

La producción audiovisual en Europa

Sin cambios significativos, todavía

Joan M. Corbella

Si es posible considerar que hay una actividad dentro de la industria audiovisual que en los últimos tiempos ha mantenido unas estructuras bastante estables en comparación con el conjunto, ha sido sin duda el segmento de la producción. Mientras en los circuitos de distribución y acceso a los contenidos ha habido un notable aumento de posibilidades, dando entrada paulatinamente a más y más agentes, el mapa de la producción ha sido bastante más impermeable al cambio hasta la actualidad, de forma que las empresas y grupos de los mismos países siguen aportando la parte principal de las obras que se realizan, y en cuanto al volumen, sobre todo en cine, no se registran novedades. No obstante, se detectan cambios cercanos más allá de la entrada de algunas nuevas productoras y las alianzas empresariales que se vienen produciendo.

En este artículo se presentan los grandes rasgos de la producción de cine y televisión en Europa, con especial referencia a España, se apuntan algunas explicaciones del por qué de la situación actual, y se abordan algunas de las líneas de cambio que ya se empiezan a entrever, aunque muy tímidamente.

La producción de cine en Europa: sobre todo en los grandes estados, pero con algún movimiento

El paisaje actual de la producción de cine en Europa presenta una tendencia marcadamente continuista con los rasgos característicos del decenio anterior, aunque se pueden introducir algunos matices significativos respecto al peso de las industrias nacionales, en términos absolutos y en el conjunto:

- El número de películas de largometraje que se ruedan y se estrenan anualmente mantiene una línea de crecimiento lento pero constante, y esto trajo a doblar la cifra (de

614 el 1998 a 1.285 en 2011) en el conjunto de los estados de la Unión Europea (según datos del Observatorio Europeo del Audiovisual [OEA] sobre las que se basa este trabajo¹). Esta tendencia contrasta con lo que viene sucediendo en Estados Unidos, donde se detecta un estancamiento relativo, con fluctuaciones anuales alrededor del intervalo de 700-800 producciones, puesto que no se puede afirmar que las 815 películas de 2011 signifiquen una tendencia de crecimiento de la producción de largometrajes.

- Del total europeo, los documentales (largometrajes) cada vez ocupan un espacio más importante. Así, han pasado de una cuota del 23% de los filmes producidos en la UE en 2007 (242 filmes) al 29% en 2011 (370 filmes). La ficción, no obstante, también crece, aunque en menor medida (de 804 a 915 filmes) en el mismo periodo.

- La geografía de la producción de cine se mantiene bastante estable, y sigue focalizada en los cinco grandes estados de Europa occidental (Alemania, España, Italia, Francia y Reino Unido), a pesar de los esfuerzos de las políticas audiovisuales de la Unión Europea (los sucesivos programas Media, Euroimages) para ampliar la cooperación entre países en busca de una industria de amplio alcance, y con la finalidad indirecta de consolidar industrias nacionales pero con fronteras abiertas. Así, aproximadamente y en conjunto, estos cinco estados mantienen año tras año una cuota del 75% de la producción de largometrajes de ficción en Europa, y del 40% en el campo del documental, si se imputan a cada país las películas íntegramente nacionales y las coproducciones en que sus empresas ostentan la mayoría².

¹ Fuentes del OAE usadas:

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

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

Otras fuentes complementarias:

- Centre National du Cinéma et de l'Image Animée. [en línea] <<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 línea] <<http://www.forum-avignon.org/fr/etude-ernst-young-pour-le-forum-d-avignon-0>>

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

² No es posible hacer una medida más exacta de esta magnitud, puesto que las series estadísticas del Observatorio Europeo del Audiovisual para algunos países son incompletas y en algunos casos no distinguen ficción y documental, y por otro lado porque Reino Unido modificó los criterios de elaboración de la estadística sobre cine, y en los últimos años excluye de los cómputos los filmes con un presupuesto inferior a las 500.000 libras, por lo cual su peso real en el conjunto queda distorsionado.

- Sin embargo, su importancia –y su evolución- entre los grandes países no es uniforme. Francia sigue año tras año aumentando el volumen de su producción de filmes (íntegramente nacionales y coproducciones mayoritarias) y lidera el mercado europeo con el 20% del total de títulos anuales, a pesar de que pierde cuota en el terreno del documental (bajando hasta el 8%, por el aumento bastante generalizado de producciones en muchos países). Alemania, en cambio, aporta poco más del 10% de los títulos de ficción, y con una reducción significativa los últimos años, pero en cambio mantiene un peso superior al 20% en cuanto a los largometrajes documentales, y esto le otorga un peso importante en el conjunto de la industria europea. Italia (alrededor del 15%) y España (sobre el 19%), a pesar de la crisis económica que atraviesan, mantienen también su estabilidad en cuanto a la aportación a la industria europea del cine hasta el 2011. Finalmente, Reino Unido³ mantiene una cuota alrededor del 10% del total europeo de títulos, con bastante estabilidad en el último periodo. Pero hay que tener en cuenta, el peso en este país de las producciones de bajo presupuesto, no contabilizadas (ver nota 1) y de las producciones vinculadas a Estados Unidos pero industrialmente y estadísticamente británicas.

