

LA GESTION CULTURAL Y EL SECTOR AUDIOVISUAL

Ponencia presentada al
CONGRESO INTERNACIONAL DE GESTION CULTURAL
"Hacia nuevas políticas culturales del siglo XXI en la Unión Europea"
El Ejido, Almería, 5,6 y 7 de noviembre de 2009

Rafael Baliña Díaz

INTRODUCCION

La Cultura y los Gestores Culturales

Anticipemos algunas cifras que nos pueden ayudar a situar el estado actual de la gestión cultural en nuestro país:

Según datos del Ministerio de Cultura¹ de España, referidos a 2004, trabajaban en el sector cultural en nuestro país medio millón de personas, concretamente 296.000 hombres y 203.600 mujeres, con una mayoría (72%) cuya edad se situaba entre 25 y 49 años y con más de la mitad con estudios universitarios.

Estos datos se refieren a los empleados en el sector cultural en general y no sólo a los que trabajan en la gestión de temas culturales. Se incluyen por tanto desde empleados de una editorial a técnicos de grabación en una compañía fonográfica.

Puede que en los cinco años transcurridos las cifras hayan evolucionado un poco, pero nos pueden servir para hacernos una idea general de la amplitud de este importante sector laboral.

Por otra parte, siguiendo la misma fuente, de las 59.400 empresas culturales censadas, 5.500 pertenecen al sector cultural del cine y los audiovisuales, lo que representa el 9,25 % de todas las industrias culturales.

En otro sentido, el de hábito de consumo cultural de los españoles, el campo "ir al cine" es la cuarta preferencia cultural en nuestro país (62 %), muy por encima de "a acceder a Internet" (23 %) y sólo superado por los hábitos de "leer prensa diaria" (70 %), "escuchar la radio" (79 %) y "escuchar música" (86 %), teniendo en cuenta que estas últimas preferencias son bastante indefinidas, son de consumo individual y no requiere un desplazamiento fuera del ámbito privado.

Por último, siguiendo cifras expresadas por GECA en su Libro Blanco², "alrededor de 20.000 gestores culturales trabajan en la administración pública (65-60 %) y podemos hablar de un 35 - 40% de la gestión privada de la Cultura, lo que supondría alrededor de 11.000 profesionales..."

"En total, 31.000 profesionales, el 0,155% de la población activa. Lo que supone unos 68,71 gestores cada 100.000 habitantes, y el 5% de los trabajadores del conjunto de las industrias culturales y creativas en la que trabajan unas 600.000 personas en España."

Estos datos nos inducen a concluir que el sector cultural, en general, es un sector muy importante, tanto por el número de personas que trabajan en él, como por el volumen económico que representa. Se puede estimar una cifra de más de 30.000 gestores culturales en nuestro país, mayoritariamente trabajando en el sector público.

Sin embargo, no hemos encontrado cifras publicadas sobre la gestión cultural referida al ámbito específico del cine y los audiovisuales, a causa, creemos, de dos factores fundamentales:

a) La escasa especialización de los gestores culturales en nuestro país, sobre todo en localidades de población inferior a 50.000 habitantes, donde en una gran parte, los/as técnicos/as de gestión cultural trabajan sobre cualquier ámbito de su programación anual.

b) La casi nula información estadística general acerca de los cometidos y tareas concretas de una gran parte de los gestores culturales, especialmente en localidades de menos de 50.000 habitantes.

Por tanto, nuestro primer gran problema es que no sabemos ni cuántos son ni qué hacen los gestores culturales que trabajan en el sector del cine y los audiovisuales.

En el texto que sigue se analizan dos temas fundamentalmente: un análisis de los programas de difusión y promoción de carácter audiovisual desde el punto de vista de la gestión cultural, y un estudio de la situación actual de las industrias culturales, centrándose en la evolución del cine en España y la respuesta de los públicos.

Son dos temas importantes que se plantean en la mesa sectorial del Congreso, con la intención de suscitar la reflexión y el diálogo entre los participantes, con más preguntas que respuestas y más allá de ofrecer unos datos más o menos relevantes.

Al final del texto se ha introducido un análisis DAFO que puede sintetizar lo anteriormente expuesto y que debiera servir también para poner los cimientos para obtener algunas conclusiones.

Se ha incluido también, por su importancia para los gestores culturales, un extracto de las líneas de acción que ha planteado la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC) en un trabajo de equipo coordinado por José Luis Melendo, y un par de anexos de documentación sobre las políticas culturales y el cine.

Rafael Baliña Díaz
Cádiz, octubre 2009

LA GESTION CULTURAL Y EL AUDIOVISUAL

Difusión y promoción cultural en el sector audiovisual

Más que en otros sectores de la creación artística, el cine mantiene desde sus inicios, dos facetas, una vertiente industrial o comercial, que antepone la capacidad de negocio a cualquier otro aspecto, y un enfoque cultural, en cuanto que se constituye como una de las expresiones artísticas más influyentes de nuestra época.

Estas dos componentes son parte de un mismo entramado de relaciones, en donde es difícil delimitar hasta donde llega una y donde comienza la otra.

