

<< El audiovisual en Euskadi >>

R. Zallo

Área 3- Industrias Culturales

3. Arloa: Kultura Industriak

(Versión en castellano)

Febrero, 2003ko otsaila

EL AUDIOVISUAL EN EUSKADI

O. INTRODUCCIÓN: AUDIOVISUAL EN LA CULTURA VASCA

1. ANTECEDENTES DEL SECTOR AUDIOVISUAL

- 1.1. Antecedentes de análisis
- 1.2. Antecedentes históricos en el desarrollo cultural vasco

2. ALGUNAS REFERENCIAS INTERNACIONALES Y CERCANAS

- 2.1. Audiovisual en Europa
- 2.2. Audiovisual en el Estado Español
- 2.3. Audiovisual en CCAA

3. DIAGNÓSTICO

- 3.1. Definición, estructura y características
 - 3.1.1 *Definición: cara y cruz del audiovisual*
 - 3.1.2 *Estructura de las distintas actividades económicas: cine, producción para TV y vídeo de encargo*
 - 3.1.3 *Características de la estructura audiovisual vasca*
- 3.2. Cadena de valor del sector audiovisual
- 3.3. Diagnóstico estratégico DAFO
 - 3.4.1 *Debilidades a corregir*
 - 3.4.2 *Fortalezas a explotar*
 - 3.4.3 *Amenazas a evitar*
 - 3.4.4 *Oportunidades a aprovechar*
- 3.5. Lectura cruzada de la matriz DAFO

4. REFLEXION

- 4.1. Ámbitos centrales de la política cultural global en el audiovisual
- 4.2. Estrategia industrial
 - 4.2.1. *Elementos básicos*
 - 4.2.2. *Objetivos y prioridades industriales generales*
- 4.3. Proyectos y acciones
- 4.4. Dificultades

NOTA: Este borrador de ponencia no puede obviar el hecho de que simultáneamente al Plan Vasco de la Cultura se ha elaborado por varios Departamentos del Gobierno Vasco (Cultura, Industria, Hacienda), EITB y una consultora, que es la que ha llevado la mayor carga mayor en la elaboración, un borrador (febrero del 2003) del “Libro Blanco del Sector Audiovisual en Euskadi”, del que se han retomado -como no podía ser menos- algunas partes resumidas de los contenidos para esta ponencia. Se trata de un gran acuerdo institucional a varias bandas y en una misma dirección, con una estrategia común: la aportación de la RTV vasca, la aportación estratégica de Cultura –con la ayuda del Consejo Vasco de la Cultura- y la consideración del sector cultural como un sector industrial preferente (Departamento de Industria) a financiar de modo adaptado (Vicepresidencia) y con una fiscalidad estimulante (Hacienda). Como no está publicado dicho Libro y para no pisar su presentación, no se explicitan aquí algunos de sus contenidos más operativos sin perjuicio de hacerlo cuando sea de dominio público¹. Este texto está centrado en la CAPV por razones obvias decisionales pero no se pierde de perspectiva a la Comunidad Foral Navarra y, eventualmente, a Iparralde como parte de un espacio cultural y comunicativo histórico común.

O. INTRODUCCIÓN: AUDIOVISUAL EN LA CULTURA VASCA

La cultura, que ya de por sí fundamenta y define a las comunidades, es un ámbito muy peculiar y polifacético. Una de sus partes fundamentales la conforman las industrias de la cultura que se caracterizan por su constante renovación, por sus efectos sociales, por su papel en la socialización, en el imaginario colectivo y en el desarrollo democrático, por la centralidad del trabajo creativo e intelectual, por su subjetividad o por estar sujeta a legislaciones especiales (propiedad intelectual, legislación de libertad de expresión, fomento de la creatividad, servicio público).

Dentro de las industrias culturales o de contenidos, el audiovisual es el más influyente en todos los órdenes: por su alta y diaria demanda social, por su impacto sensorial y emocional, por sus poderosos sistemas de producción y emisión de contenidos, por su versatilidad con otras formas expresivas, y por su papel distribuidor de roles y de notoriedad sobre el conjunto de las propuestas culturales. De ahí que se produzca también una significativa y compensatoria presencia pública a través de los sistemas públicos de radiotelevisión.

Del sector audiovisual (o subsector del sector de cultura y comunicación sería más preciso) cabría destacar las siguientes notas:

1) El sector audiovisual es parte del sistema de industrias culturales o de contenidos de un país. Ese sistema general está conformado por las industrias del libro, prensa diaria y periódica, disco, cine, vídeo, creación publicitaria, radio o televisión. Cabe incluir el espectáculo en vivo de masas –del que el bertsolarismo es una manifestación propia importante- e incluso el turismo cultural. Desde luego, también hay que añadir en la actualidad los contenidos informativos y culturales informáticos, de Internet y multimedia, así como los contenidos culturales transversales entre televisión, red y ordenador

¹ Como este ponente ha tomado parte muy activa en sus contenidos, sería poco razonable presentar una perspectiva distinta o contradictoria a la del Libro B. puesto que podría dar lugar a confusiones sobre el referente a tener presente por parte de los agentes en el futuro. En cualquier caso en sucesivos avances del Grupo de trabajo de esta ponencia se ensayará profundizar tanto en la misma como en aspectos del propio Libro Blanco, una vez publicado.

Se trata de concebir el audiovisual más allá de la pura suma de cine y televisión, y de disco y radio, para asumir que en él también se dan cita la formación y gestión de todo lo que significan los videojuegos, o la representación magnética o electrónica del espacio y de los volúmenes en forma de imágenes en 2-D o 3 -D o de animación y para todo tipo de funciones (educativas, de ocio, formación empresarial, servicios, información, marketing, pre-producción, espectáculo y producción) que, sumadas, afectan a toda la vida social. Apostar hoy por el audiovisual no es ceñirse a producción de televisión y cine.

Sin embargo nos centraremos en estos últimos y en aspectos de los medios de comunicación audiovisual por ser hoy decisivos y lugares centrales de aprendizaje para ámbitos mucho más amplios. Los otros ámbitos se verán en otras ponencias².

2) Como forma expresiva, la imagen, el audiovisual no es necesariamente lo simple y naturalista frente a lo escrito, tomado por lo complejo y abstracto. Una sola imagen -un cuadro o un plano- puede contener mucha más complejidad que el más largo de los textos, como muchas veces la cuidada riqueza expresiva de algunas imágenes publicitarias lo demuestra. Todo depende de la creatividad y calidad. El audiovisual no es lo popular y banal, es el lenguaje dominante en algunas industrias culturales clásicas. Además la cultura de la era digital pasa por la combinación expresiva de lo audio, visual y textual, pero es lo visual el parámetro cultural dominante, sobre el que pivota el encuentro entre lo escrito, audio y visual o el acercamiento del ordenador, la red y el televisor.

3) El audiovisual además de una forma expresiva cultural, que utiliza medios tecnológicos, magnéticos, químicos, electrónicos, informáticos o de telecomunicaciones, es un sector económico con características de estratégico, al menos en el entorno de la Unión Europea, tanto por sus efectos sociales y demanda como por su peso específico creciente, su transversalidad y papel articulador del conjunto del sistema cultural y mediático.

La industria audiovisual es inseparablemente creadora de contenidos culturales y generadora de empleo y riqueza. Al mismo tiempo, si no caben desarrollos culturales sin medios, sin inversiones o sin tecnologías, éstas valen de poco sin personas que los utilicen desde la creatividad y la innovación permanente, que es la esencia misma del diálogo entre tradición y cambio en la cultura. Tampoco hay que olvidar que el audiovisual, es una actividad industrial actual y de futuro, y un área fundamental de los contenidos de la era digital o si se quiere de la Sociedad de la Información³.

4) Por su forma de producción y como parte de la cultura, el sector audiovisual, tiene así una doble e inseparable naturaleza. Para ser cultura debe ser mayoritariamente industria, ser producida industrialmente; y para ser industria específica debe barajar contenidos del orden cultural, independientemente de que sean cultura genuina o solo lo parezcan. Esa es su razón de ser y lo que hace compleja su gestión, llena de expectativas y de incertidumbres.

5) No existe así una política industrial con efectos culturales distinta o no situada en el cuadro de una política cultural con efectos industriales en una parte creciente de la oferta, aunque esta última también deba contemplar otros aspectos muy importantes por los déficits estructurales de las culturas minorizadas. La cuestión es elegir el camino que responda inevitablemente a ambas dimensiones y a sus acentos. La política a definir debe ser industrial y cultural.

² Sin embargo, en este texto no se abordará el disco (ponencia "música"), internet (ponencia "cultura digital"), o el espectáculo (ponencia de "artes dramáticas") y apenas se tocará la radio (ponencia de "medios de comunicación").

³ Una vez que se cuenten con redes y con equipamientos, aumenten los conocimientos y destrezas en los usos, y se avance en la convergencia de formatos y dispositivos... son los contenidos, los recursos de interés (textuales y de imágenes, presentaciones, servicios adaptados..) los que estimularán los contactos y prácticas en la red y en los que además nos jugamos el ser o no ser.

6) Es importante que se le considere un nuevo sector estratégico y se haga un esfuerzo político-económico para que sea un sector preferente por razones tanto económicas (es de futuro, hay demanda y mercados crecientes) como culturales (la identidad que, en otro caso, la construirán otros para el consumo vasco), cuestiones ambas que se conjugan juntas, si se tiene en cuenta que, hoy, construirse como cultura moderna implica producción, contenidos, medios, redes, patentes, valores añadidos, industrias culturales... Un país como Euskal Herria que ha de construir su cultura en condiciones difíciles debe disponer de un sector audiovisual significativo y generar contenidos que expresen nuestras formas de ver el mundo y la vida.

7) De todas formas, el audiovisual en el entorno social es más que un dispositivo tecnológico, cultural e industrial central.

En primer lugar es parte de la estructuración y autorregulación social. Desde su misión específica de difundir signos, imágenes, sonidos, relatos, valores, estéticas, informaciones... los medios de comunicación audiovisuales tienen un papel de legitimación de un modelo de organización social e institucional, participan en la regulación y satisfacción de las necesidades sociales y marcan pautas e incitaciones de consumo, mediante información y publicidad. La radio y la televisión constituyen una parte transversal del sistema de poderes de las sociedades democráticas, ejerciendo de acompañante y de contrapeso vigilante.

En segundo lugar, tiene efectos decisivos en la integración social en el seno de las distintas comunidades. Es una vía expresiva de percepción y representación del mundo que ofrece compañía, entretenimiento, información y cultura, y contribuye sustancialmente a generar el vínculo social, la identidad (cultural, lingüística y política) y la opinión y espacio público de una comunidad, al tiempo que la prepara para los retos cambiantes de la modernidad y el intercambio cultural.

En tercer lugar, organiza una parte sustancial de la cultura individual y colectiva. Tiene una evidente funcionalidad para la sociedad puesto que satisface demandas culturales y de información, sea desde una cultura homogénea de masas, sea desde una oferta personalizada.

Por último, es una parte relevante de la economía. Conformar un subsector económico en sí mismo, cada vez más rentable y potente económicamente, de alto crecimiento y valor añadido, creador de empleo y atractivo para la entrada de capitales en busca de oportunidades.

Desagregando algunos de sus características cabría destacar:

- Su peso en la construcción de las identidades culturales.
- La diversidad de sus formas expresivas que le convierten en caldo de cultivo preferente para la creatividad artística y su transversalización en no importa qué actividad.
- Su preferencia en los hábitos, prácticas, demandas y consumos culturales -y con especial incidencia en la generación joven- y su notable influencia en la adaptación de las comunidades a los requerimientos de las sociedades avanzadas.
- Su capacidad de proyección exterior, especialmente lo visual por su traducibilidad como lenguaje universal.

Siendo más que un sector económico cualquiera, hay que exigirle una proyección social y cultural, habida cuenta que desde su influencia se reproducen en parte las comunidades y sociedades. Si tiene un rol estratégico desde un punto de vista social no puede no tenerlo desde las perspectivas económica y cultural.

8) Para una cultura minoritaria como la vasca es imprescindible ser competente en todos los ámbitos (cine, televisión, disco, radio...), e incluso especializarse productivamente en algunos de esos segmentos para producir, para sí y para otros, como condición de su propia supervivencia y desarrollo.

9) La normalización del euskera también depende de su grado de penetración y aceptación en todas las expresiones audio/visuales. Aunque es necesario reconocer el importante papel que los medios audiovisuales públicos y privados han tenido en ese plano cabe también recordar que están por debajo del conocimiento y uso deseable. Es un problema de oferta y de costes, pero también de desregulación excesiva y de engarce con los gustos de la audiencia, sin olvidar la dificultad de llegar con programas standard a segmentos de población muy distintos. Si el euskera en prensa ronda el 3% de la difusión, en TV no va más allá el 6% del mercado, y en radio – un medio especialmente apto- no llega al 10% si se contemplan las públicas y sólo un 3% de la difusión dentro de las privadas comerciales. En TV local sólo la cuarta parte de las operativas tienen emisiones en euskera.

