

Nuevas estrategias para el desarrollo del sector audiovisual en las comunidades autónomas

New strategies for the development of the audiovisual industries in Spanish regions

Miguel Ángel Casado

Departamento de Periodismo I
Fac. CC.SS. y de la Comunicación
48450 Leioa (Bizkaia)
Universidad del País Vasco
pubcadem@lg.ehu.es
Tel. 94 601 5211

RESUMEN

En el presente artículo se analizan las nuevas estrategias puestas en marcha por cinco comunidades autónomas para el fortalecimiento de sus sectores audiovisuales. Estas estrategias se han desarrollado en su mayoría a partir de diferentes libros blancos y sobre cinco ejes fundamentales: una nueva ordenación sectorial, ayudas a la producción y a la financiación de las obras audiovisuales, promoción de las obras en el exterior y apoyo por parte de las televisiones autonómicas. El desarrollo de estos ejes ha dado importantes resultados en el campo televisivo, sin embargo, en la producción cinematográfica siguen sin darse los esfuerzos necesarios.

ABSTRACT

This article analyzes the new strategies that five spanish regions have carried out in order to strengthen their audiovisual industries. These strategies have been developed over five main areas: a new sectorial arrangement, supports to production and financing of the audiovisual works, external promotion and support from the regional television broadcasters. Advances in these areas have supposed important results in the television field, however, the film production remains in a very weak position.

Palabras clave: Industria audiovisual/Políticas culturales/Comunidades autonomas.

Key words: Audiovisual industry/Cultural policy/Autonomous communities

1 Introducción

El análisis de las políticas desarrolladas sobre el sector audiovisual se caracteriza fundamentalmente por la complejidad derivada de su doble naturaleza industrial-cultural. Estas políticas han de tener por tanto en cuenta ambos

aspectos, de hecho, en la mayoría de las ocasiones el apoyo a la industria se da tanto desde estructuras administrativas relacionadas con la industria y la economía como con la cultura.

Las políticas en torno al audiovisual se han fortalecido por la visión del sector como parte fundamental de la Sociedad de la Información, con una capacidad importante para generar empleo y riqueza. Según los datos de Eurostat, la facturación por actividades audiovisuales en la UE pasó de 73.800 millones de euros en 1997, a 97.800 millones de euros en 2001. Entre los mismos años, las personas empleadas en actividades cinematográficas y de video pasaron de 114.000 a 146.000 y las empresas crecieron de 23.1000 a 29.400 (Eurostat, 2003).

Sin embargo, es el aspecto cultural de las obras audiovisuales el que ha permitido el desarrollo de políticas de protección y fomento del sector. El debate sobre la excepción cultural y la legitimidad o no de los países para imponer medidas proteccionistas que cobró su mayor fuerza durante la Ronda Uruguay (1986-1994) sigue hoy vigente.

Esta Sociedad de la Información que supone una mayor demanda para las industrias de imágenes también acarrea indiscutibles riesgos para las regiones. Desde una perspectiva cultural supone la imposición de unos contenidos homogéneos y el arrinconamiento de los contenidos propios de la región, mientras que desde una perspectiva económica supone su aislamiento, ya que la mayoría de las regiones no tienen cabida en un sistema articulado entorno a grandes metrópolis como centros de producción. Las televisiones (y por extensión las industrias audiovisuales) se han convertido en muchas regiones y estrategias regionales en un instrumento clave para la el reflejo, la creación y el fomento de la identidad e, incluso como medio para activar el desarrollo económico (Azpillaga, 2000). Refiriéndose al cine andaluz, Sierra Caballero señala que su futuro depende de de la afirmación de las imágenes colectivas en el imaginario de la comunidad, capaz de abrir un mercado articulado entre lo local y lo global, entre lo nacional y regional-comunitario (Sierra Caballero, 2001).

Frente a esta situación, las políticas culturales y en particular las referidas al sector audiovisual cobran una gran importancia como herramientas para, en primer lugar, garantizar y en segundo lugar potenciar la producción cultural de las regiones.

La producción de bienes culturales tiende a concentrarse en las grandes ciudades globales, (Scott, 2000). Este es también el caso de España donde se da lo que Zallo (Zallo, 2002a) ha llamado una nueva tendencia “*recentralizadora*” en la que habría “*influido poderosamente el modo en que se ha producido el proceso de liberalización y la nueva economía de servicios, en la que una parte decisiva son las comunicaciones, las telecomunicaciones y los servicios financieros*”. Zallo continúa, “*Hoy la concentración de recursos audiovisuales y telecomunicativos en Madrid es descomunal, lo que ha permitido un hiperdesarrollo del sector cultural industrial, con una especialización productiva regional*”.

La importancia que ha cobrado el sector en los últimos años ha llevado a numerosas comunidades autónomas a plantearse nuevas estrategias para el desarrollo de su industria audiovisual, viendo en este campo un buen terreno para la expansión económica con óptimos resultados para el empleo. Así, desde 2000 diferentes comunidades autónomas han publicado libros blancos¹ con líneas generales para el desarrollo del sector, han creado consejos audiovisuales para la regulación y la promoción del audiovisual, “clusters” para el mejor desarrollo competitivo de las empresas, o bien se han dotado de leyes audiovisuales.

Con este artículo pretendo presentar las estrategias de desarrollo del sector audiovisual llevadas a cabo por cinco comunidades autónomas españolas: Euskadi, Cataluña, Galicia, la Comunidad Valenciana y Andalucía, las principales productoras audiovisuales tras la comunidad de Madrid. En el artículo mostraré algunas de las principales magnitudes del sector que ayudarán a comprender la situación del audiovisual en las mismas y posteriormente expondré los objetivos y las políticas desarrolladas (o únicamente proyectadas) en cada una de las comunidades estudiadas.

2 Estado de la cuestión

A pesar de que el sector audiovisual se encuentra dentro del terreno de la política cultural, la mayor parte de la literatura sobre ésta no presta atención al sector. Así por ejemplo, los estudios de política cultural comparada llevados a cabo por el Consejo de Europa apenas mencionan el sector, únicamente el Observatorio Audiovisual Europeo, también dependiente del Consejo de Europa, sigue la evolución de las políticas audiovisuales de los diferentes países miembros. Según el Observatorio (Observatorio audiovisual europeo, 2004) la cuantía de los fondos regionales o locales dedicados al audiovisual han pasado de 212 m. de euros en 1997 a 250 m. euros en 2002².

Por otro lado, la mayor parte de la investigación sobre políticas culturales y procesos de descentralización en este terreno tampoco incluye una investigación específica del sector y son escasos los trabajos sobre estrategias de promoción del sector audiovisual. Estudios como el de Sydow y Staber (Sydow & Staber, 2002) comparan las políticas sobre las industrias audiovisuales de las “*media regions*” constituidas por las ciudades de Colonia y Dusseldorf y Berlin y Babelsberg. Los autores señalan la importancia del compromiso institucional para el desarrollo de la industria. El mayor apoyo de la televisión regional y las instituciones han

1 Los Libros Blancos del sector audiovisual en Valencia y Euskadi datan de marzo y mayo de 2003 respectivamente, “El libro Blanco de las Industrias culturales de Cataluña” data de octubre de 2002 y el “Plan estratégico para el desarrollo del sector audiovisual en Galicia” de finales de 2001.

2 Las cifras del observatorio audiovisual Europeo incluyen a un total de 35 países, los 25 de la Unión Europea más Croacia, Hungría, Suiza, la Federación rusa, Islandia, Macedonia, Liechtenstein, Macedonia, Rumania y Turquía. En estas cifras no se incluye a la Federación rusa.

supuesto unos mejores resultados para la “*media region*” de Colonia-Dusseldorf. Desde una perspectiva más teórica, Zallo (Zallo, 2002b) analiza el nuevo papel de las regiones ante la mundialización y plantea la disyuntiva a la que se han de enfrentar al elegir entre “*ser un puro terminal de red u organizar u sistema comunicativo propio*”.