En gestión cultural, llamamos programas de difusión cinematográfica a aquellas actividades encaminadas a difundir el cine como hecho cultural, es decir, teniendo en cuenta, desde nuestro punto de vista de gestores, los valores artísticos y los aportes creativos de las producciones cinematográficas. Para intentar diferenciar ambas facetas, algunos autores y gestores han acuñado el término de "cine cultural" para diferenciarlo de "cine comercial".

En definitiva, se trata del conjunto de proyectos, actividades y propuestas que los gestores culturales encuadran en sus programaciones como contribución a la difusión del cine como expresión artística.

Pero, enseguida, nos asaltan las preguntas: ¿qué se considera cine para circuito cultural?, ¿con qué criterios se debe programar?, ¿cuáles son los objetivos? ¿quiénes son nuestros destinatarios, cuál es el público al que queremos dirigirnos?, ¿programamos según nuestro criterio (que no significa nuestros gustos) o según la demanda de la población en la que trabajamos?, ¿no deberíamos mostrar aquello que no es accesible por otros medios? ¿a qué tipo de cine debemos destinar los recursos públicos? ¿debemos difundir el cine de producción local, nacional o internacional? ¿por qué?

Esperamos que podamos contribuir en este panel sectorial a responder a estas cuestiones.

Las actividades de proyección cinematográfica por parte de las empresas privadas de exhibición, están claras: los programadores de los cines comerciales, con acuerdos más o menos estables con las distribuidoras cinematográficas, programan en sus salas películas que creen atraerán al público y, mediante el pago de una entrada, hacer negocio, ganar dinero. Está claro y es una parte del entramado industrial de este sector.

Pero, desde el punto de vista de la empresa pública, asociación sin ánimo de lucro o institución cultural, los criterios determinantes para una programación adecuada son mucho más complejos y difíciles de determinar: destacar la calidad cinematográfica (siempre difícil de medir), contribuir a difundir valores que consideramos democráticos y propios de una sociedad avanzada, aportar nuevos puntos de vista sobre los temas que trata, proponer nuevas perspectivas sobre viejas aspiraciones, etc.

Siguiendo a Antonio Ahucha, en su reciente publicación *El mapa de procesos de una proyección cinematográfica*³, "varios serán nuestros parámetros para situarnos como programadores culturales dentro del ámbito cinematográfico. Estos podrían ser:

1. Evitar la competencia de nuestras actuaciones con el sector privado (cines comerciales).
2. Complementar la oferta de exhibición comercial con una oferta diferente y alternativa a las mismas.
3. Ampliar la capacidad de demanda de nuestros públicos, abriendo nuevos caminos de programación, dando cabida al cine más actual y contemporáneo, desde el punto de vista artístico.

Estos parámetros nos sitúan dentro de la línea de programación del cine cultural.

Las películas que se proyectan tienen algunos de estos rasgos que las caracterizan:

- No se proyectan habitualmente en salas comerciales (o en muy pocas, ubicadas en grandes ciudades).
- Son exhibidas en V.O. o en V.O.S., respetando las condiciones en que han sido pensadas y creadas por sus autores.
- Se encuentran dentro de una línea de lo que se ha dado en llamar *Cine de Autor*. Son producciones independientes o alternativas.
- Desde sus "contenidos" plantean nuevos puntos de vista con respecto a las historias que cuentan, nos acercan a otras realidades y a otras culturas diferentes a la nuestra. Promueven el respeto por la "diferencia" y resaltan la oportunidad de aprender y disfrutar de esa "diferencia".
- En cuanto a las formas de contar, al lenguaje cinematográfico empleado, no siempre utilizan el modelo de representación clásico, optando por otros lenguajes inspirados en otras disciplinas artísticas.
- Son hitos en la historia artística del cine, por su contribución a la evolución del lenguaje cinematográfico (Desde el cine primitivo al cine más contemporáneo).
- Son capaces de enriquecer la capacidad de lectura y percepción de los espectadores, ampliando su frontera de ocio y disfrute.

Al proponer el término *Cine Cultural* se intenta que, desde un punto de vista abierto, abarque el cine que no forma parte de las programaciones de los centros de exhibición comerciales. Aunque existe una gran zona de interconexión entre lo cultural y lo comercial (según el criterio de programación, el territorio, la organización desde donde se actúa, etc.)."

Políticas culturales en el sector audiovisual

Desde hace mucho tiempo, los gestores culturales especializados en programaciones audiovisuales insisten en la necesidad de una definición de líneas, en una clarificación de las políticas culturales que permitan determinar qué programar, con qué objetivos, con qué recursos y para quién realizar el trabajo. Es el primer paso.

Pero, en demasiadas ocasiones, las instituciones públicas –sobre todo, municipales--, han contado como criterio sólo el número de asistentes, obviando una explicación clara de qué se pretende conseguir con determinados programas de difusión del cine.

¿Es correcto desde el punto de vista de la gestión cultural pública, destinar recursos humanos y presupuestarios a una campaña de proyecciones del más puro cine comercial, sin otro sentido que “llenar la sala” y con una programación que podría estar al alcance de los públicos a través de la TV o de los video-clubs, por no hablar de las descargas de Internet? Sólo la ausencia de salas comerciales puede sostener este tipo de programaciones, en su contribución a concebir el cine como *acto social colectivo*.

