

UN FROB PARA EL AUDIOVISUAL GALLEGO

Mayo 2011

Previo

El presente *Dictamen* ha sido elaborado bajo la dirección de Valentín Carrera. El objetivo es establecer un diagnóstico urgente del sector audiovisual gallego, a partir de un amplio conocimiento y experiencia del mismo.

Valentín Carrera ha sido Profesor de Periodismo en las Universidades de Santiago de Compostela y Porto, Presidente de la Asociación Galega de Productores Independientes (AGAPI), impulsor y primer secretario del Cluster Audiovisual Gallego; cofundador de la Academia Galega do Audiovisual, Presidente de la Asociación de Productores de Castilla y León (ACALPA), cofundador y Vice-presidente de la Spain Film Commission, etc.

Durante 22 años dirigió la productora audiovisual IBISA TV S.L., especializada en documentales y coproducciones internacionales.

Valentín Carrera ha sido el redactor y ponente del "Plan estratégico do audiovisual gallego", editado por AGAPI, del que reproducimos por su permanente vigencia y actualidad el catálogo de las "100 propuestas" redactadas por Carrera entonces).

Asimismo, Carrera dirigió el estudio "Necesidades de formación del audiovisual" (Consellería de Familia) y el informe sobre el "Cluster do Audiovisual de Galicia" (editado por Soluciona y la Consellería de Industria), todo lo cual ha contribuido a un sólido conocimiento de este sector.

Nota metodológica:

El Dictamen titulado "Un Frob para el audiovisual galego" condensa a modo de decálogo, en apenas media docena de medidas urgentes, las líneas de actuación analizadas a lo largo de años de conocimiento directo por parte del autor de la evolución del sector, de su crecimiento e implosión y de su actual situación que no es ajena al contexto general de crisis económica que padecemos.

Se recoge, por tanto, primeramente el Dictamen y, después, parte de los documentos que han servido de base al mismo. Todos ellos son documentos de elaboración propia. Hemos prescindido de bibliografía y de informes genéricos, de carácter público, disponibles en la web, que entendemos son fácilmente accesibles para cualquiera interesado, primando nuestra propia aportación y reflexión personal como base del Dictamen que, en todo caso, sometemos a la consideración de criterio mejor fundado.

Santiago, Mayo de 2011

Valentín Carrera

CONTENIDO DEL INFORME

I. DICTAMEN

II. LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO

III. NECESIDADES DE PRODUCCIÓN DEL SECTOR AUDIOVISUAL

IV. PAUTAS PARA UN PLAN ESTRATÉGICO DEL SECTOR

V. EL SECTOR AUDIOVISUAL EN LA EUROREGIÓN GALICIA-NORTE DE PORTUGAL

VI. UN MODELO DE FINANCIACIÓN

ANEXO. "100 MEDIDAS PARA EL SECTOR"

I. DICTAMEN

DICTAMEN

Hace algunas décadas vivimos la reconversión del naval o de la minería. Con la crisis actual, primero fue la construcción, luego vinieron las Cajas; ahora, el resto. Antes o después, la industria audiovisual gallega tendrá que afrontar una DURA reconversión que puede suceder de dos modos: ordenado o caótico.

Esta breve HOJA DE RUTA esboza las líneas maestras de una reconversión ordenada basada en estos principios:

- Ventanilla única** de la Xunta de Galicia
- Un solo interlocutor del sector, el Clúster.
- Fusiones empresariales de 1º y 2º nivel, a 6 meses y 1 año.
- Sumar recursos (*Axudas*) en una sola línea
- Vincular *Axudas* a viabilidad de empresas y proyectos.
- Fortalecerse para competir fuera, en el mercado exterior, evitando la actual concurrencia interna.
- TVG como verdadero catalizador de la reconversión del sector, estructurando la demanda.

1. Reordenación institucional: VENTANILLA ÚNICA

La Administración debe dar ejemplo: la reconversión bien entendida empieza por uno mismo.

Desde la creación del Consorcio do Audiovisual hasta la puesta en marcha de la Cidade da Cultura, el Gobierno anterior al bipartito (período 1980-2005) permitió cierta dispersión y expansión institucional, acaso comprensibles en aquel contexto de bonanza y alegrías.

Luego, el bipartito (2005-2009) usó el entramado institucional heredado para una guerra interna que, en el caso del audiovisual, llegó a cotas patéticas de bloqueo, descoordinación y desorientación.

Corresponde al Gobierno actual reordenar institucionalmente un sector supuestamente goloso y totalmente desnortado. El Consorcio fue en su día una aspiración (y un logro del sector, en vanguardia): ahora es una rémora burocrática inoperativa y costosa. Tampoco es la Consellería de Cultura la más sensible a las cuestiones candentes que hoy aquejan al sector: financiación, despidos, reconversiones, fusiones, concursos de acreedores...

Un "simple" Gerente –con el encaje y la estructura administrativa que procedan– dependiente de Presidencia debe gestionar esa VENTANILLA ÚNICA DEL AUDIOVISUAL GALLEGO. Su misión: ejecutar esta Hoja de Ruta, articulando el diálogo entre TVG (el Banco de España) y el Cluster (el sector, las empresas que crean, mantienen o destruyen empleo). El mapa que se propone es sencillo pero eficaz y transparente.

2. Política de Axudas.

Axudas, subvencions, estímulos varios al desarrollo, a la producción, a los guiones, a la distribución, a la exhibición, a la presencia en mercados, a la financiación, al capital, a los intereses, al doblaje, a la versión original, al doblaje de la versión original...

El sistema en vigor es demencial: las productoras deben dedicar ingentes recursos y personal a cubrir papeles, preparar dossiers, justificar gastos, competir entre ellas innecesariamente; todo para conseguir "trozos de un pastel", en vez de aplicar ese esfuerzo a competir en el mercado.

Comisiones de valoración acéfalas, desvinculadas del tejido empresarial, con dudosos criterios y con imposibilidad absoluta de seguir el curso y/o el resultado de las ayudas concedidas, forman parte de un sistema obsoleto, decimonónico. Todo a base de toneladas de papel: nunca una Comisión de Ayudas escuchó de viva voz la defensa de un proyecto; todo rutinario, lento, ineficaz. Por tanto, un sistema de axudas ágil y eficaz debería ser:

Sumar y mantener el importe NETO actual: No hay poco dinero; está disperso, sometido a burocracia, al "café para todos"; desvinculado de la realidad. La suma real de todas las ayudas dispersas daría un montante considerable y un buen margen de maniobra para incentivar la reconversión.

Suprimir todas las modalidades de ayudas a favor de una **línea única** (como se ha dicho, con importe total igual a la suma de las suprimidas), vinculada a la viabilidad de las empresas y de sus proyectos.

Condicionar la ayuda a la aprobación previa del proyecto en TVG. Un proyecto de largometraje, serie o documental que no tenga la participación previa de nuestra televisión doméstica, TVG, es por definición un proyecto inviable. Toda ayuda de Cultura o de quien sea que reciba un proyecto inviable será dinero público enterrado. Por el contrario, un proyecto aprobado por TVG y reforzado o incentivado por una única y sólida ayuda de la Xunta de Galicia, tiene muchas posibilidades de competir en el mercado (exterior, que es donde debe competir y no internamente, unos contra otros).

3_Interlocutor único: el Clúster

AGAPI, AEGA, Clúster, Academia, SGAE, AGADIC, Consorcio, CGAI, CGAC, AISGE, Consello da Cultura, Cidade da Cultura...

Esta sopa de letras pertenece al siglo pasado. Es fruto de minifundios, personalismos, intereses más o menos particulares. Es insostenible. Después de casi veinte años, estas organizaciones sectoriales –y la generalidad de sus dirigentes, dicho sea con todo respeto a las personas- están amortizados: carecen de proyecto. Es, por tanto, un modelo agotado. La Administración Gallega, léase Xunta de Galicia, debe afrontar esta Hoja de Ruta a través de un solo interlocutor sectorial, el Clúster, que, por su naturaleza horizontal y empresarial, integra, o puede hacerlo, a todos los agentes del sector.