Dziembowska-Kowalska y Funck (Dziembowska-Kowalska y Funck, 2002) analizan la apuesta de la ciudad alemana de Karlsruhe por el desarrollo de una industria cultural, partiendo desde la base de las nuevas tecnologías. Destacan también la importancia del apoyo institucional para el desarrollo de proyectos como el “*Centre for Arts an Media*” o el “*European Institute for the cinema*” y señalan la importancia de estos como motores de una incipiente industria cultural en la ciudad.

Sin embargo, también existen autores que llaman la atención sobre el desmedido entusiasmo que se pone en estas políticas de desarrollo regional a partir de las industrias culturales. Oakley (Oakley, 2004) critica la retórica del “*nuevo laborismo*” británico que ha empezado a desarrollar esta política por motivos de imagen más que de eficiencia, tratando de alejar su imagen de una base industrial en declive para ser asociado a la nueva economía del conocimiento.

En su estudio sobre los clusters de comunicaciones, Oakey, Kipling y Wildgust (Oakey, Kipling y Wildgust, 2001) señalan como éstos no producen todos los beneficios que se les presupone en lo que se refiere a la creación de sinergias y relaciones entre las diferentes empresas.

Sobre las políticas de fomento del audiovisual en España hay que señalar la “*Guía de ayudas a la producción audiovisual*” (Azpillaga e Idoyaga, 2000), en la que los autores realizan un completo repaso de los diferentes niveles de ayudas, desde las de carácter autonómico hasta las comunitarias. Desde la perspectiva autonómica son también importantes las obras: “*Os estados Xerais da cinematografía e do Audiovisual en Galiza*” (Ledo Andión, 2004), los monográficos dedicados por “*Quaderns del CAC*” a la situación del audiovisual en Cataluña y el libro “*La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico*”, (De Aguilera, Méndiz y Castillo, 1999). Trabajos que recogen entre otros aspectos las políticas de sus respectivas comunidades sobre el sector, las ayudas concedidas o el papel de las televisiones en el fomento de la producción local.

3 El marco autonómico

La presencia de fondos regionales de apoyo a la industria audiovisual depende en buena medida del nivel de descentralización administrativa del Estado. Así por ejemplo, en un estado federal como Alemania los fondos regionales suponen más del 60% del total, mientras que en otro de estructura centralizada como Francia suponen menos del 5%.

En España con un Estado dividido en 17 autonomías con competencias para la promoción de la cultura, existe un marco favorable para el desarrollo de estas políticas, más aun cuando muchas de esas autonomías tienen una fuerte identidad cultural. Aunque es en estos últimos años cuando parece crecer la preocupación de las comunidades por el sector. Tal y como señala Monzoncillo (Monzoncillo, 2002), no parece justo responsabilizar de la situación del cine español “*sólo al Ministerio de Cultura cuando las comunidades autónomas (...) apenas han inyectado fondos a la industria audiovisual, máxime cuando la mayoría cuenta con un canal público de televisión que entre sus funciones de servicio público incluyen la de fomentar la industria audiovisual*”. La siguiente tabla pretende ilustrar la situación de la producción audiovisual en España. Las cifras de facturación por comunidades autónomas muestran muy claramente el gran peso de la comunidad de Madrid en el sector con más de la mitad de la facturación total en España. Si a esta cifra añadimos además la de Cataluña vemos como alrededor del 85% de la facturación de las empresas de producción audiovisual en España se produce en 2 comunidades, otras cuatro comunidades facturan el 13%, mientras que la facturación en las 11 restantes es del 2%. Estas cifras se hacen aún más significativas al situarlas en relación con la población de las diferentes comunidades. En el caso de la Comunidad de Madrid se daría una facturación de 100 euros por habitante frente a los 53 euros de Cataluña y otras cifras ya inferiores que oscilan entre los 5 euros de Valencia y los 15 euros de Galicia.

Tabla 1. Facturación de empresas de producción³

	Facturación empresas		Población		Índice facturación		Ingresos por trabajador
	euros (a ¹)	% (a ²)	Hab. (b ¹)	% (b ²)	(a ¹ /b ¹)	(a ² /b ²)	
Madrid	572.686.700	52	5.718.942	13	100,13	4	214.960
Cataluña	356.861.000	33	6.704.146	16	53,22	2,06	202.124
Andalucía	46.959.000	3	7.606.848	18	6,17	0,16	88.537
Galicia	41.288.000	4	2.751.094	6	15,00	0,66	60.000
País Vasco	27.300.000	3	2.112.204	5	12,92	0,6	73.270
Valencia	22.400.000	2	4.470.885	10	5,01	0,2	60.620
Otras	16.922.000	2	13.352.945	32	1,26	0,06	105.338
	1.084.256.700	99	42.717.064	100			

Fuente: Anuario FAPAE 2003 y elaboración propia

³ Los datos de la tabla se refieren a las empresas de producción incluidas en las asociaciones federadas en FAPAE. Según el anuario estas cifras de facturación tienen una representatividad del 88% con respecto al total de la facturación.

4 Presentación de las comunidades y justificación de su elección

Las comunidades autónomas sobre las que se desarrolla el estudio son, tras Madrid, las más importantes en España en lo que a producción audiovisual se refiere. Quizás se podría llegar a afirmar que, a excepción de Madrid, son las únicas que presentan unos porcentajes de producción audiovisual significativos.

Al margen de esto, el principal motivo de la elección de estas comunidades es el impulso que desde sus respectivas administraciones se ha emprendido para el fortalecimiento de sus industrias audiovisuales en los últimos años. Así por ejemplo, Cataluña creó en 2002 el Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC), entidad adscrita al departamento de cultura encargada de gestionar las políticas del ámbito de las industrias culturales entre las que se encuentra el audiovisual. Entre las primeras acciones del Instituto estuvo la de desarrollar un “Libro Blanco de las Industrias Culturales de Cataluña” en el que también se incluía un estudio específico del audiovisual en Cataluña, con un análisis, unos objetivos y unas recomendaciones para el fortalecimiento del sector.

La Comunidad autónoma del País Vasco y la Comunidad Valenciana también publicaron sendos libros blancos centrados específicamente en el sector audiovisual, en los que al igual que en Cataluña se analizaba la situación del sector y se proponían nuevas actuaciones sobre el mismo.

En Galicia, el primer paso para el fortalecimiento del sector se dio en 1999 con la aprobación de la Ley del Audiovisual (6/1999), en la que se incluían medidas como la creación del consorcio Audiovisual gallego o la “Galicia Film Comission”. Además de esto, hay que señalar la importante actividad llevada a cabo por la Asociación Galega de Productoras Independientes (AGAPI) que elaboró un “plan estratégico para el desarrollo del sector 2002-2005”.

En Andalucía la acción más importante para el desarrollo del audiovisual fue la creación en 1998, por parte de la Radiotelevisión andaluza (RTVA) de la Fundación Audiovisual de Andalucía. La Fundación está presidida por el Director General de RTVA y su Patronato está compuesto por los miembros del Consejo de Administración de la misma.

Dejando aparte estas circunstancias se trata de comunidades muy dispares. En el plano económico las comunidades del País Vasco y Cataluña se encuentran en los primeros lugares de España con un PIB de unos 20.000 euros por habitante al año. En Galicia y Andalucía esta cifra se sitúa en torno a los 13.000 euros y en Valencia sobre los 16.000 euros, ligeramente por encima de la media española⁴.

Otro elemento importante a destacar es la fuerte “identidad cultural” de las comunidades estudiadas. Todas, salvo Andalucía, cuentan con una lengua propia

4 Instituto Nacional de Estadística.

oficialmente reconocida. Esta fuerte identidad cultural tiene importancia especialmente por lo que supuso en los primeros pasos del sector tras el fin de la dictadura. En el caso gallego, por ejemplo Ángel Luis Hueso (Hueso, 1996) habla del cine de aquellos años como una *“búsqueda del uso de la imagen como arma de defensa de las claves propias del pueblo gallego”*. Mientras que en Euskadi el cine se convirtió durante la transición en *“un problema político, que se insertaba en la crisis económica, el terrorismo, el problema autonómico y la propia definición en clave nacional del País Vasco”* (De Pablo, 1997). Con los años se produjo un cambio importante y expresiones como *“cine vasco”* o *“cine gallego”* se utilizan para designar el cine hecho en estas regiones dejando al margen polémicas pasadas sobre su estética, su lenguaje o su función política. El cine de aquellos años es en buena medida el que sentó las bases sobre las que hoy se pretende actuar.

