Conferencia
"Cine en TV y cine para TV"
(guión).

Intervención como actor
"Televisión y futuro".
5 julio 1993

Curso Verano Univ. Complutense
de Madrid

I. Consideraciones generales sobre el momento político-actual.

1. El fin de la postguerra en Europa. De la seguridad en la inseguridad. La crisis de las instituciones y de los proyectos.

2. Cultura e identidades colectivas:

2.1. ¿Espacio nacional o espacio global?

A. La internacionalización de los flujos económicos y tecnológicos y la tendencia a encerrarse en los espacios nacionales o regionales.

2.2. Lo público y lo privado.

2.3. El principio de subsidiariedad: ¿qué es lo que falla?

3. Un principio de cooperación y de colaboración como marco general y posibles ámbitos de operación por actual y de futuro.
   a) Cooperación entre instituciones
   b) La política comunitaria de radiodifusión europea
   c) Los tipos de programas o ámbitos comunes específicos:
      a') Noticieros
      b') Televisión.

II. La cooperación actual y el marco audiovisual.

1. ¿Un posible bloque de actuación y de cooperación actual sin bloque de comunicación?
2. ¿Un posible bloque de comunicación sin bloque del marco audiovisual?

3. Nuevas tecnologías, nuevos mercados: p.e. la TV Alta Definición.
4. Un debate de la década.

III. El cine como elemento clave del sector audiovisual.

1. Situación general: declive del cine en sala, espectacular del cine en pantalla TV.

~~2. Un debate de la década~~:

2. El cine en España.

2.1. Consideraciones generales: Un sistema audiovisual.

2.2. Necesidad de una ley: ~~Líneas generales de la~~ misma

Grupo de Trabajo

Min. Cultura
" Industria, Comercio y T.
" MOPT
" Econ. y Hacienda.

Y/

IV. Cine y TV.:

1. Dos especies incompatibles. Hoy declarados reparables. NO A LA DUALIDAD CINE EN SALA - CINE EN TV.
2. España: las películas en TV.
   2.1. Cifras
   2.2. Aportamiento stocks y recurso a stocks antiguos, con el consiguiente impacto audiencia respectivo.

3. [redacted] C.E.E.

4. La ficción televisiva.

5. Remedio: la CEE como la zona mayor importadora de películas y de ficción.

Ver notas Guillermo Adams

6. Necesidad de la mayor cooperación y de mayor inversión TV en cine (no sólo en [illegible] de antena)

Cerrar los avances hechos en 1993

~~7. Abolición dualidad cine en sala - TV~~

rtve RadioTelevisión Española

Dirección General

Prado del Rey
28023 Pozuelo
(Madrid)

FAX

De: D. JORDI GARCIA CANDAU

Nº Fax: 711.45.09

Tfno: 711.70.47

Destinatario: Dª. ANNA CASTELLS, JEFE GABINETE PRENSA Mº. CULTURA

Nº Fax: 532.58.73

Atención:

Fecha: 02-07-93

Referencia:

EL CURSO SE CELEBRARA EN EL EUROFORUM INFANTES, SALA AMERICA.

Total páginas incluida esta

CURSO DE VERANO UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

SAN LORENZO DE EL ESCORIAL

"TELEVISION Y FUTURO"

(5 al 9 de julio de 1993)

Dirige: **Jordi García Candau**
Director General RTVE

8

DIA 5 DE JULIO DE 1993

"PRIMERA JORNADA"

"Televisiones Públicas y Cultura"

1) **Conferencia** (~~10'00 horas~~) 12'30 h

- "Cine en Televisión y Cine para Televisión".

por: Jordi Solé Tura
Ministro de Cultura

2) **Conferencia** (11,30 horas)

- "Cultura y Televisión"

por: José Hierro
Poeta

Mesa Redonda (17'00 horas)

- "Entretenimiento y Cultura en Televisión"

Moderador: Fernando G.Delgado

Participantes: José Luis Rodríguez Puértolas
Luis de Goytisolo
Manuel Melero Muñoz
Joao Suares Louro

9

DIA 6 DE JULIO DE 1993

"SEGUNDA JORNADA"

"Cine y Televisión"

1) **Conferencia** (10'00 horas)

- "La Difusión Cultural Vertebradora de las Televisiones Públicas".

por: Dr. Mario Soares
Presidente de la
República Portuguesa

2) **Conferencia** (11'30 horas)

- "El Cine en las Televisiones Españolas y su Impacto"

por: Ramón Colom
Director de TVE S.A.

Mesa Redonda (17'00 horas)

- "Cineastas y Televisión"

Moderador: Ramón Colom

Participantes:

Fernando Trueba
Josefina Molina
Andrés Vicente Gómez

DIA 7 DE JULIO DE 1993

"TERCERA JORNADA"

"Televisión Internacional"

1) **Conferencia** (10'00 horas)

- "Televisión y Nuevas Tecnologías"

por: Juan Manuel Martín de Blas
Director Gerente Nuevos Proyectos RTVE

2) **Conferencia** (11'30 horas)

- "Experiencia Europea en Televisión"

por: Massimo Fichera
Director de Euronews

3) **Conferencia** (17'00 horas)

- "Empresas Multinacionales Cinematográficas y de Televisión"

por: Claudio Fava
Director of Feature Film TV Movies and Serials Programming RAIDUE

4) **Conferencia** (18'00 horas)

- "Deporte Transnacional"

por: Sergio Gil
Director Area Relaciones Internacionales RTVE

DIA 8 DE JULIO DE 1993

"CUARTA JORNADA"

"Programas de Televisión"

1) **Conferencia** (10'00 horas)

- "Propuestas de Programación"

por: Patrick Binet
Director Adjunto General de UGC

2) **Visionado** (11'30 horas)

- Pre-estreno de la coproducción en alta definición de TVE y RM Productions. " John Williams en Sevilla".

Mesa Redonda (17'00 horas)

- Con la participación de:

Neil Mundy
Carlos Gortari
Juan Rueda
Constantino Montaner

Moderador: Angel Luis Ramírez

DIA 9 DE JULIO DE 1993

"QUINTA JORNADA"

Conferencia de Clausura (10'30 horas)

- "La Televisión Pública: Un Modelo Audiovisual"

por: Jordi García Candau
Director General de RTVE

BASES PARA EL DISCURSO DEL MINISTRO EN EL SEMINARIO SOBRE TELEVISION Y FUTURO

EL ESCORIAL 1993

1. LA CULTURA: TEMA CENTRAL EN ESTE FIN DE SIGLO.

- Elementos generales del discurso ante la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa. Estrasburgo. Julio 1993.

2. LA TELEVISION , SU RESPONSABILIDAD CULTURAL EN LA COHESION SOCIAL Y TERRITORIAL.

2.1. España.

- Elementos generales del "discurso consuetudinario".
- La televisión ha desarrollado una innegable labor vertebradora de nuestro país, desde Extremadura hasta Baleares. Hoy mismo TVE y las cadenas privadas de implantación estatal, son, sin duda, uno de los más potentes instrumentos de articulación. Es preciso, en este sentido, que sea plenamente consciente de su responsabilidad.
- La aparición de las televisiones autonómicas, así como la recepción en nuestro país ,vía satélite, de cadenas internacionales suponen fenómenos nuevos con un impacto, asimismo, innegable.
- Debemos más que nunca impulsar un modelo que potencie a un tiempo la unidad y el respeto a la pluralidad lingüística y cultural de nuestro país.

