

¡Salvad al cine del viejo continente!

**MARY G.
SANTA EULALIA**

Panorama

La disminución en el número de espectadores y el consiguiente cierre de salas por doquier, desde hace 30/35 años (en los últimos 10, casi dejó de funcionar el 50 por ciento de los locales europeos), despertó interés por tomar el pulso a la enferma industria de la exhibición, hacerle análisis y comprobar la gravedad de su desfallecimiento, a través de encuestas, de todo lo cual se obtuvieron los siguientes datos, que dan fe de su estado de salud, en 1992:

16.621 pantallas. 4.509.465 localidades. 271 localidades, por pantalla. 560.780.000 entradas vendidas. 1,61 asistencia al cine, por persona al año. 124 asistencias por localidad, al año. 12,9 por ciento de capacidad de utilización (20 sesiones, en 48 semanas). 2.365 MM ECU (3.074 MM \$) en total de taquilla. 4,24 ECU (5,51 \$) precio medio de entrada. 17 por ciento de taquilla correspondiente a películas nacionales. 7 por ciento de taquilla correspondiente a otras películas europeas. 74 por ciento de taquilla correspondiente a películas USA. 2 por ciento de

CINE

En el European Cinema Yearbook —Media Salles, 1995— se da información, entre otras cosas, sobre la eficacia de la exhibición cinematográfica en Europa. Según esa publicación, países como Bélgica, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Holanda y Gran Bretaña son los que ostentan las cifras más altas de asistencia y de beneficios en taquilla, por pantalla. El único país que combina un alto nivel de utilización de pantallas, con rentabilidad más baja de lo común, es España (Spain is different). Lo que se considera justificado por ser sus tarifas las más bajas de Europa. Países como Finlandia, Grecia, Noruega y Suecia tienen cifras menores que la media europea, tanto en asistencia como en beneficios por taquilla. Otros países, como Austria, Dinamarca, Francia, Alemania y Suiza, se destacan por una baja cifra de asistencia a los cines, pero más elevado porcentaje de rentabilidad que la media europea, gracias a su política de más altos precios por entrada.

taquilla correspondiente a películas de otros países.

(Cifras publicadas por el White Book of the European Exhibition Industry, 2ª edición, 1994, que recogía un informe de London Economics y BIPE Conseil para el programa Media Salles —una iniciativa del programa Media de la Unión Europea con el apoyo del Gobierno Italiano—).

Asistencia y taquilla

Por cuanto se refiere a la asistencia al cine, en el mismo European Cinema Year Book, se desvela que es realmente escasa en Europa occidental, con una media per cápita de 1,8 (ligeramente más alta que la calculada en el White Book del 94, arriba reproducida, pero igualmente supone la existencia de millones de personas que nunca pisan una sala de proyecciones). En la Europa del Este, se añade, la situación es más alarmante: se encuentran, no ante

un declive, sino ante un colapso en número de pantallas, asistencia y exhibición de películas nacionales y europeas, mientras la penetración de las películas USA acaparan entre el 80 y el 90 por ciento del mercado. (El caso, según un estudioso del tema, miembro de la Asociación Cultural Europea de Leipzig, Klaus Hettenbach, presenta una característica que da que pensar: precisamente el hecho de que se programen tantos films de Estados Unidos ha causado la desbandada de un público que se siente desheredado del cine; de su cine porque el que le llega de allende el Atlántico está muy alejado de su contexto cultural y humano).

Aún se nota una tendencia descendente de aficionados a acudir a los cines en los países nórdicos y en Portugal. Se mantiene la estabilidad, como en los últimos años, en Holanda, Alemania, Italia, Dinamarca y en Francia; en esta última, las cifras son habitualmente más elevadas. Una corriente en alza respecto la asistencia se perfila en Austria, Luxemburgo, Bélgica y, sobre todo, en Gran Bretaña, España e Irlanda, tres países en los que se supera la citada media europea de 1.8.

Radiografía del cine europeo

Ante su radiografía o instantánea —como se prefiera— y, sobre todo, ante un desamparo que demuestra la abismal diferencia de porcentajes de taquilla, entre el producto de películas-USA (74

por ciento) y películas-Europeas, sean nacionales (17 por ciento) o de los vecinos de continente (7 por ciento), el Consejo de Europa propuso soluciones con la intención de que, cuando menos, esas diferencias no se perpetúen ni crezcan y, con suerte, si la industria responde al reto, disminuyan.