4_Fusiones de primer y segundo nivel

El tejido empresarial del sector audiovisual gallego está fragmentado hasta la exasperación. Hay decenas de empresas unipersonales. Alguien se ha preguntado (con datos reales contrastables, con balances registrados, con auditorías), ¿cuántas productoras son sostenibles? ¿Cuántas han pagado la nómina los últimos tres meses? ¿Cuántas han crecido en puestos de trabajo estables NETOS en el último año? El diagnóstico es tan viejo, tozudo y evidente como el que llevó al Banco de España a “ordenar y reordenar” el mapa de las Cajas de Ahorro.

La industria audiovisual gallega precisa de una reestructuración drástica: nada de tiritas; se trata de cirugía a corazón abierto. Una primera fusión debería reducir las empresas a una treintena en menos de seis meses reales y una segunda ronda debería dejar el sector en no más de ocho o diez productoras antes de un año.

Éste es un proceso previo y/o simultáneo a cualquier ayuda (un FROB del audiovisual). La Xunta de Galicia debe asumir el liderazgo de este proceso de concentración estimulándolo con ayudas condicionadas a la viabilidad.

5. TVG: el Banco de España.

El papel que en las fusiones de las Cajas ha correspondido al Banco de España, corresponde aquí a TVG, verdadero "brazo armado", promotor y ejecutor de la política industrial dictada por la Administración Gallega.

Con su capacidad de adjudicación, actuando igual que el Banco de España, TVG es el bisturí ejecutor de la reconversión del sector. Corresponde, pues, a TVG "ordenar y reordenar" la demanda. Esto significa algunas medidas tan drásticas como de fácil (y barata) aplicación:

- suprimir el actual sistema de presentación de "proyectos NO solicitados", que atesta los despachos de TVG de carpetas y dossiers imposibles de analizar, seguir y contestar.

- Hacer pública de un modo claro y transparente su "**DEMANDA DE PROGRAMAS**" para el 2º Semestre 2011 y 2012. Esto significa programar con tiempo, con una antelación mínima de seis meses, dados los períodos de maduración necesarios para una producción audiovisual de calidad, sin improvisaciones. Es decir, establecer criterios, ordenar el sector.

- No se trata del actual sistema caduco de "Plan de Apoyo" que atiborra a TVG de dossiers inviables, sino de una DEMANDA clara y concreta, en función de las NECESIDADES y de la DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA.

6. Concurso de acreedores. Cuestiones urgentes

La primera empresa gallega en anunciar su entrada en suspensión de pagos fue una de las más grandes, Filmax. Pero ya hay otras que han presentado concurso de acreedores ante el Juzgado y antes de fin de año serán más.

El 90% de estas empresas en quiebra no saldrán del concurso y serán disueltas en el plazo de un año, peligrando sus activos (*know how*, cuadros directivos preparados y experimentados, archivos audiovisuales, equipos...)

¿Cómo queremos que se produzcan estos concursos?
¿Ordenadamente o caóticamente?

Un proceso ordenado (mediante fusiones de primer y segundo nivel) permitiría salvar los archivos de cine, video, TV, fotografía, digitales, etc.; pasándolos de las empresas en quiebra a las que se mantengan. Igualmente, muchos directivos son perfectamente reciclables para nuevas tareas.

Este proceso será tan rápido que en menos de seis meses, antes de finalizar 2011 el mal podría ser irreparable.

Para el caso de las empresas que hayan entrado en concurso de acreedores (antigua suspensión de pagos), el Cluster debería ser interlocutor para garantizar el destino adecuado de los archivos audiovisuales. No puede ser que centenares de horas de grabación de nuestras productoras que forman parte del patrimonio audiovisual gallego, acaben subastadas en un proceso de liquidación en vía judicial.

Dado que su valor cultural es muy superior a su valor económico, el Cluster debe interceder cuando proceda ante el Juez para garantizar el depósito o cesión de estos fondos a una filmoteca

pública (Universidad, CGAI, Consello da Cultura Galega, Cidade da Cultura, Archivo TVG, etc.).

No debe olvidarse que en su origen histórico, en estos últimos treinta años, buena parte de esos archivos de las productoras fueron pagados con fondos públicos...

II. La industria audiovisual como instrumento de desarrollo local ¿Cómo dinamizar una pequeña región?

1. LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL, MOTOR ECONÓMICO

Comúnmente suele hablarse "del audiovisual" o del "sector audiovisual" o, más concretamente, "del cine", "de la televisión", etc.; pero algunos profesionales de "ello" (sea lo que fuere), preferimos la expresión "industria audiovisual", que nos diferencia claramente de ese cajón de sastre abarrotado de cacharros viejos que es la "cultura".

Cultura es todo. La matanza del cerdo y su consiguiente cocido, la noche de San Juan, la catedral de Santiago y la muñeira, la última novela de Suso de Toro y su adaptación cinematográfica ("Trece badaladas"), son cultura, pero no creo que deban meterse todas estas manifestaciones culturales en el mismo cajón.

Cuando todos estos ingredientes culturales se mezclan, resulta una pócima *cultural* extraña, en la que el cine es tratado como un cocido y la novela de autor como un producto folklórico y viceversa. Se produce una confusión a mi juicio interesada.

Por ello, desde hace tiempo reclamo se nos aplique la etiqueta de "industria audiovisual", no muy distinta –en cuanto industria- de todas las demás industrias culturales (la editorial o la musical, por ejemplo). Por el hecho de ser una industria cultural, parece ser que gozamos de hipotéticos beneficios, que están por ver, pues en términos cuantitativos, la industria convencional recibe cuantiosas ayudas públicas, frente a las ridículas cantidades que los distintos erarios públicos destinan al audiovisual.

Quiere decirse que la excepción cultural nos aporta poco –sin perjuicio de que sea una barrera aduanera imprescindible para defenderse del monopolio de la industria estadounidense. El apellido "cultural" nos sirve de poco o nada como fuente de ingresos, pero permite la confusión del turco y el uso interesado de "la Cultura" (que pongo con mayúsculas como corresponde a la Gran Prostituta de Babilonia, dicho en expresión bíblica).

Cierro este paréntesis previo: si alguien alberga dudas sobre la naturaleza industrial del cine o la televisión solo tiene que asomarse a las cifras económicas de Hollywood (California es la cuarta potencia mundial...) Desconozco los escrúpulos culturales de las *majors* americanas, pero sus mecanismos de producción y taquillazo se basan en criterios de producción industrial, en *business plan*, en alta relojería financiera. Imaginemos por un instante la maquinaria industrial –no cultural- que subyace detrás de la mega-

producción "Titanic" de James Cameron. ¿Alguien se atreve a pensar que el "Titanic" es cultura? ¿Le preocupó algo, poco, mucho o nada a Cameron el rigor histórico o la exactitud oceanográfica de sus secuencias, o más bien la espectacular puesta en escena de Leonardo de Caprio al frente de las masas de naufragos históricos y chillones? Industria, tan industria como la fabricación de chorizos (otro valioso producto cultural, por cierto, fruto del ingenio humano y del aprendizaje culinario de siglos).

Con esta perspectiva realista, a ras de suelo, sin sueños dorados, quisiera avanzar algunos notas sobre las posibilidades de desarrollo local a través de la industria audiovisual. Los modelos ya están inventados –he mencionado Hollywood, pero también Nueva York, Londres, Irlanda del Norte, etc.- y se trata de ver su posible aplicación a nuestro entorno local, a través de los ayuntamientos y diputaciones y con el auxilio de una herramienta aquí desconocida, pero cuya eficacia y utilidad está contrastada en los países que cuentan con una industria audiovisual poderosa. Me refiero a las llamadas "film commissions".