- En cuanto a los otros países considerados por la OEA, la distancia de sus industrias de cine respecto a los cinco grandes es enorme, como lo atestigua que prácticamente en ningún caso se superan los 40 títulos de ficción anuales de producción nacional o coproducción mayoritaria. A pesar de todo, los últimos años han aumentado su capacidad industrial (número total de títulos en los que han participado) sobre todo Turquía, Suiza, Holanda, Austria y Hungría, por el aumento de las producciones de ficción íntegramente y mayoritariamente nacionales, pero según los casos también por la actividad minoritaria en ficción o por la actividad en el documental. Hay que destacar también los casos de Noruega y –en menor medida- Polonia, donde la participación total no ha aumentado significativamente, pero sí han mejorado su capacidad de producción íntegramente o mayoritariamente nacional. Finalmente, si se tiene en cuenta únicamente como indicador cualquier forma de presencia en la producción (incluye, por lo tanto, las coproducciones minoritarias), otros países se añaden a la senda del crecimiento de su industria cinematográfica: la República Checa, Bélgica (a pesar de bajar en ficción nacional no minoritaria y documental), Finlandia, Estonia (a pesar de la

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

bajada en ficción) y Luxemburgo. Desde la perspectiva inversa, los países que pierden peso dentro de Europa, por la reducción de actividad o estancamiento en varios ámbitos son Suecia, Irlanda, Eslovenia y, sobre todo, Grecia, con una reducción enorme de su actividad cinematográfica.

- Es posible plantear un **mapa europeo de la actividad de producción de cine**, a la vista de la evolución de la participación y volumen de actividad de las industrias nacionales. Con este objetivo se han seleccionado tres indicadores que complementariamente ofrecen un retrato simple pero revelador del potencial de cada una: a) Número de títulos de ficción de producción nacional íntegra o mayoritaria (identifica la capacidad del sector de hacer proyectos con un presupuesto considerable); b) número de documentales en que ha participado la industria del país (en este caso, por su presupuesto inferior, se destaca la capacidad de intervenir en proyectos sin distinguir el grado de participación de la industria nacional), y c) participación total en proyectos de largometrajes, con independencia del grado de intervención (permite evaluar el grado de dinamismo de la industria, sobre todo para países pequeños). La combinación de los tres indicadores permite establecer la tipología siguiente, que no tiene en cuenta las dimensiones demográficas de cada país, sino únicamente su capacidad de producción.

Tipología de las industrias nacionales europeas de producción de cine

1. Países con una gran industria de producción de cine. Francia, Alemania, Reino Unido, España e Italia.

Se trata de países con una participación totalmente o mayoritariamente nacional en más de 90 filmes de ficción, de media anual; que participan también en general en más de una treintena de documentales anuales, y en total se sitúan claramente por encima del centenar de producciones sumando todo tipo de participación.

2. Países de industria de producción de cine mediana. Países con una actividad de producción significativa en al menos dos de los indicadores utilizados.

2.1. Industria mediana superior: Turquía y Suiza.

Países con producción íntegramente o mayoritariamente nacional superior a 40 títulos anuales (Suiza no llega), intervención en más de 20 largometrajes documentales anuales e intervención en al menos 60 producciones en cualquier

modalidad (incluida minoritaria) (en este último indicador hay que añadir las industrias de Bélgica y Holanda, que no cumplen los otros dos requisitos)

2.2. Industria mediana: Bélgica, Holanda, República Checa, Suecia, Dinamarca, Hungría y Polonia (excepto en documentales, los tres), Austria e Irlanda (excepto en ficción nacional).

Países con producción íntegramente o mayoritariamente nacional entre 20 y 40 títulos anuales, intervención en una cifra entre 10 y 20 largometrajes documentales anuales y entre 30 y 60 producciones en total, en cualquier modalidad (incluida minoritaria).

3. Países de industria de producción de cine pequeña. Finlandia, Grecia, Letonia, Noruega, Portugal, Rumanía.

Se trata de países que cumplen dos de las condiciones siguientes: tienen una producción íntegramente o mayoritariamente nacional de entre 10 y 20 filmes anuales de media, participan en una cifra entre 5 y 10 documentales anuales, y la participación de cualquier forma de sus productoras en largometrajes se sitúa entre 15 y 30 títulos anuales.

4. Países de industria de producción de cine débil. Croacia, Lituania, Luxemburgo, Eslovaquia, Eslovenia, Bulgaria.

Son países que tienen una industria que participa en menos de 10 largometrajes de ficción de forma mayoritaria o total, en menos de 5 documentales anuales y, en total, en menos de 15 títulos, de media.

5. Países sin actividad continuada de producción de cine. Chipre, Malta y Macedonia.

El sector de la producción de cine en Europa

De acuerdo con los datos de la OEA (procedentes de las estadísticas nacionales), los presupuestos de producción del cine europeo se mantienen muy bajos en comparación con lo que es habitual en Estados Unidos, a pesar de que en los últimos años han entrado con fuerza en el sector las productoras propiedad o vinculadas a los operadores de televisión, y a pesar del peso de las *majors* a través de sus filiales europeas (sobre todo en Reino Unido y, en menor medida, en Francia).