La Comisión Europea responsable de la Comunicación, la Información, la Cultura y el Audiovisual, tiene en marcha,

desde enero de 1996, el programa Media II, sucesor, en cuanto a objetivos, de su programa homónimo número I, y con idéntica duración de cinco años; por lo tanto, como explica a los interesados españoles Marcelino Oreja, miembro de la citada Comisión, llegará al año 2000 cumpliendo la misión “ante todo, de ponerse al servicio de las empresas en el mercado audiovisual europeo”. El plan abarca tanto temas de formación, como de promoción, ayuda a circuitos de cine, desarrollo de proyectos, de empresas y de distribución, en un momento vital de convergencia de novedades tecnológicas, transformación o cambio en los modelos de mercado, diversificación de productos audiovisuales y maneras de consumirlos. Su dotación es de 310 millones de ecus, concretamente destinados: 45, a *formación*; 60, a *desarrollo*; 187,5, a *distribución* (cine, vídeo y salas de proyección: 122,5 y televisión, 65) y, por último, a *promoción*, los restantes 17,5. El primer objetivo, insistentemente subrayado, es reforzar la competitividad de la industria audiovisual europea y fomentar un clima favorable para sus empresas.

El cine no ha quedado a la sombra de sus hermanos más jóvenes: vídeo y TV. Todo lo contrario. Se ha hecho, cada día más patente su carácter enormemente complejo, plurifacético: arte/industria, medio de comunicación, espectáculo, exponente de cultura, entretenimiento de ocios, DNI de pueblos. Por todas esas funciones

que realiza o puede realizar, los países productores lo defienden, lo protegen, no quieren perderlo. Su existencia se estima como preciosa y preferente por cuanto su contacto directo con el público sirve de piedra de toque para conocer la calidad de las películas y de plataforma de despegue de éstas, para su posterior explotación, a través de los demás medios.

Modernización, concentración e integración

El estudio, por países —que ofrecen un panorama de escasa coherencia—, aconseja tres variantes de actuación para paliar su general anemia —en la vertiente de producción, de distribución y de exhibición—. Esas tres variantes primordiales son: *modernización* de sus locales —iniciada ya en Francia, en los “70”, y más tarde, en Alemania y Gran Bretaña, donde han coincidido con la aparición de los multicines o multiplexes(1); España e Italia están ocupándose intensivamente en la renovación, y en países más pequeños lo hacen, asimismo, a distintos niveles: Bélgica, más adelantado; mientras Dinamarca, Luxemburgo y Holanda, van más a remolque por seguir más apegados a la tradición. Portugal se encuentra en franco declive y Grecia, en plena crisis. Además del aspecto de la *modernización*, se contempla la operación de *concentración*, que comprende tres tipos de este fenómeno: *concentración* de pantallas bajo un solo techo, *concentración* de

CINE

cines en grandes empresas y *concentración* de salas en ciudades o en zonas urbanizadas. Por último, se pasa a la *integración*, por la cual, la distribución está cada vez más en las manos de la exhibición, dada la potencia que alcanzan los grandes circuitos que ésta está creando. Y, a la inversa, también la distribución voluntariamente se involucra en la exhibición. En Francia, por ejemplo, los tres

circuitos mayores de exhibición han llegado a ejercer un poder decisivo en la distribución y aunque no exista un caso de tal magnitud en otras naciones o no exista ninguno, en absoluto, como en Holanda, es un hecho que pugnan por hacerse presentes, poco a poco, en todas partes.