En efecto, en aquellos países que han tenido históricamente una industria cinematográfica desarrollada surgieron hace algunas décadas oficinas especializadas en atender la demanda de los productores cinematográficos.

Inevitablemente, Hollywood es el primer referente y, con la *Meca* del cine, toda California y, por extensión y contagio el resto de Estados Unidos y Canadá. Fueron las primeras film commissions" o "film offices".

Posteriormente, con el auge de la industria televisiva y el crecimiento de nuevas polos de producción cinematográfica, el fenómeno se extendió a otros países, que bien copiaron el modelo americano –oficina pública, ligada a una ciudad o área determinada, con un *film commissioner* especializado, etc.- bien desarrollaron distintos modelos –carácter público o privado, incluso mixto, instituto municipal o comarcal, fundación, incluso, más recientemente, oficina virtual en Internet, etc.-.

En 1975 se creó la Association of Film Commissioners International (AFCI), con sede en Los Ángeles, y más concretamente en Hollywood Boulevard, como no podía ser de otro modo y que en la actualidad agrupa a un total de 260 comisiones en 23 países.

La AFCI edita la revista "Locations", publica directorios y guías de interés para los productores audiovisuales, así como un manual para la formación de los *film commissioners*, y organiza anualmente un encuentro o feria de las localizaciones que, por supuesto, se celebra en California.

2. Herramienta de la industria audiovisual madura

Si se mira el mapa del Global Directory de la AFCY pueden comprobarse los siguientes extremos:

No existe ninguna film comisión en África y sólo una en toda Asia (la de Honk Kong); apenas hay media docena de comisiones en América del Sur (las de Uruguay, Perú, Venezuela, México y alguna más en el Caribe)

El resto de las oficinas –es decir- el 99% se concentran en USA y Canadá y una pequeña parte en Europa (30 comisiones, aproximadamente).

¿Qué significa esta distribución geográfica?

Básicamente una cosa: las FC son una herramienta que se desarrolla allí donde lo requiere la demanda, la producción cinematográfica, es decir, allí donde existe una industria audiovisual madura.

3. Dos precisiones terminológicas: Sector Audiovisual y Film Commissions

Continuamente nos estamos refiriendo a industria cinematográfica e industria audiovisual como sinónimos: en el origen de todo este tinglado, se hablaba y se podía hablar únicamente de cine y, por tanto, de producción cinematográfica, que es la abuela del invento, que ya ha cumplido cien años.

Sin embargo, a la abuela –que goza de buena salud- le ha crecido una amplia descendencia, una tribu audiovisual, que bebe en las fuentes originales del cine, pero que ha abierto caminos nuevos y se ha independizado, tanto estéticamente como industrialmente. De esa tribu audiovisual, de hijos y nietos del cine, mezclados y confundidos por extraños lazos de cosanguinidad, forman hoy parte la televisión –con todos sus incontables géneros, formatos, soportes y plataformas-, el vídeo analógico y su hijo digital; sus primos hermanos, los discos interactivos; y el bisnieto, Internet, cuyos primeros dientes amenazan con devorarse al resto de la familia.

De modo que, si bien podemos hablar de “industria cinematográfica” tomando la parte por el todo, resulta más apropiado, y particularmente lo preferimos, hablar de “industria audiovisual”, en la que se incluyen toda clase de géneros y soportes. Géneros como los largometrajes y cortos, los documentales, las series de televisión, los spots publicitarios, el video *streaming*, etc.- y soportes tan diversos como el clásico negativo de Loumiere, la cinta magnética de señal analógica, o los discos digitales.

Es por ello que en los últimos años, y generalmente a instancias de los productores –que se han convertido en la punta de lanza de esta actividad-, ya no podemos referirnos únicamente “al cine” (concebido como género cultural y/o de ocio, con sus crisis periódicas, sus rendimientos incondicionales ante la TV, su no menos periódico renacer, y su inmortalidad imperecedera), sino que se habla genéricamente de “sector audiovisual”, cuya característica determinante es el ser una “industria cultural”.

Una segunda precisión terminológica se refiere al uso promiscuo de expresiones como “film commission” o “film office”; “Film Services Office” [Hong Kong], “oficina de cine”, “comisión de cine” [Xunta de Galicia], “ciudad plató” [Barcelona, Valladolid, etc.]. Hay otras muchas denominaciones: “Film and TV Comission” [Queensland, Bahamas, Palm Beach, etc.], “Film Development Corporation” [Ontario]; “Film Focus” [Edimburgo]; “Film Board”

[Minnesota]; hasta la muy exagerada del Estado de Nueva York, "New York State Governor's Office for Motion Picture&TV Development".

También algunas denominaciones vacilan entre el uso del nombre geográfico antes o después del nombre de la oficina: mientras el uso hispánico prefiere "Oficina de Servicios Fílmicos de Uruguay" e incluso "National Film Commission de México", el uso inglés ha impuesto "Andalucía Film Commission" o "Canarias Film Commission".

De todas estas expresiones, la más frecuente y habitual es "California Film Commission".

4. Estudios versus espacios naturales

Ya tenemos dos elementos situados sobre el tablero: una industria cultural potente o en desarrollo –como es el caso del sector audiovisual en Europa y particularmente en España-; y unas oficinas especializadas en dar servicios a la producción –que llamaremos sin más “film commissions” [FC].

¿Qué tipo de servicios prestan estas oficinas, por qué nacieron históricamente y para qué sirven en la actualidad?

El nacimiento de las film commissions y su desarrollo no se entendería sin echar una breve mirada a la propia historia del cine y, en concreto, al paso del estudio cinematográfico (y el escenario o decorado artificial) al exterior o al escenario natural.

La grandeza del cine está ligada a lo que el escritor ruso Ilya Ekenburg denominó la “fábrica de sueños”: los grandes estudios de Hollywood: un tinglado controlado por las ocho grandes productoras¹, capaces de disponer de equipos propios y autónomos de guionistas, artistas, productores, realizadores y toda clase de técnicos y, por consiguiente de crear su propio estilo, su sello industrial.

En esta fábrica de sueños –cuyo paradigma sería el cine de Cecil B. De Mille, capaz de hacer reproducir la Biblia entera en un estudio para “Los Diez Mandamientos”- los decorados y escenarios artificiales sustituyen con eficacia a la realidad.

Recordaremos sólo un ejemplo, de los miles que podrían ponerse: en “Las nieves del Kilimanjaro”, los actores no se mueven del estudio. Hacen un safari en el que cazan leones o ven los flamencos del lago Nakuru sin salir de Hollywood. Pero, cuando el protagonista aguanta a pie firme, rifle en ristre, la embestida de un rinoceronte, esta embestida es real, documental. El director –posiblemente por imposición del productor- dispone de una serie de imágenes reales rodadas en Kenya, de imágenes documentales –no sé si grabadas con otros fines o expresamente para esta película- y las inserta sin pudor. Imágenes en las que se ven los paisajes de la selva africana, con el monte Kilimanjaro al fondo o en primer plano y en las que se ven escenas de fauna: flamencos, jirafas, leones, ... todo aquello que requería el guión de Hemingway y que, sin embargo, no estaba disponible en Hollywood.

¹ Warner Bros, Twenty Century Foz, Metro Goldwyn Mayer, Paramount, RKO, Columbia, Universal y United Artists.

El montaje resulta ser un híbrido de plano de estudio y contraplano natural absolutamente inverosímil: en el plano vemos a a punto de disparar –grabado en el estudio de Hollywood, con un paisaje de cartón piedra de fondo, en el que se ve un falso Kilimanjaro mal pintado con ganas, y el contraplano es una carga real de un rinoceronte cabreado, rodada en plena selva por un equipo de cineastas naturalistas o documentalistas. Los planos de estudio y los exteriores tienen distinto tono y color y se ve claramente el engaño y, a mayores, los decorados artificiales son estáticos y penosos.

