

Conclusiones de las jornadas “La industria del cine: propuestas para el futuro”

LA INDUSTRIA DEL CINE: Propuestas para el futuro

CONCLUSIONES

Conocer estado del cine español precisa, muy destacadamente, saber la opinión del público, por lo que estas Jornadas se han iniciado con una Encuesta **que descubre un aprecio mayoritario del público por el cine español**, y refleja, sin embargo, un descenso en la asistencia a salas que puede corregirse con las acciones propuestas.

El sector está presto a la necesaria autocrítica, pero también presenta estos datos para dar a conocer que el público español no está tan lejos de su cine como puede deducirse de los rotundos juicios negativos que a veces aparecen en los medios.

Demandamos pues un esfuerzo de ecuanimidad y colaboración para que estas demandas del público con el objeto de mejorar la situación de nuestro cine se hagan realidad con el esfuerzo de todos.

FISCALIDAD Y DESAFIOS DE LA PRODUCCIÓN

Fiscalidad

Existe unanimidad en todos los países europeos sobre la necesidad de una política fiscal de desgravaciones a la inversión en producciones cinematográficas y audiovisuales, para convertir este sector en industria y financiar las producciones que la sociedad demanda. En este sentido es **imprescindible desarrollar desde Hacienda las medidas sobre Agrupaciones Económicas de Interés** para que no resulten inoperantes.

Cambio de modelo de producción

Las nuevas tecnologías promueven una diversificación de contenidos e impulsan una nueva industria de la que forma parte el cine, que debe aprovechar este momento para su conversión en industria.

El cine español ha de ser competitivo en todos los medios de difusión, aunque no puede abdicar de ocupar una posición destacada en las salas de cine.

Hoy funcionan en las salas las películas de alto presupuesto o aquellas de producción más artesanal dirigidas a públicos minoritarios que disponen de circuitos de exhibición especializados. Y las películas medias se orientan, salvo sorpresas, a su conversión en programas de televisión. La imaginación de los creadores y la innovación son necesarias, cualquiera que sea el presupuesto de una película o los contenidos. Directores y actores, junto al resto de profesionales, tienen un papel clave en la cercanía a la sociedad y en la promoción del cine español.

Acciones necesarias son la educación cinematográfica en los colegios, y **el aumento y mejora de distribución y marketing** de las películas españolas.

Es utópico plantearse en Europa un cine sin ayudas públicas, pero sí hay que redefinir cómo se ayuda. Las desgravaciones son la apuesta europea y el único sistema de ayuda con capacidad de crecimiento. Otras ayudas europeas tienen el carácter de inversión en nuevas películas o son préstamos sin interés que se devuelven en determinadas condiciones.

EL MUNDO DIGITAL

Nuevos contenidos y nuevas pantallas

La aparición de nuevos contenidos no cambia sustancialmente la producción, sino que transforma su distribución y la forma de contemplarlos.

Salas de cine digital, 3D

La decisión de las grandes cadenas de exhibición norteamericanas por el cambio a salas de cine digital determina el cambio en todo el mundo, contribuyendo al mismo el acuerdo sobre normas técnicas, la introducción de equipos con mayor definición, las salas 3D, que transmiten la misma sensación que el visionado de las películas tradicionales y el aumento de proveedores de películas y contenidos digitales.

La distribución digital es una ocasión única para incrementar la circulación internacional de las películas europeas que la Unión Europea debería apoyar y fomentar. Pero esta oportunidad debería estar acompañada por los medios financieros y jurídicos adecuados que garanticen al productor audiovisual europeo la realización y digitalización de sus películas y al mismo tiempo el disfrute por parte del público.

TDT

El apagón analógico y la multiplicación de canales es el cambio más dramático del sector de la televisión, dando lugar a un nuevo modelo de negocio.

La TDT mejora la calidad de la recepción, multiplica el espectro televisivo, aumenta la fragmentación de la audiencia a la vez que crea su segmentación, reordena las televisiones locales, siendo una de sus grandes bazas la interactividad, que facilita prestaciones similares al ADSL. Nuevos servicios y una programación más próxima a los telespectadores de cada cadena.