En el país líder de Europa en cine, Francia, la media de los presupuestos de producción de largometrajes se sitúa los últimos años en 5,5 millones de euros, y la mayoría de los títulos se sitúan alrededor de los 4 millones, una cifra que va subiendo los últimos años. Por el contrario, en Alemania los presupuestos medianos están estancados alrededor de los 4,1 millones por título. El mismo estancamiento se produce en España, pero con un presupuesto inferior, de 2,5 millones (pero sin contar los filmes de bajo presupuesto en la muestra utilizada). En Italia, los presupuestos medianos se sitúan, también sin demasiadas variaciones, alrededor de los 3 millones de euros, pero con un rasgo importante: mientras en las producciones nacionales la media es de 2,2 millones, en las coproducciones internacionales el presupuesto se ha ido reduciendo hasta los 6,3 millones de media por título. Un caso aparte es el de Reino Unido, por su rol tradicional de factoría europea de la producción de Estados Unidos. Así, las películas vinculadas en estos países tienen los presupuestos más altos de la Unión Europea, con cifras entre 20 y 25 millones de euros por título, mientras que las coproducciones europeas –con presupuestos a la baja- se sitúan en el entorno de los 4 millones, y las estrictamente nacionales británicas –también a la baja- se acercan al presupuesto mediano de 1,4 millones.

En cuanto a la tipología de empresas que participan en la producción de cine en Europa, de la explotación que hace la OEA de la base de datos Lumière sobre los filmes de todos los países y los resultados económicos de las compañías de cada país, se desprenden algunos datos altamente significativos:

- La producción tiene un valor económico reducido en el conjunto de la actividad cinematográfica, como lo prueba que entre las 10 empresas con más ingresos, sólo hay la francesa Pathé que intervenga en producción, además de casi todo el abanico de negocios (exhibición, distribución, gestión de derechos, vídeo y televisión) y la filial cinematográfica de la televisiva BALSÀ italiana (que opera en los campos de la producción y de los derechos de cine). Si se amplía el alcance hasta las 40 primeras empresas, hay 16 que tienen actividad –entre otras- en la producción de cine, pero la mayoría son filiales de las cadenas de televisión o bien productoras de televisión al mismo tiempo. Por otro lado, entre las 40 grandes corporaciones europeas, dieciséis son filiales de grupos audiovisuales no europeos con actividades múltiples en el sector (13 son filiales de compañías de Estados Unidos). En contraste, son escasos los grupos

Europeos con integración vertical producción-distribución-exhibición, lo cual debilita la industria europea en el mercado audiovisual mundial. A la vez, entre las grandes compañías de capital europeo, 6 son propiedad o están controladas por operadores de televisión.

- En la mayoría de países, las productoras de cine propiedad de los operadores de televisión van proliferando, para aprovechar favorablemente las políticas nacionales y europeas respecto al audiovisual. Es el caso español, donde las filiales de Mediaset-Telecinco y de Antena 3 vienen acaparando el protagonismo en el sector, por el volumen de títulos en que participan como productoras y por su capacidad de participar activamente en la promoción de los títulos por los que apuestan, situándolos de manera sistemática entre los más vistos en las salas de exhibición. Con todo, estas dos empresas todavía están lejos, en términos de facturación, de las productoras equivalentes de la RAI (Balsa Cine) y Mediaset (Medusa Films) en Italia, y de la televisión pública alemana ARD (Bavaria Films), y más cerca de la francesa TF1, pero por encima de las francesas pública (France Télévision) y privadas (Canal+ y M6) y la británica Channel Four.

- En cuanto a las productoras de cine independientes, la perspectiva europea muestra una variabilidad importante en la facturación de un año al otro, y esto pone de relieve las dificultades de mantener una estructura de gran solidez. Por eso, el equilibrio económico más grande lo tienen, sobre todo, las corporaciones que actúan con integración vertical entre producción y distribución y diversifican así las fuentes de ingresos. De acuerdo con los datos de la OEA para el año 2010, el predominio de la industria francesa dentro de Europa –mencionado antes en cuanto a los títulos producidos y también en cuanto a la participación entre las grandes corporaciones audiovisuales de Europa y la fortaleza de las filiales de cine de las televisiones- se refleja entre las productoras independientes: la mitad de las treinta primeras por facturación tienen esta nacionalidad, por seis italianas, tres alemanas, tres británicas y una sueca. Ninguna productora española consta entre las primeras del ranking, completando la idea mencionada sobre la preponderancia de las televisiones en la producción de cine en el estado español.

- Un caso diferente es el de las empresas creadas para la producción de filmes únicos, figura muy habitual en todos los países. El trabajo estadístico de la OEA pone de manifiesto (para los años 2008 y 2009, últimos disponibles) que esta fórmula es sobre todo usada por las *majors* de Estados Unidos, dado que son las filiales de estas empresas en Reino Unido las que ocupan la mayor parte de los 25 primeros lugares de acuerdo con la facturación lograda por las películas que han realizado (y entre las 25 sólo una es francesa, siendo el resto británicas).

La comercialización de la producción en las salas de cine: pocos cambios

Una visión completa sobre la cuestión de la producción de cine en Europa tiene que incluir también la referencia a las condiciones de comercialización de las películas. En la práctica totalidad de los países la composición de la industria de distribución y la naturaleza de las empresas que participan tienen unas consecuencias importantes en las posibilidades de poner en circulación la producción nacional junto a los filmes de importación (también, pero en menor medida, afectará la existencia de grandes grupos de exhibición con capacidad de negociación con los grandes de la distribución).

