canals temàtics, ja sigui a través de xarxes de cable o plataformes de satèl·lit o bé en l'espai dels nous canals de la TDT gratuïts, mentre que els serveis de VOD estan lluny d'esdevenir rivals de la programació televisiva com als EUA. França, amb la recent eclosió de la multiplicació de canals de TDT, o Espanya, amb una trajectòria una mica més llarga ja, són mostres d'aquesta situació. En el mapa televisiu espanyol, els casos de Telecinco i TV3 són els qui segueixen la pauta indicada, ja que Telecinco va

⁹ Ítem: *Screen Digest*, novembre 2012.

¹⁰ Ítem: *Screen Digest*, juny 2012.

¹¹ Ítem: *Screen Digest*, novembre 2012.

passar de programar 203 films l'any 2008 a 153 dos anys després; i TV3 de 1.208 l'any 2008 a quasi la meitat –605 films– l'any 2010. La resta de canals ha vingut fent el contrari i en el mateix període Antena 3 ha augmentat de 448 a 676 els títols inclosos; TVE1 ha passat de 517 a 765, i el mateix han fet la majoria de canals autonòmics¹². L'ús del cinema com a recurs estratègic a preu assequible de la programació en temps de crisi ha acostat totes aquestes cadenes –així com les noves gratuïtes de TDT i les temàtiques de pagament– al model descrit per als Estats Units.

La presència encara massiva del cinema a les graelles de programació, però, ha beneficiat relativament poc a les productores espanyoles (i europees). La suma dels canals de televisió públics i privats va oferir a Espanya el 2008 un total de 14.542 pel·lícules amb un repartiment de 69% d'origen nord-americà, 9% espanyoles i 17% de la resta d'Europa. I l'any 2010, les 15.406 pel·lícules emeses van donar un balanç encara millor per al cinema EUA (72%), per un 9% l'espanyol i el 14% l'europeu.

La producció per a televisió, alguns canvis

En coherència amb el que s'ha exposat de pèrdua de pes del cinema en els canals principals de televisió (tot i l'anomalia espanyola), l'estratègia de les televisions està conduint a la convergència entre productores de televisió i productores de cinema en un nou terreny mixt i compartit, amb fronteres desdibuixades i totalment permeables i en el qual tota la gamma de professionals passa d'un costat a l'altre sense dificultat.

En aquest nou marc, la producció audiovisual va quedant cada cop més en mans de corporacions que s'han adaptat ràpidament a treballar per a les dues antigues indústries (i per a la publicitat) i han anat creixent, sovint de forma conglomeral, a partir de l'absorció de petites i mitjanes productores de cinema, televisió o especialitzades (efectes, postproducció, etc). Al seu costat, el nou paisatge audiovisual permet reconèixer encara l'existència de productores cinematogràfiques d'escassa dimensió, i amb excursions cap al telefilm de cost reduït per a mantenir l'activitat davant la dificultat d'aixecar projectes de cinema. De la mateixa manera, segueix existint un

¹² EGEDA. *Panorama audiovisual 2011*. Madrid: 2011.

reguitzell de petites productores televisives, amb la inestabilitat funcional i econòmica que es correspon amb un sector on hi ha molt pocs operadors-clients per a contractar-les.

A escala europea, el mercat de la producció televisiva té dos grans noms, associats als dos principals grups operadors de canals. El primer, Fremantle, una corporació amb ramificacions en forma de productores nacionals a molts països, que és propietat del grup alemany RTL (Bertelsmann), que alhora és el grup mediàtic amb més cadenes de televisió privada en el conjunt de la Unió Europea. El segon, Endemol, igualment amb un ventall ampli de filials per diversos països, adquirida pel grup Mediaset (Berlusconi). A molta distància d'aquests dos quant a ingressos econòmics, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual (OEA, 2011) situava el grup Imagina (Mediapro-Globomedia), per damunt de la filial de producció televisiva del grup Murdoch al Regne Unit (Shine), les també britàniques All 3 Media i ITV Studios o el grup italià Zodiak (filial de De Agostini, soci a Espanya del Grupo Planeta a Antena 3 i altres negocis audiovisuals).