En resumen, el resultado de este montaje, cuya verdad como lenguaje cinematográfico aceptamos por la misma convención universal por la que aceptamos todas las mentiras y engaños de la “fábrica de sueños”, es tan simpático como increíble.

En algún momento de la historia del cine, la fábrica de sueños demanda más madera y los artificios de los estudios ya no sirven. Los decorados de cartón piedra son una caricatura de sí mismos. Ocurre en Hollywood y ocurre también en los poblados del oeste de Almería. Los guionistas y realizadores introducen en sus guiones escenas y secuencias que requieren otros escenarios y que no pueden suplirse fácilmente en un plató. También los espectadores han madurado y están menos dispuestos a aceptar una carga de rinoceronte falsa. O mejor dicho, una carga de rinoceronte real sin actor. Por lo demás, los espectadores ya han visto en decenas de documentales de la BBC o del National Geographic demasiadas cargas de rinocerontes reales. En realidad, ya hemos visto de verdad –e incluso en la realidad, gracias al fenómeno del turismo de masas- todas las cataratas del Niágara posibles. De manera que el cine –y con él la televisión y todo la industria audiovisual- apuran el paso y saltan a la realidad.

Así, los límites del cine se ensanchan: desborda la rigidez espacial y escénica del teatro clásico, se entremezcla en las aguas del documental y la televisión. En otras palabras, la cámara sale a la calle. La cámara se instala en la ciudad. A veces como objetivo indiscreto, otras como mirón impertinente. Los productores se adueñan del espacio exterior y, en cada película nueva que se proyecta, surge la necesidad de buscar nuevos espacios exteriores, nuevas localizaciones.

Se cumple un deseo expresado ya por Diderot para el teatro francés, el de disponer de un teatro de múltiples espacios: “Ah, ¡si tuviéramos teatros donde cambiase el decorado cada vez que debe cambiar el lugar de la escena! (...) La representación se haría más variada, más interesante y más clara!”².

Se produce entonces una batalla económica: por un lado, lo deseable para el guionista sería multiplicar los lugares y rodar cada escena en el sitio adecuado. Esto significa multiplicar los viajes y desplazamientos de todo el equipo, lo que implica un enorme gasto en dietas, hoteles, permisos, etc.

² Chion, M., *Cómo se escribe un guión*, p. 117.

Por el lado contrario, el productor necesita imponer una cierta racionalidad económica que haga posible la película, que la haga viable: si en el guión está prevista una escena en África, porque el protagonista es guineano y de pronto recuerda las vivencias en la aldea de su infancia, y no hay otra cosa que justifique viajar con todo el equipo a Guinea, pues una de dos, o se suprime el *flash back* escrito por el guionista, o hacemos al protagonista de Burgos. Incluso siendo de Burgos, si la productora es madrileña, probablemente la escena acabe siendo rodada en algún exterior de la sierra de Gredos, que está a una hora de camino de Madrid.

Frente a la multiplicidad de lugares, la economía de guerra de la producción tiende a introducir la "unidad de lugar" (es decir, la vuelta al teatro o al plató), que tampoco es de por sí mala si es utilizada con la maestría de Hitchcock: "La ventana indiscreta" transcurre en un único lugar, un piso.

En esta dialéctica –en la que intervienen no sólo factores económicos, sino narrativos, puesto que el lugar tiene peso específico en una secuencia, más allá de la mayor o menor credibilidad de los decorados construidos y de los exteriores escogidos-, surge la necesidad de equilibrar las exigencias del guión con el presupuesto de la producción.

Es ahí donde interviene –donde puede y debe intervenir con eficacia– una *film commission*.

5. ¿Qué es una localización?

Siguiendo la caracterización de Eugene Vale y Michel Chion, las características de un lugar, a efectos audiovisuales, son³:

Su naturaleza ("his type": despacho, rancho, hospital)

Su modo ("his kind": poblado, desierto, mísero, lujoso)

Su propósito ("his purpose": fabricar objetos, si es una fábrica; celebrar culto si es una iglesia)

Su situación ("his location": en París, en un desierto)

Su relación con los personajes (guarida, escondite, símbolo de poder)

Su ambiente (angustioso, mágico, opresor, eufórico, mortífero, etc.)

No es preciso abundar mucho más en el concepto de "localización" ("location"): lugar escogido para rodar o grabar una escena audiovisual. Cualquier lugar es potencialmente una localización, pero no todos los lugares pueden ser localizaciones.

La búsqueda de localizaciones puede hacerse en varias fases de la producción: es probable que el guionista –sobre todo en los trabajos de encargo- haga su propia labor de localizaciones y dedique semanas e incluso meses a viajar para ambientarse y describir mejor los paisajes, tipos humanos, ambientes, etc.

Es seguro que en el desglose de guión han de aparecer debidamente desglosadas las secuencias que deben ser grabadas en exteriores, identificados o no.

Si el guión dice: "París, escena romántica al pie de la torre Eiffel", parece inevitable un desplazamiento del equipo a París y conseguir un permiso del ayuntamiento parisino, lo que no será fácil, puesto que no existe la paris Film Commission.

Sin embargo, si el guión esboza: "Escena romántica con un atardecer al fondo", el productor tendrá una mayor libertad para elegir el paisaje adecuado y aquí comienza para el director, el productor y el director de fotografía la tarea de elegir exactamente el tiro de cámara preciso para que sea aquel atardecer de fuego descrito por el guionista y no otro.

³ Chion, op. Cit., p. 118.

La tarea de localizar no es fácil: hemos dicho que vale cualquier lugar; pero no todos los lugares valen.

Puede servirnos un atardecer en el Parque del Retiro, en los acantilados de Finisterre o en el pico más alto de los Pirineos. Pero si necesitamos desplazar hasta el lugar del crimen, o del beso, un equipo de técnicos y actores, tres camiones de atrezzo, cien figurantes, dos trailers de iluminación, una unidad de efectos especiales, un segundo equipo de *making off*, y una *troupe* de fotógrafos y periodistas, además de la *limousine* de Madonna y la *rouloutte* de lujo de Victoria Abril... pues, en fin, es fácil comprender que prescindiremos del atardecer en el Aneto y nos buscaremos una maravillosa puesta de sol desde la Casa de Campo.

Por tanto, la localización perfecta sería aquella que reúne los requisitos cinematográficos (estéticos, paisajísticos, narrativos, etc.) previstos por el guión y cumple con los requisitos de producción (proximidad al centro de producción, a una carretera, a un aeropuerto, acceso cómodo, facilidad de alojamiento y comida, suministro eléctrico, permisos y facilidades legales, precio, etc.)

Encontrar el punto de fusión entre la calidad estética o narrativa de un lugar y las facilidades de producción que nos ofrezca, es justamente la tarea de un buen localizador y, por extensión, la de un *film commissioner*. Es fácil imaginar que los lugares más exóticos o alejados presentan todo tipo de dificultades de producción y, por el contrario, las localizaciones más cómodas y fáciles es posible que resulten inconvenientes por conocidas y manoseadas: iotra vez la misma torre del mismo castillo medieval u otra vez la misma toma de la Gran Vía madrileña!

6. Función económica de una Film Commission

Hemos descrito cómo un país con una industria audiovisual madura, le corresponde un desarrollo natural de las film commission, asentándose sobre el territorio de ese país, para servir de herramienta o de cauce organizativo a esa industria audiovisual.

Cuando hablamos de sector o industria audiovisual, hablamos de economía, de cifras, de Producto Interior Bruto, de generación de empleo, etc. Y hablamos también de repercusión turística y cultural, que veremos en el apartado siguiente.

En términos económicos, ¿qué dimensión tiene el sector audiovisual en España? Veamos algunas cifras:

Inversión global del mercado de televisión (series, programas, formatos): 45.000 millones de pts.

Producción de series: 27.000 millones de pts.

El volumen de negocio de la producción independiente en España está en torno a los 50.000 millones de pts. anuales⁴.