1. ANTECEDENTES DEL SECTOR AUDIOVISUAL

1.1 Antecedentes de análisis⁴

Son escasos los estudios económicos sobre el sector audiovisual vasco. El primer informe general fue de P. Azpillaga “El sector audiovisual en Euskadi”. Mecanografiado- no publicado.(1992) al que le siguió un informe complementario de IKEI (Carmen Usoz) “El sector audiovisual vasco: diagnóstico y propuestas de actuación” Dpto de Cultura. 14-12-95.

Posteriormente se han publicado análisis más parciales⁵, y a los que habría que añadir distintos estudios temáticos, más estructurales que económicos, sobre cine⁶, radio⁷ y televisiones (autonómicas, locales y en euskera⁸) en la CAV o en Euskal Herria o análisis de los medios de comunicación⁹. Recientemente ha habido un chequeo/encuesta de la SPRI a las empresas suministradoras de programas y servicios a la televisión vasca.

Hay de todos modos una escasez de estudios al respecto como indicativo de que hemos sido expertos en la economía de lo material, de lo sólido, del hierro, de la máquina. Ahora hay que pasar – y aún no hemos aprendido lo suficiente– a la economía de lo inmaterial: de los intangibles y saberes, de los valores añadidos y de los servicios, de los derechos y activos inmateriales como los derechos audiovisuales, los guiones o desarrollos, o las patentes y tecnologías, o los conocimientos y marcas, o incluso de lo efímero y caduco.

⁴ No se trata aquí de analizar el sector audiovisual a escala europea (ver los informes anuales del Observatorio Europeo del Audiovisual que dirige André Lange) o española (tratado por J.M. Alvarez Monzoncillo para el cine, Rosa Franquet para radio o E. Bustamante para televisión en E. Bustamante (coordinador) “Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Gedisa 2002, Barcelona).

⁵ J.M. Torrealdai “ETB eta Euskera” Elkar 1985; C. Garitaonandia y otros “La comunicación en el País Vasco “ en AAVV “Comunicación en los países sin Estado” UPV 1990; J.L. Ibañez “Origen y desarrollo de Euskal Telebista 1982-1992” UPV. 1995; M. de Moragas C Garitaonandia, y B Lopez “Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización”. Aldea Global. Barcelona 1995; R. Zallo (director) “Industrias y políticas culturales en España y País Vasco”. UPV 1995.

⁶ S. De Pablo (ed) “Los cineastas. Historia de cine de Euskal Herria (1896-1998)”. Sancho el Sabio Fundazioa. Gasteiz 1999; C. de Miguel y otros “Ilusión y realidad. La aventura del cine vasco en los años 80” Filmoteka. 1999; Carlos Landeta “El cine en el País Vasco. De Ama Lur a Airbag”. Eusko Ikaskuntza 1999; P. Azpillaga. P. Idoiaga “Guía de ayuda a medios” UPV/ IBAIA 1999; “K. Larrañaga, E. Calvo “Lo vasco en el cine” (I y II) Filmoteka 1997 y 1999.

⁷ T. Santos 1999: “La radio vasca (1978-1998)”.UPV/EHU, Bilbao; A.Gutierrez “ Euskal irratigintzaren Historia” UEU. Bilbo 200a; Carmen Peñafiel, “Irratiaren historiako 20 urte Euskal Herrian”. JAKIN, Uztaila-Abustua1995; C. Peñafiel “La radiodifusión nacional vasca”, en VV.AA. “Comunicación na Periferia Atlántica”. USC, Santiago de Compostela 1996 y en Zer nº 13 “Los bits radiofónicos en el dial vasco”. UPV-EHU 2002; P. Barea, “Hábitos de la recepción de la radio en el País Vasco”. ZER, Nº 6, mayo1999.

⁸ A. Aranguren “Euskarazko komunikabide lokalak Euskal Herrian. Doktore tesia. Euskal Herriko Unibertsitatea, Leioa 2000.

⁹ P. Idoiaga, Tx. Ramirez “ Al filo de la incomunicación” Fundamentos 2002; R. Zallo. P. Azpillaga, J.C. de Miguel “ Komunikabideak hemen. Egitura mediatikoa Hego Euskal Herrian”. Alberdania 2002.

1.2. Antecedentes históricos en el desarrollo cultural vasco (notas interpretativas)

■ En la historia de la cultura vasca moderna ha tenido más peso la cultura popular y el proceso de modernización iniciado a finales del XIX que la “cultura culta” histórica propiamente dicha. A diferencia de otros países, el proceso histórico de la formación de la cultura vasca se ha debido menos al flujo de la cultura de las elites por todas las capas de la sociedad que al proceso contrario.

Desde luego existió “cultura culta” ya desde el Medievo, el Renacimiento y Antiguo Régimen, vinculada a las capas dirigentes. Primero fueron los nobles, después las burguesías urbanas y rurales, así como la Iglesia y las burocracias funcionariales y conoció una singular eclosión en la Ilustración, que simbolizaron los “Caballeritos de Azkoitia”, la Sociedad Bascongada de Amigos del País, El Seminario de Vergara o la Universidad de Oñate (1774).

A pesar de todo, la cultura popular comunitaria vasca, tuvo un papel dominante que se transmitió y recreó fundamentalmente de manera oral -familiar y socialmente-, tanto en el ámbito rural como en las villas.

En el origen de esa fuerza de la cultura popular se dan cita factores diversos: la singularidad cultural de un pueblo-isla, por la naturaleza de sus orígenes y su lengua; el modo tardío en que se produjeron tanto la romanización como la cristianización; la debilidad del feudalismo vasco que cristalizó en un cierto igualitarismo de los autóctonos que daría lugar a la “hidalguía universal”. Esta última se convertiría en mito en la medida del ascenso de los *jauntxos* como gestores en exclusiva del poder institucional en los siglos XVIII y XIX.

■ La Ilustración vasca del último tercio del XVIII, se adhirió a la idea de progreso cultural práctico. Tuvo preferencia por la arquitectura (neoclásico vasco), la técnica y el urbanismo, frente a prácticas culturales más individuales como las artes visuales o la literatura. Esta última fue relativamente escasa en esa época y la que se dio era en castellano o francés, idiomas institucionales escritos.

Esa preferencia por una cultura material y de signo externo -vinculada al trabajo, a la manufactura del hierro y a los bienes raíces de la arquitectura civil y solariega de las nuevas capas dirigentes- dejó su impronta y ayuda a comprender la rápida implantación de la industrialización, tras el paréntesis de grave crisis política -incluidas las guerras carlistas- económica y cultural que duró casi todo el XIX. Euskal Herria irrumpe así en el s-XX con una grave crisis de identidad y con proyectos tanto culturales como nacionales distintos. En cualquier caso ese vacío político de casi un siglo fue ocupado por la cultura popular, que intentaba asegurar alguna continuidad con el pasado.

■ El renacimiento cultural vasco vinculado al movimiento romántico europeo que se produjo con fuerza en algunas culturas minorizadas a finales del XIX y principio del XX, por ejemplo en Catalunya, no tuvo en Euskal Herria la misma fuerza, pero sí muchas manifestaciones: juegos florales, Sociedad de Estudios Vascos (1918)... En parte, estuvo gestionada por las elites religiosas, de gran prestigio e influencia.

La forma de abordarlo no fue unívoca. Así, en el campo literario, mientras Lizardi, Orixe, Lauaxeta ... apostaban por homologar el euskera como lengua culta ya en el primer tercio de siglo, en los años 30 Aitzol, Lekuona ... ponían más acento en vincularlo a la cultura popular.

■ Cada expresión cultural vivió situaciones distintas a lo largo de los siglos aunque la modernización de inicios del XX fue un revulsivo positivo. Sin embargo, por razones de persecución y/o diglosia según las épocas, las expresiones escritas en euskera, tuvieron un desarrollo más lento.

Aunque la literatura oral vasca -poética, teatro o narrativa- fue propia de la cultura popular, la cultura escrita en castellano tuvo gran tradición, ya desde el “Siglo de las Luces” español, entre las elites gestoras de las instituciones representativas estamentales vascas y suministradoras de no pocos funcionarios a la Corona.

Fue fundamentalmente la Iglesia la que normalizó como idioma culto y escrito el euskera por vía del registro de Dechepare en 1545 de poesía popular oral para ser cantada, o por efecto de los conflictos entre la Reforma (Leizarraga traduce la Biblia en 15719) y la Contrarreforma (Axular en 1643 escribe *Gero*).

Hasta entonces era solo lengua de uso social y familiar, que retrocedía desde el XVIII, entre otras causas por el desapego de las elites, por la apuesta idiomática unificadora de la Monarquía española y por los flujos económicos y comerciales con centro en Bilbao.

La normalización literaria del euskera tuvo que esperar hasta el siglo XX. Tras el movimiento literario anterior a la guerra civil (1936/39), es en los años 70 y 80 del siglo XX cuando pasa a ser, progresivamente, una lengua de uso y de cultura de una parte creciente de las elites, fuera ya del ámbito de la Iglesia que había cumplido un inestimable papel de mantenimiento.

Son varios los fenómenos que lo explican: la unificación gramatical y sintáctica que significó el *euskara batua* a partir de 1968; el proceso de democratización y descentralización que sucedió a la muerte del dictador; su implantación progresiva en todo el modelo educativo y el empeño colectivo en prestigiarlo y extenderlo tanto desde el movimiento de euskaldunización de adultos como, sobre todo, desde una política cultural y educativa de discriminación positiva que buscaba invertir el retroceso continuo.

Un cuarto de siglo después, se advierte un grupo de nombres en la literatura actual en euskera (Atxaga, Saizarbitoria, Lertxundi, Sarrionandia, Irigoien, Landa o Izaguirre) que pueden codearse con las otras literaturas, y a los que hay que añadir ya una nueva generación con nuevas sensibilidades (Zaldua, Oñederra, Elorriaga, Cano..).

■ Aun con los precedentes de Durrio o Mogrovejo en escultura, y de Guiard y Regoyos en pintura, es en el primer tercio del siglo XX cuando la cultura visual, plástica, de imágenes en dos dimensiones o de volúmenes, producida por los pintores y escultores vascos y heredera de la moderna noción de artista, alcanza un importante y vanguardista desarrollo. La rápida industrialización cambió radicalmente la fisonomía, la economía y la estructura del poder del País Vasco. Ya en los años 20 los artistas vascos participaban de las inquietudes y estilos de las vanguardias europeas. Puertas adentro costó que fuera socialmente aceptado. Quedaba por educar la mirada de la sociedad vasca.

Sin embargo la pertenencia de los artistas vascos a las vanguardias artísticas europeas del primer tercio del siglo XX, dejó una importante herencia creativa y de educación de la mirada de los artistas. Ello permitió que tras la posguerra española y europea se retomara el testigo tanto en las artes plásticas –con artistas que alcanzaron renombre universal en los 60 como Chillida u Oteiza- o en las musicales -Ravel, Guridi, Usandizaga, Bernaola, Solozabal, De Pablo, Escudero..-

■ La generación de “mayo del 68” entendió desde el primer momento que el desarrollo cultural vasco en sus dos vertientes posibles, de producción propia y de producción en euskera, dependía de la producción con las técnicas de las industrias culturales y que ese era el campo de batalla para la continuidad cultural y la reducción del brutal desequilibrio en los flujos e intercambios con la cultura transnacional o del resto del Estado nación. Es por ello que apostó por la apropiación de las formas industrializadas de producción cultural, sin dejar por ello de garantizar una abundante y exitosa vanguardia plástica.

También a finales de los 60, se produjo el surgimiento de un grupo de cineastas, directores o productores de imágenes (Querejeta, Uribe, Olea, Armendariz,...) y a los que hoy sigue una nueva generación (Medem, Urbizu, Bajo Ulloa...).

Los artistas plásticos y cineastas vascos -produciendo unos para la cultura de elite, y otros para la cultura de masas- destacaron más allá de Euskal Herria, en un periodo de cambio en el que se combinaba la inevitable modernización económica y social que se producía en la España franquista de finales de los 60 y los 70, con el carácter revulsivo, contestatario, que tenía la proyección social del arte industrializado de la sociedad de masas. Tuvieron especial importancia el audio y lo visual, aunque para el cambio político fueron más determinantes lo escrito y los espectáculos masivos que permitían ganar espacios colectivos de libertad.