5 Marco legal para el sector

Aproximadamente desde los años ochenta las cinco comunidades desarrollaron medidas de apoyo a sus sectores audiovisuales. En esa década comenzaron además a funcionar canales autonómicos en las cinco comunidades autónomas. Sin embargo, en la actualidad sólo una de ellas, Galicia, goza de un marco legal propio para el desarrollo, la regulación y el fomento del sector por medio de la ley 6/1999.

En las otras comunidades estas leyes se encuentran en diferentes fases de desarrollo. En Cataluña se espera la aprobación de la ley en verano de 2005. En el País Vasco el libro blanco del audiovisual incluye en sus objetivos la creación de esta ley. En la Comunidad Valenciana, la elaboración de la ley se encuentra en una fase menos avanzada, de hecho, el libro blanco se marca como objetivo la elaboración de una propuesta de anteproyecto. Y en Andalucía se trabaja en la creación de un consejo audiovisual.

Es por lo tanto común a la mayoría de las comunidades el reconocimiento de la necesidad de un marco que, además de regular los contenidos del sector, proporcione estabilidad a las políticas de protección y fomento de la industria a escala regional.

6 Magnitudes del sector audiovisual en las CCAA

Para hacernos una idea de la dimensión del sector en las diferentes comunidades autónomas recurriremos a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)⁵

5 La disponibilidad de datos sobre las empresas del sector es uno de los grandes problemas de la industria audiovisual constatado en los diferentes estudios realizados sobre el mismo. Los libros blancos mencionados recurren en su mayoría a diferentes fuentes de información pero nosotros nos centraremos en el INE para poder realizar comparaciones válidas entre las diferentes autonomías.

Tabla 2. Empresas de actividades cinematográficas y de video por CCAA

Cataluña	C. Valenciana	Galicia	País Vasco	Andalucía
1091	372	211	258	447

Fuente: INE DIRCE 2003.

Tabla 3. Porcentaje de empresas en actividades cinematográficas y de video por número de empleados

Empleados	Cataluña	Galicia	C. Valenciana	País Vasco	Andalucía
0	42%	26%	39%	41%	43%
1-2	29%	20%	28%	32%	28%
3-5	10%	12%	14%	10%	12%
6-9	5%	6%	8%	3%	7%
10-19	8%	15%	7%	4%	5%
20-49	3%	14%	2%	5%	3
50-99	1%	2%	1%	-	1%
100-199	1%	3%	1%	-	1%
200-499	1%	-	-	-	-
500-999	-	2%	-	-	-
1000-4999	-	-	-	-	-

Fuente: INE DIRCE 2003.

De los datos incluidos en las tablas 2 y 3 cabe destacar en primer lugar la gran diferencia en cuanto a número de empresas presentes en Cataluña frente a las otras cuatro comunidades. Más de 1000 empresas frente a las 477 de Andalucía, las 372 de la Comunidad Valenciana, o las más de 200 de Galicia o el País Vasco. Este dato junto con el porcentaje de facturación de las empresas de producción audiovisual en Cataluña (ver Tabla 1) es suficiente para situar al sector en Cataluña muy por encima del resto de las autonomías, aunque eso sí, también bastante por debajo de la Comunidad de Madrid.

El gran porcentaje de empresas de producción audiovisual catalanas que superan los 3 millones de euros de facturación anual (el 70% frente al 2,7% en Galicia) es otro dato que demuestra este hecho.

Sin embargo, las cifras de la tabla 3 presentan una realidad común en todas las comunidades: la reducida escala de las empresas del sector. Aproximadamente entre el 70% y el 80% de las empresas del sector tienen únicamente entre 0 y 2 empleados. Se trata por lo tanto, en la mayoría de los casos, de empresas de muy reducido tamaño y, en consecuencia, con muy poca capacidad de inversión y de desarrollo de proyectos. Esta atomización del sector en multitud de microempresas es uno de los principales problemas a afrontar.

En resumen, podemos hablar de un sector con multitud de pequeñas empresas de escasos recursos económicos y muy pocas empresas con envergadura suficiente para acometer proyectos importantes.

7 Dafo en las CCAA

En base a estas magnitudes y a la coyuntura del sector los diferentes libros blancos y planes de desarrollo elaboran un análisis (en la mayoría de las ocasiones de tipo DAFO) sobre la situación del sector en sus comunidades. Con esos análisis hemos elaborado la tabla 4, en la que mostramos los puntos comunes y algunas particularidades de las diferentes autonomías.

Entre las debilidades comunes más importantes podemos señalar estas tres: la reducida dimensión de los respectivos mercados culturales, la dependencia de las ayudas públicas y las televisiones autonómicas y el reducido tamaño del sector de la producción.

Tabla 4. Dafo en torno al sector audiovisual

Debilidades			Amenazas
Dependencia de la televisión autonómica			Distribución y consumo de productos culturales estándar a escala global
Dependencia de las ayudas públicas			Creciente concentración empresarial de empresas asentadas en grandes mercados lingüístico-culturales (centralización geográfica del sector)
Reducida presencia de grandes grupos multimedia			
Reducida dimensión del mercado cultural			Apuesta por el sector audiovisual realizada por otras comunidades
Internacionalización baja			
Fortalezas			Oportunidades
Cataluña	Galicia	País Vasco	Mayor demanda de contenidos
Creatividad. Imagen de calidad	Ubicación geográfica privilegiada	Tejido industrial vasco: competitivo y flexible	
Consumo cultural superior a la media española	Bajos costes en comparación con otras regiones	Experiencia en dinamización de sectores (clusters)	Reducción de barreras de entrada a las nuevas tecnologías
Barcelona. Importante capital para la producción europea y latinoamericana			Positiva imagen exterior
			Nuevas infraestructuras para el audiovisual

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Los Libros Blancos del sector Audiovisual de Valencia y el País Vasco, El libro Blanco de las industrias culturales de Cataluña, la Fundación Audiovisual de Andalucía y el Plan estratégico para el desarrollo del sector audiovisual de Galicia.

Estos aspectos forman un círculo vicioso que impide la consolidación del tejido industrial audiovisual. Pequeñas empresas sacan adelante proyectos gracias a la ayuda de las instituciones. Dada la escasa dimensión de estas empresas, los proyectos son normalmente de un proporción bastante limitada por lo que a duras penas pueden conseguir una buena explotación en su territorio y en muy raras ocasiones se comercializan o explotan en el exterior. En Cataluña, por ejemplo, tal y como señala el Libro Blanco del Audiovisual, las películas catalanas exhibidas en esta comunidad autónoma obtienen una recaudación media de 36.000 euros, frente a los 158.000 euros que consiguen las españolas o los 218.000 euros de las norteamericanas. Se obtienen, por lo tanto, resultados muy humildes que imposibilitan el crecimiento de las empresas y el desarrollo de proyectos más ambiciosos.

Las amenazas y las oportunidades comunes son las derivadas de la situación del sector a nivel global. Aparecen más oportunidades como consecuencia de la mayor demanda de contenidos y de la reducción de las barreras de acceso a las tecnologías, y crece la amenaza de los contenidos estándar distribuidos y consumidos a escala global.

Entre las fortalezas, aparece un punto que ya habíamos señalado, la presencia de operadores autonómicos de televisión que actúan como auténtico motor del sector en sus diferentes comunidades.

También existen algunos puntos particulares en el análisis de las comunidades que pueden denotar los diferentes objetivos de cada una de ellas.

Cataluña, por ejemplo, sitúa como amenaza la localización de las casas matrices de las grandes compañías en limitadas capitales continentales, mostrando su vocación de referente europeo y de recibir a esas grandes compañías. De hecho, la propia ciudad de Barcelona es tenida en cuenta como una de las grandes fortalezas del sector en Cataluña. Esta posición contrasta muy significativamente con la de los planes de desarrollo estratégico de Galicia y Euskadi que sitúan las apuestas realizadas por el sector en el resto de comunidades como una amenaza para su progreso⁶.