El control de la distribución, para el conjunto de Europa es cosa sobre todo de las grandes corporaciones norteamericanas y de las corporaciones televisivas europeas, dejando poco espacio a las empresas autóctonas originarias del sector en Europa. En el segmento de la distribución para salas, el predominio de las *majors* de EUA es agobiante, puesto que son filiales suyas 24 de las 40 primeras empresas del sector en Europa. A su lado, 6 empresas más están vinculadas a operadores de televisión. Como consecuencia de esta situación, las empresas vinculadas directamente a las *majors* tenían en 2010 una cuota de mercado de su negocio del 80% en Reino Unido, del 75% en España, del 67% en Alemania, y poco por encima del 50% en Italia y Francia, países que cuentan con distribuidoras de origen nacional situadas también entre las grandes de Europa (Medusa Film y Pathé, respectivamente). En el resto de los estados, son habituales cifras del 50-60% de cuota para las *majors*.

Si este estado de cosas en la distribución se va manteniendo desde hace decenios, también –y con coherencia con lo que se ha planteado- desde la perspectiva de

los resultados de la comercialización del cine europeo siguen prácticamente invariables desde hace años dos características. La primera, el hecho de que el mercado nacional propio está todavía en la base de la economía de las producciones en todas partes, a la vista del bajo nivel de exportación que logran. La segunda, el escaso peso que tiene el cine europeo en el negocio mundial de la exhibición en salas.

Un estudio reciente del OEA⁴ –realizado sobre los datos de exhibición en las salas de los 27 países de la Unión Europea y los diez principales mercados mundiales (fuera de la UE) en 2010- ofrece unos resultados que permiten entender esta situación:

- Sólo 103 filmes de la UE fueron exhibidos en al menos uno de estos diez mercados exteriores a la UE, sobre un total de 1.281 títulos estrenados en uno de los 37 países considerados (esto representa el 8%)⁵.
- Sólo el 19% de las entradas vendidas por los filmes europeos fue fuera del viejo continente (70,4 millones sobre un total de 378 millones de entradas). Además, el número de entradas vendidas del cine europeo fuera de los 27 cayó un 16% respecto al año 2009.
- El 62% de los ingresos exteriores del mercado europeo de cine se generaron en Estados Unidos, mientras el 38% restante se reparte entre los otros nueve mercados.
- Francia aportó el 33% de los títulos que consiguieron ser exhibidos en los diez mercados de fuera de Europa en 2010 (estrenos y otros), con 150 filmes.
- En número de entradas vendidas, el cine británico obtuvo más éxito, y con 25 millones de entradas representa el 36% del total conseguido por el cine europeo fuera de su territorio.
- El cine europeo consiguió una cuota del 26% del consumo en salas en la suma de los 27 estados de la UE, pero en los otros diez mercados sólo obtuvo una cuota del 3%.

En el mercado norteamericano (Estados Unidos y Canadá), la escasa atención al cine europeo es habitual, como lo prueba el hecho que sólo los filmes franceses han

⁴ European Audiovisual Observatory: “Theatrical Export of European Films” (octubre 2012). Ver resumen de prensa en http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/theatrical_report.html. El estudio analiza los estados de la UE, más Estados Unidos con Canadá, Australia, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Corea del Sur, México, Nueva Zelanda y Venezuela.

⁵ Como referencia, de acuerdo con los datos de la OEA (2011), la presencia en al menos un país europeo del cine producido anualmente en Estados Unidos se sitúa los últimos años siempre por encima del 30% de los títulos estrenados.

conseguido dos veces acercarse al 2% de cuota de mercado en las salas (2005 y 2009), mientras que el resto de cinematografías nacionales no han conseguido nunca llegar al 1%, con excepción de la británica. En este caso, la existencia de filmes con financiación de Estados Unidos ha hecho posible que habitualmente obtenga entre el 3% y el 4% del mercado (en 2005, puntualmente, el 8,5%). Si se cuentan las películas estrictamente británicas, en los últimos años la cuota nunca ha superado el 3%.

Si la presencia del cine europeo fuera de la UE presenta estos resultados, la otra característica en cuanto a su implantación -como se ha indicado más arriba- es la gran importancia del consumo nacional de las películas y, por lo tanto, la gran dependencia que en términos generales tiene la producción europea de los propios mercados nacionales de origen. Lógicamente, en función de las dimensiones demográficas de cada país, esto tiene consecuencias trascendentales respecto a la posibilidad de construir una industria nacional sólida y favorece a su vez a las cinematografías de los grandes estados. De acuerdo con los datos del OEA para los últimos años, en Francia, Alemania, España e Italia la cuota de entradas vendidas en el resto de países miembros de la UE oscila habitualmente entre el 17% y el 35% del total de la UE. En consecuencia, el mercado nacional aporta al menos dos terceras partes del consumo de los filmes en las salas, y esto junto con la escasa presencia fuera de Europa confirma la idea de que todavía hoy el cine europeo mantiene unas fronteras muy importantes, al menos en los grandes países productores. La excepción a este fenómeno es Reino Unido, que obtiene alrededor del 60% de las entradas europeas fuera de su territorio, por las peculiares características de su industria, conectada con la de Estados Unidos.