■ En lo musical, a finales de los 60 y representado por “*Ez dok amairu*” –aunque con algunos precedentes- se da un maridaje entre la cultura popular, cultura de masas y reivindicación, aunque desplazando a la música folclórica tradicional. Lertxundi, Laboa, Artza o Lete, a los que seguirán grupos como Oskorri, serán sus exponentes. A la cantautoría, la música popular y el *folk* de los 70, le sucedieron en los 80 y 90, el *rock radical* (Hertzainak..) y una diversidad de grupos y estilos (desde Gurruchaga o Erentxun en castellano, a grupos como Itoiz, Errobi o los liderados por Muguruza o Junkera en euskera) y que han tenido una notable influencia social para el imaginario colectivo.

Todo ello permitió un importante desarrollo tanto de sellos discográficos especializados en música en euskera como de un mercado discográfico significativo, aunque su impacto se limitó al espacio cultural vasco, salvo para algunos grupos de música en castellano y, excepcionalmente, algún grupo folk para circuitos especializados..

■ Por su parte, el bertsolarismo, ha dado el salto a la modernidad adaptándose a las condiciones sociales vigentes a través de una nueva expresividad a caballo entre la literatura oral, la poética culta, el comentario social y el espectáculo de masas, ya sea en directo o transmitido por radio y televisión, y para un público multigeneracional.

■ Los medios de comunicación tuvieron una rápida implantación, comenzando por la prensa a finales del siglo XIX.

La rápida aceptación en Euskal Herria de la cultura de masas está relacionada con la modernización industrial y urbana vasca a lo largo del siglo, pero también con algunas prácticas y usos de la cultura popular vasca (oralidad-audición, espectáculo colectivo-visionado de cine). El resultado es que, en la actualidad, hay un alto consumo de medios de comunicación de masas e importantes niveles de lectura, audición y visionado de libros, disco y cine, respectivamente.

Sin embargo, los símbolos, estereotipos y lengua de la cultura popular vasca solo irrumpieron en la música y con la recuperación de una cierta memoria histórica.

En la CAPV y Navarra, la lectura de prensa en euskera está muy alejada de la media de conocimiento actual de la lengua, a pesar de unos índices a la europea de difusión de la prensa. Lo mismo cabe decir del cine y, en menor medida, de la TV en euskera. Aun hoy se siguen pagando los efectos, en forma de hábitos, tanto de la represión como de la prolongada reclusión del euskera en el ámbito familiar y relacional. A ello hay que añadir el inevitable desajuste entre euskera dialectal y normalizado y entre alfabetizados y no alfabetizados, lo que traslada la carga de la normalización a la educación completa de las nuevas generaciones que no tienen ese problema.

■ Se dio una pionera implantación de la **radio**, como artefacto industrializado de emisión de programas y sonidos. Más tarde, tuvo una singular aceptación social la **televisión**.

La radio, mucho más que otros sistemas culturales o de comunicación, significó el inicio de la cultura de masas vinculada a los patrones de consumo del capitalismo taylorista. La radio supuso un entrenamiento social para la ulterior implantación de la TV que se produjo con celeridad en los 60, especialmente en las economías desarrolladas del Estado Español.

Aunque el movimiento de radios primero libres, luego de radios y televisiones asociativas o municipales no alcanzó en la segunda mitad de la década de los 70 y 80 la fuerza que tuvo en Catalunya, también tuvo sus expresiones que aun se reproducen como inquietud social comunicativa.

Con todo, la radio en euskera será testimonial antes de la Transición, con la singular contribución de Radio Popular de Donostia y Bilbao, posteriormente escindidas de la COPE. Hubo que esperar al surgimiento de EITB para su despliegue y modernización.

■ En los 80, la doble ocupación de producir films significativos -que permitían pensar casi en una "escuela vasca"- y de alimentar de imágenes a la **televisión**, a ETB, produjeron un momento brillante y lleno de experimentos del audiovisual vasco, aunque en lo que a cine se refiere no se consolidó.

ETB se convirtió en fábrica de imágenes y en cuna de buena parte de los recursos humanos técnicos o artísticos. Se apostaba así por unos ámbitos expresivos que eran decisivos para la normalización y modernización cultural del país, así como para la homologación y extensión expresiva del euskera, aunque sigue pendiente la asignatura de la aceptación -y ya no digamos de la producción- del cine en euskera.

Respecto a las imágenes en euskera, aparte de algunas meritorias obras anteriores, será sobre todo ETB quien asegure una continuidad productiva o el visionado de telefilms, películas o series americanas dobladas al euskera o una producción audiovisual multigénero.

La situación actual es de claro contraste entre los recursos humanos creativos con experiencia audiovisual y su relativa falta de oportunidades en el País Vasco, ya sea por la centralización del audiovisual en Madrid -a donde también se han desplazado una parte de los creadores y empresas- ya sea por la pérdida de dinámicas de desarrollo del sector y la falta de apoyos suficientes.

2. ALGUNAS REFERENCIAS INTERNACIONALES Y CERCANAS

2.1 Audiovisual en Europa

El sector audiovisual europeo cuenta con 1 millón de empleados y supone un 0,7% del total del PIB comunitario¹⁰.

¹⁰ Según el informe "Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital" elaborado por la Comisión de las Comunidades Europeas (1999),

Analizando el tamaño del sector audiovisual europeo por países (incluyendo en el mismo TV, radio, cine, vídeo y software de entretenimiento), se puede observar que Gran Bretaña, Alemania y Francia suponen alrededor del 70% de dicho mercado audiovisual. Italia y España juntas suponen alrededor de un 17%, y el resto de países europeos se encuentran a mucha distancia de los anteriores, según un estudio elaborado por el European Audiovisual Observatory.

Según Eurostat, en el año 2000 los ingresos por publicidad, que se doblaron en los 90, eran la principal fuente de ingresos del sector televisivo europeo (48%), seguidos por la financiación pública (30%) y por las cuotas de abono (22%)

El número de espectadores ha crecido en los últimos años (641,5 millones de espectadores en 1995, 844,5 millones de espectadores en 2000).

La cuota de mercado de las producciones cinematográficas americanas en el mercado europeo de salas descendió de un 73% en 2000 a un 65% en 2001, según el European Audiovisual Observatory, lo que ha provocado una sensación positiva por lo que respecta al crecimiento potencial de la industria cinematográfica europea. Ahora bien el 70% del mercado de ficción televisivo y el 80 % del mercado de cine en TV, reproducen de forma ampliada la ocupación hegemónica de espectadores del cine USA¹¹ en las salas europeas que es, de todos modos, 10 puntos más que hace 10 años. El éxito en sala marca el valor que luego tendrá ese film en los derechos de explotación en TV.

O sea, el gasto en cine de las TVs europeas ha favorecido al cine USA. Hubiera sido más sensato que, a pesar de que el cine USA cuenta con el favor de los públicos masivos, los ingresos de las TVs europeas, tanto las privadas como las públicas y especialmente éstas, retroalimentaran sobre todo la producción europea mediante la compra de derechos de emisión o explotación (pago por pase), o el adelanto de derechos de antena para la financiación de productos (adelanto para producción) o la coproducción (adquisición compartida de derechos de propiedad sobre el producto a realizar).

Dejando aparte que todas las culturas deben producir sus propias imágenes como espejo de su vida y de sus sueños, ni siquiera en un plano estricto de eficiencia es razonable seguir dando prioridad al cine americano. Absorbe una parte del mercado potencial de las producciones europeas a las que desplaza hasta generar un déficit creciente.

Además la distribución cinematográfica presenta unos elevados índices de concentración. Las tres principales distribuidoras consiguen cuotas de mercado cercanas al 50%.

El número total de transacciones por alquiler de vídeos en Europa ha aumentado en los últimos años (622 millones de transacciones en 1995, 752 millones de transacciones en 2000), siendo Reino Unido el país donde el volumen de transacciones es mayor (25% del total), con mucha diferencia respecto al segundo país, España (12% del total de transacciones), que sin embargo ha doblado el volumen de transacciones entre 1995 y 2000.

El alquiler de DVDs ha crecido en la UE de forma explosiva entre 1998 y 2000 aunque a mucha distancia todavía del alquiler de videos VHS. Las ventas de DVDs en la UE también han crecido exponencialmente siendo Reino Unido y Francia los países de mayor venta.

A pesar de su reducido tamaño respecto a otros formatos, el mercado del audiovisual en Internet se va abriendo camino, aunque en parte como complementario a los programas de éxito de las cadenas.

¹¹ Este es exitoso por distintos motivos: su capacidad financiera es inmensa, invierte hasta cinco veces más por habitante que Europa-, sus productos son de alta inversión, su mercado es global pudiendo minimizar el costo por espectador alcanzado, controla la distribución y crecientemente la exhibición y su lenguaje fílmico es populista.

La producción audiovisual europea (cine, televisión,...) sigue sin obtener los resultados deseados. Hay al menos consciencia de la debilidad de la producción europea, de la ventaja respecto a USA en disponer de televisiones fuertes, del uso intensivo del cine por parte de las TVs - y de la necesidad de corresponsabilizarse con el cine europeo, la necesidad de estimular las coproducciones....Para tratar de corregir esta situación, las diferentes Administraciones Públicas europeas (comunitaria, estatales y territoriales) están desarrollando políticas que favorezcan el desarrollo de la industria audiovisual europea.

Las iniciativas comunitarias más significativas son:

- Observatorio Europeo del Audiovisual,
- Programa Media Plus (presupuesto de 400 millones de euros en el período 2001-2005), con los objetivos de: Aumentar la distribución de contenido audiovisual pan-europeo; estimular las fases de pre-producción (inversión, planificación, creación etc.); mejorar la formación de profesionales en tecnología y gestión de la producción.
- Programa y fondo "i2i Audiovisual" que más que dobla la antes escasa aportación comunitaria¹².
- La Directiva "Televisión sin Fronteras", enfocada a aumentar las interacciones intra-comunitarias.
- Organización EUREKA, para estimular la cooperación audiovisual pan-europea.
- Programa Eurimages, programa paneuropeo del Consejo de Europa para la promoción de la cultura nacional y de la industria cinematográfica europea.
- Organización European Film Promotion, instituto para promoción global de las películas europeas
- Plan de acción "e-Europe 2002", para un Internet más rápido, barato y seguro, para la formación y el estímulo de su uso de Internet y la creación de contenidos digitales. El plan "e-Europe 2005", en cambio, buscaría: unos servicios públicos *on line* modernos; un marco dinámico para los negocios electrónicos; una infraestructura de información segura y el desarrollo de la banda ancha.

2.2. Audiovisual en el Estado Español

España ocupa el quinto lugar del ranking europeo de países según el tamaño del mercado audiovisual. Las Comunidades Autónomas de Madrid y Cataluña suponen el 90% de los ingresos de la industria. Este elevado porcentaje se debe en gran medida a la presencia de los grandes canales estatales en la comunidad de Madrid (RTVE, Telecinco, Antena 3, Canal +, Vía Digital.....).

En el caso español se da una situación muy deficitaria en bienes audiovisuales (películas, discos y cintas)¹³ a los que habría que añadir el déficit en servicios audiovisuales de 879 millones de euros (producción, programas, remuneraciones, retransmisiones..) lo que hace un total de 1.215 mill. de euros y da idea del margen para un crecimiento de las producciones propias.

¹² La iniciativa i2i de apoyo al ámbito productivo y financiero de las industrias audiovisuales, se gestó en la Cumbre de Lisboa de 1999. Está dotado con 500 mill. de euros para un trienio. Cuenta con el apoyo del Banco Europeo de Inversiones y el Fondo Europeo de Inversiones, con líneas de crédito para el sector bancario comprometido en el audiovisual; líneas de financiación para los grupos televisivos; financiación de fondos de capital riesgo y otros (formación sobre financiación de empresas audiovisuales, cooperación entre distribuidoras...).

¹³ 452,5 mill. de euros en importaciones por tan solo 116,4 de exportaciones, lo que daba un déficit 336 mill. de euros para el 2000.

Pero quizás las cifras más significativas sean las que contemplan el audiovisual en su conjunto (incluyendo aparataje y soportes) y que totalizaban el 43 % del consumo cultural de los hogares: 3.823 mill de euros (1.278 mill, si se excluyen aparatos, soportes y reparaciones) sobre los 6.765,8 millones de los euros totales de los bienes y servicios culturales, seguido de prensa y libros (34,2%), informática de hogar (13,2%), espectáculo y música (4,7%) y otros (5,4%). Estos porcentajes son radicalmente distintos a los de 1993 dentro de una tendencia continuada que siempre ha mostrado la preferencia social por el audiovisual.

La creciente audiovisualización del consumo cultural va pareja a la tendencia a hacer aproximar el audiovisual a sus costes reales y a que el usuario -como ocurre en el subsector de la lectoescritura- se haga cargo crecientemente de los mismos en un proceso de editorialización y privatización del audiovisual (canales de pago, videos, satélite...).