Al margen de este punto, Galicia también sitúa como una importante amenaza la fuerte competencia del sector de la animación en el sudeste asiático y como una de sus más importantes fortalezas los bajos costes de producción en comparación con otras regiones.

En el caso de el País Vasco se presentan como debilidades la “*fuga de talentos*” y el desconocimiento de las nuevas tecnologías y como fortalezas la

6 En el caso del Libro Blanco de Galicia se menciona explícitamente a la Comunidad Valenciana y Cataluña, mientras que en el caso del Libro Blanco Vasco se habla genéricamente “*del resto de las autonomías*”. Podría parecer por lo tanto que desde la perspectiva gallega no se está produciendo un Euskadi un esfuerzo equiparable al de las otras regiones.

apuesta por la banda ancha⁷ de la administración y la experiencia acumulada en el País Vasco en el desarrollo de clusters en otros sectores.

8 Ordenación sectorial

Uno de los grandes problemas que plantea el desarrollo de políticas de fomento del audiovisual es la implicación de los diferentes sectores que intervienen en él. En los últimos años, las comunidades autónomas estudiadas han puesto en marcha diferentes instituciones o iniciativas en las que se reúnen la gran mayoría de estos actores de forma que se pueden desarrollar políticas más coordinadas y beneficiosas para el sector.

En el caso de Cataluña el ICIC es el encargado de gestionar y desarrollar los ámbitos referidos a las ayudas directas de la Generalitat, la promoción exterior, (por medio de Catalan Films) o los convenios con el Instituto Catalán de Finanzas.

En Valencia la institución más importante en el terreno cinematográfico es el El Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay (IVAC). Creado en 1989, el IVAC integró en él la estructura de la Filmoteca de la Generalitat Valenciana y asumió también las funciones de convocatoria y concesión de ayudas a la cinematografía. Sin embargo, las ayudas dirigidas a la producción televisiva o los convenios con RTVV, RTVE o el IVF continúan elaborándose de manera independiente.

En Andalucía la Fundación Audiovisual de Andalucía es la principal encargada de la promoción del sector. Tal y como señalan sus estatutos, tiene por objeto *“el fomento del sector audiovisual en Andalucía y la formación continuada de los profesionales andaluces de dicho medio, facilitando la obtención de los instrumentos de apoyo necesarios para dotarles a ambos, sector y profesionales, de competitividad adecuada para su desarrollo en el seno de la Unión Europea”*.

El Consorcio Audiovisual de Galicia es la institución tractora del audiovisual en Galicia. Fue formalmente constituido el 21 de noviembre de 2002 con la participación de representantes de la Consejerías de Cultura, Economía y Hacienda, Corporación de Radio Televisión Gallega (CRTVG), y de las cuatro diputaciones provinciales gallegas. En la actualidad el Consorcio gestiona las ayudas al sector y las acciones de promoción del mismo como el foro de coproducción Galicia- Valencia.

Desde el mismo Consorcio se impulsa también la otra gran herramienta de desarrollo del sector: el Clúster del Audiovisual gallego. El Clúster surge en buena medida impulsado por AGAPI (Asociación gallega de productores independientes) que lo incluye dentro de su “Plan estratégico del sector audiovisual gallego 2002-

7 A pesar de esto desde su puesta en marcha Euskaltel no ha suscrito ningún compromiso para el fortalecimiento del sector audiovisual vasco. Únicamente emite un canal de escala regional pero de muy escaso presupuesto.

2005”. A partir de ahí, el proyecto estará definido por las directrices del “Plan Conjunto de mejora de la competitividad definido por IGAPE (Instituto gallego de promoción económica), plan que recoge como ejes principales los señalados en la tabla siguiente.

Tabla 5. Plan Conjunto de mejora de la competitividad de la Industria Audiovisual de Galicia

Estrategia y Gestión Empresarial	Consolidar la cultura y madurez empresarial de las firmas de la industria
Recursos Humanos	Mejorar la capacitación de los recursos humanos y adecuar la oferta formativa a las necesidades de la industria
Financiación	Mejorar el acceso de las empresas a fuentes de financiación y maximizar la utilización por parte de las mismas del marco de apoyo público a su alcance
Acceso a mercados	Facilitar el acceso de las empresas al mercado nacional e internacional y maximizar sus ventas en el ámbito regional
Infraestructura, Instalaciones, Equipos y Servicios al Audiovisual	Optimizar la utilización de infraestructuras, instalaciones y equipos aplicables a la industria audiovisual. Completar el desarrollo de la industria auxiliar de la industria audiovisual.

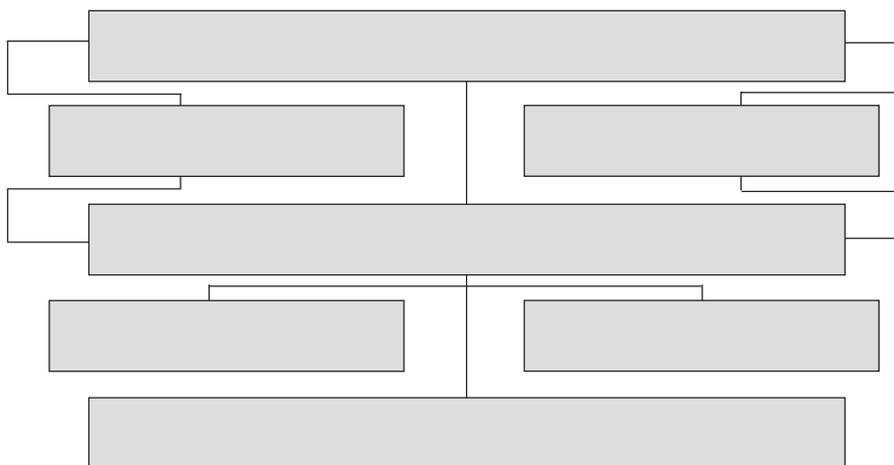
Fuente: Audiovisual Gallego 2003

Tal y como se recoge en el libro del clúster, este pretende ser “un grupo de empresas reconocido por elevado su grado de excelencia empresarial (...) capaz de ofrecer contenidos de interés universal sin dejar de representar la voz propia de Galicia (...). Con el objetivo de consolidar el audiovisual gallego en un puesto de liderazgo dentro del panorama nacional, ya no solo por el elevado número de producciones (...) sino también por haber logrado completar el desarrollo de la industria auxiliar de la industria audiovisual y haber posicionado a Galicia como un gran plató natural en el contexto internacional”.

El libro blanco del sector audiovisual en el País Vasco propone un enfoque integral para la promoción del sector, que se realice desde seis ámbitos: la política cultural; la política industrial; la política fiscal; la política de la televisión pública (EITB); la política de empleo y la política de formación.

Desde la interacción de estos sectores y con la iniciativa privada el libro blanco diseña un nuevo mapa sectorial para el audiovisual (ver gráfica 1)

Gráfica 1. Mapa sectorial propuesto por el libro blanco del País Vasco



Fuente: "Libro blanco del sector audiovisual del País Vasco"

Según este mapa sectorial, el primer paso a dar sería la creación de una comisión interinstitucional que con participación pública y privada coordinase las políticas en torno al sector audiovisual, velando por el cumplimiento de los proyectos expuestos en el libro. En este sentido, una de sus principales prioridades sería impulsar la creación del clúster del audiovisual. El clúster, tal y como se señala en el libro blanco actuaría como bisagra entre el sector y el gobierno vasco. Trabajaría fundamentalmente facilitando la búsqueda de financiación para las productoras, colaborando en la distribución exterior de la producción vasca y mejorando el conocimiento de las corrientes creativas. Por otro lado, desde el clúster también se promovería la creación de otras dos entidades: sogisa y soproval. La primera con el objetivo de fomentar la competitividad mediante la gestión compartida de servicios e infraestructuras y la segunda tratando de consolidar la creación de productos y destinarlos a un mercado global.

9 Ayudas directas

Las ayudas directas al sector continúan siendo uno de los soportes principales de la producción. En los últimos años estas han aumentado de manera importante en tres de las cuatro comunidades estudiadas.