Cuidado al producto

Gracias al cuidado que también se concede al producto, el programa Media II ha visto prosperar sus previsiones de ampliar los márgenes de la distribución, hasta ahora desdeñables. En 1996, la importante suma de 86 distribuidoras se beneficiaron de ayudas, para más de 240 campañas de distribución de 37 títulos de films de nueva producción europea, en 18 países; en España, verbigracia. Películas, por cierto, de primera categoría, algunas ganadoras de galardones internacionales y todas llevadas a cabo por realizadores reputados como autoridades en su profesión, entre las que figuraban títulos como : “Secretos y Mentiras”, de Mike Leigh; “Rompiendo las Olas”, de Lars von Trier; “Microcosmos”, de Claude Nuridsany; “Les Voleurs”, de André Téchiné; “Capitán Conan”, de Bernard Tavernier; “Les Affinités Electives”, de los hermanos Taviani, y “Jude”, de Michael Winterbottom.

Políticas particulares

Mientras el Consejo de Europa ofrece orientaciones y apoyos financieros y morales, los propios países interesados deciden su

política particular que, a veces, se resuelve en un gesto de malestar, como el de un ciudadano expropiado en su domicilio particular. Así, por ejemplo, se establece la cuota de pantalla, para limitar la instalación indefinida en cartelera, de películas del área del dólar, las más ambiciosas. Gran Bretaña fue la primera en adoptar esta fórmula de protección, frente al poderío USA, en 1927, según recoge Antonio Vallés Copeiro del Villar, en su "Historia de la Política de Fomento del Cine Español". Europa permanece en vigilancia constante, sin que, desde entonces, se haya notado pérdida del dominio USA. España, por ejemplo, persiste en el régimen de cuotas de pantalla, tan variables como polémicas. Por Real Orden de 1964, se establecía la obligatoriedad de proyectar 1 película española por cada 4 extranjeras dobladas; por Real Decreto, en 1977, se imponía 1 día de proyección de película española por 2 de extranjeras dobladas; las Leyes referidas a esta cuestión de 1980 y 1983 marcaban 1 día de proyección de película española por 3 de extranjeras dobladas; el Real Decreto de 1986 reforma la cuota para adaptarla al ordenamiento comunitario: 1 día de proyección de película comunitaria por cada 2 de exhibición de terceros países en versión doblada. Francia también estableció cuotas de pantalla, antes de 1965, de 1 película francesa por 2 extranjeras; y Gran Bretaña, por la misma época, de 1 por 1. Las medidas que se toman directamente sobre la exhibición,

sin embargo, a juicio del Consejo de Europa, no parecen ser efectivas para la difusión de las películas europeas.

Cultura "light"

La situación de ésta exige un conocimiento en profundidad sobre el cine, qué motivos conducen a la dramática reducción de espectadores y

prácticas precisas para incrementar las oportunidades de exhibición de estas películas en locales europeos. Los expertos que se han ocupado de la cuestión hablan de que, para lograr eficacia, las películas europeas deben propiciar niveles significativos de actividad económica en la industria local y no pretender únicamente un objetivo cultural. La política de propensión cultural corre el riesgo de colocar a los realizadores europeos en un altar, lo que puede implicar dificultades para que alcancen un porcentaje sustancial del público que va al cine. Una política con más visión comercial podría también prestarse a cooperar en una producción internacional de películas de gran presupuesto, siempre y cuando hubiera una importante participación en actividades que se realizaran en Europa o por directores establecidos en Europa. En tal circunstancia, la nacionalidad de los productores o el origen de las finanzas perderían total relevancia, como criterio para calificarla o no como film europeo. Aunque no se observa obstáculo en el mundo, en principio, para la exhibición de películas europeas (su distribución, en cambio, debe buscar cauces potentes, al estilo de las grandes redes de USA), Bruselas advierte a los directores comunitarios que deben seguir las tendencias de la cultura cinematográfica vigente, como se siguen las de la música moderna, en la cual la contribución de Europa es mucho mayor que en el cine. El mensaje parece partir del temor a que la cultura europea sea

cuáles son las intervenciones

un inconveniente insalvable para el público juvenil. Deben escogerse y rodarse guiones cuyos argumentos y talentos atraigan a los jóvenes frequentadores de salas de proyección. Parece una sugerencia lógica: si beben refrescos “light”, que vean cultura filmica también “light”.

Por mi cuenta, opino que no haría falta romper con la cultura, sino dispensarla en dosis que se puedan digerir, según edades. No es tarea fácil. Pero, según lo ven en las altas esferas de la administración europea y, no discreparán las nacionales, hay que darla más diluida, más elaborada.