En el caso del Estado Español, todas las demandas culturales han sido crecientes en la pasada década (libros, diarios, bibliotecas, asistencia a espectáculos, radio, televisión, vídeo...) pero destacan la asistencia al cine (de 79 mill. de espectadores en 1991 a 135 millones en el 2000) y una recaudación que se ha multiplicado casi por 3 (de 186 mill. de euros a 536 mill de euros, aunque el número de espectadores ha aumentado a un ritmo inferior del 71% entre 1991 y 2000¹⁴), una tirada de 25 millones de ejemplares -3.859 títulos- en vídeo para alquiler y venta, y una audiencia diaria de TV del 90%¹⁵.

En los últimos 5 años el ritmo de crecimiento de los ingresos por operaciones de las televisiones (ingresos por publicidad en radio, TV privada, TV pública, cuotas por TV pago, subvenciones, otros) ha sufrido una cierta desaceleración por efecto de la crisis publicitaria

La televisión por cable cuenta con 600.000 abonados y la televisión de pago por satélite rondaba e 1.500.000 abonados.

En la última década, TVE1, a pesar de seguir siendo líder, ha ido cediendo año tras año su cuota de audiencia ("share") en favor de las televisiones privadas y autonómicas.

Hay una nueva relación entre las TVs y el cine¹⁶. Las TVs manejan los presupuestos más importantes del audiovisual¹⁷ y ya no son fundamentalmente productoras sino operadoras/programadoras. Han externalizado buena parte de su producción¹⁸ que ha conocido en la segunda parte de la década de los 90 un salto cualitativo, además de alcanzar una estructura industrial significativa. El esfuerzo que se está haciendo en Europa por crear un tejido productivo audiovisual, con eje promotor central en la TV, es muy grande implicando una regeneración creativa, una producción serial para *prime time*, un consumo creciente y la emergencia de nuevos mercados (TV de pago...).

¹⁴ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte "Las cifras de la cultura en España" Madrid 2002

¹⁵ En el caso de la música grabada aunque los ingresos son superiores (casi 600 millones de euros) hay un retroceso por distintos motivos a pesar de que la música tiene una demanda creciente.

¹⁶ Los datos proceden de los capítulos relativos a cine (J.M. Alvarez-Monzoncillo) y a TV (E. Bustamante) del libro E.Bustamante (coord) "Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España" Gedisa 2002 y de B. Diaz- Nosty "Informe Anual de la comunicación 2000-2001", Grupo Z. 2001.

¹⁷ 4.188 millones de euros el conjunto del Estado Español en 1999 y 106, 3 millones de euros en el caso de ETB.

¹⁸ En 1999 la producción propia era en el Estado Español de casi 600 mill de euros (100.000 mill. de ptas) de las que el 72% era de *producción independiente*. Algo más de la cuarta parte (27%) del monto global era ficción de todo tipo (sobre todo, series y cine).

Se han multiplicado las producciones, con un importante impacto sobre el empleo, pero no deja de haber importantes problemas: necesidad de financiación, dificultad de acceso a la distribución, pocas economías de escala, propiedad de los derechos por parte de las televisiones, externalización de riesgos del demandante sobre los proveedores-productoras....Además hay una concentración dependiente. Buena parte de las empresas productoras significativas están vinculadas en el caso español a las propias cadenas. Siete empresas (Gestmusic-Zeppelin-Endemol, Mediapark, Arbol-Globo, Europroducciones...) acaparan el 50% de los tiempos producidos y el 63% de los ingresos de la producción independiente.

La programación de las TVs, especialmente en *prime time*, depende en buena parte de la ficción (americana, nacional o europeo)¹⁹ hasta llegar al 40% de la rejilla de muchos canales. Dentro de la ficción, el cine sigue siendo un producto-estrella, especialmente los estrenos y los reestrenos de películas de éxito y sin olvidar la ocupación de relleno de las madrugadas, totalizando en el caso del Estado Español hasta 13.179 largometrajes y 18.750 horas de emisión en un solo año, el 2000.

El cine se ha rejuvenecido. Ya es también un producto típicamente televisivo sin dejar de serlo de salas, tras la revitalización de éstas. Las operadoras comercializadoras que más usan el cine son las televisiones hasta el punto de que aquel depende centralmente de la TV en su cadena de ingresos²⁰.

Es muy razonable pensar que las empresas con mayor volumen de negocio y uso más intensivo del cine contribuyan a su reproducción, o sea a su producción, que es muy cara (300 millones de ptas. por film medio, 1,8 mill de euros, y 100-150 en el caso de las *telemovies*) siendo además escasos los adelantos de las distribuidoras. Y eso está ocurriendo. La TV ya es el primer inversor del cine. Mientras el productor contribuye con dinero propio o ajeno con un 25% a la financiación de los films, las TVs y antes de la aplicación de la normativa de TV Sin Fronteras (el famoso 5%), contribuía en un 27%²¹, siendo el resto adelantos de distribución y vídeo, ayudas y créditos.

Lo cierto es que la industria cinematográfica compromete o arrastra crecientemente recursos. Ha pasado de 170 mill. de euros en 1990 a 755 mill. en el 2000, un incremento del 300% debido a los crecimientos exponenciales de sus tres subsectores.

Sin embargo en el caso español el déficit comercial con USA ha pasado de 35 mill. de euros en 1990 a 240 en el 2000.

Por ello, una tendencia de todas las televisiones en el caso del Estado Español es a invertir en cine español. Han pasado de 12 millones de Euros en 1990 a 81 en el 2000 (FAPAE) -6,7 veces más- tendiendo a hacerlo de modo más acentuado por efecto de la Directiva y la Ley del Cine²². No es una subvención sino una inversión aunque con sus riesgos.

El resultado es que hay una recuperación con altibajos²³ de la producción española desde 1995 y a la que acompaña el apoyo de algunas televisiones.

¹⁹ Las televisiones del Estado Español programaron 9.946 horas de ficción de las que el 22% (2.255) se produjeron en el Estado Español.

²⁰ El mayor volumen de ingresos del cine ya no viene de las salas (no llega al 10%) sino de la TV (han invertido 81 mill. de euros en el 2000, seis veces y media más que en 1999) y después de vídeo. Las salas y las subvenciones no dan ni para los costes de producción.

²¹ El cine (films USA y europeos) supone un total en el Estado español del 17,4% del total de la emisión en TV.

²² En emisión el cine español ha pasado de 1.273 emisiones a 1.845 entre 1998 y 2000.

²³ Por ejemplo la producción en el 2002 ha caído frente a la del 2001, año en el que se produjeron 112 films, una cantidad en cualquier caso excesiva para la media de producciones de la década anterior que rondaba las 60 películas al año.

Aunque antes del 2012 se dará el llamado “apagón analógico”, hasta la fecha las iniciativas de TDT en abierto o de pago han resultado un fracaso..

El número de transacciones por alquiler y venta de videos ha aumentado en los últimos años (el alquiler de VHS ha crecido un 57,4% entre 1992 y 2000 y la venta de VHS ha crecido un 324% entre 1992 y 2000. La introducción reciente del formato DVD, también ha contribuido a dinamizar la industria del vídeo.

La evolución del uso de Internet en los últimos años destaca respecto a otros medios de comunicación pero no ha servido para alcanzar el nivel de la Unión Europea. Además, las diferencias entre unas comunidades autónomas y otras son notables, destacando en sentido positivo las comunidades de País Vasco y Cataluña.

En cuanto a las ayudas de la Administración Central:

-Existen diversos organismos públicos en el ámbito audiovisual. El más importante es el ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) que distribuye las ayudas a la producción cinematográfica concedidas por el Gobierno Español y que alcanzó los 42 millones de euros en 2002.

-También actúan en el sector audiovisual otros organismos más genéricos: el Instituto de Crédito Oficial (ICO), que destina líneas específicas de financiación al audiovisual; el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), que tiene programas específicos para la internacionalización de las empresas españolas.

-Las normas más importantes son:

-Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual.

-Real Decreto 526/2002 de 14 de junio, por el que se regulan medidas de fomento y promoción de la cinematografía y la realización de películas en coproducción.

2.3. Audiovisual en CCAA

La progresión del sector audiovisual se está dando, en perjuicio de la descentralización de esas industrias, puesto que se está produciendo una gran concentración de recursos audiovisuales en Madrid. Hay una *recentralización*. Se estima en 2/3 del total del PIB audiovisual. Incluso los recursos culturales en su conjunto, privados y públicos, llegan a suponer un 40% del total del PIB cultural del Estado Español -y sigue creciendo- cuando su participación en el PIB general es del 17,09%. El peso mayoritario y centralizador de recursos (casi dos tercios 63,4%) y mano de obra (55%) cultural se produce entre Madrid y Barcelona, aunque Madrid tiende a despegarse al especializarse –por economías de aglomeración y alcance- en producción cultural (nada menos que 11,5% de su PIB regional, el doble de lo que el sector supone en Catalunya). Esto es muy preocupante. Y lo es muy especialmente en el Audiovisual.

Las distintas Administraciones Autonómicas están desarrollando un conjunto de iniciativas para participar en el proceso del audiovisual:

■ **Cataluña**

-Se ha publicado el Libro Blanco de las Industrias Culturales de Cataluña (Diciembre 2002) en el que se analiza la situación del sector y se apuntan las prioridades de actuación pública en este campo.

-Existen distintos órganos públicos en el ámbito audiovisual: el Consejo Audiovisual de Cataluña (organismo que tiene como finalidad velar por el respeto de los derechos y libertades así como garantizar el cumplimiento de la normativa relativa al audiovisual), el Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC) (que se ocupa de la promoción exterior de la producción audiovisual catalana), la Filmoteca de la Generalidad de Cataluña, así como diversos centros de documentación.

-Tiene un importante Programa de ayudas centrado en la producción, distribución y exhibición de contenido audiovisual con énfasis en el fomento de la lengua catalana.

-Organismos públicos como el Institut Català de Finances (ICF) (entidad de capital público, adscrita a la Consejería de Economía y Finanzas de la Generalidad de Cataluña) tienen como misión facilitar financiación a los sectores privado y público de la economía catalana y cuenta con personalidad jurídica, patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión para el cumplimiento de sus fines. El ICF dispone de una línea especial de préstamos para inversiones en el sector de la producción audiovisual

-Destinatarios: Empresas de producción cinematográfica y audiovisual que estén asociadas con los Productores Audiovisuales Catalanes (PAC), o con Barcelona Audiovisual Asociación de Productores Catalanes.

Finalidad: Proyectos de largometrajes, series, películas de TV, documentales, cortometrajes y doblajes de películas de TV incluidas dentro del plan de producción audiovisual, elaborado por PAC o por Barcelona Audiovisual.

Otros instrumentos de financiación son: el fondo de garantía de la producción audiovisual (ICF) y los fondos capital-riesgo concedidos por Ivermedia Audiovisual (promovido también por el Dpto. de Economía y Finanzas en colaboración con el Banco Europeo de Inversiones y el Programa Media).

■ **Valencia**

-Se está elaborando el Libro Blanco del Audiovisual Valenciano.

-Se ha iniciado el proceso de privatización de la RTV valenciana

-Actualmente se está llevando a cabo el proyecto "Ciudad de la Luz" de Alicante, que persigue ser el complejo industrial de producción cinematográfica y audiovisual más completo de Europa, que contará con 80.000 metros cuadrados y 11 platós, uno de ellos acuático. Con la inauguración de la Ciudad de la Luz, la Generalidad Valenciana pondrá en marcha la Oficina de Promoción del Cine y el Audiovisual (a modo de "Film Commission") que prestará servicios de información, asesoramiento y documentación a las productoras que decidan trabajar en la Comunidad Valenciana.

■ **Andalucía**

-Existen distintos organismos públicos en el ámbito audiovisual: Andalucía Film Commission, Consejo Superior Andaluz del Audiovisual, Antena Media Andalucía, Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales.

-A pesar de su carácter privado, es destacable el conjunto de iniciativas promovidas por la Fundación Audiovisual de Andalucía: plan de internacionalización de la industria audiovisual de Andalucía, plan estratégico del sector audiovisual andaluz, desarrollo de nuevos cursos de formación profesional...

-Andalucía Digital Multimedia (ADM), es una empresa mixta para el fomento de la investigación y desarrollo de sistemas tecnológicos para el sector audiovisual, la producción de canales temáticos y multimedia, y la formación especializada.

-En Sevilla se está creando la Ciudad de la Imagen, con el fin de contribuir a potenciar el sector audiovisual en dicha ciudad.

-Nuevo programa de ayudas para la producción y promoción audiovisual, así como para la formación de profesionales. El programa pretende convertirse en referente europeo.

■ **Galicia**

-La Comunidad está impulsando iniciativas muy ambiciosas de desarrollo del sector, como la elaboración del "Plan Estratégico del Sector Audiovisual Gallego 2002-2005" y la creación de un Cluster Audiovisual Gallego.