Creemos que únicamente con un profundo conocimiento del territorio donde se inscribe nuestra acción cultural, se puede determinar, mediante un diagnóstico claro, las necesidades reales y demandas culturales de los diferentes grupos sociales, teniendo en cuenta las demás ofertas de difusión cinematográfica de otras instituciones y asociaciones, para definir y clarificar unas políticas culturales adecuadas, que den respuesta a necesidades cada vez más diversificadas, para públicos distintos.

Trabajar por proyectos

También deberíamos incidir en la cuestión del sentido de nuestras actividades de difusión cinematográfica. Ante la amplia oferta de cines comerciales, televisiones y ediciones destinadas al consumo doméstico (alquiler o compra), ¿tienen sentido las proyecciones aisladas de películas?

Desde hace tiempo, y cada vez más, las actividades de difusión del cine tienden a organizarse bajo la forma de proyectos, que habitualmente se manifiestan en forma de ciclos de difusión. Estos ciclos, estructurados por temas, estilos, géneros, nacionalidad de producción, directores o por el hilo que se determine, se han configurado como un método bastante eficiente para conseguir los objetivos propuestos en el proyecto cultural.

Por otra parte, no deberíamos desaprovechar la oportunidad de trabajar en equipos multidisciplinares a la hora de desarrollar un proyecto cultural de difusión. El trabajo en equipo sobre un proyecto cultural puede contemplar la proyección cinematográfica (en el soporte y formato que sea procedente), como uno más de los recursos que contribuyen a ampliar, completar o clarificar los temas tratados en un proyecto.

Ejemplo: si el equipo multidisciplinar está trabajando sobre el tema –tan actual–, de la reforma educativa y de la urgente necesidad de una renovación pedagógica del sistema, se puede plantear, junto a un ciclo de conferencias, una exposición temática sobre la educación reciente en nuestro país y completar el proyecto con un ciclo de cine que afronte directamente este tema.

Equipamientos culturales

Otro tema que debería formar parte de los análisis de este panel sectorial, se refiere a las infraestructuras y locales susceptibles de ser utilizados como salas de proyección cinematográfica.

Si exceptuamos los excelentes equipamientos de algunas e importantes instituciones públicas que sirven de referencia, (pensemos, por ejemplo, en las instalaciones de la Filmoteca Española en el Cine Doré, en Madrid), las actividades públicas de difusión cinematográfica que se realizan en buena parte de las localidades medianas y pequeñas, adolecen, por lo general, de las mínimas condiciones de proyección, empezando por la calidad ambiental, accesos e insonorización de la sala, siguiendo con la comodidad para los usuarios, climatización y seguridad de los locales y terminando con las condiciones de proyección, referidas a la calidad de imagen y sonido, formato de proyección y profesionalidad del personal.

Salvo excepciones, por ejemplo, cuando el ayuntamiento dispone de un cine o de un salón de actos bien equipado, o ha concertado la actividad en una sala de un cine comercial, la mayor parte de las actividades públicas de difusión se realizan en las localidades pequeñas (y no tan pequeñas) en unas condiciones tan deficientes que pueden anular nuestros propósitos, e incluso, desanimar al usuario a volver en otras ocasiones.

Un local de proyección audiovisual debería tener las siguientes condiciones mínimas:

a/ Condiciones técnicas mínimas referidas a la sala de proyección:

- Espacio suficiente (aforo) en relación a la posible demanda local y al tipo de oferta cinematográfica o audiovisual que se propone.
- Asientos con cierto nivel ergonómico para seguir con comodidad una proyección de duración normalizada, situados a ser posible en ligera pendiente y con pasillo central de acceso entre las filas.
- Separación mínima de 4 mts. a la zona de pantalla.
- Pared frontal libre de objetos, sobre la que se pueda colocar la pantalla.

b/ Condiciones mínimas referidas al equipamiento técnico:

- Pantalla de proyección de dimensiones proporcionadas a la sala y situada a un mínimo de 1,70 m. del suelo.
- Cabina de proyección equipada con proyector de 35 mm. y/o proyector de señal vídeo tipo XVGA con suficiente potencia en lúmenes y contraste.
- Reproductor digital según formato que proceda.
- Sistema de sonido Dolby o DTS, etc.
- Soporte estable para el proyector a 1,70 m. del suelo o suspendido del techo de la sala.
- Tomas seguras de corriente eléctrica de 220 v.

c/ Condiciones ambientales:

- Acceso fácil e indicado.
- Capacidad de iluminar y oscurecer el espacio y su entorno.
- Aislado del tráfico rodado y de la contaminación acústica.
- Medidas de higiene ambiental

c/ Normas de seguridad:

- Salidas de emergencia
- Sistema contra incendios
- Plano de evacuación

d/ Panel de avisos para notas sobre calificación del Ministerio de Cultura, versión, etc.

LA INDUSTRIA CULTURAL AUDIOVISUAL

SITUACION ACTUAL DE LA PRODUCCION, DISTRIBUCION Y EXHIBICION DE CINE EN ESPAÑA

El presente de la producción cinematográfica española

En un informe reciente, publicado en marzo de 2009 por el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura⁴, se realiza una radiografía positiva, e incluso optimista, de la situación de la producción del cine español en 2008:

“Respecto a la producción, se ha llegado a los 173 largometrajes, lo que supone la cifra más elevada de los últimos 26 años (e incluso hay en el momento actual más de 100 películas en proceso de posproducción, por lo que formarán parte de la producción de 2009). De los 173 largometrajes producidos en el año 2008, 108 son películas de ficción, 10 de animación y 55 son documentales...