2.2. Iberoamérica.

- La existencia de una lengua común abre inmensas posibiliades a la cooperación en materia audiovisual. Por ello mismo, es mayor nuestra responsabilidad, nuestra responsabilidad en el mantenimiento de un sólido tronco común entre las diferentes hablas de los paises iberoamericanos que se expresan en español.

La misma penetración de la lengua española en paises que no son hispanoparlantes, deberá exigir en el futuro una mayor cooperación entre las te

levisiones y administraciones de los paises iberoamericanos.

- La televisión habrá de desempeñar, sin duda, una función articuladora de primer orden. Hoy mismo (lunes, 5 de julio) comienza la emisión a un conjunto de paises iberoamericanos de la programación de uno de los canales de HISPASAT. Con la colaboración, por ejemplo, de la Universidad Católica de Chile y su cadena de televisión, el Ministerio de Educación salvadoreño, el Gobierno Español, etc., ha sido posible diseñar una programación iberoamericana de contenidos educativos y culturales que, próximamente, podremos también ver en España.

- Esta misma semana se celebra en Bahía, a propuesta española, la I reunión de Ministros de Cultura de Iberoamérica. Este foro, previo a la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, deberá abordar los temas audiovisuales, desde el convencimiento, ya expresado por los Jefes de Estado y de Gobierno en las dos cumbres iberoamericanas ya celebradas, de que las televisiones han de ser vehículos de conocimiento y unión.

2.3. Europa.

- En medio de la presente crisis de confianza en la construcción europea (crisis económica, Maastricht, convulsión en el Este) nuesta responsabilidad es mayor que nunca. Por ello mismo, la utilización decidida de los instrumentos de comunicación se revela más importante. Es cierto que la publicidad no conoce fronteras. Sin embargo, la comunicación cultural no se realiza a la misma velocidad. Sin duda, no es fácil mantener y potenciar una televisión europea. Las desconfianzas y los costes son, sin duda, elevados. Lo estamos viendo a menos de un año de su creación. Tampoco es fácil incluir una programación europea de cierto nivel. Pero esas son las líneas de futuro. Por ahí debe ir la Historia.

3. <u>TELEVISION Y SOCIEDAD: LOS DEBATES DE LOS 90</u>.

- Considerar la relación entre televisión y cultura exige, también, inexcusablemente, abordar el tema del papel que desempeña hoy la televisión en la sociedad

y los desafíos que esta relación impone a un proyecto progresista y democrático.

- Los medios de comunicación audiovisuales constituyen un factor democratizador en las sociedades libres por su capacidad de proporcionar al ciudadano elementos de información y juicio sobre la realidad y, en cierta medida, cauces de participación. También, en el sentido de igualar, en alguna medida, los conocimientos de que dispone una sociedad sobre sí misma y sobre las demás. En este sentido, actuan como un elemento de descentralización.

- Esta homogeneización de conocimientos constituye, desde el punto de vista político y ciudadano, un factor necesario para la igualdad de oportunidades que impone la sociedad democrática.

- La uniformización de los modelos sociales transmitidos a través de estos medios, vista frecuentemente como un elemento negativo, actúa también en un sentido positivo en aquellas sociedades donde no imperan los valores democráticos.

- Superado el viejo debate sobre televisión pública/televisión privada en favor de un equilibrio razonable es obligado abrir nuevos debates sobre aspectos esenciales como son: el papel de los medios audiovisuales en la configuración de las actuales sociedad; ¿Cuál es y cuál debe ser? Más aún; ¿Quién debe determinarlo y cómo? ¿Qué mecanismos sociales permitirán garantizar que la televisión sea un elemento de democratización de mayor participación y descentralización y en cualquier caso, un factor de calidad ciudadana. Estos deben ser los debates de los 90. Hoy, en mi opinión estos debates son, en términos reales, debates ausentes.

- Las tendencias hacia la internacionalización, la multiplicación de los medios televisivos y grupos multimedia, deben ser temas a incorporar a los nuevos debates. Es preciso analizar, clarificar y orientar esta complejidad.

  La multiplicación de los medios televisivos no se detiene. En Estados Unidos, donde estos procesos avanzan más rápido, han surgido más de setenta servicios televisivos nacionales con ofertas y audiencias diferenciadas frente al anterior domínio total ejercido por "CBS", "ABC" y "NBC".

  También se crean consorcios que agrupan televisiones, periódicos, radios, editoriales, a los que la necesidad de preservar el pluralismo democrático ha de poner algunos límites.

  Paralelamente surgen fenómenos descentralizadores como las televisiones locales, inimaginables anteayer. El

Nuevas ofertas: de la TV a la carta, TV de pago pendientes.

abaratamiento de los costes tecnológicos crea las condiciones para la eclosión de nuevas televisiones y, por tanto, para la emergencia de una diversidad que podrá ser más rica que el de la programación común dirigida a audiencias gigantescas.

Además ¿qué modelo de televisión? No es lo mismo un equilibrio entre la iniciativa pública y la privada o una televisión concebida como espacio de participación social y de creatividad al amparo del pluralismo y la diversidad que una televisión totalmente desregulada y mercantilizada. Las discusiones en las instituciones comunitarias sobre la Europa audiovisual han destacado estos extremos:

-

Ya vemos, crece la complejidad. Algunos debates suenan obsoletos y aún no se han abierto plenamente los nuevos.

4. CINE Y TELEVISION: OBLIGADOS A ENTENDERSE

Después de estas reflexiones de carácter general sobre la televisión y la cultura quisiera referirme a un tema muy concreto que me preocupa particularmente, la relación entre cine y televisión.

En la actualidad, la TV se ha convertido en un elemento fundamental en el proceso de amortización de las producciones cinematográficas.

La extrema debilidad y atomización de la industria española en comparación con la gan capacidad económica y creativa de la americana, hace inevitable la actuación pública, que debe ser coordinada e integral.

Conscientes de ello, los titulares de Economía y Hacienda, Industria y Energía, Obras Públicas y Transportes, y Cultura, decidimos crear un grupo de trabajo para elaborar un con

junto de medidas de competitividad y fomento de la industria cinematográfica.

Hemos avanzado en los distintos aspectos de financiación, fiscalidad, cooperación empresarial, innovación e información, que se discutirán con el sector en los próximos meses, previamente a su aplicación.

Simultáneamente, estamos obligados a afrontar la ordenación y regulación de la TV y el vídeo. La integración del sector audiovisual es un hecho, tanto en lo que respecta a la explotación comercial del cine como a la viabilidad de las propias industrias de producción.

Durante el segundo semestre de 1992 las televisiones españolas, públicas y privadas, emitieron un total de 4.750 películas, rebasando a lo largo del año las 8.000, mil más que durante 1991. Con frecuencia, además, la emisión de estas películas se coloca en los primeros puestos de los paneles de audiencia.