Volumen de negocio del video (mercado de distribución de películas en España, 1998): 93.000 millones⁵. Esto representa un total de 2.333 títulos de video distribuidos en más de 16 millones de copias.

Recaudación de las películas (total taquilla España, 1999): 82.000 millones (de los cuales 11,5 españolas y 70,9 extranjeras)⁶. Representa un total de 1.644 películas distribuidas en España durante 1999 y contempladas por 131 millones de espectadores (de los cuales 18 millones vieron, al menos, una película española).

etc.

A la vista de estas cifras, estamos, por tanto, hablando de palabras mayores, de un sector que ya ha despertado el interés de inversores de otros sectores –a lo que tampoco es ajena la desgravación fiscal-, que se ha ganado a pulso la credibilidad de la banca, y que, en definitiva se está convirtiendo en un sector económico mayor de edad, adulto.

⁴ “El futuro de la televisión en España”, informe de la Universidad de Navarra, p. 19.

⁵ Id., p. 20.

⁶ ICAA

Y el volumen de negocio sigue creciendo: crece el parque doméstico de televisores (ya hay una media de más de un receptor por casa), de magnetoscopios de videos y DVD, han resucitado exponencialmente las salas de cine con palomitas, aumentan sin cesar los canales de televisión (ya sean convencionales, locales, por cable, de pago, temáticos, etc.) y "lo de Internet" no ha hecho más que empezar.

A una demanda creciente de contenidos de todo tipo –sean películas para tv, *soap* operas, telecomedias, teleseries, publicidad, etc.- corresponde una mayor producción audiovisual y, por tanto, un número creciente de rodajes en toda clase de localizaciones. Es suficiente con darse una vuelta por el pueblo madrileño en el que se rodó durante varios meses la serie "Villarriba, Villabajo" y hablar con sus vecinos para conocer de primera mano de qué hablamos cuando hablamos de impacto económico de un rodaje.

O contrastar los datos de Barcelona Plató –sin duda la film office que ha medido mejor su impacto en la economía de la ciudad-: desde que existe Barcelona Plató, se han rodado en Barcelona cada año casi el doble de producciones que el año anterior: de 15 en 1966 han pasado a 73 en 1999, de las que más de un tercio procedían de otros lugares de España y del extranjero. De estas 73 producciones, 36 han sido largometrajes, 23 videos, 10 spots, etc.

A partir de estos datos, podemos cuantificar el impacto económico, considerando un presupuesto medio de 300 millones de pts. para un largometraje, de cuyo presupuesto un 50% aproximadamente corresponde a gastos de rodaje: estamos hablando de un impacto de 5.000 millones de pesetas en gasto directo en servicios de producción (alojamiento, comidas, transportes, catering, permisos, taxis, mensajeros, decoradores, figurantes, sastres, etc.).

Puede argumentarse que Barcelona es una gran ciudad, bien comunicada, con aeropuerto internacional con conexiones directas con París, Londres o New York, con mar, con larga tradición cinematográfica y, además, con escenarios únicos como el parque Güell o La Pedrera, o tantos otros. Todo ello es cierto. Pero no todas las películas requieren como paisaje de fondo la arquitectura de Gaudí.

El anuncio gracias al que nos enteramos de que ya es primavera en El Corte Inglés podría muy bien rodarse en un valle de los Ancares o en la sierra de Béjar. Y, desde luego, una comarca pequeña como El Bierzo, sin apenas tradición cinematográfica, pero con un enorme potencial de localizaciones, podría acoger sin temor la grabación de una serie de televisión de 50 capítulos, o los que hagan falta, como la de "Villarriba, Villabajo" o cualquier otra que requiera exteriores naturales.

De manera que he ahí una función económica evidente, con una repercusión intensa que se traduce en términos de beneficio para el sector servicios y de empleo indirecto, aunque temporal; y he ahí una primera tarea para una Film Commission: atraer rodajes a su territorio.

¿Cómo? Ofertándolo, poniéndolo en valor, sacándolo a pasear por el lugar adecuado (los foros de producción, los festivales internacionales, ferias especializadas como *Locations*, etc.; pasando por la agresiva política de la Ireland Film Commission que va más allá de los productores y busca directamente la implicación de los guionistas, de manera que las películas y series ya *nacen* localizadas en lugares concretos.

7. Función turística o promocional de una Film Commission.

La función económica directa, con ser muy importante, quizás no es la más beneficiosa para un territorio, si consideramos el impacto en la opinión pública que un rodaje puede significar para un territorio.

Tomemos como ejemplo emblemático la primera secuencia de "Nunca digas nunca jamás", la última aventura de James Bond 007, alguna de cuyas secuencias se rodaron por cierto en Bilbao, con el Guggenheim como fondo, gracias a una inteligente política del Ayuntamiento de Bilbao.

Pues, la película empieza con una persecución entre lanchas por el río Támesis: la chica, que es la mala de la peli, persigue a James Bond a una velocidad de vértigo y las lanchas hacen espectaculares acrobacias: saltan, dan chimpos en el aire, volteretas, chocan con toda clase de obstáculos y, naturalmente, siempre caen perfectamente colocadas y sin que la chica se despeine ni a 007 le salpique una gota de agua. No sólo eso: en cada giro que la lancha de James Bond da para escapar de su bellísima perseguidora, el espectador pierde de vista la popa de la lancha y la cámara se recrea con el paisaje del fondo: la abadía de Westminster, la Torre de Londres, la cúpula del Milenio, una panorámica de la ciudad. La secuencia –que transcurre a ritmo vertiginoso- está perfectamente planificada y es, en realidad, un *trailer* turístico de Londres: el mejor spot que pueda pensarse para la promoción de una ciudad. ¡Y qué promoción!

Las postales más hermosas de Londres –desde el aire, en helicóptero, desde las orillas del Támesis, perfectas, calibradas- puestas en mitad de una acción apasionante en la que James Bond y su chica son el pretexto para el lucimiento de la ciudad. Es una secuencia digna de ser estudiada y examinada con calma bajo la perspectiva de un *film commissioner*.

Es un modelo a seguir.

Y significa, en términos más cercanos a nosotros, que si el mes que viene Almodóvar decide que la ciudad de Salamanca sea el emplazamiento de su próxima película, el impacto turístico y promocional que ello significa para la ciudad es incuestionable. Y esto, unido al impacto económico que supondría tener durante seis u ocho semanas un equipo de doscientas personas gastándose 500 millones en los hoteles y empresas de servicios de la ciudad, parece un buen motivo para preocuparse por que Almodóvar o cualquier otro

director venga a rodar a Salamanca, al Bierzo o al territorio que cada film commission tenga encomendado.

Y es un buen motivo para hacerlo con cierta urgencia, con el convencimiento de que si nosotros no lo hacemos, otros lo harán porque, inevitablemente, la película –la de Almodóvar, la otra y todas las demás- se va a rodar este mismo año y el equipo de producción ya está trabajando en las localizaciones.

Y es, finalmente, un buen motivo –y esta es otra parte, la más callada y subterránea de la labor de una film commission- para empezar un proceso de mentalización de políticos y autoridades locales, para convencerles de la necesidad de dar a los rodajes audiovisuales toda clase de permisos y facilidades, de ayudarles eliminando trabas y problemas burocráticos, facilitándoles la gestión, dándoles entrada en la ciudad.

El trabajo de la Film Commission ante su ayuntamiento, diputación, comarca, gobierno autonómico, etc., consiste en persuadirles de la necesidad de disponer de ordenanzas específicas para amparar los rodajes.

Es tal la inercia municipal que existen en casi todos los pueblos ordenanzas que regulan la venta ambulante, por ejemplo, y son muy pocos –no llegan a media docena en España- los que tienen una ordenanza reguladora de los rodajes audiovisuales, cuyo impacto económico es sin duda, mucho mayor.