En cuanto a los cortometrajes, la cifra de producción es muy superior, pues en 2007 se realizaron 156 frente a los 210 del presente año (2008).”

Pero el texto no explica que uno de las mayores debilidades de la producción española es la atomización del sector y en el mismo informe, se señala que “Un dato a tener en cuenta respecto a la capacidad productiva de las empresas es que, en 2008, de 217 empresas productoras activas, 179 (82,49%) participaron en la realización de una sola película; 34 (15,67%) entre dos y cuatro películas, y sólo 4 (1,84%) participaron en 5 o más películas.”

Si tenemos en cuenta que el coste medio de un largometraje ronda los 3,2 millones de euros, y las películas en coproducción, alcanzan una inversión media de 8,1 millones de euros, podemos afirmar que encontrar financiación para llevar adelante una producción es tarea complicada, pero también que si en 2008 el 85,5 % de las empresas han realizado sólo una película al año, nos indica claramente que el sector productivo está muy diseminado, atomizado, con un alto número de pequeñas productoras donde sólo 38 empresas se pueden considerar como rentables o con cierta capacidad de futuro.

Lo que ha aumentado sensiblemente es el número de copias para el mercado de salas, en la misma tendencia de años precedentes, al efectuarse una distribución intensiva y extensiva a la vez: mayor número de copias en menor tiempo de explotación. En 2008, 57 películas han salido al mercado con más de 300 copias (en 2007 fueron 49) y 12 de ellas con más de 500 copias.

Mientras esto sucede con algunas (pocas) películas de impacto comercial indudable, muchos de los 173 largometrajes producidos tuvieron serias dificultades para llegar a estrenarse o a permanecer en las pantallas más de una semana.

Por otra parte, a pesar del indudable aumento de la producción y de la calidad media de las películas de animación y sobre todo, de los documentales en los últimos años,

es difícil encontrar en las pantallas de nuestros cines películas españolas de estas categorías.

Cortometrajes

En cuanto a la creciente producción de cortometrajes, indudable indicador de futuro, y dejando al margen la creatividad de algunos realizadores, la significativa cifra de 210 cortos producidos en 2008, no nos debe inducir a engaño, pues:

1. Es un sector de alta dependencia de las ayudas públicas (no sólo estatales, sino también de las Comunidades Autónomas, Diputaciones, Ayuntamientos, etc.) con muy poca inversión real de la productora.
2. Las empresas productoras de cortometrajes, en muchos casos unipersonales, por voluntad del director que hace las veces de productor, no llegan a consolidarse como empresas audiovisuales fuertes para acometer producciones de mayor envergadura, por lo que desaparecen tras una o varias producciones.
3. La obtención de recursos de amortización de la inversión se basa muchas veces en la posible obtención de premios en festivales, tanto nacionales como internacionales, lo que se ha venido en llamar el "circuito de festivales", lo que ha hecho proliferar hasta extremos insospechados el número de festivales y concursos de cortos, muchos también de escasa consistencia y proyección.

La distribución

La distribución durante el año 2008 ha mantenido una tendencia semejante a la del año anterior. Según el citado balance del ICAA, "en cuanto a cine español en salas de exhibición, hay que destacar que en 2008 se han estrenado 139 largometrajes españoles, una cifra muy similar a la del año anterior, en el que hubo 137 estrenos".

Lo que ocultan estas cifras es que, por una parte, muchos largometrajes se estrenan de forma penosa, duran escasamente una o dos semanas y sólo en las grandes capitales y, en ocasiones, con la compra de las entradas del aforo, para obtener la ayuda correspondiente.

Por otra parte, mientras que muchas películas españolas estrenadas están en manos de filiales de distribuidoras extranjeras, fundamentalmente de las "majors", hay otras que no han podido llegar a cuerdos con distribuidoras, teniendo que realizar esta labor la propia productora o incluso, directamente, el productor o director de la cinta.

En cuanto a la distribución de películas de otros países, la tendencia reflejada es diferente a la del año precedente, ya que ha habido una gran disminución de nuevas películas (379 en 2008 frente a 461 en 2007) manteniéndose el número de películas europeas y decreciendo el de películas norteamericanas. Solo 45 han sido procedentes de terceros países.

En cuanto a la importación, en 2008 han sido importadas 379 nuevas películas para ser distribuidas en salas de exhibición, frente a 441 del año 2005. En lo que respecta a la versión, de las 379 películas extranjeras importadas para ser exhibidas en salas, 118 se han distribuido en versión doblada, 69 en versión original subtitulada y 192 en ambas versiones simultáneamente.

La exhibición

Aludíamos al inicio de este capítulo a que la lectura de los datos facilitados por el ICAA para 2008 no deberían llevarnos a un exceso de optimismo, pues en una comparación de los datos de producción con los de exhibición, se puede observar una disminución en absolutamente todos los indicadores utilizados.