Por el lado de la oferta de estrenos de largometrajes en las salas se puede ofrecer una visión complementaria de las dificultades de presencia de la producción europea más allá de los territorios nacionales. Si en Estados Unidos a lo largo de la última década las producciones nacionales significaron entre el 86% y el 94% de los estrenos, por un intervalo entre el 4% y el 12% de europeas, en el viejo continente la situación es justo la inversa: las producciones de los EE.UU. copan por regla general entre el 60% y el 80% de los estrenos en salas, con situaciones extremas como Portugal (83-92%) y – por la parte baja- Francia, donde el cine norteamericano representa sólo entre el 44% y el 62% de los estrenos de largometrajes. Paralelamente, el cine nacional tiene una cuota del 28% al 45% de los estrenos en Francia, con diferencia la más alta entre los países

Europeos: entre los otros grandes estados Alemania tiene una cuota de estrenos nacionales alrededor del 20% (con un año récord en el 27%), en España oscila entre el 10% y el 18%, y en Italia y Reino Unido el intervalo, más amplio, se sitúa entre el 15% y el 30% de los estrenos. En el resto de los países, con una capacidad de producción muy inferior, las cuotas nacionales son lógicamente más bajas, en general con resultados comparables a los de España y Alemania.

Entre las producciones nacionales y las de Estados Unidos, a la producción europea no nacional le queda un espacio muy reducido para tener presencia en las salas de estreno. De forma general, los intervalos de la última década se sitúan entre el 7% y el 20% para cuatro de los grandes países productores (España, Francia, Alemania e Italia), mientras que en Reino Unido el cine europeo tiene una presencia de las más bajas entre los países del viejo continente: entre el 1% y el 9% de los estrenos. Como es de prever, en los estados con menos producción, la cuota europea aumenta y se sitúa ordinariamente entre el 10% y el 30% de los estrenos de largometrajes.

Los otros circuitos de distribución y acceso al cine

Si la primera ventana de distribución del cine, las salas, presenta las dificultades que se han expuesto para la difusión del cine europeo, la dinámica de los sucesivos circuitos donde puede estar presente de acuerdo con la cronología de explotación tradicional (salas, vídeo-DVD, televisión de pago, televisión en abierto) no resulta muy propicia a facilitarle las cosas, sobre todo por los cambios que experimenta el medio televisivo en todas partes y por las dificultades de encajar el nuevo circuito del vídeo por demanda (VOD, por las siglas en inglés) en el ecosistema audiovisual que se configura con la aparición de Internet y las redes de banda ancha.

La industria videográfica es el caso claro de circuito en clara regresión en cuanto al volumen de actividad en todas partes, con implicaciones diferentes para la industria de producción de los EUA y europea. En Estados Unidos, el alquiler y la venta de copias físicas ha sido desde los años 1980 un puntal en la financiación de las producciones de cine, junto a los ingresos de las salas, la televisión y las ventas internacionales. Pero el auge de los sistemas de distribución en línea (VOD) –ya sea por

ejemplo a través del sistema iTunes de Apple, del videoclub por correo Netflix reconvertido al VOD o de la tienda electrónica de Amazon-, con sus políticas de precios atractivos, han rebajado los recursos económicos que las *majors* y las otras productoras-distribuidoras percibían de los clásicos negocios de venta y alquiler de vídeos, con Blockbuster al frente. Esta dinámica, junto con la proliferación de páginas web y aplicaciones de acceso ilegítimo sin pagar (“piratería”) a las películas ha llevado a las grandes corporaciones del audiovisual a forzar dos líneas de actuación para proteger el modelo de explotación con el que han funcionado: por un lado, planteando un circuito propio de distribución en Internet (Ultraviolet) en competencia con los mencionados, y por el otro intentando alterar el proteccionista mecanismo de cronología secuencial de las ventanas audiovisuales, reduciendo el tiempo de espera entre la sala y el vídeo, físico y *on line*⁶.

Por el lado europeo, el problema se plantea en términos sustancialmente diferentes. En primer lugar, porque la industria de copias físicas de vídeo-DVD está controlada en sus puntos neurálgicos sobretodo por empresas foráneas, y en segundo lugar porque los filmes que dominan en este circuito son fundamentalmente de Estados Unidos. En consecuencia, para la industria de la producción europea, la progresiva sustitución del negocio de copias físicas (videoclubes) por los más recientes sistemas de VOD no tiene las expectativas de relevo de negocio como en los EUA, sino esencialmente la de intentar ocupar un espacio de partida mejor en el nuevo circuito que el que tuvo nunca en el vídeo, para procurar que sea una vía de explotación útil en el futuro para ampliar su presencia pública.

Algunos datos confirman la situación. En Europa, 19 de las treinta primeras empresas de la industria del vídeo, en cuanto a facturación, son editoras/distribuidoras filiales de las *majors* de los EUA, y otra es filial de una corporación india. Del resto, cinco son filiales de operadores televisivos (OEA, 2011). Sin embargo desde 2005 viene disminuyendo su fortaleza como negocio, puesto que desde la cifra máxima lograda el 2005 había perdido más del 40% en 2010, afectado sobre todo por una reducción prácticamente a la mitad del número de copias alquiladas (de 707 millones en 2005 a

⁶ La demora de 166 días entre el estreno en sala y en DVD del año 2000 ya se había reducido hasta 125 días de media en 2011, siendo todavía superior a las de Francia y Reino Unido (120 días), Alemania e Italia (90 días), de acuerdo con estudio de la consultora Ernst & Young (2012).