La transició cap a un nou paisatge audiovisual digital a Europa, també en la producció

Amb les dades que s'han exposat, es pot concloure que la producció cinematogràfica (i audiovisual, en general) europea es troba en un estadi incipient de transició cap a un nou paisatge, amb un considerable retard respecte al que succeeix als Estats Units almenys en dos sentits. El primer fa referència a la proliferació de circuits alternatius als clàssics d'accés al cinema (sala, vídeo i televisió), molt més lenta i a més a més amb una perspectiva a curt termini de calcar-hi el domini dels distribuïdors nord-americans de cinema però amb nous agents (serveis de VOD). El segon retard fa referència a la dificultat de generar aquests agents audiovisuals que puguin intentar introduir una competència al domini dels Estats Units en tota la cadena de valor del cinema, almenys pel que fa a la prestació dels serveis emergents: intents des de les televisions, des del operadors de telecomunicació o des de les grans empreses de comerç europees no han reeixit fins al moment. I caldrà veure si ho aconsegueixen, ja que per a serveis que basen la seva viabilitat en grans nombres de clients, les barreres nacionals

als mercats europeus del cinema fan difícil que hi hagi solucions no-nacionals que no provenguin dels qui, al final, subministren la part principal dels catàlegs.

El nou paisatge per a la producció es caracteritza també per l'aparició de múltiples serveis i circuits de tot tipus, sobre tecnologies diverses i models de negoci dispers, però molts enfocats a nínxols reduïts d'usuaris, un terreny en el que la producció i els agents europeus podrien tenir espai. Precisament, una de les claus de la viabilitat rau en el fet que la proliferació de circuits allarga el temps real d'explotació de les produccions cinematogràfiques.

Ara bé, és cert que en aquests nous serveis el cinema ha de competir per resultar atractiu des d'un mateix catàleg compartit amb la ficció i altres produccions televisives (shows, *realities*, concursos etc.), i no és una missió senzilla tenint en compte la reorientació dels pressupostos televisius que s'ha descrit i la promoció de la seva producció a través de les pròpies emissions. L'experiència dels darrers temps en el sector del vídeo (còpies físiques) amb l'arraconament de la venda de films pel desplaçament sofert per l'atractiu dels *packs* de capítols de sèries de televisió, i l'experiència ja acumulada als Estats Units, permet intuir un horitzó semblant en els serveis de VOD.

Un altre element que està canviant fa referència al mapa d'actors involucrats en la producció audiovisual, un cop integrada ja la cinematogràfica, encara que tingui la seva autonomia per l'especificitat de les coses que no canvien en la seva activitat (són obres úniques, amb les quals s'arrisca en cada cas, i necessiten una promoció individualitzada). A les *majors*, veritables conglomerats que han eixamplat la seva activitat a tots els dominis del cinema i la televisió, i als operadors europeus de televisió involucrats en la producció voluntàriament o a la força, s'hi van sumar provisionalment des dels anys noranta els operadors de telecomunicacions (Telefónica, France Telecom, etc.). Aquests, també obligats per llei i/o per una estratègia de facilitar l'existència de continguts per a les plataformes de televisió de pagament que volien implantar, han estat una peça cabdal de la producció de cinema fins al present. Però això està canviant altre cop: emergeix un nou rang d'actors que procedeix de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), i que després d'implantar dispositius i serveis de tot tipus, s'estan començant a preocupar per finançar la producció audiovisual

(entreteniment, sèries de ficció, de moment, però amb el temps pot arribar a pel·lícules); per introduir un canvi substancial en la seva funció dins el paisatge audiovisual: deixar de ser enèssimes finestres passives d'exploració de sèries i films per a passar a disposar de catàlegs originals en primera finestra. És el que han anunciat el 2012 Hulu (propietat de Fox, Disney i NBC) amb la sèrie *House of cards*, que s'estrenarà el 2013, o Love Films (Amazon) amb la sèrie Lilyhammer, però també YouTube (Google) amb la posada en marxa de “canals” propis als Estats Units, i a partir de 2013 també a França, Alemanya i el Regne Unit, encarregats en molts casos a productores independents i associades a televisions de cada país.

Conclusió

A mode de conclusió, per tant, cal indicar que a Espanya i Europa la producció de cinema obre la perspectiva cap a una visió integrada en l'audiovisual, però mantenint l'especificitat com a “format”, produït per empreses integrades en grans corporacions però amb espai també per a les petites companyies estables o edificades per a cada ocasió. Previsiblement, però, es revisaran les polítiques de suport i foment que han facilitat que segueixi augmentant el nombre de títols realitzats cada any i que augmenti lentament la xifra dels que no s'arriben a estrenar en sales i han d'abocar-se directament als altres circuits, sobretot els nous, amb tota la incertesa que comporten per la seva escassa audiència, encara.