Esta afirmación se basa en una comparación de los datos ofrecidos por la misma fuente⁵ para el periodo que separa a la exhibición entre 2003 y 2008.

Evolución de la exhibición cinematográfica en España 2003 - 2008					
		Año 2003	Año 2008	Variación	Evolución
Salas	Nº de cines	1.194	868	- 326	- 27,3 %
	Nº de pantallas	4.253	4.140	- 113	- 2,6 %
Proyección de Largometrajes					
	Españoles	411	394	- 17	- 4,2 %
	Extranjeros	1.505	1.258	- 247	- 16,4 %
	Total	1.916	1.652	- 264	- 13,8 %

Datos: ICAA, 2009. Elaboración propia

Podemos ver que mientras el número el número de cines ha disminuido en casi la tercera parte, el número de pantallas casi se ha estabilizado, lo que nos indica el claro proceso de concentración de las proyecciones en los complejos de multicines.

También se observa fácilmente que aunque en descenso, el número de largometrajes españoles en las pantallas ha caído poco en comparación con los extranjeros, lo cual se puede leer como una tendencia –en ambos casos--, a la concentración en menos títulos con muchas más copias en su recorrido.

La asistencia del público

Si analizamos los datos proporcionados por el ICAA⁶ en cuanto a la asistencia de público en el periodo que hemos estado comparando, en los últimos años se ha producido un fuerte descenso (más del 30%) de la asistencia de los españoles a las salas de cine.

Pero este descenso es más acusado para el cine español que para el extranjero, y si lo comparamos con las cifras de recaudación, estas arrojan una disminución de casi la quinta parte en el cine español, mientras que prácticamente no ha descendido la recaudación para el extranjero.

Evolución de la asistencia de espectadores en España 2003 - 2008					
		Año 2003	Año 2008	Variación	Evolución
Asistencia a largometrajes (En millones de espectadores)	Españoles	21,7	14,3	- 7,4	- 34,1 %
	Extranjeros	115,7	93,4	- 22,3	- 19,3 %
	Total	137,4	107,8	- 29,6	- 31,5 %
Recaudación (En millones de €)	L. Españoles	100,8	81,6	- 19,2	- 19,1 %
	L. Extranjeros	538,5	537,6	- 0,9	- 0,2 %
	Total	639,4	619,2	- 20,2	- 3,2 %

Datos: ICAA, 2009. Elaboración propia

Las medidas de protección

Siguiendo al prof. José Antonio Bello⁷, "La enorme competitividad del cine norteamericano, que alcanza una cuota (de pantalla) cercana al 85%, "obliga" a que exista una legislación de ayudas, subvenciones y fomento del cine para preservar la identidad cultural hasta que la industria pueda competir en igualdad de condiciones con el gigante estadounidense.

En esta línea, España debe defender el derecho de las películas a no ser tratadas en los acuerdos sobre libre comercio como meras mercancías y, por tanto, la necesidad de proteger la creación audiovisual como parte de nuestro acervo cultural. La labor de las diversas asociaciones y entidades de gestión, ha estado orientada a fortalecer la inversión privada y a que las diversas cadenas de TV inviertan el 5% de sus beneficios, en proyectos viables, lo que ayudará a mejorar la estructura industrial, con el consiguiente aumento de puestos de trabajo, la renovación tecnológica y mejora de futuro del sector."

Las diversas asociaciones profesionales y entidades de gestión vienen solicitando al Gobierno que promulgue una legislación audiovisual que posibilite la estabilidad y el crecimiento de la industria.

MATRIZ DAFO

DEBILIDADES – AMENAZAS – FORTALEZAS – OPORTUNIDADES

DEBILIDADES
D1. Atomización del tejido empresarial: salvo en las grandes ciudades y núcleos importantes, las productoras audiovisuales son de pequeño tamaño y/o escasa duración, especialmente en el ámbito del cortometraje.
D2. Concentración de recursos y de financiación para proyectos independientes en las grandes ciudades y áreas metropolitanas; faltan convocatorias específicas de ayudas al sector audiovisual en el resto del territorio.
D3. Escasos canales de distribución de obras y productos especializados en la producción audiovisual independiente. Es un problema general en la creación cultural, pero con una especial incidencia en el audiovisual más alternativo.
D4. Falta de infraestructuras y espacios adecuados para la difusión de producciones audiovisuales independientes que no se exhiben en salas comerciales.
D5. Número reducido de asociaciones culturales centradas en la producción o difusión de obras audiovisuales y/o en la promoción de creadores.
D6. Déficit en programas de formación específica de gestión cultural del sector audiovisual, a excepción de los módulos correspondientes en los <i>masters</i> de las Universidades.
FORTALEZAS
F1. Relativa expansión de programas de exhibición cinematográfica cultural. Circuitos impulsados por entidades públicas y privadas y por universidades en muchas ciudades españolas.
F2. Existencia de muestras y festivales de cine especializados y consolidados, en prácticamente todo el territorio, que fomentan la promoción de obras audiovisuales.
F3. Alta asistencia a las salas comerciales de cine, aunque concentradas en ciudades de más de 50.000 habitantes y comarcas con complejos multisalas.
F4. La facilidad para la movilidad personal y las mejoras en las comunicaciones, facilita la información y la asistencia a las actividades culturales audiovisuales.
F5. Aumento de las actividades de difusión en entidades privadas, sobre todo las entidades bancarias y grandes compañías, que apoyan la creación audiovisual.
F6. Alto grado de motivación y colaboración entre los creadores independientes, los agentes y los gestores culturales en el sector audiovisual.