354 en 2010) y una disminución también en la venta de copias, aunque menor (13% desde el máximo de 2007).

El caso español también ilustra esta brutal caída de la ventana vídeo: si en 2001 se alquilaron 3.054.000 copias de películas, diez años después fueron únicamente 370.000, mientras que las 20.818.000 unidades vendidas el 2001 pasaron en 2011 a menos de la mitad: 9.464.000⁷. En cuanto a la nacionalidad de las producciones en los formatos vídeo, también la situación española es paradigmática de lo que acontece en toda Europa: en 2011, el 51% de los títulos presentes en vídeo (1.208 sobre 2.380) eran de Estados Unidos, por un 24% de españoles (567 filmes) y un 25% de filmes del resto de Europa (SGAE, 2012, con datos del Ministerio de Cultura⁸).

En cuanto a la alternativa del negocio de distribución y comercio *on line* del cine a través de las múltiples iniciativas de vídeo a la carta (VOD), la perspectiva europea no es tampoco muy favorable a priori a las industrias de producción nacional. A pesar de las múltiples iniciativas existentes en todos los países, hay al menos una dificultad que actúa de barrera para su popularización: la construcción de catálogos de oferta cinematográfica amplios y atractivos (que incluyan, además del cine nacional, producciones recientes de Estados Unidos, y que por efecto arrastre estimulen también la visión de filmes del país). Este hecho, junto con la importancia de la inversión en promoción, inabarcable para muchas de las iniciativas, y la popularización de los sitios web piratas de acceso al audiovisual, ha provocado que a los VOD autóctonos y con vocación para el cine europeo e independiente (modelo Filmen, por ejemplo) les cueste hacerse un sitio en el sistema audiovisual, como pasó en su día con los formatos de vídeo físico, donde las empresas europeas han sido siempre minoría.

En consecuencia –y como ya se ha visto con el desembarco en el caso británico y en los países escandinavos y previsiblemente pasará en los próximos años en los otros grandes estados de Europa- el acceso al VOD estará copado principalmente por las empresas veteranas de Estados Unidos (iTunes de Apple), por la reconvertida en VOD

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

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

de suscripción con tarifa plana Netflix, por la absorción de las iniciativas europeas por empresas de los EUA (Love Films por parte de Amazon), y quizás por los nuevos gigantes de Internet (Google, Facebook) y sus tiendas electrónicas.

El cine en la televisión

La tercera ventana de acceso al cine ha sido tradicionalmente la televisión. Y en este caso, también se entrevén unas tendencias de cambio en el panorama que afronta la industria cinematográfica. En cuanto a las productoras, por el hecho de que progresivamente los operadores televisivos han ido cogiendo protagonismo en el sector, sustituyendo las compras de derechos de antena por acuerdos de coproducción. Si la primera figura es una actuación industrialmente “pasiva” (aunque sin el acuerdo con un operador televisivo habitualmente no se inicia ningún rodaje, con excepción de los de muy bajo presupuesto, y por lo tanto esto ya otorgaba en canales público y privados un poder de intervención grande), involucrarse en la producción los ha llevado a aumentar su capacidad de dirigir la inversión económica a los proyectos que determinan, y a añadir la posibilidad de poner a su servicio la capacidad promocional que tienen.

El caso español, uno de los países europeos en los que (desde 1999) las televisiones están obligadas normativamente a invertir en cine, ilustra esta dinámica (datos del Ministerio de Cultura): en 2011, Antena 3 (con 14 filmes) era la segunda productora con más recaudación, detrás la empresa de Santiago Segura (productor de la saga Torrente); Mediapro era la cuarta (6 filmes) y Telecinco la seguía (13 filmes). El año anterior, Antena 3 (11 filmes) lideraba, seguida de Globomedia –grupo Imagina (Mediapro)- con 6 filmes; y Telecinco ocupaba la sexta posición (13 filmes). Los dos años anteriores, era Telecinco la que encabezaba la lista, seguida de Antena 3, etc.

El protagonismo directo (producción) o indirecto (financiación) de los operadores de televisión en el terreno de la producción tiene efectos contradictorios. Por un lado ha supuesto una inyección de recursos económicos al sector, pero por el otro lo ha abocado ya desde hace años a una supeditación muy grande hacia las necesidades, estrategias y dinámicas de la televisión. Así, no sólo orientan en la dirección que les interesa el negocio de la creación cinematográfica sino que –y es lo más importante- la

aplicación de las obligaciones de financiación al cine (sin invertir más de lo imprescindible legalmente) hace la producción totalmente dependiente de los avatares económicos de la televisión. En el momento actual, la reducción de ingresos publicitarios que experimentan los operadores televisivos provoca un recorte directo de los recursos que destinan en el cine, y esto sumado a la revisión de las políticas de subvenciones a la producción, afecta profundamente las perspectivas del sector de la producción de películas, como es el caso español de los dos últimos ejercicios.

Desde otra perspectiva, la de la televisión como circuito de difusión y acceso al cine, y con la cautela imprescindible al hablar de un terreno como el de la programación, sometido a cambios de estrategias y giros copernicanos con relativa rapidez, se puede considerar que también hay una tendencia destacable, que puede influir de forma diferida en el sector del cine. Se trata de que las cadenas generalistas tradicionales reducen la emisión de filmes, al mismo tiempo que engordan las parrillas de programación con ficción seriada (series, miniseries) y telefilmes.