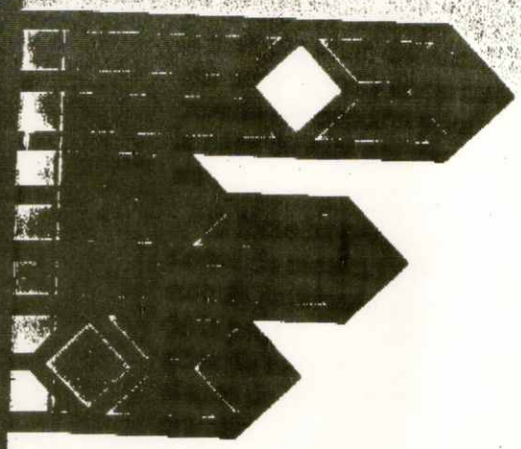
- La transposición de la directiva "TV sin fronteras",
- El desarrollo reglamentario de las leyes de TV privada y de terceros canales,
- La colaboración en el seguimiento y control de las cuotas de origen y contenidos de las televisiones,

son las principales actuaciones que, desde el Gobierno, contribuirán en esta próxima legislatura a reforzar al cine desde la televisión.

La participación de la TV en la financiación de las películas, en la compra de derechos de antena y en la coproducción se desarrolla muy lentamente como consecuencia de las dificultades económicas y la gran competencia entre las cadenas, que tiende, además, a abaratar las escasas producciones propias y a acudir a la compra en el mercado internacional. Con la negativa consecuencia añadida de una homogeneización y empobrecimiento de los contenidos.

El conjunto del sector público debe contribuir a la modificación de esta tendencia, con la colaboración del sector privado y del resto de agentes implicados.

La industria cinematográfica en España (1980-1991)



MINISTERIO DE CULTURA
Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:11 ; MINISTERIO

14.2. LA DEMANDA CINEMATOGRÁFICA

El desarrollo de la televisión en Europa Occidental y, sobre todo, el proceso de desregulación han supuesto un incremento geométrico de la demanda de filmes por el medio televisivo. El rápido aumento del volumen de emisión, la multiplicación del número de canales y, muy especialmente, la creación de una competencia encarnizada por la audiencia y los beneficios, con su consiguiente concepción prioritaria de la televisión como entretenimiento, están en la base de esta proliferación de las emisiones cinematográficas en las televisiones europeas.

El filme ha pasado así de ser un producto escaso y medido en las televisiones de servicio y gestión pública hasta los años 70 (con una media de doscientas emisiones por cadena y año) a constituirse como un elemento capital de la programación comercial-competitiva de los años 80 y 90. Las reglas básicas de esta estrategia comercial, programación horizontal (con citas fijas en el arco de la semana), alargamiento de los bloques de programas, contraprogramación constante, selección de los programas en función de la proporción coste/beneficio etc., han impulsado fuertemente el peso de los largometrajes en la programación televisiva pero también el de la ficción televisiva en general.

En conjunto, las emisiones de filmes entre 1977 y 1987 en los actuales países miembros de la CE han pasado según el cuadro 14.1 de 4.323 a 9.070. Pero esta duplicación infravalora ampliamente el fenómeno, al no tener en cuenta el impulso de la competencia desde 1987 hasta la actualidad y, especialmente, la programación de nuevos canales tanto por satélite y por cable como por abono.

En general, el elemento más destacado en este incremento numérico y aumento de la importancia del filme en la televisión es la competencia. En numerosos estudios europeos se ha hablado del *modelo competitivo* descarnado que correspondería a Italia o Francia y a España posteriormente, como generador de una alta presencia del filme en la programación televisiva. El *modelo cortés* con fuerte regulación y escasa competitividad, correspondiente a países como el Reino Unido o Alemania, explicaría una presencia más reducida y, sobre todo, un peso menor de la ficción y del filme en la televisión. El problema de esta interpretación reside en que en esos últimos países la desregulación tiende también a expandirse con un incremento de la concurrencia por el mercado y, paralelamente, la presencia del filme se extiende rápidamente.

Más fructífera parece la hipótesis de que la presencia del filme en la televisión, no sólo en cantidad sino sobre todo en importancia y en audiencia, de-

A4. Homogeneización de gustos y colonización cultural.
A.5. Crecientes economías de escala por integración vertical.

05. Nuevas ventanas que ofrece el desarrollo tecnológico.
06. Incentivo fiscal de la inversión privada.
07. Creación de grupos multimedia en torno al audiovisual..
08. Aparición de un escenario favorable para la coproducción.

CUADRO 14.1. DIFUSIÓN DE LARGOMETRAJES EN TV (1977-1987, DIEZ PAÍSES DE LA CE)

	1.019	1.185	1.328	1.294	1.364	1.374	1.457	1.526	2.060	1.846	–	181
	526	524	537	527	500	475	475	540	852	896	1.288	244(1)
	1.300	1.300	724	700	517	621	1.388	1.509	1.560	1.850	1.550	119
	180	230	250	236	250	406	775	850	987	1.149	236(2)	1.311
	338	398	440	412	367	399	384	426	387	401	412	121
	140	120	106	107	109	120	140	189	191	262	280	200
	119	110	119	120	106	88	110	101	113	120	132	110
	204	470	460	450	400	414	399	302	270	–	276	135
	314	307	330	369	257	414	438	411	396	443	685(3)	218
	183	155	183	199	236	336	387	231	485	233	240	131
	4.323	4.799	4.477	4.414	3.589	4.647	5.953	6.085	7.301	7.200	5.099	—

Fuente: Anuarios Estadísticos UNESCO y la 25ème Image (R. Bonnell)

(1) Desde 1984 se contabilizan las cifras de Canal Plus
(2) Incluidas las tres cadenas de Finivest, pero no las emisoras regionales.
(3) Estos datos no tienen en cuenta más que a RTVE.

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:12 ; MINISTERIO CULTURA → 34328035 45;# 9

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:13 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545;#10

pende directamente de tradiciones culturales nacionales que fijan con gran estabilidad el atractivo del largometraje cinematográfico y de la ficción propiamente televisiva, determinando su peso en la programación televisiva. Y en esta línea hay, evidentemente, distintas culturas en la Europa Occidental e incluso comunitaria.

El análisis del caso español permite en cualquier caso establecer una base de comparación para el resto de los países europeos, a la vez que proporciona elementos decisivos para estimar la demanda de filmes en el mercado televisivo presente y futuro.

14.2.1. España: los filmes en televisión

Las cifras del cuadro 14.2 son claramente significativas del incremento numérico extraordinario de las emisiones de filmes en la televisión en España. De los doscientos filmes por año en los 70 se había pasado a unos cuatrocientos en los primeros 80. La aparición de las primeras televisiones autonómicas implica un primer aumento significativo, aunque desgraciadamente la inexistencia de estadísticas en ellas durante los primeros años no nos permita evaluarlo con exactitud.

CUADRO 14.2.
ESPAÑA: FILMES EMITIDOS POR TELEVISIÓN (1980-1991)

1980	-369-		-	-	-	-	369
1981	-341-		-	-	-	-	341
1982	-414-		-	-	-	-	414
1983	219	209	-	-	-	-	428
1984	204	208	92(1)	-	-	-	504
1985	210	166	192(1)	-	-	-	568
1986	190	253	220(1)	-	-	-	663
1987	255	191	239(1)	-	-	-	685
1988	486	199	281(1)	-	-	-	966
1989	705	218	347(1)	-	-	-	1.270
1990	472	550	2.795	377	481	689	5.364
1991	455	884	3.692	728	741	2.613	9.113

Fuentes: Anuarios de RTVE y estimaciones propias.