AMENAZAS
A1. El margo legal y jurídico actual ampara la exhibición de cine para salas comerciales, pero sin tener en cuenta la exhibición cultural o sin ánimo de lucro.
A2. La falta de recursos destinados a la difusión de programas audiovisuales alternativos termina por ahogar las iniciativas existentes.
A3. La escasa distribución audiovisual independiente para el circuito cultural, dificulta la programación de producciones audiovisuales culturales.
A4. Necesaria clarificación de derechos de exhibición y precios entre distribuidoras y subdistribuidores territoriales, especialmente en la exhibición de películas en formatos digitales.
A5. La falta de apoyo a las asociaciones específicas impide la existencia de colectivos y asociaciones culturales del sector audiovisual.
A6. La carencia de centros de formación especializados obliga a desplazamientos costosos a las grandes capitales, aumentando la falta de especialistas en el resto del territorio.
OPORTUNIDADES
O1. La diversificación de las necesidades culturales posibilita nuevas oportunidades de actuación en el sector audiovisual.
O2. Las nuevas tecnologías han propiciado una cierta "democratización del acceso a los medios" por la reducción de los costes de producción audiovisual.
O3. La presencia de festivales de cine, diseminados por el territorio, puede ser un incentivo tanto para la promoción de creadores como para la difusión de obras.
O4. La movilidad personal, el conocimiento más global y el acceso a las TIC, facilita la información y comunicación de las programaciones audiovisuales.
O5. La urgente coordinación institucional puede ser una oportunidad para rentabilizar recursos y apoyos a la gestión cultural en el sector audiovisual.
O6. La existencia de asociaciones de gestores culturales en casi todo el territorio, puede favorecer el trabajo de profesionales especializados en este ámbito.

REFERENCIAS

- (1) Ministerio de Cultura, ICAA, 2006: Estadísticas culturales 2005.
- (2) Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales: "Libro Blanco de las Asociaciones de Profesionales de la Gestión Cultural". José Luis Melendo, Coord., 2008.
- (3) AHUCHA FEMENIA, Antonio: "El mapa de procesos de una proyección cinematográfica". Dossier Metodológico. Universidad Pública de Andalucía, Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, 2008. Colección 10 cultura, producto nº 23.
- (4) Ministerio de Cultura, ICAA, 2009: Balance. Datos sobre el cine español en 2008: <http://www.mcu.es/cine/docs/MC/CDC/balance2008.pdf>
- (5) Ministerio de Cultura, ICAA, 2009: El Cine y el vídeo en datos y cifras. Datos cinematográficos del mercado español:
Datos 2003: <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2003/CineResumen.html>
Datos 2008: <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2008/CineResumen.html>
- (6) Idem que ⁵, op.cit.
- (7) BELLO CUEVAS, José Antonio: "Hacer cine en España" Universidad Complutense de Madrid, 2006.
- (8) Idem que ², op. cit.

LINEAS DE ACCION

Propuestas de líneas de acción

Siguiendo la propuesta de la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales⁸, podemos suscribir algunas líneas de acción:

1. Cooperar en el desarrollo y mejora de la Cultura en todas sus manifestaciones y aspectos favoreciendo la renovación de los medios tradicionales de planificar, comunicar y organizar programas culturales, así como de generar nuevas ideas que activen los procesos de creación cultural y su difusión.
2. Normalizar el sector de la cultura creando polos de referencia más dinámicos y con mayor potencial de crecimiento, fomentando su mayor participación en la economía de los territorios, papel que debe reforzarse en los próximos años.
3. Fomentar e impulsar proyectos culturales mucho más ambiciosos que tengan en cuenta los cambios en los hábitos de consumo cultural de los ciudadanos y en los procesos de creación, producción y difusión de la cultura, y que demandan el máximo rigor en la capacitación profesional junto a la inequívoca e inaplazable dignificación del papel del profesional de la cultura.
4. Ampliar la interrelación, la cooperación y el intercambio entre los profesionales de la gestión cultural, en sus distintas adscripciones: culturales, socio-culturales y educativos, así como favorecer la concurrencia en tareas analíticas y de investigación acerca de políticas culturales.
5. Enriquecer la perspectiva actual de las propuestas culturales en sintonía con el plano europeo e internacional, a partir de acciones diversas como el desarrollo de módulos de trabajo sobre temas comparativos.
6. Adoptar las medidas necesarias para perfeccionar y actualizar la formación teórica y práctica de los profesionales de la cultura fomentando la interrelación entre los profesionales del resto del estado Español y de la U. E. Establecer contacto con entidades similares en objetivos de España, Europa y Latinoamérica.
7. Instar a las administraciones públicas, y en concreto a las Universidades a la apertura de procesos encaminados a la instauración de estudios propios en Gestión Cultural similar a los países avanzados de nuestro entorno.
8. Promover y apoyar actividades e iniciativas que redunden en beneficio de la Cultura y su desarrollo democrático.
9. Poner en valor el trabajo de los profesionales de la cultura, favoreciendo iniciativas encaminadas a promover la gestión profesional de la cultura, elevando su prestigio social e integración plena y orgánica en el seno de empresas e instituciones.