El caso muy reciente de Estados Unidos es revelador: entre las cuatro grandes *networks* (ABC, CBS, NBC y Fox) programaron la primera mitad de 2012 únicamente 19 películas⁹. Las causas, para los analistas, apuntan por un lado a que programar series de “presupuesto cinematográfico” fideliza al espectador y facilita la comerciabilidad de las parrillas, y por otro que el cine ya está presente directamente en las pantallas domésticas a través de otros circuitos. El más nuevo, los múltiples servicios de VOD, que tienen gran implantación en el país (Netflix, más de 20 millones de suscriptores sólo en Estados Unidos, aunque su catálogo tenga pocos blockbusters recientes); pero tradicionalmente el cine también se ha ofrecido a través de las redes de televisión por cable, en las cuales estos últimos años han cogido mucha importancia los canales dedicados a la ficción (series y filmes)¹⁰. Y la tercera gran ventana cinematográfica en la televisión de los EUA son los pequeños canales generalistas en inglés y los emergentes canales hispánicos, que en total la primera mitad de 2012 habían programado 1.337 filmes (por 1.217 un año antes)¹¹. En consecuencia, la pérdida de ingresos televisivos en las grandes *networks* para el cine de las *majors* queda

⁹ Ítem: *Screen Digest*, noviembre 2012.

¹⁰ Ítem: *Screen Digest*, junio 2012.

¹¹ Ítem: *Screen Digest*, noviembre 2012.

compensada por la eclosión en un abanico creciente de circuitos televisivos y digitales. Por otro lado, desde mediados de los años 90 estas corporaciones han multiplicado por cinco los ingresos por venta de series a todo tipo de clientes (televisiones, VOD, videoclubes) mientras perdían interés por el negocio del cine en la televisión.

En Europa se produce de una forma más difusa e irregular un fenómeno similar, de arrinconamiento del cine de las grandes cadenas de televisión para refugiarse sobre todo en los canales temáticos, ya sea a través de redes de cable o plataformas de satélite o bien en el espacio de los nuevos canales de la TDT gratuitos, mientras que los servicios de VOD están lejos de convertirse en rivales de la programación televisiva como en Estados Unidos. Francia, con la reciente eclosión de la multiplicación de canales de TDT, o España, con una trayectoria algo más larga ya, son muestras de esta situación. En el mapa televisivo español, los casos de Telecinco y TV3 son los que siguen la pauta indicada, puesto que Telecinco pasó de programar 203 filmes en 2008 a 153 dos años después; y TV3 de 1.208 en 2008 a casi la mitad –605 filmes- en 2010. El resto de canales ha venido haciendo lo contrario y en el mismo periodo Antena 3 ha aumentado de 448 a 676 los títulos incluidos; TVE1 ha pasado de 517 a 765, y lo mismo han hecho la mayoría de canales autonómicos¹². El uso del cine como recurso estratégico a precio asequible de la programación en tiempo de crisis ha acercado todas estas cadenas –así como las nuevas gratuitas de TDT y las temáticas de pago- al modelo descrito para Estados Unidos.

Sin embargo, la presencia todavía masiva del cine en las parrillas de programación ha beneficiado relativamente poco a las productoras españolas (y europeas). La suma de los canales de televisión públicos y privados ofreció en España en 2008 un total de 14.542 películas con un reparto de 69% de origen norteamericano, 9% españolas y 17% del resto de Europa. Y en 2010, las 15.406 películas emitidas dieron un balance todavía mejor para el cine de Estados Unidos (72%), por un 9% español y el 14% europeo.

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

La producción para televisión, algunos cambios

En coherencia con lo expuesto en cuanto a pérdida de peso del cine en los canales principales de televisión (a pesar incluso de la anomalía española), la estrategia de las televisiones está conduciendo a la convergencia entre productoras de televisión y productoras de cine en un nuevo terreno mixto y compartido, con fronteras desdibujadas y totalmente permeables y donde toda la gama de profesionales pasa de un lado al otro sin dificultad.

En este nuevo marco, la producción audiovisual va quedando cada vez más en manos de corporaciones que se han adaptado rápidamente a trabajar para las dos antiguas industrias (y para la publicidad) y han ido creciendo, a menudo de forma conglomerada, a partir de la absorción de pequeñas y medianas productoras de cine, televisión o especializadas (efectos, postproducción, etc). A su lado, el nuevo paisaje audiovisual permite reconocer todavía la existencia de productoras cinematográficas de escasa dimensión, y con excursiones hacia el telefilm de coste reducido para mantener la actividad ante la dificultad de levantar proyectos de cine. Del mismo modo, sigue existiendo una retahíla de pequeñas productoras televisivas, con la inestabilidad funcional y económica que corresponde a un sector donde hay muy pocos operadores-clientes para contratarlas.

A escala europea, el mercado de la producción televisiva tiene dos grandes nombres, asociados a los dos principales grupos operadores de canales. El primero, Fremantle, una corporación con ramificaciones en forma de productoras nacionales en muchos países, que es propiedad del grupo alemán RTL (Bertelsmann), que a la vez es el grupo mediático con más cadenas de televisión privada en el conjunto de la Unión Europea. El segundo, Endemol, igualmente con un abanico amplio de filiales por varios países, adquirida por el grupo Mediaset (Berlusconi). A mucha distancia de estos dos en cuanto a ingresos económicos, el Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA, 2011) situaba el grupo Imagina (Mediapro-Globomedia), por encima de la filial de producción televisiva del grupo Murdoch en Reino Unido (Shine), las también británicas All 3 Media e ITV Studios o el grupo italiano Zodiak (filial de De Agostini, socio en España del Grupo Planeta en Antena 3 y otros negocios audiovisuales).