(1) Sólo se cuenta en esos años con los datos de TV-3.
(2) Estimaciones sobre muestras de las cuatro temporadas/año de programación.

(6) Incluidas las tres cadenas de Finivest, pero no las emisoras regionales.
(3) Estos datos no tienen en cuenta más que a RTVE.

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:14 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545:#1132

El gran aumento viene sin embargo con la aparición de las televisiones privadas y la ampliación del mapa de las televisiones regionales en 1990. Las 1.270 emisiones de filmes de 1989 se transforman en 5.364 en 1990 y en 9.113 en 1991[1]. Aun sin incluir las multidifusiones del canal de pago, las 6.500 emisiones de filmes en un solo año contrastan vivamente con las 6.493 que TVE –en sus dos canales– realizó durante doce años (1975-1986).

Naturalmente, además de contar en esta cifra inicial con las multifusiones de Canal Plus (689 filmes diferentes frente a 2.613 emisiones) y la repetición de filmes entre las televisiones autonómicas, se incluye un fenómeno nuevo, generalizado ya en otros países europeos de más antigua proliferación de cadenas: la rápida redifusión de filmes en cada cadena o entre cadenas competitivas incluso. Aun así, la comparación de esas cifras de filmes difundidos con la de filmes producidos cada año resulta impresionante. Y las meras cifras de difusión televisiva de filmes sugieren un rápido agotamiento de todos los *stocks* acumulados de películas en el ámbito occidental.

El análisis por cadenas de estas emisiones muestra que su incremento no se debe únicamente a la simple multiplicación de cadenas sino también a una programación mucho más intensiva en *cine* de cada cadena. Las televisiones privadas gratuitas surgidas en 1990 se acercan ya ese año a los 400 emisiones de filmes por año, cifras que a su vez alcanza TVE-1, y casi las duplican en 1991 al igual que hace TVE-2 que mantiene el liderazgo con 884 emisiones de filmes en 1991. Canal Plus, casi monográfica en cine, emite 689 filmes en 1991 con una tasa de repetición de 3,7 veces por filme hasta alcanzar las 2.613 emisiones.

El comportamiento de las televisiones autonómicas es diverso, como corresponde a estrategias muy diferentes en el plano comercial y competitivo. En 1991, Canal 9 se acerca a las 900 emisiones de filmes y Canal Sur y Telemadrid superan las 700. TV3 y TVG se sitúan en un nivel intermedio, mientras que en los dos canales de ETB y en C33 el número de filmes emitidos es mucho más reducido.

El examen de la colocación de esos filmes en los horarios de máxima audiencia resulta sin embargo aún más revelador del peso del filme en la programación televisiva de las cadenas. Por limitarnos a 1991, en el gráfico 14.1 puede verse cómo los horarios de *prime time* (20,30 a 23,30 horas) absorben los mayores porcentajes de filmes, sólo aventajados por los horarios de tarde (14,30 a 20,30 horas) que con un tiempo más dilatado se han convertido en

(1) Dadas las muy diversas cifras proporcionadas por las cadenas, la estimación de las emisiones de filmes en 1990 y 1991 se ha realizado en este caso en base al estudio de cuatro semanas al año, una por cada temporada de programación.

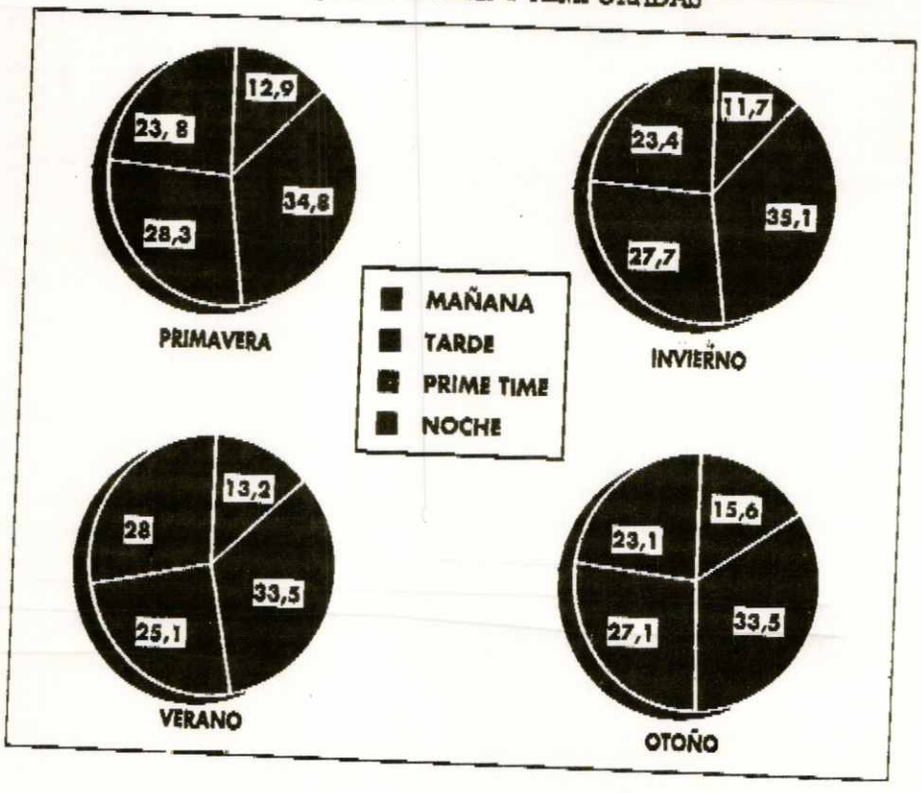
SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:14 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545;#123

un nuevo segmento de alta competencia y beneficios. Esta distribución es bastante estable, aunque naturalmente la estacionalidad de las audiencias y las inversiones publicitarias determina que la acumulación de filmes descienda en el *prime time* en verano y se incremente en otoño y primavera.

Por cadenas, puede contemplarse en el cuadro 14.3 cómo las televisiones de mayor número de filmes emitidos tienden a mantener tasas en *prime time* de en torno al 25 por 100 de sus filmes, mientras que estos porcentajes tienden a subir a medida que disminuye el número de filmes emitidos en total, hasta alcanzar el 43,7 por 100 en TVE-1 y hasta el 66-68 por 100 en los dos canales de ETB. Se comprueba así, al mismo tiempo, una ley de compensación de las limitaciones al número de filmes por su mayor peso en los horarios de máxima audiencia. Pero, sobre todo, se contempla en conjunto la decisiva importancia del filme en la programación televisiva española actual.