10. Fortalecer la independencia del trabajador de la Cultura en relación con el poder político, consolidando de este modo la figura profesional del gestor cultural.
11. Respaldar la labor y los intereses comunes de los profesionales de la cultura estimulando la solidaridad y la mutua colaboración entre ellos mediante mecanismo de ayuda y cooperación. Consolidar el estatus profesional a salvo de injerencias, arbitrariedades y sumisiones a instancias de presiones coyunturales ajenas al trabajo técnico y dentro de un marco deontológico necesario
12. Favorecer la interrelación entre todos los asociados y asociadas y establecer y mantener canales de comunicación permanente.
13. Fomentar la implicación de nuestros asociados en las problemáticas sociales de nuestra época.
14. Ampliar los marcos de debate y reflexión sobre cuestiones de interés colectivo en el campo de las políticas culturales y de la Gestión Cultural y favorecer en todo momento el intercambio de información, de ideas y de experiencias, así como la formación, entre los gestores culturales.
15. Servir de órgano de comunicación e interlocución con los organismos de formación para la Gestión Cultural, así como con organismos públicos o entidades privadas con el fin de mejorar la programación, desarrollo y evaluación de las actividades culturales.
16. Vincular nuestras actuaciones con otras iniciativas similares realizadas en el resto del Estado, en Europa o nivel internacional.
17. Desarrollo de la cultura de la participación activa y comprometida, así como contribuir a la difusión de la pedagogía democrática en todas sus actuaciones.
18. Acciones de cooperación y ayuda al desarrollo transfronterizo y con los países del tercer mundo. Incrementar los programas de cooperación cultural internacional.
19. Profundización en nuevos conceptos de ocio cultural.
20. Fomentar líneas editoriales e investigaciones sobre gestión cultural.

ANEXO 1

Gestión del Cine y Audiovisuales en el Ministerio de Cultura

El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Cultura que planifica las políticas de apoyo al sector cinematográfico y a la producción audiovisual

Funciones

- Fomentar, promocionar y ordenar las actividades cinematográficas y audiovisuales españolas en sus tres aspectos de producción, distribución y exhibición.
- Recuperar, restaurar, conservar, investigar y difundir el patrimonio cinematográfico.
- Contribuir a la formación de profesionales en las distintas especialidades cinematográficas.
- Mantener relaciones con organismos e instituciones internacionales y extranjeros de fines similares.
- Cooperar con las Comunidades Autónomas en materia de cinematografía y artes audiovisuales.

Objetivos

- Desarrollar la creación, incrementar la producción y favorecer la distribución de producciones españolas.
- Alcanzar una proporción aceptable de mercado interior que permita el mantenimiento de todo el conjunto industrial del cine español.
- Mejorar el grado de competencia de las empresas e incentivar la aplicación de nuevas tecnologías.
- Potenciar la proyección exterior de la cinematografía y de las artes audiovisuales españolas.
- Salvaguardar y difundir el patrimonio cinematográfico español.
- Fomentar la comunicación cultural entre las Comunidades Autónomas en materia de cinematografía y artes audiovisuales.

Organización

El ICAA está presidido por el Ministro de Cultura.

Hay cuatro Subdirecciones Generales y dependen de la Dirección General:

- Secretaría General.
- Subdirección General de Fomento de la Industria Cinematográfica y Audiovisual.
- Subdirección General de Promoción y Relaciones Internacionales.
- Filmoteca Española.

ANEXO II

LA FINANCIACION DE LA PRODUCCION AUDIOVISUAL LAS AYUDAS PUBLICAS

El marco legal: La Ley de Cinematografía

Por parte de la Administración el fomento de la cinematografía española se ve reflejado la nueva Ley de Cinematografía que el Congreso de los Diputados aprobó el día 20 de diciembre de 2007, donde se articula la normativa de promoción y estímulos a la cinematografía y se dictan normas para su aplicación.

El ICAA (Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) seguirá concediendo ayudas para la producción de películas españolas. Un comité evaluará los proyectos teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

- La calidad y valor artístico del proyecto.
- El presupuesto y su adecuación para la realización del proyecto.
- El plan de financiación de la película que garantice su viabilidad.
- La solvencia de la Productora o del Productor y, el cumplimiento mostrado en anteriores ocasiones de las obligaciones derivadas de la obtención de ayudas, en caso de ser un segundo, tercer o más proyecto de la empresa/productor.

Las vías de financiación

Como ocurre en el continente europeo, en España tienen un papel determinante en este capítulo las instituciones cinematográficas, las entidades financieras y las cadenas de televisión.

Las productoras españolas siguen un modelo estándar de financiación muy definido:

- 1/3 en créditos ICO (Ministerio de Cultura)
- 1/3 por los derechos de televisión
- 1/3 inversión personal o por coproducción, y/o distribución, y/o ventas de vídeo.