Tabla 6. Ayudas directas a la producción y el desarrollo audiovisual en las CCAA (2004)

Cataluña	Galicia	Valencia	País Vasco	Andalucía
6.370.000	2.850.000	1.500.000	1.220.000	1.200.000

Fuente: elaboración propia a partir de datos de los Boletines oficiales de las comunidades

Mientras que en 1996 el total de las ayudas concedidas por el Departamento de Cultura de la Generalitat catalana ascendían a 1.900.000 euros en la actualidad esta cifra se ha multiplicado por cuatro. El caso catalán es sin duda el más ilustrativo de una mayor preocupación por el sector, pero otras comunidades como Galicia han dado también pasos importantes aumentando la dotación del medio millón de euros de 1997 a los casi tres millones de la actualidad. En el caso del País Vasco también se ha producido, aunque en un plano más discreto, un aumento de las ayudas que han pasado de los 600.000 euros de 1998 al 1.200.000 de 2004. En la comunidad de Valencia se puede decir sin embargo que se ha producido un retroceso en este tipo de subvenciones. Las concedidas a la cinematografía están congeladas desde 2000, mientras que las concedidas a PYMES a la producción de obras televisivas han pasado de 600.000 a 300.000 euros.

Andalucía por su parte dedicó en 2004, 1.200.000 en ayudas a la producción y el desarrollo de obras audiovisuales, 300.000 euros más que en 2003.

En todos los casos el grueso de las ayudas está dedicado a la producción o el desarrollo de obras cinematográficas o televisivas. En la tabla 6 están extraídas las ayudas dedicadas a este concepto.

Dentro de los 6.370.000 euros que Cataluña dedica al audiovisual, 3.000.000 están dirigidos a la producción de largometrajes, documentales, o series de animación para televisión, con un porcentaje de ayuda máxima del 15% sobre el total del proyecto o de 120.000 euros en el caso de los largometrajes. Otros dos millones de euros se dedican a la explotación comercial de largometrajes. En este capítulo se concede una ayuda igual al 17% de la inversión del productor, con un máximo de 160.000 euros para largometrajes estrenados en catalán y del 10% con un máximo de 60.000 euros para largometrajes en otro idioma.

Por último, estarían las ayudas para obras de nuevos realizadores o de interés cultural, capítulo al que se destina 1.000.000 de euros. La inversión en estas obras no puede ser superior a 120.000 euros.

En Galicia el total de ayudas concedidas por el Consorcio Audiovisual a la producción es de 2.850.000 euros que se dividen entre largometrajes, proyectos de videocreación, *tv-movies*, pilotos para televisión, documentales y producciones multimedia. En estas ayudas el porcentaje máximo de participación sobre el coste total de la obra es del 30%.

En el caso de la Comunidad Valenciana dentro del 1.500.000 euros dedicado a la producción audiovisual, 1.200.000 corresponden a ayudas del IVAC a la producción cinematográfica, y 300.000 forman parte de la convocatoria de la Conselleria del Portavoz del Gobierno para la realización de producciones audiovisuales por PYMES. Las subvenciones del IVAC se destinan a la producción de largometrajes de ficción, animación o documentales, con un porcentaje de ayuda máxima que no puede ser superior al 50% de la inversión de los productores valencianos.

Por su parte, las ayudas de la Conselleria del Portavoz del Gobierno van dirigidas a Pymes del sector para la realización de programas de televisión que tendrán una difusión gratuita en medios de televisión local o en actividades de interés social. La cantidad máxima a recibir por proyecto es de 100.000 euros.

El Gobierno Vasco dedica 1.200.000 de euros para largometrajes de ficción, animación o documental, con un límite del 20% sobre el porcentaje del proyecto aunque sin superar la inversión del productor. En cualquier caso, como aspecto fundamental hemos de destacar que desde 2003 estas ayudas han pasado a ser a fondo perdido. Desde el fin de la experiencia de coproducción del Gobierno Vasco a través de Euskal Media hasta 2003 estas ayudas eran de carácter reintegrable, es decir, debían ser devueltas al Gobierno Vasco.

Dentro del total destinado por Andalucía a subvenciones a la producción, 736.000 euros fueron destinados a cinco largometrajes, 180.000 euros fueron a parar a 8 documentales, 80.000 euros se destinaron a 8 cortometrajes y 200.000 se destinaron al desarrollo de 13 obras de diferentes formatos.

Por último, un factor a tener en cuenta en el caso de todas las ayudas es la existencia de los llamados criterios de territorialización, es decir, la obligación de que se produzca un determinado impacto económico en el territorio que concede la ayuda. Su importancia radica fundamentalmente en el marcaje que la UE está haciendo de este criterio, ya que lo considera un elemento perturbador de la competencia. Algunos documentos de trabajo de la Comisión proponían la eliminación o al menos la reducción de estos criterios para 2004, sin embargo, la firme oposición de los estados ha propiciado que la decisión se posponga hasta 2007.

Este criterio es comúnmente empleado por todos los fondos regionales, así por ejemplo, las obras apoyadas por el Fondo Audiovisual de Rotterdam o el lander alemán de Baden-Württemberg han de tener un efecto en la región superior al 120%⁸. En otros casos como el de la región Alpes – Cote d'azur se exige realizar al menos el 50% del rodaje en su territorio con un mínimo de 4 semanas.

8 El efecto se evalúa sobre el gasto realizado en la región en función de la ayuda recibida. Es decir, un efecto territorial del 100% supone invertir el total de la ayuda recibida en la región.

Si bien estos mecanismos no siguen el mismo modelo en España, todas las comunidades incluyen estos criterios territoriales de alguna manera. En el caso de Galicia es necesario que al menos el 25% de la producción se realice allí, en las convocatorias del ICIC se señala que al menos el 50% de las labores de producción y posproducción han de realizarse por personas físicas o jurídicas con residencia permanente en Cataluña. En los esquemas de ayudas de Valencia, el País Vasco y Andalucía, el rodaje en el territorio o la participación de equipos locales es un criterio positivo de cara a la obtención de la ayuda.

10 Ayudas a la financiación

El hecho de que las ayudas directas sean cada vez más vigiladas por las autoridades de la competencia lleva a las instituciones a dirigirse a otras vías como las de la financiación, siguiendo así la línea marcada por la iniciativa i2i audiovisual⁹ del programa MEDIA de la UE.

Cataluña es la comunidad con una trayectoria más sólida en este terreno. Su principal actuación en el campo de la financiación es la del Instituto Catalán de Finanzas (ICF). Esta entidad tiene un convenio firmado con las principales asociaciones de productores audiovisuales de Cataluña por el que se establece una línea de financiación especial de préstamos para inversiones en el sector de la producción audiovisual. Este convenio, firmado por primera vez en 1999 y renovado en 2002, establece el interés del préstamo en función del proyecto con un plazo de amortización máximo de 5 años.

Estos préstamos pueden llegar a cubrir un 30% del proyecto en la parte que le corresponde al productor y hasta el 100% en producciones de televisión. Por medio de este convenio en 2000 se realizaron 19 préstamos por un valor de 8,6 m. de euros, esta cifra aumenta hasta 21,2 m. de euros si se tienen en cuenta el resto de operaciones llevadas a cabo por empresas audiovisuales con el ICF al margen de este convenio. En total éstas supusieron el 10% de la actividad del ICF.

Además de esta línea de financiación, las productoras catalanas también cuentan con la posibilidad de recurrir al capital riesgo por medio del Fondo Intermedia audiovisual y la sociedad Spinnaker Media. El primero de 10 millones de euros participado fundamentalmente por el ICF y el segundo de 22 millones por inversores privados (11m), el Fondo Europeo de Inversiones (7m.) y el ICF (4m.).

En Galicia son dos los acuerdos por los que se establecen líneas de préstamo especiales para el audiovisual. El primero es el suscrito con el ICO y se centra en

9 La iniciativa i2i Audiovisual se desarrolla dentro del Programa MEDIA de la UE con la colaboración del Banco Europeo de Inversiones. Mediante este esquema se otorgan ayudas para los gastos de la partida “seguros” del presupuesto de producción, los gastos de la partida “**garantía de cumplimiento**” del presupuesto de producción y los “**gastos financieros**” del presupuesto de producción.

producciones cuyos derechos de comunicación pública hayan sido cedidos a Televisión de Galicia, S.A. según el Convenio AGAPI-TVG.