Hablar de ordenanzas significa reglamentar el uso de espacios públicos (las calles, plazas y parques de una ciudad, evitando problemas de tráfico, por ejemplo), o regular el uso de espacios naturales (pongamos por caso, la prohibición de introducir en un parque natural una especie ajena al mismo; o la obligación de “dejarlo como estaba”, o de no invadir determinadas zonas, o de no rodar en épocas delicadas como durante la cría o apareamiento de especies protegidas, etc.).

Hablar de ordenanzas significa establecer criterios económicos racionales, pactados con los productores y negociables –ahí interviene la Film Commission-, de manera que se prime también al propio sector audiovisual local.

La gestión de una buena film commission va mucho más allá: llega a todo el sector servicios y turísticos: a los hoteles y restaurantes, a las agencias de viaje, a los museos y centros culturales, a las asociaciones de actores o de productores, etc.

Dinero llama dinero y facilidades llaman facilidades: unos rodajes atraen a otros y se crea una cierta cultura de “localización”: en lugares como Carmona, donde existe una film commission local, los directores reconocen que los extras o figurantes ya saben su papel. Han hecho de árabes en Lawrence de Arabia, o de romanos, o de vaqueros del Oeste y saben cómo comportarse y si tienen que llevar reloj o no en la muñeca.

8. Las Film Commissions en la nueva economía

Y concluyo con una consideración sobre el futuro de las Film Commissions. No puede ser otro que el de seguir los mismos derroteros que el propio sector audiovisual. Hoy no se concibe ya el futuro del audiovisual si no es encardinado a las Nuevas Tecnologías de la Información –y no nos referimos sólo a Internet-, y al funcionamiento global (ya tardaba en salir la palabreja) de la denominada Nueva Economía.

El panorama de las film commissions españolas ha comenzado a cambiar, hasta el punto de que existen ya más de treinta film commissions – entre ellas la Galicia Film Commission (única creada por ley, contemplada en la Lei do Audiovisual de Galicia) y la Compostela Film Commission, y todas ellas han convergido de un modo natural en la recientemente creada Asociación Española de Film Commissions (Spain Film Commission), que preside Carlos Rosado.

Los objetivos que la SFC es que sean herramientas de desarrollo para la Sociedad de la Información, cauces de colaboración entre la administración estatal y europeo y las administraciones locales y regionales, sin olvidar la iniciativa privada, especialmente la del propio sector audiovisual.

En este marco de acción, las film commissions del futuro –quizás impulsadas decididamente por un plan estratégico de la Spain Film Commission- tiene que utilizar ellas mismas las nuevas tecnologías y valerse de Internet como herramienta y como foro.

III. Producción, potencial y necesidades del sector audiovisual gallego

PRESENTACIÓN

La convocatoria anual de ayudas al sector audiovisual -cuya Orden analizaremos con más detalle en este informe- no es, desde luego, el único elemento para *tomar la temperatura* al sector audiovisual gallego, pero constituye una fuente de datos de gran interés, dada la alta participación que tradicionalmente suscita en todo el sector.

La presencia de AGAPI en la Comisión Asesora nombrada por la Consellería de Cultura es un *observatorio* que nos debe permitir extraer consecuencias, en orden a la mejora de nuestro sector.

El presente informe tiene tres partes: análisis de los datos (brutos y corregidos), presencia de AGAPI y grado de satisfacción, y análisis de la Orden de convocatoria.

Finalizaremos con unas conclusiones, que se proponen a la Junta Directiva de AGAPI, pues podrían servir de base para aprobar propuestas en el futuro.

1. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL GALLEGA EN CURSO

Se han presentado a la convocatoria 1998 de ayudas al sector audiovisual para producción en lengua gallega, un total de 43 productoras, con un total de 59 proyectos.

Estos 59 proyectos representan un valor -presupuestado- de nada menos que 3.319 millones de pesetas, de los cuales se solicitaban en concepto de ayuda a la Consellería de Cultura un total de 821 millones.

El importe total de las subvenciones concedidas sumó 116 millones de pesetas, es decir, 707 millones menos de lo solicitado [Ver relación de proyectos en *Cuadro 1* y por géneros *Cuadro 2*]

En los gráficos que siguen hemos considerado separadamente los datos de las productoras de AGAPI [*Cuadros 3 y 4*] y del resto de las productoras [*Cuadros 5 y 6*], detallando en cada apartado los géneros: largometraje, cortometraje, documental, TV y multimedia.

Volumen económico total presupuestado por géneros

	AGAPI	<i>Resto productoras</i>	Total
Largos	1.703.122.098 (66%)	865.490.278 (33%)	2.569.612.376
Cortos	36.030.454 (27%)	118.634.429 (73%)	155.664.883
Documentales	140.035.962 (43%)	55.502.000 (57%)	196.537.962
Pilotos TV	14.046.609 (33%)	205.147.257 (66%)	220.193.866
Multimedia	29.854.000 (22%)	147.192.000 (78%)	177.046.100
Total	1.923.089.123	1.391.965.960	3.319.055.187

Importes solicitados a la Consellería de Cultura

	AGAPI	<i>Resto productoras</i>	Total
Largos	383.000.800 (75%)	132.500.000 (25%)	515.500.800
Cortos	21.618.270 (24%)	66.584.023 (76%)	88.202.293
Documentales	32.347.077 (49%)	33.501.320 (51%)	65.848.397
Pilotos TV	7.023.000 (27%)	18.639.628 (73%)	25.662.628
Multimedia	76.300.000 (60%)	49.761.900 (40%)	126.061.900
Total	520.289.147 (63%)	300.986.871 (37%)	821.276.018

Importe de las subvenciones concedidas y % sobre total concedido

	<i>AGAPI</i>	<i>Resto productoras</i>	<i>Total</i>
Largos	62.000.000 (100%)	0 (0%)	62.000.000
Cortos	4.500.000 (30%)	10.250.000 (70%)	14.750.000
Documentales	13.050.000 (60%)	8.850.000 (40%)	21.900.000
Pilotos TV	2.100.000 (100%)	0 (0%)	2.100.000
Multimedia	11.000.000 (72%)	4.250.000 (28%)	15.250.000
Total	92.650.000 (80 %)	23.350.000 (20%)	116.000.000

2. CORRECCIÓN DE LOS DATOS

Dijimos al principio que la convocatoria de Cultura constituye un buen observatorio para trazar un *mapa* de la producción audiovisual gallega independiente actualmente en marcha.

Pues bien, esa cartografía estaría incompleta y no sería fiel a la realidad si no hacemos sobre ella ciertas correcciones, a partir del conocimiento directo del sector y de los propios datos que Agapi conoce y maneja.

No vamos a entrar en valoraciones subjetivas de proyectos, pero sí hay solicitudes y proyectos que claramente distorsionan el *mapa* y cuyos datos deben ser corregidos.

Así, de los 59 proyectos presentados por las 43 productoras, hay alguno que ni es proyecto ni es nada. Queremos decir que una simple presentación deprisa y corriendo no es un proyecto audiovisual serio, sino algo hecho adrede, a última hora, para acudir a esta Convocatoria.

Desde AGAPI debemos defender con rigor que cuatro líneas mal escritas no son un proyecto audiovisual mínimamente sólido; de este modo estaremos en el buen camino, pues sin lugar a dudas los proyectos más elaborados pertenecían siempre a empresas de AGAPI, mientras que muchos ajenos a AGAPI y más bien "penosos" fueron rechazados de plano por la Comisión por carecer de toda posibilidad racional de producción.

En el apartado final de este informe nos referiremos de nuevo a este asunto, pues hay que exigir un mayor cumplimiento de los requisitos mínimos de cada proyecto para evitar la confusión y el barullo de proyectos y productoras modelo "aquí te pillo, aquí te subvenciono".

Pues bien, al suprimir estos proyectos "penosos", absurdos, inmaduros o carentes de toda posibilidad de producción, daremos al *mapa* su verdadero relieve.