La financiación privada es el recurso inicial o sea los fondos propios, fondos que no tienen por qué ser, solo, patrimonio del productor; en ellos entran los préstamos de los bancos u otras entidades de crédito. Estas empresas exigen dos tipos de garantías:

1. Garantía de mercado. Obliga al productor a negociar una venta y explotación con los distribuidores para las distintas "ventanas"
2. Garantía de buen fin. Exige al productor que se asegure y llegue a buen fin el proyecto.

Esto significa que los bancos y entidades de crédito no corren riesgos previsibles. La obtención de dinero con estas empresas ha sido regulada e incentivada con la Ley de exenciones fiscales; con esta medida los particulares o empresas, aunque no tengan que ver con el cine, que presten dinero para la financiación de una película podrán desgravarse un 5%.

Canal Plus, TVE y las plataformas digitales han colaborado, con anticipos de derechos de antena, en la financiación de un buen número de proyectos, mientras Antena 3 y Telecinco han participado más como coproductoras.

Ayudas públicas

El Ministerio de Cultura, a través del ICAA pone a disposición de las productoras varias modalidades de subvención:

Ayudas a la producción:

- Para proyectos experimentales o proyectos que vayan a ser realizados por nuevos realizadores, (con no más de 3 largometrajes realizados) se establece un fondo de 7 millones de euros. La subvención no podrá superar el 60% la inversión del productor, ni la cantidad de 500.000,00 €.
- Igualmente se destinan 3 millones de euros para documentales y cortometrajes y pilotos de series de animación.
- Préstamo-producción, que tendrá como objeto financiar el proyecto, no superando el 40% del mismo, o proyectos para la mejora y adquisición de equipos y maquinarias de producción cinematográfica que acometan empresas y estudios de doblaje y sonorización, laboratorios, empresas de iluminación y filmación cinematográfica.

- Ayudas a la amortización: Se puede acceder a ella por una doble vía:
 - a) Si no ha tenido ayuda sobre proyecto: una cantidad equivalente al 15% de los ingresos brutos de taquilla que se obtenga durante los dos primeros años de su exhibición en España, más un 25% complementario de esos ingresos.
 - b) Si ya ha tenido ayuda sobre proyecto: 15% de los ingresos brutos de taquilla que obtenga durante los dos primeros años de su exhibición en nuestro país.

El Ministerio de Cultura, a través del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, ICAA, ha concedido 67,4 millones de euros en ayudas a la amortización, la producción y distribución cinematográfica en 2009.

Con la finalidad de estimular la distribución de películas comunitarias de calidad y valores artísticos destacados, el ICAA dispone de una serie de ayudas que incluyen hasta el 50% del coste de las copias, del subtítulo y de los gastos de publicidad

También algunos gobiernos autonómicos subvencionan la producción cinematográfica.

Ayudas públicas en Andalucía

En el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía, la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, a través de la EPGPC, convoca cada año ayudas específicas al desarrollo o producción al sector audiovisual para distintas modalidades:

- Ayudas para el Desarrollo de guión para cortometrajes y largometrajes
- Ayudas para la Producción de largometrajes de ficción
- Ayudas para la Producción de cortometrajes de ficción
- Ayudas para la Producción de largometrajes documentales

- Ayudas para la Producción de unidades documentales
- Ayudas para la Producción de cortometrajes documentales
- Ayudas para la Coproducción de largometrajes de ficción
- Ayudas para la Producción de series de TV
- Ayudas para la Promoción de obras audiovisuales en festivales y mercados

Programas europeos de financiación

La Comisión Europea puso en marcha en 1988 el programa MEDIA (Medidas para estimular el desarrollo de la industria audiovisual). En 1997 se estableció en España un punto de información encargado de la difusión entre los profesionales de nuestra industria las diferentes líneas de actuación del programa: la oficina Media Desk con sede en Madrid y con tres Antenas o delegaciones en Barcelona, Sevilla y San Sebastián.

Desde esta oficina se sirve a los tres sectores básicos de la industria: producción, distribución y exhibición. MEDIA Desk España trabaja al servicio de las empresas españolas de los sectores de producción, distribución y exhibición, cinematográfica, audiovisual y de las nuevas tecnologías ofreciendo a dichas empresas un servicio de información y consulta entorno a los ejes prioritarios del Programa MEDIA.

1. Producción de películas, obras audiovisuales y multimedia.
2. Distribución de películas, obras audiovisuales y multimedia.
3. Promoción. Acceso a los mercados europeos audiovisuales.
4. Apoyo a Festivales.
5. Formación de profesionales.
6. Apoyo a Proyectos. Para potenciar el patrimonio y los archivos audiovisuales europeos, desarrollar los servicios on-line y mejorar el acceso de los contenidos europeos a los servicios avanzados de difusión digital (cadenas temáticas).

La oficina MEDIA Desk España acaba de consolidar su actividad en nuestro país mediante la constitución de una Fundación Cultural Privada, y sus patronos son el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales Españoles (EGEDA) y la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE).

El programa Media de la Unión Europea puso en marcha en 1997 un plan de ayudas con la introducción del sistema de "apoyo automático" que se sumaba al ya existente "sistema selectivo". El nuevo sistema ha permitido que una veintena de distribuidores españoles reciban una ayuda directa para la distribución de películas europeas, calculada sobre la base de entradas vendidas.