La distribución de los filmes emitidos durante la semana permite asimismo algunas conclusiones interesantes. Así, en 1991, primer año de pleno funcio-

GRÁFICO 14.1. ESPAÑA 1991: EMISIÓN TOTAL DE FILMES POR FRANJAS HORARIAS Y TEMPORADAS



SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:15 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545;#13

namiento de las cadenas privadas, hubo una media de 25 emisiones de filmes por día en el conjunto de las cadenas. Pero los viernes y los sábados acumularon el mayor número de largometrajes (34,7 y 307 emisiones/día), seguidos por los miércoles y los domingos. En cambio, la mayor concentración de filmes en el *prime time* se dio en 1991 los lunes (un 39,1 por 100 y los miércoles (un 34,7 por 100), día este último que paradójicamente viene calificado habitualmente como *día del espectador* en las salas de cine.

CUADRO 14.3. EMISIÓN DE FILMES EN ESPAÑA, TOTAL Y EN *PRIME TIME* (1991)

	455	169	37,1	455	208	43,7
	481	130	27,0	884	208	23,5
	689	169	24,5	2.613	429	16,4
	377	91	24,1	728	182	25,0
	481	156	32,4	741	195	26,3
	312	104	33,3	456	143	31,4
	104	65	62,5	130	65	50,0
	533	104	19,5	702	130	18,5
	546	182	33,3	897	221	24,6
	182	117	64,2	195	130	66,6
	208	143	68,5	208	143	68,7
	533	117	21,9	741	221	29,8
	377	104	27,5	364	182	50,0

Fuente: Estimaciones propias.

(1) C Plus sólo ha sido contabilizada durante un trimestre.
(2) TV5 sólo ha sido contabilizada durante tres trimestres.

14.2.2. El filme en la televisión europea

Sobre la base general de un fuerte incremento general de las emisiones de filmes, su presencia numérica es muy diferente en cada cadena y cada país en función de normativas nacionales y de expectativas de las audiencias. En Francia, la estricta limitación del número de filmes emitidos en general por cada cadena y en particular en el *prime time* ha mantenido el número total de emisiones de filmes en torno a los 1.300 por año, sin contar con las redifusiones de Canal Plus . En el Reino Unido, la estricta regulación de las autoridades de la televisión pública y privada no ha impedido un incremento que alcanza

en 1990 a las 2.300 emisiones de filmes sin contar con los canales por satélite y cable. En Alemania, con una competencia relativamente regulada, las emisiones de filmes en las dos cadenas públicas ARD y ZDF han pasado de 734 en 1988 a 902 en 1990, pero a ellas hay que sumar las de las televisiones privadas con lo que el total de emisiones en ese año asciende a 5.277. Las cifras de Italia consiguen superar las estimaciones españolas, alcanzando en sus grandes cadenas en 1990 las 5.304 emisiones de filmes que se elevan en 1991 a 6.577, y que comprenderían en su totalidad, emisiones regionales incluidas, la escalofriante cifra de 9.781 emisiones con un total de 17.160 horas de emisión.

En su conjunto, y según las cifras barajadas, las televisiones de los cinco grandes países de la CE habrían dado más de 18.000 emisiones de filmes (multidifusiones de canales de pago excluidas), lo que deja obsoleta la estimación mantenida desde hace unos años de 22.000 emisiones de filmes en el conjunto de la CE. Basta en cualquier caso pensar en el escaso medio millar de filmes que se producen anualmente en toda la CE para calcular, incluso estimando altas tasas de redifusión, el enorme déficit de largometrajes que se está generando y el rápido agotamiento de los *stocks*.

A un nivel más cualitativo, muchas voces críticas se han alzado en Europa para analizar la banalización del largometraje que este ritmo lleva consigo y para desear una limitación normativa de tal vorágine de demanda de *cine*. Otros analistas han evocado la futura actuación de los canales de pago y el cansancio del público para, siguiendo el ejemplo de las grandes *network* estadounidenses, profetizar una sustancial reducción de la programación televisiva de largometrajes. Pero, aunque ningún dato en Europa permite sostener todavía estas teorías, aun si se produjera en los próximos años una disminución de las emisiones de filmes, la demanda de largometrajes por la televisión permanecería como un elemento motor de sus necesidades de producción.

Las cifras de difusión no resultan sin embargo totalmente indicativas del papel del filme en la programación televisiva de cada país. En Francia o en Italia, al igual que veíamos en España, el filme ocupa un papel preponderante en el *prime time* y constituye un elemento decisivo de la contraprogramación y la competencia entre cadenas. El filme ocupa en ambos países, pero sobre todo en Francia, un puesto privilegiado en los *rankings* de audiencias de programas televisivos.

En Alemania y, especialmente en el Reino Unido, el filme juega en cambio un papel mucho más secundario en la competencia y, sobre todo, en los horarios de máxima audiencia. En contrapartida, la ficción televisiva (seriales en Gran Bretaña, telefilmes y series en Alemania) desempeñan el principal papel en la programación televisiva y en los horarios de *prime time* o de *peack*

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:17 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545;#15

time. Los resultados de los estudios de audiencia avalan estas estrategias diversas de programación, confirmando la existencia de dos *culturas televisivas* en Europa con matices nacionales en cada caso.

Esta reflexión conduce a una rápida revisión asimismo de la demanda televisiva de ficción general, más allá del filme, sin la cual este apunte del mercado presente y futuro quedaría sin duda incompleto. Si en el Reino Unido y en Alemania se verifica desde hace años una desmitificación del largometraje cinematográfico por el mercado y una tendencia hacia la consideración global de la ficción televisiva, esta confusión de fronteras entre filme,telefilme y series se aprecia crecientemente en todos los países como un dato relevante no sólo de las prácticas de las televisiones sino incluso como dinámica de la producción audiovisual. La conclusión de tales fenómenos es cada vez más clara: el destino de la industria cinematográfica se diluye en buena medida en el conjunto de la industria de producción audiovisual.

14.2.3. La demanda de ficción televisiva

La importancia creciente de la ficción televisiva en la programación de las televisiones competitivas europeas está fuera de cuestión. En la RAI representaba un 46-59 por ciento de sus canales mientras que en las cadenas de Fininvest oscilaba entre el 56 y el 82 por ciento en 1989-90. En Francia, las redes del servicio público difundían en 1986 unas 2.500 horas de ficción que se habían convertido en más de 12.000 en 1989. En el Reino Unido llegaban al 40 por ciento de la programación en BBC-1, pero alcanzaban el 61 por ciento en la ITV. En Alemania las cadenas públicas emitían en torno al 45 por ciento de ficción pero las nuevas cadenas privadas rozaban el 65 por ciento en 1990. Y, lo que es aún más decisivo, en todos los grandes países europeos la tasa de audiencia conseguida por la ficción en el conjunto de sus géneros, es ampliamente superior al porcentaje que ocupa en la programación.

Las cifras de producción de ficción televisiva quedan, como en el filme, a gran distancia de las cantidades consumidas. La RAI apenas produce unas 200 horas de ficción al año cuando ya en 1986 emitía 3.687 horas. Y el notable esfuerzo francés en producción audiovisual, con 846 horas de ficción en 1989, no impide que se renueve anualmente menos del 7 por ciento de la producción original. La escasez de producción, junto con la escasa circulación intraeuropea de la producción nacional, apenas un 7 por ciento de la ficción producida, explican conjuntamente esta situación.