-Asimismo se están creando un conjunto de nuevas entidades públicas y privadas para potenciar el sector audiovisual gallego como:

-El Consorcio Audiovisual de Galicia constituido por las Consejerías de Cultura y de Economía (Xunta de Galicia), la Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG) y las diputaciones provinciales para el fomento de la producción propia.

-La Academia Galega do Audiovisual, con el objetivo de integrar y vertebrar a los profesionales del sector audiovisual gallego.

-La Ciudad de la Cultura, que contará con el Centro Audiovisual de Galicia, que acogerá todo el patrimonio visual de la cultura gallega.

-Existen organismos públicos como el Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) que tienen como misión facilitar financiación a los sectores privado y público de la economía gallega y que disponen de líneas de préstamo específicas para el sector audiovisual:

-Finalidad: Proyectos de largometrajes, telemovies, documentales, animación, miniseries de ficción y pilotos de series.

-Otros instrumentos de financiación son: el convenio firmado entre AGAPI (asociación de productoras), TVGA y el ICO para financiar producciones para TVGA y el fondo de capital-riesgo de Xesgalicia.

■ **Madrid**

-Cuenta con un programa de ayudas para la creación y distribución audiovisual, así como para la formación de profesionales, pero su ventaja central es que acumula la mayor parte de recursos, televisiones y empresas audiovisuales españolas.

-La Ciudad de la Imagen de Madrid tiene por objetivo la concentración territorial del sector audiovisual en un único espacio (100 hectáreas)²⁴.

²⁴ Es un centro integrado de actividades audiovisuales. Cuenta con platós de producción, estudios de doblaje, áreas destinadas al rodaje de exteriores, servicios administrativos, comerciales y de ocio, etc. Están instaladas en la Ciudad de la Imagen: Vía Digital, Telemadrid, Kinopolis (Multicines), FAPAE (Federación de asociación de productores audiovisuales españoles), Egeda (Entidad de gestión de los derechos audiovisuales), ECAM (escuela de cinematografía de la Comunidad de Madrid)...

3. DIAGNOSTICO

3.1. Definición, estructura y características

3.1. 1 Definición: cara y cruz del audiovisual europeo

Un chequeo del subsector audiovisual apunta a una doble perspectiva en la que las fortalezas internas conviven con las debilidades estructurales y las oportunidades externas con las amenazas.

Cara

- es un sector con una producción creciente y en expansión acelerada, cada vez más atractivo para los capitales y que depende de decisiones económicas;
- es un vector preferente de innovaciones ininterrumpidas y combinadas;
- con un alto valor añadido y altas dosis de creatividad, con un trabajo, en general, muy cualificado;
- con mercados internacionalizables aunque con importantes barreras de entrada;
- sus inversiones son innovadoras *per se*, incluso cuando se trata de productos, que son siempre prototipos;
- es apto a descentralizaciones y con un gran impacto en las economías regionales;
- tiene nichos de empleo importantes, cualificados, polivalentes pero precarios, vinculados a productos;
- con efectos de transversalidad muy acusada sobre otros sectores en el plano de la creatividad, la formación aplicada, la producción y las demandas;
- con una creciente demanda social, pública y empresarial;
- parte de la oferta es cada vez más fragmentada, especializada, personalizada, de pago y atenta a las demandas, sin perjuicio del mantenimiento paralelo de una cultura de masas;
- mantiene una preferente atención institucional por sus efectos múltiples, y especialmente como ámbito de juego del futuro de las culturas, lo que se advierte en las nuevas misiones de los servicios públicos de RTV.

Cruz

- La vulnerabilidad ante los vaivenes del mercado de unas industrias condicionadas por valores simbólicos en rápido cambio;
- con una obsolescencia acelerada de los productos incluso viables;
- con unos costes crecientes por la diferencialidad y que se resiste en determinados tramos del proceso creativo- productivo a la sustitución de trabajo por capital;
- se dan procesos dobles de concentración/transnacionalización y de fragmentación de los procesos de trabajo;
- la crisis de los servicios públicos en los 80/90 no le ayudaron pero las más recientes apuestas por las cuotas de producción cultural están suponiendo un estímulo central en el audiovisual europeo;
- tiene problemas para avanzar en calidad, salvo ocasionalmente, pues la competencia es por la demanda lo que no mejora necesariamente la oferta, cada vez más populista en el caso de la televisión y especialmente en los géneros de *talk-show* e *info-show*;
- el coste del *training* tecnológico y creativo -requiere de un constante reciclaje del trabajo- pesa, sobre todo, sobre las instituciones públicas (subvenciones, ayudas, sistema educativo, formación ocupacional y continua);
- se da una importante volatilidad de los activos;

- la maduración es larga como corresponde a producciones anuales que son de pocos productos únicos;
- la circulación por las ventanas de la remuneración es lenta (4 o 5 años en algunos casos) aunque es muy rápido el paso por cada mercado o ventana;
- los mercados son muy desiguales y vinculados a renta, nivel cultural, identidad y desarrollo;
- hay dominancias internacionales evidentes y estructurantes de la producción y mercados mundiales;
- hay tendencia a una concentración selectiva y discriminatoria en torno a pocos grupos, aunque estos también sean vulnerables por el lado de la sobreproducción, la sobreinversión arriesgada, la hipervaloración financiera o el endeudamiento desmedido;
- irrumpen grandes capitales foráneos al sector con sus propias lógicas (grupos financieros, grupos de telecomunicaciones e informática, transversalización con agentes de comercio electrónico...) no siempre adaptadas a un sector tan peculiar como el cultural;
- se advierten tendencias a la recentralización geográfica, hasta por razones de limitación de riesgos;
- tienen vulnerabilidad respecto al nivel del apoyo público y del montante del gasto doméstico (gastos prescindibles parcialmente en coyunturas de crisis).

3.1.2. Estructura de las distintas actividades económicas: cine, producción para TV y vídeo de encargo

Hay que hablar del audiovisual como un todo, tanto por sus formas expresivas y lenguajes comunes como por las vinculaciones entre las distintas actividades y el quehacer múltiple de muchas empresas que actúan según las oportunidades en uno u otro campo²⁵.

Ahora bien hay diferencias en el cuadro de riesgos y pautas de actuación en unas u otras ramas o subramas.

■ Las empresas de servicios técnicos o de encargos informativos o de atención a algún segmento subcontratado (sonido, doblaje, postproducción...) dependen del volumen de encargos y las tarifas medias que, a su vez, dependen del volumen de mercado, y la presión sobre los precios del oligopolio de demanda que conforman, sobre todo, las televisiones grandes o medianas, privadas o públicas que contratan sus servicios, además de las productoras de cine y televisión. Su riesgo, salvo la obsolescencia técnica y la obligada reinversión cada pocos años, se disipa en parte si tienen contratos estables. Sus necesidades de financiación son obvias.

■ Las productoras para televisión dependen del tipo de relación. El riesgo se reduce si se trata de un encargo y, en otra medida, si se trata de una coproducción. Sin embargo, si las audiencias no responden a la media estimada como imprescindible por una cadena para una serie cualquiera en una determinada franja horaria, generarán un lucro cesante en la productora, cuando no una pérdida en la parte de inversión realizada. De todos modos la pérdida central se dará en el canal que lo programaba y que no pudo lograr ingresos publicitarios suficientes, por lo que deberá hacer otra apuesta. El riesgo es mayor en otras modalidades de relación.

²⁵ Teniendo base en un determinado saber-hacer, las empresas en general muy pequeñas, alternan producción para TV y oferta de determinados servicios a otras productoras o a televisiones, o son híbridas entre producción para TV y cine. Las empresas creativas con origen en el cine hacen también producción para televisión mientras sostienen algún proyecto en cine, y viceversa.

■ La tendencia a los contratos duros de las TV con las productoras – externalización ya que no del riesgo sí de los costes- dificultan la capitalización de esas empresas que operan con un margen de beneficio industrial estrecho, que tampoco variará aunque una determinada serie haya tenido éxito. Ese tipo de contratos duros, propios de un mercado con oligopsonio de demanda, no invita a que las productoras, que además no ostentan muchas veces los derechos audiovisuales, busquen los mejores y más caros recursos para atender a la demanda, lo que deteriora la calidad y experimentalidad, sustituidas por el puro oficio.

■ Productoras de animación. Aunque también haya que diferenciar entre cine de animación o series, en los aspectos de calidad, tiempo y riesgo, en ambos tipos de productos el oficio, el componente artesanal, el lento proceso de maduración y lo caro del producto destinado a un público infantil... hace muy particulares a estas empresas que, en general, obtienen buenos resultados en el tiempo.

■ Las productoras de cine son un ámbito productivo desequilibrado. Las industrias nacionales europeas hasta ahora ingresan menos de lo que invierten, lo que obliga a fondos de protección; hay desequilibrios entre los tres subsectores del cine con predominio del intermediario; hay desequilibrio entre valor, coste e ingreso, lo que obliga a régimen de protección y a concentraciones relativas; hay transferencias internas hacia el cine transnacional y hacia las "estrellas"; hay desequilibrio en la remuneración de agentes sin correspondencia necesaria a su productividad o a su valor añadido más o menos objetivable sino a las características del sector, al estrellato, al clan, a los ingresos de años anteriores y a la autovaloración.

Los precios de derechos están más en función de expectativas que del coste y dependen de cada ventana. a) El negocio está menos en el precio que en la cantidad de demandas sucesivas; b) de todos modos, los precios son variables en TV y Vídeo y a % variables relativos para el mercado de sala (relación distribuidor/ exhibidor) mientras que el precio a pagar por el usuario tiende a fijo; c) los precios en todos los mercados intermedios y finales tienden al alza, puesto que la demanda no crece tanto como la oferta y por la vía de la concentración de la demanda en pocos productos exitosos; d) El gran reto está en la distribución/comercialización aunque el valor reside en la producción y en la tenencia de derechos.

3.1.3. Características de la estructura audiovisual vasca

En el sector audiovisual vasco se observa la existencia de cuatro grandes núcleos de actividad que giran alrededor de la televisión, el cine, la radio y la industria fonográfica.

En estos planos el sector en Euskadi está lejos de haber alcanzado el tamaño y la calidad que debería tener a tenor de sus capacidades culturales y empresariales.

A) ALGUNOS CONSUMOS

Se estimaba en 456,1 mill. de euros el gasto en audiovisual de la CAV, lo que suponía un 6,7 % del total (con Navarra el 8%). Mientras el gasto medio por persona para el Estado Español era de 284,3 euros. En el *ranking* del 2000 la CAV era la tercera (367,5 euros por persona) detrás de Madrid (392) y Cantabria (375).

La CAV era líder en audición de radio en el Estado español, en % de hogares con teléfono (92,8%) y con internet (23,1% en el 2001) y la posesión tanto de libros como de música grabada por hogar.

Era la segunda en lectura de prensa con 56,4% (detrás de Navarra que es líder con 57%), en gasto medio por hogar en comunicación en 1999 (con 392,6, detrás de Madrid con 447,8) y en acceso de población (no de hogares) a Internet con 25,1% detrás de Barcelona (26,6%).

Respecto el cine de sala se estima en 7,7 mill. de espectadores y una recaudación de 29,8 mill de euros, lo que le sitúa en la posición tercera de asistencia por habitante por comunidades del Estado Español.

En la actualidad el cine se ve, sobre todo, en TV y ésta supone como media 3 horas y 17 minutos diarios de visionado por habitante de la CAPV.

B) EL SECTOR

El sector lo comprenderían unas 400 empresas que emplearían alrededor de 3.000 personas, lo que supone un 0,36% del total de empleados de la Comunidad Autónoma Vasca (con datos de Eustat e INE).

La CAPV dispone de un sistema comunicativo audiovisual propio importante, pero limitado en su autonomía, lo que no se corresponde con un país con un proyecto nacional en Europa y con unas necesidades propias de una comunidad con muy altos consumos comunicativos.

Exceptuando a EITB como sistema integral, carece de entidades propias y autónomas suficientes como para equilibrar el abrumador peso mayoritario del sistema privado y público de la radio y la televisión con centro en Madrid. Esto no es sólo un problema comunicativo sino también económico.

La gran mayoría de empresas del sector son muy pequeñas. De hecho, las dos empresas de mayor tamaño son Euskal Telebista, con más de 500 empleados, y Eusko Irratia con más de 100 empleados²⁶.

La parte mayoritaria de las emisiones de Radio y TV con cobertura en la CAPV se realiza en empresas con sede en Madrid, aunque haya también algunas horas de desconexión -más en la radio que en la TV- y generadoras de recursos locales. Tanto en radio como en TV, las cadenas privadas y públicas centrales ostentan el 75% de la audiencia.

De todos modos, aunque con ámbitos acotados, dentro del sistema comunicativo audiovisual vasco se encuentran: Euskaltel -que va entrando en el cable- el complejo de RTV del Grupo Correo, las radios de los obispos y de los jesuitas, la empresa de Radio Nervión/Gorbea/Telebilbao o el Grupo Goiena, por poner algunos ejemplos significativos.