Los criterios "de corrección" que siguen representan únicamente la opinión personal del representante de AGAPI en la Comisión y sin faltar a la discreción que se nos ha solicitado por parte de la Consellería de Cultura.

Para ajustar ese *mapa* de nuestro audiovisual y lograr que se ajuste más a la realidad, proponemos tener en cuenta las siguientes valoraciones y exclusiones:

a) Largometrajes

En primer lugar, encontramos un proyecto *-A lingua das bolvoretas-* de alta calidad, pero cuyas características de producción no parecen encajar en una orden de subvención con un presupuesto tan modesta y, en principio, más orientada a producciones realmente *necesitadas* de ayuda. Ese fue el criterio defendido por AGAPI y finalmente aceptado por la Consellería.

Esta circunstancia ha permitido dos efectos positivos: primero, liberar parte del dinero disponible, que ha ido a otros proyectos; y segundo, abrir otra línea de ayudas al audiovisual, a la que también nos podremos acoger en el futuro.

De los restantes largos, dos deben eliminarse por las escasas garantías que ofrecen sus respectivas productoras (una de ellas, domiciliada en Galicia sólo nominalmente) y otros dos largos por lo precipitado e inmaduro de los proyectos.

En definitiva, se ajusta más a la realidad del sector considerar efectivamente como *producibles* los siete proyectos restantes, entre los cuales no resultó fácil seleccionar 3 y aparcar 5.

b) Cortometrajes

En general los que tienen el *sello* de la EIS ofrecían una calidad mayor en conjunto y ello explica que finalmente fueran subvencionados varios de estos proyectos, mucho más consistentes que algunos de Agapi.

En este apartado, sin embargo, todos los proyectos eran más o menos razonables y apenas podrían hacerse exclusiones de bulto, salvo una revisión genérica de los presupuestos, también razonablemente hinchados.

Lo lamentable es que la disponibilidad de la Consellería sólo haya permitido apoyar cinco cortos cuando al menos otros cinco hubieran sido merecedores de recibir apoyo.

c) Documentales

En cuanto a los documentales, la valoración en conjunto es aceptable, salvo por tratarse de temas de consumo doméstico, algo que nos parece cada vez más preocupante en el contexto de la producción europea.

Este hecho -bien por el tema, bien por el planteamiento de la producción- supone una seria limitación de su potencial *target*; de hecho, apenas si hubo proyectos con cierto potencial transnacional, susceptibles de ser vendidos a una televisión distinta de la TVG.

Sin faltar a la discreción, puede mencionarse como modelo el documental *Percebeiros* apoyado tanto por su tratamiento atractivo y vendible, como por una producción y presupuesto muy sensatos y ajustados.

En el extremo contrario habría que situar proyectos de productoras desconocidas, capaces de alquilar cámaras digitales a 15.000 pts. jornada y otros despropósitos. De los 14 proyectos de documental, al menos 10 eran dignos de ser tenidos en cuenta.

d) Pilotos TV

En cuanto a los programas de TV, no parecía muy adecuado presentar a esta convocatoria de la Consellería de Cultura programas piloto o desarrollos de serie que, en rigor, debieran ser pagados por las propias televisiones, como es el caso de telecomedias de humor o programas de actualidad.

No tiene mucho sentido apoyar con dinero público un "programa piloto" de quien antes ya ha hecho muchos programas similares. Dos de los proyectos estaban, en este sentido, fuera de lugar.

Finalmente, en cuanto a los multimedia, también hubo proyectos fuera de lugar (por su carácter comercial) y otros faltos de todo rigor en la producción. Quizás sea este el subsector que ha tenido un crecimiento más rápido y reciente en cuanto a empresas de nueva creación; sin embargo, ello no justifica la pésima calidad de los proyectos de estas nuevas empresas, en contraste con la calidad de los dos proyectos de productoras de Agapi.⁷

Cuadro con los datos corregidos

<i>1998</i>	Datos brutos		Datos corregidos	
<i>Géneros</i>	Total presupuesto	Subvención pedida	Total presupuesto	Subvención pedida
Largos	2.569.612.376	516.000.080	1.222.563.198	252.000.800
Cortos	155.664.883	88.702.293	124.378.522	69.930.477
Documentales	196.537.962	66.348.397	157.765.962	42.985.197
Pilotos TV	220.193.866	26.162.628	25.095.866	12.912.628

⁷ En contraste con los proyectos "penosos", hay que elogiar algunos (naturalmente de AGAPI) que pueden ser tomados como modelo o referencia:

- > *O Templo de Ghalizar*, de Interarte y *O bosque animado* por la calidad de su presentación y su potencial en el mercado internacional (valor estratégico)
- > *Percebeiros*, por lo ajustado del presupuesto al plan de producción coherente con el proyecto en su conjunto.
- > *Camiños de búsqueda*, por la estética de su presentación

Multimedia	177.046.000	126.061.900	85.414.000	37.803.500
Total	3.319.055.087	823.275.298	1.615.217.548	415.632.602

En resumen, consideramos que las cifras de volumen global de los datos corregidos se ajustan más a la realidad del audiovisual gallego y reproducen más fielmente el *mapa*, una vez eliminados los elementos borrosos, inmaduros, oportunistas, etc.

Naturalmente, mientras que las primeras cifras (columnas de la derecha) responden a datos objetivos, las correcciones introducidas pueden discutirse, pero nos parece más ajustado a la realidad afirmar que el audiovisual gallego está, en el bienio 98-99, en condiciones de sostener una producción real por valor de 1.600 millones de pesetas, de los cuales 1.200 corresponden a largometrajes y los 400 restantes a cortos, documentales y multimedia.

La demanda de ayudas a la Consellería de Cultura por parte de las empresas mínimamente solventes (y con proyectos razonablemente viables) ascendería -en los datos corregidos- a unos 400 millones, de los cuales 250 corresponderían a largometrajes y 150 al resto de la producción.

Y ésa es la cifra -400 millones- que, a nuestro juicio, hubiera sido buena para resolver las necesidades de este año.

Cuatrocientos millones hubieran permitido subvencionar (al 100% de la ayuda pedida por cada uno) la producción de 15 cortometrajes, 6 largos, 8 documentales, 4 proyectos de TV y 6 multimedia, dejando al sector en la mejor disposición para no perder el tren europeo.

3. CONSIDERACIONES SOBRE LA ORDEN CONVOCATORIA DE SUBVENCIÓN

La tradicional orden de "*subvencions a empreses para a producció audiovisual en lingua galega*" arrastra desde hace años algunos lastres y defectos que debieran ser corregidos en próximas convocatorias.

Desde el punto de vista de las productoras independientes -que constituimos el entramado real del sector audiovisual-, hemos avanzado este año en algo tan importante como la exclusión de personas físicas, limitando la participación a "*productoras legalmente constituídas*", gracias a lo cual se ha reducido el número de proyectos que, sin embargo, sigue siendo excesivo.

La exclusión -exigible legalmente- de quienes hayan tenido algún incumplimiento en años anteriores también refuerza nuestra posición como colectivo.

No obstante, hay tres aspectos claramente problemáticos en la Convocatoria, a saber: la fecha de publicación, la documentación requerida y la composición de la Comisión.

a) Fecha de publicación

En los últimos años se ha repetido el mismo calendario de años anteriores: la orden, se publica en el DOG en mayo o junio, por lo que el plazo de 30 días naturales para presentar solicitudes acaba muy tarde.

Como la Consellería se toma su tiempo para revisar las documentaciones y concede luego un plazo de diez días para subsanar documentaciones incompletas, los proyectos no estuvieron disponibles hasta un mes más tarde.

De hecho, AGAPI recibe los proyectos a mediados de julio y la Comisión, como ya se sabe, no se reunió hasta avanzado julio, pocos días antes del comienzo de las vacaciones.

En definitiva, las productoras que dependan de estas ayudas no estarían en disposición de comenzar la producción hasta los últimos días de agosto o primeros de septiembre.