Las estimaciones del déficit de programas audiovisuales y, sobre todo de ficción, en la Europa Occidental han sido muy diversas en estos últimos años, pero todas ellas coinciden en situar a esta región como la mayor importadora

SENT BY: 5229377 MADRID ; 2- 7-93 ; 21:18 ; MINISTERIO CULTURA → 3432803545;#16

del mundo, con cifras de compras que se acrecientan rápidamente en los últimos años. En términos generales, la tasa de cobertura de las importaciones por las exportaciones en Europa se calcula apenas en un 25 por ciento cuando en los EE.UU. alcanza un 57 por ciento. Se ha llegado a estimar que por cada franco que exporta Europa, importa por valor de 3,9.[2]

El resultado, desde un punto de vista estrictamente económico es claro: Según Frost & Sullivan, la venta de programas estadounidenses al extranjero crecerá de 1.900 millones de dólares en 1990 a 3.000 millones en 1995, y de ellos el 74 por ciento se dirige a Europa Occidental. Este déficit creciente se integra a su vez en uno mayor que abarca la ficción para todo tipo de mercados, cine y vídeo incluido y que algunas fuentes sitúan ya en 1991 en 4.000 millones de dólares, con 3.500 de déficit[3]. El significado cultural añadido de estas cifras económicas es fácil de imaginar.

(2) Alain Moreau. *Developper les programmes televisuels en Europe*. Rapport au Ministre des Affaires Européenes. París. 1990. Pag.53.
(3) *Cinema d'Oggi* nº 19-20 de 22-10-92 con base en datos del Ufficio Documentazione y Studi Anica.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P01

MINISTERIO DE CULTURA

PROPUESTAS PARA EL PLAN DE COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA Y DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Grupo de Trabajo formado por:
- Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Industria y Energía
- Ministerio de Obras Públicas y Transportes.
- Ministerio de Economía y Hacienda.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P02

INDICE

I. Introduccion

II. Medidas de apoyo a la Industria Cinematográfica:

1. En el campo de la Información — Base de datos; Ventanilla única

2. En el campo de la Financiación — Créditos preferentes; Capital Riesgo; Reafianzamiento; Subvenciones

3. En el campo de la Cooperación — Acciones Colectivas; Orden Cooperación

4. En el campo de la Fiscalidad

5. En el campo de la Innovación

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P03

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

I. INTRODUCCION

Problemas básicos:

Dificil equilibrio entre componentes culturales, expresión individual y colectiva, y componentes empresariales e industriales.

Debilidad industrial: Atomización empresarial, continuidad, escasez recursos económicos, oligopolio distribución, demandas concretas limitadas y, en ciertos casos, en disminución.

Mercado global creciente (audiovisual)

Objetivos Principales:

Consolidación estructura empresarial
Atender nuevos mercados
Facilitar conocimiento ayudas disponibles
Fortalecer captación de recursos externos en proyectos de futuro empresarial.

Medidas Propuestas:

1. En el campo de la Información
2. En el campo de la Financiación
3. En el campo de la Cooperación
4. En el campo de la Fiscalidad
5. En el campo de la Innovación

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P04

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

1. En el campo de la información.1

1.1. Sistema de Información de la Industria Cinematográfica

1.1.1. Objetivos

1.1.1.1. Creación de una Base de Datos que integre de forma vertical todos los elementos que directa o indirectamente confluyen en la industria del Cine.

1.1.1.2. Establecer un sistema de consulta accesible en línea a la información de la Base de datos

1.1.1.3. Facilitar un flujo de información permanente entre la industria del cine y otros sectores industriales que incorporen como valor añadido la creatividad , el diseño y las nuevas tecnologías de la imagen y el sonido.

1.1.2. Actuaciones

1.1.2.1. Definición de las necesidades de información del sector

1.1.2.2. Definición de las ofertas y contenidos informativos

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA POS 42

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

1. En el campo de la Información. 2

1.1.2.3. Diseño de la estructura de la Base de datos

1.1.2.4. Definición del Sofware

1.1.2.5. Plataforma Hardware

1.1.2.6. Compromisos con los operadores del sector: cine, TV., publicistas etc.

1.1.2.7. Recopilación de la información

1.1.2.8.Organización del procedimiento de actualización

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P06

1.2. Centro de Información

1.2.1. Recopilación de las diferentes informaciones existentes

1.2.2. Adaptación de la información a las necesidades de la industria cinematográfica

1.2.3. Estimación del número de consultas a atender y del personal del Centro

1.2.4. Formación del personal

. Legislación

. Industria cinematográfica

. Técnicas del marketing telefónico

1.2.5. Estimación de medios técnicos

. Ordenadores

. Líneas telefónicas

. Teléfono 900

. Fax integrado respuesta por ordenador

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA POT 44

1.2.6. Remisión de Información

. Correo

. Fax

. Difusión selectiva de información

. Objetivo: Información actualizada.
Sectorializada por Base de Datos.
Acceso directo por los usuarios.

1.2.7. Informatización de registros de Consultas para la elaboración de Informes.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P08 45

ESQUEMA DE LA BASE DE DATOS

INTEGRACION HORIZONTAL

- Legislación
- Ayudas: Subvenciones
  Créditos
  Trámite y ayudas a la Exprt.
  Incentivos fiscales
- Financiación
- Cooperación
- Directorios Industriales Intrnc.
- Industria Auxiliar Intrnc.
- Mercados Internacionales del Cine
- Distribuidores Internacionales
- Redes de Comercio

- Noticias:
  - Certámenes
  - Formación
  - Becas
  - Estádisticas
  - Cine-guía
  - Cine-informe
  - Guía de medios
  - Anuarios

INTEGRACION VERTICAL

CREACION

Directorio de
- Autores
- Directores
- Actores
- Guionistas
- Músicos

PRODUCCION

Tecnologías:
- De Producción (Efect.Esp)
- Nuevas Tecnologías -- -
- Tecnologías de I.
- Laboratorio

Productoras (Direct. de Empresas)

Industria Auxiliar (Direct. de Empresa)

Productos:
- Películas (B:D: existentes)
- Videos TV, fichas filmg. 30.000 películas
- Otros

Archivos de Imagenes

EXHIBICION

Distribución (Direct. de Empresas)
Salas de Exhibición (Direct. de Empresas)
Comercio minorista (Redes Comerciales)

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P09

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

II. En el campo de la Financiación. 1

Objetivo : Facilitar el acceso a la financiación ajena para las industrias cinematográficas.

Actuaciones :

A. Inscribir un Convenio de Colaboración entre el ICO y el Ministerio de Cultura en el que se contemple una asignación/reserva de 4.000 millones de pesetas, de la actual línea de 100.000 millones de créditos preferentes, para empresas productoras y distribuidoras de la industria cinematográfica. El Ministerio de Cultura subvencionaría hasta 6 puntos porcentuales en el tipo de interés preferente (alrededor del MIBOR), con lo que la industria podría acceder a créditos preferenciales a un tipo de interés final en torno al 6%, y plazos de amortización de 5 años.