C) RADIO

La CAPV es una de las CCAA con más audiencia de radio del Estado español, ronda el 60% y está 6 puntos por encima de la media española. El País Vasco cuenta con 84 emisoras de radio (4,2% del total estatal). Cinco de éstas pertenecen al Grupo EITB, que tiene más de 400.000 oyentes diarios, siendo líderes especialmente en los informativos de la mañana. En la CAPV buena parte de las emisoras comerciales locales de FM están copadas por las cadenas de ámbito estatal (23 de las 35) y con mucha más cobertura y audiencia.

La difusión en euskera de las FMs comerciales no llega al 3% de sus emisiones, de espaldas a las medias sociolingüísticas territoriales. La audiencia de radio en euskera ronda los 150.000 oyentes. Si se toman en cuenta las emisiones bilingües –en las que en algunos casos como Herri Irratia los programas en euskera alcanzan cotas importantes– y las radios libres, habría que subir la cifra a 200.000 oyentes aproximadamente.

²⁶ El Instituto Nacional de Estadística (INE) desglosa el número de empresas en Euskadi según subsectores, de modo que recoge más empresas (254) en cine/video que en radio/tv (78), aunque estas últimas dan empleo a más trabajadores.

La estructura de la radio en la CAV está soportada por siete grupos de emisoras: Grupo EITB, RNE, SER, Grupo Correo, COPE, Onda Cero, emisoras vinculadas a la Iglesia (Compañía de Jesús, Obispado vizcaino...) y Radio Nervión-Gorbea. Curiosamente, de las frecuencias concedidas en los concursos de 1987 y 1989, sólo 6 (Nervión F.M., la desaparecida Orain, Radio Popular-Herri Irratia de Loiola y Donostia, Bizkaia Irratia y Arrate Irratia) desarrollaron un modelo de radio local, comarcal y territorial, de proximidad, expresión del pluralismo social y no asociada a los grupos preexistentes.

En la primera ola de 2002, la cadena más escuchada era EITB convencional, seguida de SER convencional, SER Fórmula, RNE convencional, Nervión-Gorbea, COPE convencional, Popular, Onda Cero, Cadena 100, EITB Fórmula, según datos de CIES. Pero por audiencias globales agrupadas, en radio convencional, por cadenas convencionales y sobre todo en radiofórmula, predominan las de ámbito estatal.

Apenas hay emisoras municipales de radio (en Cataluña 203) y su desarrollo no ha sido significativo, al contrario que las radios libres, fenómeno este que durante los últimos años ha tenido una cierta revitalización.

Cabe destacar la ausencia general de centros de producción que vendan programas de radio aprovechando las sinergias del sector en el ámbito productivo.

En suma, en la parte privada se trata globalmente de una radio centralizada, concentrada, en castellano, homogénea en formatos, géneros y con escasa producción propia. Es una estructura muy preocupante y a corregir.

- Es un problema colectivo que tanto la Administración, con una nueva regulación, y los operadores deben corregir con celeridad.
- Además de mantener las públicas, habría que potenciar el desarrollo de verdaderas emisoras locales, comarcales y territoriales, con una programación propia mayoritaria que fomente el pluralismo.

D) TELEVISION

La televisión pública ha ejercido -como en otros muchos países en los que también se están produciendo importantes transformaciones²⁷- de entidad tractora para el sector.

El mapa televisivo de la C.A. del País Vasco está integrado por la televisión autonómica vasca, ETB (con sus cuatro canales: Etb1, Etb2, Etb Sat y Canal Vasco), la plataforma digital Euskaltel y unas 30 de televisiones locales. A ellas hay que añadir los centros regionales de RTVE, Tele 5 y Antena 3 con sus limitadas horas de emisión en desconexión. Todas ellas compiten con las cadenas de televisión y las plataformas digitales estatales por lograr la máxima cuota de audiencia posible.

²⁷ La competencia privada (en abierto y de pago), la crisis de identidad de los sistemas de radio-televisión públicas, la reducción del gasto público y la presión del "lobby" del sector audiovisual privado, ha llevado a redefinir a escala europea el papel de los Servicios Públicos en un contexto de sistema mixto de operadores públicos y privados en el que estos últimos tienden a ir siendo mayoritarios. Esa redefinición rescata y actualiza la vigencia, especificidad e identidad de la radio-televisión pública alrededor de nuevas misiones referidas a la programación, la producción, el pluralismo, la experimentalidad, el cine, la publicidad limitada,...

■ EITB es el principal grupo de comunicación audiovisual en Euskadi, alrededor del cual se ha ido configurando el tejido audiovisual vasco. El alto poder de compra de EITB junto con su política de externalización de la producción le han convertido en el principal cliente de la industria audiovisual en Euskadi²⁸.

Cuando en 1982 el Gobierno Vasco decide impulsar la creación de EITB, el sector casi no existía, pues se limitaba a la radio y a algunas iniciativas privadas de cine.

La creación de EITB, además del fuerte impulso que genera en la difusión de la cultura propia y la normalización lingüística, ha tenido un impacto notable en la actividad económica, la creación de empleo y el desarrollo técnico y tecnológico de Euskadi. De no existir prácticamente industria audiovisual, se crea, gracias a la inversión pública, una compañía con un tamaño importante en el ámbito estatal. EITB se concibe como un *broadcaster* que participa en todos los eslabones de la cadena de valor, algo muy lógico en esa época dada la falta de tejido industrial audiovisual en el País Vasco, y en consonancia con las experiencias de la televisión pública en Europa. A pesar de ello, muy pronto empezó a generar actividad empresarial a su alrededor.

El volumen de facturación de las 37 principales productoras vascas -37 millones de € en el 2000 habiendo sido el 60% facturado a EITB- confirman la alta dependencia de EITB que experimenta el sector.

Hay algunas decisiones importantes adoptadas por las instituciones europeas²⁹ y que son exigibles en los países miembros, incluidas las CCAA, desde las transposiciones de las sucesivas Directivas de TV sin Fronteras (la última fue en 1999) y que en el caso español ha terminado por concretarse en la Ley del cine del 2001 que obliga a las TVs a invertir, aparte de en las series de ficción o en otros programas propios, un 5% de los ingresos de las televisiones públicas o privadas no locales en producción europea de cine, telemovies, cortos, pilotos de series de animación, documentales, nuevos realizadores...³⁰ y, al menos, un 60% del mismo en producción española o autonómica. Asimismo la programación de nuestras televisiones debería privilegiar el cine europeo en su programación³¹.

En el caso de ETB³² podría asignar una máxima parte, de ese 3 (60%~~s~~/5%) a 5% de sus ingresos totales – según una interpretación plausible que será despejada pronto por el Ministerio de Fomento- a producciones vascas o coproducciones en todos los géneros antedichos, en las que participen vascos. Claro que esa inversión por encima del 3% sería razonable siempre que hubiera proyectos más o menos solventes. En otro caso, podría ir a producciones en las que participen miembros de FORTA -preferentemente las que se hacen en lenguas minoritarias aunque sin descartar las otras- y en claves de reciprocidad plurianual. No hay que olvidar que las grandes productoras vinculadas a las grandes televisiones tienen una importancia creciente y que con el tiempo pueden llegar a controlar la oferta de cine. Ciertamente, además está la inversión en las otras áreas del AV y que tan importante ha sido para contar con productoras de TV y empresas de servicios, en torno a series de ficción u otra clase de programas.

²⁸ El volumen de producciones (programas, documentales, series, retransmisiones de eventos) compradas por EITB en 2001 alcanzó los 21 millones de euros, buena parte de ellas adquiridas a productoras vascas. De ellos 562.872 € destinó a la adquisición de derechos y financiación de largometrajes, telefilms y cortometrajes producidos por empresas vascas. Además, EITB compró servicios de soporte a la producción/realización por valor de 6 millones de € en 2001.

²⁹ La normativa de TV Sin Fronteras y su transposición (Ley 22/1999) significa una triple apuesta que obliga a todas las televisiones, ya sean públicas o privadas a: a) proteger a los usuarios frente a la publicidad abusiva y a determinados colectivos como la infancia; b) liberalizar el mercado televisivo a escala europea en programación y en producción; c) favorecer la producción europea o nacional mediante cuotas: 51% del tiempo de emisión -sin contar información, deportes, juegos y publicidad- para obra audiovisual europea en cada una de las TV públicas o privadas no locales; cuota en el caso español para producciones en algunas de las lenguas oficiales del Estado Español (castellano, catalán, gallego o euskera) del 50 % de lo ofertado como producción europea; 10% del tiempo de emisión para producciones de *productoras independientes*.

³⁰ Algunas TVs públicas europeas, duplican y triplican ese porcentaje de implicación con el cine.

³¹ ETB-2 y TV 3 programaron por encima del 40% del cine en cine USA en el 2000.

³² ETB maneja un presupuesto importante de explotación de cerca de 110 mill. de euros.

■ TELEVISION LOCAL

El ámbito de las TV locales es complejo y carece de ordenación como consecuencia de la imposibilidad de asignar frecuencias ante la negativa de la Administración Central a definir el mapa de frecuencias. Ello ha traído consigo la presencia, aunque alegal, de los grandes grupos en las capitales y el desaprovechamiento del modelo de TVs de ámbito comarcal de carácter privado, público o mixto³³.

De un total de 387 televisiones locales en el Estado Español, en la CAPV y en Navarra se encuentran censadas 30 y 20 respectivamente.

En función de los sistemas de transmisión utilizados para el transporte de la señal, se han desarrollado diferentes ámbitos de cobertura territorial de las televisiones locales vascas. En el caso de la transmisión analógica terrestre, pueden, así, distinguirse los ámbitos supracomarcal-provincial, comarcal y municipal. En el caso de la transmisión por cable, desaparece el ámbito comarcal y domina el provincial sobre el local, salvo en el caso de los canales de la ribera navarra, Telesko y Urnieta TB³⁴.

Ámbito de cobertura de las emisoras locales

| | Supracomarcal-Provincial | Comarcal | Local |
|----------|--|---|--|
| Araba | Canal Gasteiz Alava 7 | Alto Nervión Televitoria | Canal 58 |
| Bizkaia | Bilbovisión, Canal Bizkaia, Telebilbao | Durango TB Tele 7 Urdaibai TB Uribe Kosta | Plentzia TB |
| Gipuzkoa | Teledonosti | Localia Gipuzkoa GoiTB Goierri TB Ikas TB Oarso TB Txingudi TB Urola TB | Jaitxiki TB, Kaito TB Kanal On Kateberria Mendaro Telesko Urnieta TB Zarauzko TB |
| Nafarroa | Canal 4 Canal 6 | Ttipi-Ttapa TB Xaloe TB | Buñuel TV, C.L. de Funes C.L. Arguedas Telecadreita Telecaparroso Telefusti C.L. Mendavia Canal Peralta TV Ribaforada TV Tafalla TV Tele Marcilla Telecascante Telerrebote |

³³ Desde el Gobierno Central, se prepara un proyecto de Ley General del Audiovisual, que recogería las limitaciones introducidas en la Ley de Acompañamiento de los presupuestos de 2003, con la introducción de un régimen de incompatibilidades que impida la creación de cadenas de ámbito nacional mediante adición de cadenas locales, o que un mismo socio participe de manera simultánea en una televisión nacional y en otras de ámbito autonómico o local. En cambio, permitiría compatibilidades en el ámbito autonómico (presencia en dos) o en varias locales. La Comisión del Mercado de Telecomunicaciones pasaría a controlar el mercado audiovisual. A ello añadiría la reducción del tiempo publicitario en las de titularidad pública. Asimismo se ha puesto en marcha los mecanismos de la Ley de Televisión Digital Terrestre de ámbito local para la definición del mapa de frecuencias especialmente por comarcas.

³⁴ En la perspectiva de desarrollo de la ponencia se contará con una investigación ad hoc encargada a E. Arana, P. Azpillaga, I. Lazkano y B Narbaiza "Informe de la TV local en Euskal Herria". Mimeo. UPV-EHU 2003.

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | TV Cirvonesa TV de Milagro TV Villafranca Valtierra TV |
|--|--|--|---|

E) CINE /VIDEO

En el 2000 aumentó ligeramente el número de espectadores en las salas de cine del País Vasco respecto al año anterior, con preferencia clara por las películas extranjeras.

La media de producción anual de largometrajes del conjunto de productoras cinematográficas vascas – algunas de ellas operan de hecho desde Madrid- y que son socios o asociadas a IBAIA o EPE-APV ha sido de cinco largometrajes por año en los últimos once años, habiendo sido de 6 en los años 2000 y 2001. Es un número razonable de apuestas anuales, siendo más decisivo empujar hacia su éxito de calidad y público. Cabe destacar el pico de producción que tuvo lugar en 1997 (9 films).