La cuantía máxima del préstamo es del 75% del precio de los derechos de explotación adquiridos por TVG de acuerdo al correspondiente contrato de cesión de derechos (descuento de contratos).

La otra línea es la promovida por el Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE). La cuantía máxima del préstamo por proyecto es del 50% de su presupuesto, pudiendo excepcionalmente alcanzar un 70% y en cualquier caso, con un límite de 900.000 euros por operación.

Por otro lado hay que señalar también la actividad de XESGALICIA, sociedad de capital riesgo mayoritariamente participada por el IGAPE que a través de sus fondos “Adiante” y “Emprende” participa en empresas audiovisuales como Bren Entertainment S.L., Dygra Films o Grupos Intercontinental Producciones.

En la comunidad Valenciana el marco de financiación viene marcado por el protocolo de actuación del audiovisual de la Generalitat. En éste se establecen las condiciones de la línea de préstamo con el Instituto Valenciano de Finanzas y la Sociedad de Garantía Recíproca. El tipo de interés en estos préstamos se referenciará al MIBOR o EURIBOR, más un diferencial que no superará en ningún caso el 0,5%.

En el caso del País Vasco, la línea de financiación del sector ha sido puesta en marcha por medio del Decreto 229/2003 de 29 de diciembre. El mecanismo establecido por este decreto es diferente al señalado en las anteriores comunidades ya que en este se opta a una serie de préstamos sin intereses para el desarrollo de obras audiovisuales y a préstamos para la financiación de contratos, con un interés del EURIBOR más el 0,5% sin ninguna comisión. La concesión de estos préstamos se realiza mediante el procedimiento de convocatoria pública.

En Andalucía actualmente no existe ningún convenio de financiación específico para la industria audiovisual, sin embargo se siguen aplicando de manera automática los criterios y las condiciones del criterio suscrito en 1996 entre Radio Televisión de Andalucía (RTVA) y la Asociación de empresas de producción de Andalucía con diversas entidades bancarias. Aunque este acuerdo ofrece condiciones favorables para el sector tiene como inconveniente que solo es aplicable a obras contratadas por RTVA (Ibaia, 2003).

11 La internacionalización de las obras

En el análisis de los sectores en las diferentes comunidades hemos visto como la escasa internacionalización de las obras audiovisuales es una de las asignaturas pendientes del sector. A nivel Estatal, la labor de promoción es realizada por el ICEX que está presente en diferentes festivales y mercados, pero las comunidades han desarrollado recursos para promover la presencia de sus obras audiovisuales en los diferentes mercados y festivales audiovisuales.

Cataluña desarrolla esta labor por medio de Catalan Films & TV entidad perteneciente al ICIC que promociona las obras catalanas mediante su participación en los principales festivales y mercados internacionales. Por este sistema acudieron un total de 41 empresas catalanas al MIP TV de Cannes dentro del Stand de Catalan Films.

El Departamento de cultura de Gobierno Vasco lleva a cabo esta tarea mediante el programa llamado NINIAC, con el que agrupa a un cierto número de empresas audiovisuales para que puedan estar presentes en diferentes festivales. Nueve empresas vascas estuvieron presentes en el festival de Annecy y once en el prestigioso Sunny Side of the Doc gracias a esta acción.

Galicia ha aprobado recientemente su plan de internacionalización del sector que se pondrá en marcha a partir de 2005. Este plan tiene dos puntos fundamentales, por un lado la promoción directa de la imagen de Galicia en el exterior, y por otro, el asesoramiento de las productoras gallegas sobre todos los aspectos de la comercialización internacional, con el apoyo a la presencia de las producciones gallegas en las grandes citas de festivales y mercados internacionales del cine y la televisión. En 2004 ya se dio el primer paso en este terreno con la presencia de siete productoras gallegas en el MIPCOM dentro del Stand de la Asociación Gallega de Productores independientes (AGAPI), que contó para ésto con el apoyo de la Xunta.

En Andalucía las acciones de apoyo a la internacionalización de obras internacionales las lleva a cabo Extenda, la agencia andaluza para la promoción exterior que al igual que Catalan Films o el programa NINIAC agrupa a diferentes productores andaluces en un stand en algunos de los más importantes mercados como el “Sunny Side of the doc”, el “European Film Market” o el “MipCom” y el “MipTV”. A la edición de 2004 de este último mercado fueron nueve las empresas andaluzas que acudieron bajo el paraguas de Extenda.

En el caso Valencia aunque se contempla la inclusión de este aspecto dentro de la futura ley del audiovisual, aún no se ha dado ningún paso en esta dirección.

12 El papel de las televisiones

Galicia

La participación de la Televisión autonómica gallega en la promoción de obras audiovisuales es diferente a la del resto de televisiones. Su implicación en los proyectos se decide a través de un concurso público abierto a las productoras gallegas. Anualmente se convoca este concurso, por el cual Televisión de Galicia (TVG) recibe proyectos de largometrajes, series o películas para televisión para decidir en que proyectos implicarse y de qué manera, (mediante su participación como productor o mediante la precompra de los derechos de emisión). En el caso de los documentales, las aportaciones oscilan entre 10.000 y 35.000 euros, para películas de televisión el límite es de 112.000 euros, y para los largometrajes

cinematográficos de 210.000 euros. En cualquier caso, la suma no puede ser superior al 15% del presupuesto y para poder recibirla el proyecto ha de acreditar un 60% del presupuesto de la obra.

Mediante este sistema de inversión la televisión autonómica gallega participó en 2003 en un total de 108 obras audiovisuales y para 2004 calcula una inversión en producciones entre los 3 y 4 millones de euros, lo que supondría la participación en la producción de 5 largometrajes cinematográficos y en el desarrollo de otros tantos, y la producción de 8 películas de televisión y el desarrollo de otras tantas.

Si bien este sistema cuenta con el positivo factor de aportar estabilidad a la demanda de obras para los productores gallegos tiene como inconveniente estar sujeto a variaciones anuales ya que es la Televisión gallega la que decide el número de proyectos en los que se implica pudiendo producirse por lo tanto variaciones importantes que podrían llegar a afectar al sector.

Por otro lado hay que señalar también que desde el Gobierno autonómico gallego ya se ha expuesto la voluntad de poner en marcha un segundo canal de televisión autonómico, otra medida que supondría un importante respaldo para la producción gallega.

Valencia

La participación de la RTVV en la promoción del sector audiovisual se rige por medio de los protocolos suscritos por el Gobierno de la Generalitat para el fomento del sector. El primero de estos protocolos fue firmado en 1997, y el segundo en 2000. Éste finalizó el pasado 31 de diciembre de 2003, por lo que se encuentra a la espera de renovación. Por medio de este protocolo la RTVV se comprometía a destinar al sector 12,62 millones de euros, 4,51 millones para la producción de obras audiovisuales, 2,10 millones para la adquisición de derechos y 5,11 millones para el doblaje de producciones y 900.000 euros para servicios conexos que de forma directa o indirecta se generen como consecuencia de la producción de las obras audiovisuales a desarrollar en el territorio de la comunidad valenciana.

Dentro del marco de este protocolo la Generalitat Valenciana ha suscrito convenios tanto con RTVE como con RTVV. Por medio del convenio con RTVE la administración autonómica otorga anualmente al organismo estatal una cantidad cercana a los 2,4 m. de euros para la producción de obras audiovisuales. Aunque según ese convenio las obras deberían destinarse “preferentemente” a su explotación en el canal de satélite de TVE “Hispanvisión”, estas partidas se han utilizado fundamentalmente para la producción de una *tv-movie* al año que es emitida por el primer canal de TVE. “Arroz y Tartana”, “Severo Ochoa” o “Viento del Pueblo” son algunos de los proyectos realizados dentro de este convenio.