B. Constitución de una Sociedad de Capital–Riesgo en cuyo capital social participará el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial (IMPI) y el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales e Inversiones Privadas, cuyo objeto sea la especialización en inversiones en la industria cinematográfica. A tal fin, esta Sociedad de Capital–Riesgo tomaría participación en el capital social de aquellas sociedades que presenten Planes de Empresa que contemplen la realización de un programa de producciones cinematográficas para los próximos tres o cuatro años.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P10

Asímismo, esta Sociedad concedería préstamos participativos a las empresas productoras y distribuidoras, con un tipo de interés fijo relativamente bajo y un período de amortización mínimo de 7 años.

C. Dotación de un fondo de garantía especial para avalar créditos, a la industria cinematográfica en una Sociedad de Garantía Recíproca de ámbito nacional ya ligada al Ministerio de Cultura, con objeto de abaratar el coste del aval para las empresas solicitantes de los créditos.

D. Dotación de un Fondo de Provisiones Técnicas en la Sociedad de Reafianzamiento para aumentar la cobertura de reafianzamiento y, paralelamente, disminuir el riesgo asumido por la Sociedad de Garantía Recíproca concesionaria del aval, con lo que se logrará un incremento considerable del número de préstamos avalados que se concedan.

E. Establecer y desarrollar un programa que contemple la concesión de subvenciones reintegrables a aquellas empresas productoras que cumplan los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P11

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

II. En el campo de la Financiación. 2

Ventajas previstas para la Industria :

1. Mejorar el desarrollo potencial.
2. Facilitar el acceso al crédito y mejorar su estructura financiera.
3. Acceder a préstamos a largo plazo y bajos tipos de interés.
4. Mejorar el nivel de recursos propios de las empresas.
5. Disponer de un sistema de asesoramiento financiero para mejorar la viabilidad económica de los proyectos de inversión.
6. Liberar parte de sus activos, hoy afectados como garantía de los préstamos que se solicitan para financiar sus proyectos.

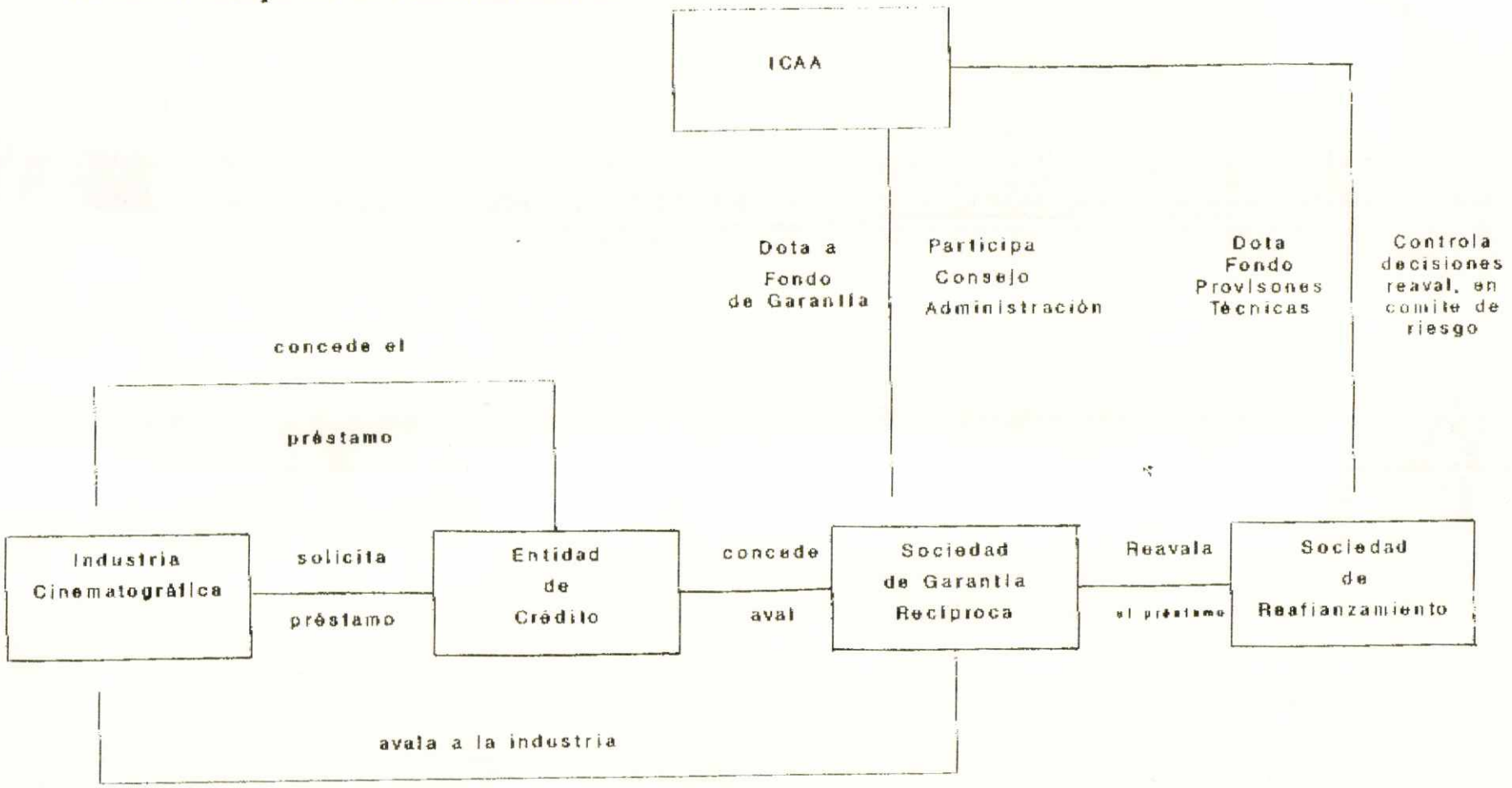
Ventajas previstas para la Administración:

1. Incremento del número de proyectos que se iniciarían, como consecuencia de una mayor facilidad de financiación de las empresas.
2. Al aumentar el número de iniciativas empresariales, se podría ser más selectivo a la hora de reavalar los proyectos.
3. Mayor control y seguimiento de la utilización que se dé a los recursos públicos canalizados a la industria, desde el Consejo de Administración de la Sociedad de Reafianzamiento.
4. Mejora del tejido industrial sobre el que se fundamenta un crecimiento potencial de la cinematografía del país.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P12

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

II. En el campo de la Financiación. 3.



02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P13

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

En el campo de la cooperación de empresas (Acciones Colectivas). 1.

Objetivo : Mejorar la capitalización de las empresas incrementando su nivel de recursos propios.

Actuaciones : Creación de Acciones Colectivas de empresas en las que participe el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial :

A. Con empresas pertenecientes a un mismo campo de actividad (actuación horizontal).

B. Con empresas pertenecientes a distintos campos de actividad (actuación vertical).

¿Qué es una Acción Colectiva? : Llamamos Acción Colectiva a toda empresa constituída por Sociedades que, sin perder su propia personalidad jurídica, se asocian para hacer frente a un problema común a todas ellas, que por su propia dimensión no podría afrontar individualmente.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P14

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

En el campo de la cooperación de empresas (Acciones Colectivas). 2.

Modalidades de actuación :

La participación del IMPI tiene dos limitaciones :

A. **Temporal :** El plazo de participación normal es de tres años, pudiendo ser prorrogado excepcionalmente por otros tres años más.