2001 fue un buen año para el cine vasco pues el conjunto de largometrajes vascos alcanzaron una recaudación cercana a los 35 millones de euro, (solo el 1,05% del total de recaudaciones totales en las salas del Estado, pero el 9,55% sobre la taquilla de las producciones estatales). El 50% de dicha recaudación fue conseguido por 3 películas.

La falta de implicación en el cine vasco -tan prestigioso en los 80- ha sido un grave error. De todas formas, caso de apostar hay que hacerlo sobre proyectos testados y con un presupuesto aceptable, aunque considerando que hay -según Academia- una tasa de 20 a 30 % de renovación anual de jóvenes realizadores/as en el caso del Estado Español.

Con todo, hay un factor corporativo preocupante que se ha materializado en setiembre del 2002. La escisión de un grupo de cineastas de la asociación de empresas del audiovisual (IBAIA) que agrupaba a la inmensa mayoría del sector constituyendo una nueva asociación minoritaria fue una mala noticia. Cuadra mal con la situación de debilidad del sector al que además desprestigia, es contradictorio con los esfuerzos unitarios que se están dando en varias CCAA, y va a contracorriente del esfuerzo de la Administración para poner de acuerdo a Departamentos distintos³⁵.

F) GRUPOS DE COMUNICACION

Junto a EITB y Euskaltel, los otros grupos vascos importantes son el Grupo Correo e Iberdrola, aunque ambos grupos empresariales centran su actividad en el campo audiovisual fuera de Euskadi.

El Grupo Correo-Prensa Española, con un volumen de negocio de 415 millones de € en 2001, es el segundo grupo multimedia de España. Tiene un 1 diario central, 13 diarios regionales líderes, presencia en todos los ámbitos de internet, y participaciones, entre otras, en Telecinco (12%), BocaBoca Producciones (30%), Grupo Árbol (17%) y Europroducciones (30%), y en Cadena COPE (minoritaria). Asimismo tiene una importante presencia en TV local (Bilbovisión, Alava 7 y Teledonosti) formando parte de una cadena importante a escala estatal. En la actualidad ensaya hacerse con el Grupo Admira (Antena 3 y Onda Cero de Telefónica).

³⁵ No cabe hacer una interpretación única de ese desencuentro. En el mismo se concitan el resultado de una competencia feroz por un mercado pequeño; historias pasadas; tardía preocupación de IBAIA por el cine aunque esta escisión se produce justo cuando esta asociación había hecho un esfuerzo especial por reclamar la aplicación del 5%; expectativas sobre el cambio de política audiovisual con el consiguiente choque de intereses sobre la eventual aplicación intrasectorial (cine, animación, documentales..) de ese 5% por parte de EITB.

Iberdrola, una de las principales compañías eléctricas europeas, tiene intereses en el sector audiovisual a través de su participación en Media Park (67,58%) y Veo TV (23,5%). Media Park es un centro gestor, productor y distribuidor de contenidos audiovisuales y multimedia con marca para los principales medios digitales: televisión digital (satélite, cable y terrestre³⁶), Internet, móviles y PDA.

3.2. Cadena de valor del sector audiovisual

El sector audiovisual puede segmentarse según la posición del agente en la cadena de valor o por su formato. En el primer sentido, se identifican los siguientes cinco segmentos:

- Creadores audiovisuales
- Productores audiovisuales
- Distribuidores audiovisuales
- Exhibidores audiovisuales
- Soporte del sector audiovisual

El sector audiovisual destaca por la diversidad de roles que pueden llegar a concentrarse en un mismo agente cuando participa en varios eslabones a lo largo de la cadena de valor, como un agente integrado. Es el caso de los canales de TV (en abierto o de pago), los grandes estudios de cine o, en general, los grupos multimedia.

Sin embargo, es frecuente que en el subsector televisivo se den figuras híbridas que extienden su actividad en más de un eslabón de la cadena de valor.

Si se segmentara según el formato de emisión-recepción del contenido, se dan los siguientes seis segmentos: TV, radio, cine, vídeo, audio e Internet.

3.4. Diagnóstico estratégico DAFO (resumen de L.BI.)

3.4.1 Debilidades a corregir

- Es un sector muy atomizado, compuesto por empresas de pequeño tamaño que no juegan un papel relevante en el ámbito estatal y presentan un alto nivel de dependencia de EITB.
- Las empresas del sector no tienen tendencia a la integración empresarial o a la colaboración en proyectos de producción. Incluso siguen naciendo empresas en función de proyectos específicos.
- Existe un déficit de estructura de gestión empresarial audiovisual debido al pequeño tamaño de las empresas y a una excesiva orientación formativa a lo técnico.
- La dimensión y capacidad de autofinanciación y de inversión son reducidas.
- No existen polos de infraestructura y equipamiento audiovisuales que sean referencia de producción del sector audiovisual vasco, que permitan a las empresas optimizar las inversiones y abordar nuevos proyectos de producción.
- El grado de internacionalización es bajo y la tendencia es al encasillamiento en producciones locales.
- La eventualidad del empleo en el sector es muy alta.
- Existe un desconocimiento de cómo utilizar las nuevas tecnologías en un enfoque integral, que vaya desde la creación hasta la exhibición o que permita explotar un mismo contenido en distintos formatos.
- Las iniciativas de fomento general de la industria vasca impulsadas por la UE, la Administración Central y el Gobierno Vasco no son utilizadas de forma intensiva por el sector audiovisual.

³⁶ Veo TV es una televisión digital terrestre participada por Iberdrola, Recoletos, Unedisa, Torreal e Inversiones Ibersuizas.

- Existe un margen de actuación para intensificar la coordinación necesaria entre todos los agentes públicos implicados en el desarrollo del sector.
- EITB no ha diversificado todavía su rol como agente que debe contribuir al desarrollo del sector.
- Otras comunidades autónomas disponen de planes para dinamizar el sector audiovisual.
- Las dificultades del sector privado para acceder a los mercados exteriores no ha permitido la mejora de la rentabilidad global del sector.
- La distribución audiovisual (mercados próximos o internacionales) es una asignatura pendiente, así como los sistemas de marketing y promoción.

3.4.2. Fortalezas a explotar

- Existe un tejido industrial vasco competitivo, ágil y flexible, más allá del sector audiovisual.
- Se tiene experiencia en la dinamización de otros sectores, por ejemplo a través de clusters con un considerable éxito.
- Existe un compromiso público con la Sociedad de la Información y las Nuevas Tecnologías.
- Existe un plan público de inversión en infraestructuras y equipamiento en el sector
- El Gobierno Vasco apuesta por el desarrollo de infraestructuras de banda ancha, con el fin de estimular la demanda en Euskadi de contenidos en nuevos formatos interactivos.
- El sistema educativo está centrado en la cultura y en un tejido y modelo universitario aceptables.
- Se da la presencia de un entorno formativo y de capacitación profesional de reconocido prestigio.
- El esquema de gobierno es eficiente y está orientado a la acción y a la obtención de resultados.
- El contrato – programa entre el Gobierno y EITB redefine el papel de la televisión pública en el desarrollo del sector.
- Existe un mercado cautivo del euskera que puede servir como base fiel que impulse el desarrollo, gracias al rol consolidado de EITB.
- EITB apuesta por dinamizar el tejido industrial en la esfera privada.
- EITB acumula una importante experiencia de programación y producción y cuenta con unos recursos humanos cualificados que constituyen un patrimonio colectivo de calidad.
- Existe apoyo institucional para considerar al sector audiovisual como un sector estratégico para el desarrollo del País Vasco.

3.4.3. Amenazas externas a evitar

- El incremento de la oferta de contenidos “comerciales” de carácter global. Los mismos productos o fórmulas entran distintos mercados, incluido en vasco (Gran Hermano, Operación Triunfo,...).
- El aumento del tamaño y la presencia de agentes globales y de área (AOL, Endemol...), con grandes audiencias y capacidad de inversión.
- La centralización geográfica del sector audiovisual debido a la concentración empresarial que se ha producido en la capital del Estado.
- La competencia creciente en Europa y el Estado español (planes de desarrollo de otros países y CCAA). Como se apuntaba anteriormente, otras CCAA han empezado a desarrollar iniciativas para apoyar a sus industrias audiovisuales.
- El proceso de cambio de los hábitos y preferencias de la audiencia en el consumo de productos audiovisuales obliga a conocer mejor a la audiencia para anticipar los contenidos correctos para responder a estas nuevas tendencias.

3.4.4. Oportunidades a aprovechar

- La explosión de la Sociedad de la Información que generará una creciente demanda de contenidos de “ banda ancha” que necesitan de una producción audiovisual.
- El fuerte crecimiento esperado de la oferta audiovisual “personalizada” (cada vez más canales temáticos y menos audiencia en los canales generalistas).
- La participación de EITB en la FORTA (Federación de Televisiones Autonómicas) así como el desarrollo de la TDT y la presencia de Euskaltel, que hará aumentar el número de canales televisivos disponibles mediante el multiplexado de frecuencias, podría aumentar las posibilidades de distribución de las producciones vascas.

En conclusión, el sector tiene oportunidades que aprovechar y fortalezas que explotar, sin olvidar la necesidad de una política activa que permita superar las debilidades anteriormente citadas, para hacer posible que el sector audiovisual vasco juegue un papel mucho más importante en la sociedad y la actividad económica vasca.

3.5. Lectura cruzada de la matriz DAFO

Resumiendo y reaccionando ante las debilidades y amenazas desde la óptica de las fortalezas y oportunidades, y estableciendo una lectura transversal desde los agentes, la producción y el mercado, cabría apuntar distintos campos de actuación necesarios.

a) Agentes públicos y privados

- comprensión y coordinación institucional para responder a las especificidades del sector audiovisual en la era digital y vinculándola también con la política de telecomunicaciones
- definición con cierta celeridad de las herramientas de apoyo al ámbito audiovisual para recuperar el tiempo perdido respecto a otras CCAA
- como agente de la política cultural y como grupo público que es EITB, promover un papel activo y global sobre el conjunto del audiovisual
- favorecer procesos de tamaño óptimo empresarial en el sector
- atraer empresas foráneas
- promover la eficiencia en la gestión para propiciar empresas con capacidad de inversión y de autofinanciación relativa.

b) Calidad de producción y empresarial

- formación de los recursos humanos tanto creativos como técnicos;
- política explícita de atracción del talento creativo;
- apuesta por formas de empleo que estimulen la calidad;
- infraestructuras suficientes par abordar cualquier clase de proyecto.

c) Productos y mercados

- hacer un seguimiento de las tendencias en formatos, productos y mercados;
- aprovechar el nuevo cuadro de canales y mercados nuevos derivados de la digitalización;
- acompañar los guiones con detallado “desarrollos de proyectos” de alguna productora;
- producción AV para mercados más allá del mercado vasco, superando la producción para un solo cliente y con mentalidad exportadora;
- Pensar la producción con lenguajes y valores aptos a esa apuesta;
- apuesta por la innovación de productos multiformato en la era digital;:
- configurar estructuras de distribución y exportación compartidas;
- dar la importancia que tienen a los mecanismos promocionales.