La transición hacia un nuevo paisaje audiovisual digital en Europa, también en la producción

Con los datos que se han expuesto, se puede concluir que la producción cinematográfica (y audiovisual, en general) europea se encuentra en un estadio incipiente de transición hacia un nuevo paisaje, con un considerable retraso respecto a lo que sucede en Estados Unidos al menos en dos sentidos. El primero hace referencia a la proliferación de circuitos alternativos a los clásicos de acceso al cine (sala, vídeo y televisión), mucho más lenta y además con una perspectiva a corto plazo de calcar el dominio de los distribuidores norteamericanos de cine pero con nuevos agentes (servicios de VOD). El segundo retraso hace referencia a la dificultad de generar estos agentes audiovisuales que puedan intentar introducir una competencia en el dominio de Estados Unidos en toda la cadena de valor del cine, al menos en cuanto a la prestación de los servicios emergentes: intentos desde las televisiones, desde los operadores de telecomunicación o desde las grandes empresas de comercio europeas no han tenido éxito hasta el momento. Y habrá que ver si lo consiguen, puesto que para servicios que basan su viabilidad en grandes números de clientes, las barreras nacionales en los mercados europeos del cine hacen difícil que existan soluciones no-nacionales que no provengan de quienes, al final, suministran la parte principal de los catálogos.

El nuevo paisaje para la producción se caracteriza también por la aparición de múltiples servicios y circuitos de todo tipo, sobre tecnologías diversas y modelos de negocio dispares, pero muchos enfocados a nichos reducidos de usuarios, un terreno en el que la producción y los agentes europeos podrían tener espacio. Precisamente, una de las claves de la viabilidad radica en el hecho de que la proliferación de circuitos alarga el tiempo real de explotación de las producciones cinematográficas.

Sin embargo, es cierto que en estos nuevos servicios el cine tiene que competir para resultar atractivo desde un mismo catálogo compartido con la ficción y otras producciones televisivas (shows, realities, concursos etc.), y no es una misión sencilla teniendo en cuenta la reorientación de los presupuestos televisivos que se ha descrito y la promoción de su producción a través de las propias emisiones. La experiencia de los últimos tiempos en el sector del vídeo (copias físicas) con el arrinconamiento de la venta de filmes por el desplazamiento sufrido por el atractivo de los packs de capítulos

de series de televisión, y la experiencia ya acumulada en Estados Unidos, permite intuir un horizonte parecido en los servicios de VOD.

Otro elemento que está cambiando hace referencia al mapa de actores involucrados en la producción audiovisual, una vez integrada ya la cinematográfica, aunque tenga su autonomía por la especificidad de las cosas que no cambian en su actividad (son obras únicas, con las cuales se arriesga en cada caso, y necesitan una promoción individualizada). A las *majors*, verdaderos conglomerados que han ensanchado su actividad a todos los dominios del cine y la televisión, y a los operadores europeos de televisión involucrados en la producción voluntariamente o a la fuerza, se sumaron provisionalmente desde los años noventa los operadores de telecomunicaciones (Telefónica, France Telecom, etc.). Estos, también obligados por ley y/o por una estrategia de facilitar la existencia de contenidos para las plataformas de televisión de pago que querían implantar, han sido una pieza capital de la producción de cine hasta el presente. Pero esto está cambiando de nuevo: emerge un nuevo rango de actores que procede de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y que después de implantar dispositivos y servicios de todo tipos, se está empezando a preocupar por financiar la producción audiovisual (entretenimiento, series de ficción, de momento, pero con el tiempo puede llegar a películas); para introducir un cambio sustancial en su función dentro del paisaje audiovisual: dejar de ser enésimas ventanas pasivas de explotación de series y filmes para pasar a disponer de catálogos originales en primera ventana. Es lo que han anunciado el 2012 Hulu (propiedad de Fox, Disney y NBC) con la serie *House of cards*, que se estrenará en 2013, o Love Films (Amazon) con la serie *Lilyhammer*, pero también YouTube (Google) con la puesta en marcha de “canales” propios a Estados Unidos, y a partir de 2013 también en Francia, Alemania y Reino Unido, encargados en muchos casos a productoras independientes y asociadas a televisiones de cada país.

Conclusión

A modo de conclusión, por lo tanto, hay que indicar que en España y Europa la producción de cine abre la perspectiva hacia una visión integrada en el audiovisual, pero manteniendo la especificidad como “formato”, producido por empresas integradas en grandes corporaciones pero con espacio también para las pequeñas compañías estables o edificadas para cada ocasión. Sin embargo, previsiblemente se revisarán las políticas de apoyo y fomento que han facilitado que siga creciendo el número de títulos realizados cada año y que aumente lentamente la cifra de los que no se llegan a estrenar en salas y tienen que abocarse directamente a los otros circuitos, sobre todo los nuevos, con toda la incertidumbre que comportan por su escasa audiencia, todavía.