B. **Cuantitativa:** La participación no podrá superar el 45% del capital social suscrito y desembolso.

Ventajas previstas para la industria :

1. Permitir la cooperación de las empresas sobre una base sólida.
2. Propiciar la integración vertical de algunos campos de la industria cinematográfica.
3. Dotarla de recursos propios a un coste razonable.

Ventajas previstas para la Administración :

1. Mayor control de los recursos públicos empleados.
2. Mayor conocimiento intrínseco del sector.
3. Posibilita la gestión empresarial.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P15 52

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

3. En el campo de la Cooperación (O.M. Cooperación) 3

Objetivos: Apoyar la creación de grupos empresariales permanentes, de dimensión adecuada.

Estimular la realización de proyectos concretos, a nivel nacional e internacional.

Actuaciones: Solicitud de ayudas a O.M. de Cooperación de 8/3/93 (en 1993: antes del 31 de mayo) por varias empresas industriales o de servicios, para gastos de estudios previos o de creación o formación de consorcios en firme. Posteriormente estos consorcios pueden acceder a líneas de crédito preferente.

Ventajas Previstas: Facilitar formación de grupos empresariales de mayor dimensión para proyectos comunes a medio y largo plazo. Puede promover acuerdos entre empresas de igual o diferente actividad (productoras, distribuidoras, industria auxiliar, etc.) españolas y/o extranjeras, para proyectos amplios y permanentes (preferentemente) o para acciones puntuales.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P16 53

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

4. Medidas de carácter fiscal. 1.

Objetivo : Estudio conjunto con el Ministerio de Economía y Hacienda del sistema de incentivos fiscales que contribuyan a la recuperación económica y al fortalecimiento de los recursos propios y dimensión de las empresas que constituyen la Industria Cinematográfica y Audiovisual.

Medidas :

1. Establecer un régimen de exención tributaria para los beneficios reinvertidos para próximas producciones cinematográficas, siempre que los mismos se destinen a la dotación de una cuenta de reservas.

2. Incremento para las empresas de las deducciones por inversión, dando lugar a una mayor capitalización empresarial, que se podría conjugar con una deducción por ampliaciones de capital totalmente desembolsadas. Debe vincularse esta segunda medida a la simultaneidad de la inversión y la ampliación de capital al objeto de vincularlo realmente a una actividad productiva concreta.

3. Estudio de un plan especial de amortización de las inversiones, adaptado al ciclo económico del sector.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P17

4. Para poder acogerse a los beneficios fiscales, al menos el 50% de los gastos que origine la producción han de haberse realizado y satisfecho en España.

5. Las deducciones previstas pueden aplicarse en el año en que se produce la inversión bajo la condición de que la producción debe acabarse y debe explotarse económicamente dentro de los dos años siguientes a la terminación del año fiscal en el que se produjo la inversión.

6. Las plusvalías generadas por las participaciones de las Sociedades de Capital Riesgo en empresas productoras y distribuidoras cinematográficas, estarán exentas de tributación.

02. 07. 93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P18

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

5. En el campo de la Innovación. 1

Objetivos: Mejorar el nivel tecnológico del sector

Fomentar la cooperación empresarial y facilitar servicios colectivos a las empresas.

Actuaciones: Solicitud de ayudas a diferentes O.M. del MICYT (problemas de finalización de plazos en 1993: generalmente ya vencidos, a excepción de los que se indican expresamente). Las que se consideran más idóneas son las siguientes:

- Actuación Tecnológica Industrial (PATI): De especial interés en los subplanes PAUTA (Automatización) y PEIN (Electrónica). En todos los casos en proyectos de I+D, de mayor aplicación previsible en la industria auxiliar y de audiovisuales.

- Infraestructura Tecnológica (PIT): De especial interés para apoyo a instalaciones de carácter colectivo (Agrupación o Instituto Técnico en áreas de laboratorios, video, montaje, etc.).

- Calidad: De especial interés en posibles Laboratorios colectivos de ensayos/normalización.

- Cualificación (hasta 31 mayo): De especial interés para formación empresarial

02.07.93 17:02 *MINISTRO DE CULTURA P19 55

MEDIDAS DE APOYO A LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

5. En el campo de la Innovación. 2

- Diagnóstico (hasta 31 de mayo): De especial interés para estudios de mercado, estrategia, cooperación.

- Diseño (abierto todo el año): De especial interés para utilización de diseño gráfico, imagen corporativa, equipamiento individual o colectivo (CAD).

- Ayudas CDTI: Contrariamente a las anteriores que son subvenciones, el CDTI apoya proyectos de I+D de empresas con créditos a nulo o bajo interés.

En los últimos años ha surgido en Europa un sentimiento de colaboración para impulsar los sectores cinematográfico y audiovisual en general, tanto desde un punto de vista comercial como de salvaguarda de la identidad europea, articulado en diferentes Programas. Los principales son:

PROGRAMA MEDIA

Creado por decisión del Consejo de Ministros de las CCEE. en Diciembre de 1990, desarrolla medidas para estimular la industria audiovisual a través, fundamentalmente, de las siguientes organizaciones:

a) EFDO (Oficina Europea para la Distribución Cinematográfica). Concede adelantos para gastos de distribución siempre que ésta sea relizada por al menos tres distribuidores de otros tantos paises de la Comunidad.

b) EURO-AIM (Asociación Europea para un Mercado de Productores Independientes). Organiza la asistencia y la promoción a grupos de productores independientes europeos.

c) EUROPEAN SCRIPT FUND. Concede anticipos sobre los gatos del desarrollo de guiones de ficción y para la preproducción para cine y TV.

d) CARTOON. (Asociación Europea del Cine de Animación). Fomenta la imagen de marca de las películas de animación europeas y proporciona apoyo económico a la preproducción.

e) EAVE. Organiza talleres para la formación de productores europeos. Va dirigido especialmente a los jóvenes no profesionales.

f) MEDIA BUSINESS SCHOOL. Programa de creación española. Su actividad es similar a la de EAVE, pero dirigida exlcusivamente al sector profesional de la producción.

PROGRAMA EURIMAGES

Fondo Europeo de Ayuda a la Coproducción y Distribución. Concede ayudas a las coproducciones europeas en las que intervengan tres paises comunitarios. España pertenece a su Consejo de Dirección. Desde su creación, en 1988, ha adjudicado ayudas a 36 coproducciones españolas por valor de 1.498 millones de ptas.

PROGRAMA EUREKA AUDIOVISUAL

Sus objetivos son fomentar el intercambio y difusión de obras europeas, constituir un marco favorable para la financiación de coproducciones, mutiplicar los contactos entre profesionales, reforzar la competitividad de las empresas europeas y promocionar las nuevas tecnologías.

Este Programa no realiza aportaciones económicas. Patrocina proyectos mediante la concesión de la "Etiqueta Eureka". Dicha Etiqueta ha sido conseguida por 13 proyectos de participación española.

PROGRAMA EURO MEDIA GARANTIE

Fondo de garantía europeo constituido por iniciativa de la CE (Programa Media y Eureka Audiovisual) para facilitar la financiación de la producción cinematográfica y televisiva.

Forman parte de este Fondo: Francia (35%), Italia (35%), España (23%) y Portugal (7%). Su capital social asciende a 250.000 F.F.