4. REFLEXION

4.1 Ámbitos centrales de la política cultural global en el audiovisual

La Política Cultural global del Gobierno Vasco en el Audiovisual ha de pasar por los siguientes ejes:

a) *Criterios generales:*

- Vincular el audiovisual con la política cultural en su conjunto
- Actuar de acuerdo con una visión integral del sector, sin perjuicio de prioridades y acentos en unas u otras áreas según temáticas.
- Potenciar el tejido industrial audiovisual conforme a nuevos ejes de futuro.
- Actuar dentro de las posibilidades fijadas por la Política Audiovisual de la UE, ni más arriba ni más abajo, favorable a la diversidad cultural y de plena aplicación en este ámbito, entendiéndolo como en buena parte excepcionado respecto a las reglas comunes de la competencia en el mercado único y de las políticas horizontales.
- Desarrollar el espacio cultural y comunicativo vasco, reforzando el sistema comunicativo conforme a parámetros de autonomía, desarrollos espaciales, euskaldunización, equilibrio entre lo público y privado y solvencia.
- Coordinar las políticas institucionales públicas en lo relativo a directrices y herramientas, buscando integrar organismos y medidas en los planos fiscal, financiero, industrial o subvencional.

a) apoyo al sector

- Política integral desde varios Departamentos del Gobierno Vasco (Cultura, Industria, Hacienda, Educación y Trabajo) y Diputaciones (fiscal) mediante un organismo inter-institucional estable y un Cluster con el sector
- Entender que se ha de compatibilizar unas políticas de sector (responsabilidad de todos los agentes públicos pero con especial presencia de los Departamento distintos a Cultura) con una política del producto (responsabilidad de todos los agentes públicos pero con especial presencia del Departamento de Cultura).
- Impulsar las medidas de financiación para que las empresas cuenten con un capital previo suficiente que permita después captar inversiones y ayudas de fondos, sean del ICAA o privados, para determinados proyectos.
- Poner el acento en la formación en todos sus niveles y grados (creación, artística, técnica), incluyendo la educación de la mirada en el sistema educativo.
- Potenciar la creación y la calidad en orden a una producción válida para dentro y para afuera, con especial atención a la distribución y exportación tanto de programas como de formatos y películas.
- Mantener una línea de apoyo a nuevos realizadores y experimentales, así como al guionismo
- Atraer los recursos que en pasadas décadas emigraron a Madrid
- Asegurar una presencia continua y de calidad en el cine, dando preferencia a la coproducción

b) Sistema de RTV

- Defender el pluralismo de los criterios de servicio público del sistema comunicativo público (EITB) y privado y de una regulación nueva que anime a la calidad y creciente suficiencia del sistema comunicativo propio –con mínimos sociolingüísticos y de programación y producción propias para las privadas de radio y de TV- y cuyas misiones ejercería un futuro Consejo Vasco de la Comunicación Audiovisual.
- Realizar un seguimiento continuo del sector a través de un Observatorio que normalice la información y – comparándola con otros ámbitos territoriales- sea la base para detectar tendencias.
- Adecuar el espectro radiofónico a un modelo de radio cercana y sin predominio de la programación en cadena
- Ordenar en lo posible el ámbito de televisión local y preparar la televisión digital local y atención al cable.
- Ayudar a coordinar las políticas institucionales tanto de los Departamentos del Gobierno Vasco como de las Diputaciones y Ayuntamientos, en lo relativo a directrices y herramientas políticas de gestión buscando integrar organismos y medidas en los planos fiscal, financiero, industrial o de subvenciones.

c) Euskera

- Dar prioridad a ETB 1 y sostener cuotas sociolingüísticas para las radios y TVs que por desconexión o locales sean de responsabilidad del Gobierno Vasco.
- Facilitar el doblaje creciente al euskera tanto para cine como para televisión y asegurar una oferta de exhibición en salas mínima pero continua en euskera.
- Insistir en la educación en visionado cinematográfico en euskera
- Realizar alguna producción anual de cine y tv movies enteramente en euskera

Es sabido que el cine y el audiovisual en general es una competencia no transferida, lo que implica que las ayudas concedidas por el Gobierno Vasco suponen que la CAPV pague dos veces. Una por la parte que corresponde de contribución al Fondo de Protección de la Cinematografía dependiente del ICAA (Ministerio de Cultura) y del que las productoras vascas es seguro que no reciben por el monto resultante de aplicar 6,17% sobre el global de dicho Fondo, pudiendo decirse que hay ahí una pérdida. Otra, segunda, para apoyar más específica y suficientemente a la producción vasca, misión que teóricamente correspondería al ICAA mientras no se produzca la transferencia.

Por lo tanto, las ayudas del GV deberían considerarse adelantos sobre una no transferencia de una competencia exclusiva y con cargo a engrosar la cuenta de crédito pendiente de regularizar con el Estado y que se incorporaría al esquema de negociación del cupo.

Por ello hay que reflexionar sobre el grado de prioridad que se le da a una eventual solicitud de traspaso global de la competencia cinematográfica (es una de las transferencias pendientes) y, por lo tanto, el acceso al 6,17 % que correspondería del Fondo del ICAA que dotado con unos 37 mill de € (6.200 mill. de ptas), significaría unos 2,4 mill de € (400 mill. de ptas) cantidad que hoy no reciben las películas vascas que concurren a los fondos del ICAA y que, en su caso se descontaría del cupo. Esta cuestión no estaría reñida con la colaboración en eventos de interés para todo el cine español como el Festival de Donosti.

En cualquier caso el sistema de ayudas vasco es, no sólo compatible, sino complementario al sistema europeo (Media Plus y Eurimages, notablemente) y al del ICAA. Es la parcialidad del sistema del ICAA el que no es complementario con las políticas industriales culturales de las Comunidades Autónomas activas en este plano, en tanto se ciñe casi solo a la subvención de producto y solo de cine. Ello obliga a que en solitario y con medios propios una Comunidad como la CAPV deba afrontar en solitario la reestructuración del sector.

4.2. Estrategia industrial³⁷

Hay que ser conscientes que hacer viables estos enfoques requiere una articulación económica.

4.2.1. Elementos básicos

El sector audiovisual en el País Vasco, presenta una posición débil y vulnerable aunque no exenta de capacidades para plantearse, de forma realista, la posibilidad de realizar un salto cualitativo y cuantitativo que permita alcanzar, conforme a etapas progresivas y predefinidas de lanzamiento desarrollo y consolidación, un posicionamiento competitivo.

Para tratar de desarrollar el sector se requerirían los siguientes elementos básicos:

- Apertura de nuevos mercados y aumento de talla mediante integración o concentración.
- Optimización de inversiones del sector.
- Estrategia coordinada de los agentes del sector.
- Visión global y segmentada del sector.
- Formación y reciclaje.

4.2.2. Objetivos y prioridades industriales generales

Los ejes del desarrollo del sector en el País Vasco, pueden concretarse en cuatro líneas de actuación:

- Ordenación Sectorial: un cluster, acuerdos, entidades tractoras en producción e infraestructuras, Film Commission, acuerdos de desarrollo del sector entre Dptos del Gobierno Vasco y con Diputaciones...
- Mejora del Modelo empresarial: instrumentos de gestión y financiación, I+D+i...
- Potenciación de los Recursos: reciclaje, formación, mejora de las condiciones de empleo
- Dinamización del Mercado: promoción internacional, fomento de la coproducción, distribución

4.3. Proyectos y acciones

Si ponemos en paralelo las medidas de fomento del audiovisual en Euskadi con las aplicadas en otros países de la Unión Europea, ha habido un déficit hasta ahora en el régimen vasco de fomento específico para este peculiar sector tanto en lo relativo a los incentivos fiscales a la producción audiovisual como en lo relativo a fomento financiero e industrial. El último capítulo del LB pretende hacer un desarrollo nuevo en este terreno.

a) Líneas de fondo comprometidas por el Dpto de Cultura

- Elaboración de una Ley del Consejo del AV;
- Puesta en pie de un Observatorio del AV o de la Comunicación;
- Actualización y ampliación del régimen de ayudas desde Cultura para el fomento y promoción del cine y el audiovisual con especial esfuerzo en producción;
- Estímulo y regulación complementaria para el impulso del sistema comunicativo vasco;
- Seguimiento del Contrato Programa plurianual entre Gobierno Vasco e EITB;

³⁷ Solo se apuntan unas notas a la espera de la publicación del "L.Blanco del AV en Euskadi" .

- Finalización del Libro Blanco y aplicación de sus acciones y proyectos así como el órgano de coordinación permanente entre instituciones y un *cluster* con el sector

b) Fomento del cine, tv movies y animación

Se debe seguir profundizando en la renovación cualitativa del sistema de ayudas para el fomento de la cinematografía y del audiovisual en general (“concesión de ayudas a la producción cinematográfica y audiovisual”, “medidas de apoyo a la promoción de obras audiovisuales”, otras formas de apoyo al audiovisual (festivales...)).

Si el Libro Blanco incide en la estructura del sector y la definición del papel de los agentes públicos, la convocatoria anual se centra en la creación y el producto. En la convocatoria del 2003 ya se introdujeron las siguientes novedades³⁸:

- la diferenciación -con cantidades asignadas a cada concepto- entre cine – incluidas las películas para televisión-, documentales y animación, en cualquier caso estableciendo vasos comunicantes entre ellos para el caso de vacantes por ausencia o falta de requisitos o de la calidad de los proyectos.
- El mantenimiento del apoyo a la promoción y divulgación de cortos (Kimuak), al que se añadió otro programa de apoyo a la presencia de obras y productoras en eventos audiovisuales internacionales (Niniak).
- La modificación de la composición de las Comisiones Técnicas Asesoras y de los criterios tanto de acceso a las ayudas como de logro de las mismas, de tal modo que se gane en objetividad y transparencia.
- La objetivación de los requisitos y prioridades en las ayudas
- La apertura a medio plazo de ayudas sobre amortización y en función del taquillaje reduciendo en la misma proporción las ayudas sobre proyectos salvo obras de noveles y especial calidad.
- La precisión sobre los conceptos de coproducción y de obra vasca
- La apertura de una línea de apoyo a guiones y desarrollo de proyectos multimedia
- El aumento de la cantidad general, así como para el cine y TV movies.

c) Desarrollo de la TV local (a desarrollar eventualmente en ponencia de medios)

Los temas pendientes podrían ser:

- El desarrollo progresivo de la televisión digital local, con preferencia por lo comarcal una vez se conozca la distribución del mapa de frecuencias, con implicación de Eudel y de los Ayuntamientos de las grandes ciudades.

³⁸ En el 2002 y dejando aparte las inversiones en infraestructuras que ese año fueron muy abultadas (Filmoteca), el Departamento de Cultura destinaba 2, 9 mill. de € (cerca de 500 millones de pesetas anuales) al apoyo y desarrollo del sector. Esas ayudas se destinaban a: apoyo a la producción y desarrollo de largometrajes, apoyo a la realización de cortometrajes, guiones y desarrollo de proyectos (820.000); creación de circuitos de difusión del cortometraje dentro y fuera del país (54.091); potenciación de plataformas de difusión y extensión en forma de Festivales (114.793); apoyo a la presencia de los productos audiovisuales vascos en mercados exteriores (48.080); presencia en las redes y programas europeos de apoyo al audiovisual (55.000); apoyo a las asociaciones empresariales del sector (46.000); política de conservación y difusión del cine y el audiovisual a través de la Filmoteca de Euskadi (240.400); apoyo a la presencia del euskera en los productos audiovisuales.(450.760).

Para el 2003 se planteó un importante crecimiento que alcanza los 4,125 mill de euros, incluyendo Filmoteca y Festivales que casi absorben la mitad. Es la producción audiovisual, con especial incidencia en la producción cinematográfica y de creación la que ha crecido más pasando de 820.000 euros a 1.236.000 euros -incluyendo guiones y desarrollo de proyectos que suman 96.000 euros-, al tiempo que insistirá en la línea de apoyo a la presencia exterior de los productos audiovisuales producidos en Euskadi. (“niniak”) -ha más que doblado con 116.000 euros – y a promoción de los cortos Kimuak- 66.100 euros-. A Zine euskaraz va 638.000 euros y 115.000 para varios (Antena Media..).

- La regulación de unos mínimos en el ámbito de los contenidos por parte del Gobierno Vasco (cuota sociolingüística y de programación propia) y más habida cuenta del poco espacio del euskera y de programas propios en las actuales televisiones locales.
- La necesidad de que Euskaltel aborde la promoción de su desarrollo a escalas locales con especial atención a las TVs locales además de las provinciales.
- El impulso de la información local y de la programación/ producción propia local.
- La posibilidad y necesidad de encarar sistema mixtos – público/privados- de gestión en sus múltiples variantes para aprovechar las oportunidades de la comunicación de proximidad, sin descartar incluso combinaciones no onerosas de radio y televisión comarcal o local.
- Conveniencia de acuerdos entre EITB y canales locales (compartir informaciones y horas de desconexión; cesión de programas en euskera...).

d) Radio comercial (a desarrollar eventualmente en ponencia de medios de comunicación)

- Despliegue del decreto de FMs privadas solo para eventuales nuevas concesiones tras la antiestatutaria prorroga automática de las concesiones por parte del Estado.
- Estudio de eventuales radios municipales.
- Mayor seguridad a expresiones culturales o alternativas que no compitan por publicidad y no sobrepasen potencias ni toquen el espectro regulado en régimen de concesión.

e) EITB

- cumplimiento y seguimiento del Contrato-Programa
- seguimiento de los desarrollos del Libro Blanco.

4.4 Dificultades

Externas

-nueva legislación de Estado limitativa (nueva ley general del Audiovisual; no ampliación de frecuencias de radio, limitación de frecuencias en digital,.....)

-interferencia de la situación política-

Internas

-En general las dificultades para esa línea de acciones pueden proceder de los agentes mismos:

Públicos: incumplimiento de compromisos normativos por parte de Cultura, o dificultad para dar continuidad a la intervención de los Departamentos no específicos o lenta puesta en pie de organismos por parte de las instituciones; o no apuesta financiera suficiente para el salto cualitativo que se pretende (organismos, fondos...)

EITB: que el liderazgo pudiera convertirse en dependencia del sector respecto a las necesidades del ente, o que no aproveche las posibilidades que como servicio público tiene para cambiar el sistema comunicativo en su conjunto

Privados: incompreensión del sector de la oportunidad y exigencias del momento.

-Desconectarlo de las iniciativas vinculadas a “Euskadi en la Sdad. de la Información”