El convenio con RTVV cuenta con una dotación de 2.100.000 euros para el ejercicio de 2004, con esta cantidad RTVV participa, principalmente mediante la

compra de derechos, en 7 *tv-movies*, tal y como hizo ya en 2003. Las obras producidas cuentan además con un lugar privilegiado en la parrilla de canal, así, por ejemplo, las obras realizadas en 2002 fueron estrenadas en julio de 2003 en horario de máxima audiencia. Todas ellas respondieron muy positivamente con audiencias superiores al 20% en los tres casos¹⁰.

Cataluña

La Corporación catalana de Radio-televisión (CCRTV) también regula su participación en el sector por medio de convenios con las principales asociaciones de producción de Cataluña: Barcelona Audiovisual y Productores audiovisuales de Cataluña (PAC). En el convenio suscrito para el periodo 2002-2005, CCRTV se prevé una inversión de más de 43 millones de euros mediante la participación en la coproducción de 36 *tv-movies* y 28 documentales, así como de diversas series para televisión.

Por otro lado CCRTV también tiene un convenio suscrito con Sogecable para el fomento de la producción audiovisual catalana. Mediante este acuerdo ambas entidades invertirán 40 millones de euros en 5 años. En el primer año de este acuerdo ya han invertido 4 millones de euros en 3 largometrajes, 4 telefilms y 4 documentales.

La importancia que CCRTV concede a la producción autóctona se demuestra también por el papel que le da en su programación. TV3 coloca las *tv-movies* en las que participa en un espacio especial "Estrenos TV3", todas las semanas en horario de máxima audiencia.

País Vasco

En la actualidad es la única comunidad de las estudiadas que no tiene suscrito ningún acuerdo o fórmula para la promoción de la industria autóctona¹¹. Desde que finalizase en 2002 el convenio suscrito con la Asociación de Productores audiovisuales vascos, no se ha producido ningún acuerdo entre ambas partes para regular la participación de la Televisión pública vasca en el apoyo al sector. La única línea de actuación que ETB tiene marcada (al margen de la incumplida normativa del 5%) es la incluida en el Libro Blanco del Audiovisual según la cual deberá apoyar la producción de entre 4 y 6 largometrajes al año, y 3 o 4 *tv-movies* al año, así como la grabación o rodaje de 2 largometrajes o 2 *tv-movies* al año y el rodaje y estreno de un largometraje en V.O. en Euskara entre uno o dos años.

Sin embargo, estas cifras están más cerca de ser meras recomendaciones, que de constituir un compromiso serio y a largo plazo con el sector. Este factor sitúa

10 "La audiencia respalda a las TV movies valencianas". Enfoque, audiovisual de la comunidad valenciana. Octubre, 2003.

11 Aunque el convenio lleva casi un año finalizado en la Comunidad Valenciana la Generalitat está negociando su renovación, que muy probablemente llegará antes de 2005.

al audiovisual vasco en inferioridad de condiciones respecto a sus competidores en las otras comunidades.

Andalucía

En los últimos tres años RTVA ha invertido 9.173.745 euros en producciones audiovisuales andaluzas participando en un total de 92 producciones. En el año 2003, la inversión ascendió a 2.880.000 euros repartidos entre 10 películas, 7 *tv-movies*, 9 documentales y 13 cortometrajes.

Tabla 7. Inversión en obras de audiovisuales de RTVA

	2001		2002		2003		Total	
	Nº	Cantidad invertida	Nº	Cantidad invertida	Nº	Cantidad invertida	Nº	Cantidad invertida
Largometrajes	8	2.054.401,81	7	1.218.296,3	10	1.726.788,09	25	4.999.486,20
TV-Movies	6	939.916,82	9	1.491.817,82	7	469.894,48	22	2.901.629,12
Documentales de creación	7	446.890,28		0,00	9	312.160,21	16	759.050,49
Cortometrajes Desarrollo de	9	105.177,12		0,00	13	321.533,42	22	426.710,54
largometrajes	3	40.868,82			4	34.000,00	3	74.868,82
Desarrollo de documentales		0,00		0,00		12.000,00		12.000,00
Totales año		3.587.254,85		2.710.114,12		2.876.376,20		9.173.745,17

Fuente: Memoria RTVA 2001-2002-2003

Además de estas inversiones de los canales autonómicos, hay que señalar que la FORTA¹² (Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión autonómicos) y FAPAE (Federación de asociaciones de Productores audiovisuales españolas) firmaron un acuerdo en 2004 por el cual, la primera se comprometía a invertir un mínimo de 10 millones de euros al año en obras audiovisuales. El convenio anterior suscrito en 1999 contemplaba una inversión anual de 9 millones.

12 Además de las televisiones de las autonomías estudiadas también forman parte de la FORTA las televisiones de las Comunidades autónomas de Canarias, Castilla la Mancha y Madrid.

13 Conclusiones

Hemos visto ya lo que supone el grueso de la estrategia de las regiones, en forma de ayudas, nuevas instituciones o colaboración con entidades financieras. En la mayoría de las regiones se han emprendido además actuaciones relacionadas con la creación de espacios para el audiovisual (o para la cultura en general), bien desde la perspectiva meramente industrial (estudios o polígonos), o desde una visión más cultural con filmotecas o “ciudades de la cultura”.

En la Comunidad Valenciana se pondrá próximamente en marcha la “Ciudad de la Luz”, proyecto emplazado al sur de la provincia de Alicante en el que se están construyendo unos estudios que aspiran a convertirse en un referente para la producción europea. En Santiago de Compostela se construye la llamada “Ciudad de la Cultura” donde el audiovisual tendrá un importante peso. En el País Vasco se centralizará la actividad audiovisual en el llamado edificio Tabacalera, donde se creará un centro internacional de la cultura contemporánea. En Málaga, el plan general de ordenación urbanística prevé una parcela de 20.000m² para la posible construcción de la “Ciudad del cine” y en Cataluña el ICIC junto con el Ayuntamiento de Terrassa trabaja en el desarrollo de un Parque Audiovisual dentro del plan “Terrassa, ciudad audiovisual”.

Estos datos junto con lo expuesto anteriormente nos permiten visualizar claramente la apuesta realizada por el sector desde estas comunidades autónomas. A modo de conclusión identificaremos los principales ejes de esta apuesta.

Los primeros datos mostrados sobre la facturación de empresas de producción audiovisual y la presencia de empresas audiovisuales nos han mostrado el punto de partida: una importante centralización del sector en la comunidad de Madrid. Únicamente las comunidades mostradas en el estudio mantienen unos porcentajes de actividad significativos a nivel estatal.

La concentración de recursos en Madrid ha desencadenado la reacción de las comunidades estudiadas que sienten la necesidad de reforzar sus industrias de contenidos, en un momento en el que el aumento de la demanda de “imágenes” dentro del marco de la sociedad de la información convierte al audiovisual en un sector estratégico.

Este impulso de la industria audiovisual se produce además en comunidades de una profunda identidad cultural por lo que al obvio y primordial interés económico hay que unir además la voluntad de mantener las posibilidades de crear sus propios contenidos audiovisuales. Así, éstas han desarrollado una serie de estrategias a partir de “libros blancos” o “planes estratégicos”

Los principales puntos de estos planes son la consolidación y el refuerzo de las ayudas al sector, con la generalización de acciones antes más aisladas como las ayudas a la financiación, la creación de estructuras organizativas participadas por todas las instituciones vinculadas al sector, la promoción internacional de las obras o los proyectos de construcción de nuevos centros vinculados al audiovisual.

Este esfuerzo por el sector, sin embargo, no es tanto una actitud elogiabile como una obligación exigible hasta ahora generalmente olvidada, ya que la mayor parte de las comunidades habían obviado su competencia como promotores culturales en el terreno del audiovisual dejando en manos del Estado y de TVE toda la responsabilidad sobre la industria.

Sin embargo, esta preocupación por el sector no es exclusiva de estas comunidades. En la actualidad, la comunidad Canaria prepara un libro blanco del audiovisual, mientras que otras comunidades como Asturias, Baleares o Aragón preparan el lanzamiento de canales autonómicos de televisión, lo que a buen seguro supondrá un importante impulso a las industrias de estas comunidades.