Vídeo on demand

El VoD ha crecido los últimos dos años a un ritmo del 100% en los países europeos impulsado por la mejora en la compresión de datos y en la transmisión de archivos. El desarrollo se produce tanto en el alquiler para su visionado dentro de un plazo, como en la cesión para ser archivado por el usuario. Este crecimiento abre mejores posibilidades de comercialización al cine y a diferentes contenidos digitales.

El vídeo "on line", como forma de ver contenidos cómo y cuando se quiera, continúa creciendo, y los televisores ya pueden recibir Internet y utilizar la alta definición. Las distintas formas de ver contenidos de Internet, como Filmothec en España, van a coexistir con medios físicos, como las nuevas generaciones del DVD.

Conservación

Las metas son la preservación sin errores y el acceso sin fecha de caducidad.

Así como el crear una estrategia a largo plazo para el archivo cinematográfico y digital. La "librería" es uno de los activos más valiosos que puede poseer un productor.

Un sistema de archivo digital que cumpla o mejore las características de ejecución tradicionales del archivo es la solución.

La conservación de las películas en negativo es segura, pero la producción y los contenidos digitales precisan unos requisitos de alta calidad y una periódica atención.

APORTACIÓN DE LAS TELEVISIONES

Ficción televisiva

Series, tv movies y telenovelas españolas han conquistado el "prime time", encontrando una nueva creatividad. Pese a sus éxitos, la proporción de emisión de producción española es todavía baja. La producción ajena supera el 70%, sin embargo es la producción propia la que tiene mayor número de telespectadores. La ficción producida en España tiene claras posibilidades de crecimiento.

El cine español en las televisiones

Bien aceptado por los telespectadores, especialmente cuando son películas que han conocido el éxito o es cine de género, su emisión es muy reducida en comparación con las películas extranjeras y con las demandas del público, limitándose básicamente a TVE. Aprovechando el cambio digital,

que afecta a televisiones y productores, deben surgir unas nuevas relaciones entre los mismos basadas en acuerdos y alianzas.

NUEVAS TECNOLOGIAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL

A partir de los primeros años noventa se ha desarrollado una completa, y compleja, arquitectura jurídica que regula los derechos de quienes operan en el entorno digital, tanto en línea como fuera ella. La propiedad intelectual ha recibido un tratamiento que, para el momento en que se adoptó esta legislación, era adecuado, pero que hoy en día se muestra inoperante.

En los últimos cinco años, para una parte relevante de los ciudadanos del primer mundo, Internet se ha colocado en el centro de un amplio número de actividades, entre ellas la información y el entretenimiento. Hoy existe una amplia actividad económica, con una gran generación de valor añadido y empleo de calidad, que habría sido imposible sin los medios y el entorno digital y las nuevas tecnologías.

La experiencia acumulada en estos años aboga en favor de una inmediata y urgente revisión del equilibrio entre los derechos de los ciudadanos, de los proveedores de acceso y de los proveedores de contenido. La actual arquitectura jurídica ha posibilitado un rápido despliegue de las infraestructuras, y con ello una aceleración en la implantación de la sociedad de la información.

Sin embargo, ha creado un entorno en el que hay un participante, los proveedores de infraestructuras y medios tecnológicos, que han obtenido una ventaja sin contrapartida, que limita, cuando no impide, el ejercicio de derechos fundamentales a los restantes.

Ahora bien, la mayor parte del problema, y de la solución, no está sólo en la legislación de la propiedad intelectual, sino en una aplicación efectiva de la misma, que induzca al respecto de estos derechos, así como en la posibilidad de contar con medios accesibles y eficaces, en tiempo y forma, para su defensa.

Madrid, 24-26, junio, 2009.

Para más información y confirmación de asistencia:

Zenit Comunicación

Gabinete de prensa de EGEDA

Sylvia Suárez, Sofía Pedroche, Emilia Esteban

Tel.: 91 559 91 88

zenit@zenitcom.com

www.egeda.es