A un nivel más específico, dentro ya de las propias estrategias de desarrollo se pueden extraer otra serie de conclusiones. En primer lugar, la mayoría de los planes presentados señala la falta de información fiable sobre la verdadera dimensión del sector. De hecho, el dato más claro que se puede extraer de ellos es la preocupante y ya endémica atomización del sector. Sin embargo, este hecho encuentra difícil respuesta en los planes expuestos. Más allá de los planes de internacionalización o de las ayudas a la producción se hace necesaria una profunda reflexión sobre la necesidad de un cambio en la estructura del sector que tenga como resultado la disminución del número de empresas de producción existentes y el fortalecimiento de las mismas.¹³

En segundo lugar, el peso cada vez mayor que cobran las ayudas a la financiación. Siguiendo la corriente marcada por la iniciativa “i2i Audiovisual” de la Unión Europea en las comunidades, se generalizan estas ayudas mediante convenios específicos con entidades financieras públicas, como en el caso de la Comunidad Valenciana y Cataluña con los institutos Catalán y valenciano de finanzas, o con convocatorias de ayudas como las recientemente convocadas por el Departamento de Cultura de Gobierno Vasco¹⁴.

En tercer lugar hay que señalar la creación de organismos o entidades para la coordinación de las diferentes administraciones implicadas en el sector. Se responde así a una importante demanda del sector que tenía interlocutores en las áreas de cultura, industria, promoción exterior, en entidades financieras y televisiones. La reunión de representantes de estos ámbitos debe ayudar a lograr una mayor adecuación de las políticas a los intereses del sector con un menor esfuerzo.

13 En este sentido se han dado algunos movimientos. Las productoras valencianas Intercartel y Nisa se fusionaron para crear Indigomedia, la productora más importante de la ciudad. En Andalucía se ha creado el grupo M5 audiovisual con la unión de diversas empresas del sector.

14 La Comisión europea ha pospuesto hasta 2007 la revisión de los esquemas de ayudas directas que incluyen criterios territoriales, por lo que Estados y comunidades deben empezar a adecuar su acción a los criterios exigidos.

Este esfuerzo de la administración ha de ir acompañado también por el del sector de la producción de las diferentes comunidades autónomas. En la mayoría de estas son al menos dos las organizaciones que representan al sector de la producción, en muchos casos divididas por diferentes intereses, o simplemente por la adjudicación de las subvenciones. El esfuerzo que se exige a la administración es igualmente necesario en las empresas del sector para lograr la máxima representatividad y fuerza posible en las negociaciones.

Sobre el papel de las televisiones se puede hacer una valoración bastante positiva en todos los casos estudiados salvo en el de la Comunidad Autónoma vasca. La creación de unos mecanismos en forma de convenios o protocolos genera un marco de estabilidad para el mantenimiento del sector y abre la posibilidad del fortalecimiento de las empresas mediante la internacionalización de sus obras. En el caso del País Vasco la falta de ese acuerdo sitúa a la industria local en franca desventaja sobre la del resto de comunidades.

El apoyo a las industrias audiovisuales a escala regional ha de ser contemplado por los diferentes gobiernos autonómicos como una inversión necesaria en un sector de gran potencialidad económica y con unos efectos muy positivos para la imagen de la región. Estas nuevas acciones que hemos expuesto suponen un paso adelante y dejan atrás la visión del apoyo al sector como una concesión forzosa en forma de subvención anual a un sector necesitado.

Los buenos resultados de las *tv-movies* realizadas en Cataluña y Valencia y emitidas en horario de máxima audiencia en las respectivas televisiones autonómicas demuestran que con un compromiso serio que suponga la promoción de las obras y su ubicación en un buen lugar de la parrilla, los productos “locales” pueden ser muy efectivos.

La asignatura pendiente es sin duda la del cine, sin una promoción y una distribución adecuada es muy difícil conseguir resultados óptimos. Ésto aleja a las televisiones de la inversión en cine y las lleva a productos más baratos de menor riesgo y de más fácil rentabilización como son las *tv-movies*. Sin embargo, la acción a llevar a cabo en este terreno tiene que ver más con la corrección de un problema crónico del cine español que con la acción de los gobiernos autonómicos.

Bibliografía:

- AGAPI (2002). Plan estratégico del audiovisual gallego 2002-2005.
- Allen J., Scott (2000): “French Cinema. Economy, policy and place in the making of a cultural products industry”, *Theory, Culture & Society*. Vol. 17 (1), pp. 1-38.
- Aguilera Moyano M., Méndiz Noguero, A. y Castillo Esparcia, M. (coords.) (1999): *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Álvarez Monzoncillo, José María (2002): “La industria cinematográfica: enfermedades crónicas e incertidumbres ante el mercado digital” en Bustamante, E. (ed.): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, pp. 107-140.
- Azpillaga, P. e Idoyaga, P. (2000): *Guía de ayudas al sector audiovisual*, San Sebastián: Ibaia.
- Azpillaga, P. (2000): “Televisión, identidad y desarrollo regional” en Aguilar Vacas, F. (coord.): *Televisión y desarrollo: las regiones en la era digital*. Badajoz: Junta de Extremadura, pp.49-59.
- Bustamante E. (1999): “Audiovisual y desarrollo regional: una perspectiva económica” en Ledo Andino, Margarita y Krohling Kunsch, Margarida (ed.): *Comunicación Audiovisual: investigación y formación universitarias*. Universidad de Santiago de Compostela.
- De Pablo, S.(1997): “País Vasco” en Caparrós Lera, J.M. (Coord.): *Cine español: una historia por autonomías, Vol. II*. Barcelona: PPU, pp. 195-235.
- Dziembowska-Kowalska, Jolanta y Funck, Rolf H. (1999): “Cultural activities: source of competitiveness and prosperity in urban regions”. *Urban Studies*, Vol. 36. No. 8, pp.1381-1398.
- Fapae (2004). *Anuario Fapae 2003*. www.fapae.es
- Hueso, A.L.(1996): “Galicia” en Caparrós Lera, J.M. (Coord.): *Cine español: una historia por autonomías, Vol. I*. Barcelona: PPU, pp. 265-286.
- Instituto Nacional de Estadística. DIRCE 2003. www.ine.es.
- Ledo Andión, M. (2004): *Os “Estados Xerais” da cinematografía e do audiovisual en Galiza*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Libro Blanco de las Industrias Culturales en Cataluña (2002) en <http://cultura.gencat.net/icic/index.htm>
- Libro Blanco del Sector Audiovisual en Euskadi (2003).
- Libro Blanco del Sector audiovisual. Comunidad valenciana (2003).
- Oakey, Ray; Kipling Michelle y Wildgust Susan (2001): “Clustering among firms in the non-broadcast visual communications sector”. *Regional Studies*, Vol. 35.5 pp. 401-414.

- Oakley, Kate (2004): “Not so cool Britannia. The role of creative industries in economic development”. *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 7 (1) pp. 67-77.
- Observatorio Audiovisual Europeo (2004): “Public funding for film and audiovisual works in Europe – A comparative approach”. Strasbourg. *Programas de apoyo a la inversión y financiación de la producción audiovisual. Estudio comparado y propuesta para la creación de un marco propio en Euskadi*. (2002) Ibaia. <http://www.ibaia.org/>
- Quaderns del CAC Informe de l’audiovisual a Catalunya, 2003. <http://www.audiovisualcat.net/publicacions/informe2003.html>.
- Sierra Caballero, F. (2001): “Horizontes y problemas del audiovisual andaluz”. *Ámbitos*, Núm. 5 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/5/35sierra.htm>.
- “Statistics on AV services. Cinema, TV and Radio in the UE. 1980-2002”. Eurostat, 2003.
- Sydow, Jörg y Staber Udo (2002): “The institutional embeddedness of project networks: the case of content production in German television”. *Regional Studies*, Vol. 36.3 pp. 215-227.
- Zallo, Ramón (2002a): “Políticas culturales territoriales: una experiencia rica pero insuficiente” pp. 277-327 en Bustamante, E. (ed.): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, pp. 277-305.
- Zallo, R. (2002b): “Políticas culturales regionales en Europa: protagonismo de las regiones” en Bustamante, E. (ed.): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, pp. 297-333.
www.porlared.com

(Recibido, 20-12-2004, aceptado, 5-3-2005)