Dado, finalmente, que la inversión debe acreditarse antes del 15 de noviembre, resulta que algunas producciones van a disponer de dos meses y medio mal contados.

Este calendario es una aberración, perjudicial para el sector y que redundará muy negativamente en la planificación del trabajo y en la calidad de los productos.

Nuestra propuesta es que la convocatoria anual se realice en el mes de enero de cada año y esté resuelta, a más tardar, en marzo.

b) Control de la documentación

En la fase inicial, la labor de la Consellería se centra en la *documentación administrativa*, pero no entra en la presentación y los contenidos de los proyectos.

El resultado es un cierto desbarajuste: cada empresa presenta la documentación por el orden que le da la gana y en modelos de presupuesto o de curriculum vitae cada cual de su padre y de su madre (de hecho, los modelos de presupuesto remitidos por la Consellería no fueron utilizados más que en media docena de solicitudes).

Para evitar este problema, debe exigirse (legalmente, en la Orden) una documentación mínima, ajustada a un modelo facilitado por la Consellería. Luego, cada cual que acompañe la información complementaria y los dossiers que quiera, pero la ausencia de la documentación mínima debería ser causa de exclusión.

Otro problema es la ausencia de control previo sobre los contenidos, por lo que han pasado a consideración de la Comisión proyectos rechazables (encargados por terceras personas, didácticos y publicitarias, que de todo hubo este año).

Por todo ello, creemos que debería existir un mecanismo de control en la recepción de proyectos mediante el que sean excluidos directamente todos los que no cumplan los requisitos mínimos.

Esta exclusión debe hacerse formalmente por parte de la Consellería -es decir, con las garantías que requiere un acto de la Administración-, motivando la causa o causas de exclusión, que serían:

Causas de exclusión:

- Productora no acreditada debidamente
- Productora con incumplimiento anterior
- Producción de encargo, didáctica o publicitaria
- *Documentación mínima* no ajustada a modelo
- Otros incumplimientos (fuera de plazo, falta de documentación administrativa, etc.)

En definitiva, el objetivo es "depurar" al máximo la convocatoria, evitando que pasen a consideración proyectos incompletos, sin los mínimos requisitos o excluidos por la propia Orden.

c) Composición de la Comisión Asesora

Por inercia histórica, la composición de la Comisión Asesora viene contando con la participación de representantes cuyo peso específico en la producción audiovisual es más que discutible.

De todos modos, estamos ante una comisión cuyo funcionamiento actual es tan deficiente que lo mejor sería directamente suprimirla y prescindir de ella, por las siguientes razones:

a) La Comisión sólo asesora; su opinión no es vinculante (de hecho, ha sido modificada en 1997 y 1998)

b) No se levanta acta de las deliberaciones ni del resultado, sino un "informe conjunto" (como lo define la Orden) que resulta muy vago e impreciso.

c) La composición de la Comisión está desequilibrada y no representa el peso específico de la producción.

Como de lo que se trata es de "asesorar" a la Consellería de Cultura cabe una opción más eficaz: que el Director Xeral de Comunicación Social e Audiovisual pida los informes que crea oportuno (como ha hecho este año en los largometrajes). Es una opción sin impedimentos legales y podría dar a AGAPI más margen de maniobra.

En caso contrario, de mantenerse el esquema de la Comisión Asesora, con 6 miembros, AGAPI debe tener un mínimo de 3 representantes. No tiene sentido, sin embargo, mantener la presencia de los vocales de CRTVG y de la Universidad.

En cuanto a los dos vocales de la propia Consellería (uno del CGAI y otro de la Dirección Xeral), ¿qué sentido tiene solicitar *asesoramiento externo* a quien puede y debe facilitarlo internamente, de oficio? Estos técnicos deben informar en la fase previa (sobre los requisitos del proyecto) y no sobre la concesión. Además, al tratarse de personal de la propia Dirección Xeral, ambos funcionarios pueden emitir informes en el seno de la propia Consellería.

En definitiva, y a la vista de todas estas consideraciones, hacemos una propuesta final, modificando el mecanismo de la Comisión en el siguiente sentido:

1. Intervención previa y rigurosa de la Consellería (aquí si, con informe interno de sus técnicos (CGAI y Dirección Xeral) en la fase de recepción y

admisión de solicitudes. Al final de este proceso debe emitirse una Resolución motivando las causas de exclusión.

2. Informes independientes emitidos por especialistas.

3. Comisión evaluadora reducida, presidida por el Director Xeral e integrada por 3 vocales del sector (uno en representación de cada subsector: cine, televisión y multimedia). Estos vocales serían propuestos principalmente por AGAPI.

4. CONCLUSIONES PROVISIONALES

En general, valoramos positivamente:

la buena presentación

el ajuste entre el proyecto y el presupuesto

las posibilidades de venta a una TV

los contratos firmes

la idoneidad del formato

un buen desarrollo (cuando había sido apoyado antes)

la importancia estratégica

Por el contrario, valoramos negativamente:

No haber desarrollado bien o suficientemente un proyecto pese a haber contado con ayuda al desarrollo en años anteriores.

La presentación repetida (tres y hasta cuatro veces!) sin mejoras o modificaciones sustanciales en el proyecto.

La ausencia total de distribución

El presupuesto disparatado

Las cartas de apoyo *standard* sin compromisos ni cifras concretas (varios proyectos presentaban cartas idénticas, de validez nula)

La presencia de una distribuidora cerrada

IV. PROPUESTAS PARA FORMACIÓN

Las necesidades

Dentro de las necesarias necesidades formativas del sector audiovisual gallego cabría partir de una división entre necesidades de formación inicial y formación continua: por razones obvias las iniciativas de formación inicial deberían estructurarse alrededor de le EIS, aunque en un futuro próximo no habría que desestimar nuevas vías de expansión como podría ser un FP II específico de animación.

En cuanto a la formación continua, hay que decir que en Galicia los profesionales del sector han disfrutado de variadas actividades de formación, que si bien de calidad en su mayoría, no han tenido una gran unidad. Tal vez sea ahora el momento de reestructurar estas necesidades y mirarlas desde el punto de vista de la empresa, donde lo que habría que conseguir es la mejora de la empresa a través de la mejora coordinada de los profesionales que la componen.

Hemos de ser también conscientes de que no tenemos ni el número de profesionales ni la capacidad para traer a Galicia todos los cursos que nuestros profesionales demandan, por lo que sería de interés establecer una nueva línea de actuación para permitir que profesionales con proyección salga a estudiar fuera. También en este apartado habría que establecer una división entre los cursos de postgrado o similar y los cursos de formación continua. Para ambas modalidades habría que crear una bolsa de becas para la formación de los profesionales gallegos, ya que existe en la actualidad una gran variedad de programas de formación del Programa MEDIA II que son de interés para nuestros profesionales. Lo ideal sería crear un sistema de becas semiautomático, como existe en Irlanda, donde se pudieran cubrir un porcentaje de los gastos que supone asistir a estos cursos.

En el caso de los cursos de formación de postgrado (European Film College, New York Film Academy, MEGA MEDIA y similares), habría que establecer un sistema de becas a priori que cubriera no solo la matrícula, sino también transporte, gastos de manutención y alojamiento, ya que es básico que el becado no tenga otra ocupación que aprender. Para formación continua, podrían ser becas a posteriori, o convenios con los distintos centros formativos.

Otra de las necesidades formativas más importantes son los idiomas. Una vez ha quedado claro que el mercado internacional es prioritario para este sector y que debemos intentar apoyar todas las iniciativas destinadas a traer rodajes a Galicia, nos enfrentamos con la cruda realidad de que son muy pocos los profesionales con un nivel de idiomas adecuado. Tal vez sea ahora el

momento de ver si es necesario iniciar una línea de actuación al respecto para solventar esta carencia, siendo claro que el inglés es la prioridad número uno, si bien no habría que olvidar, por la importancia de su mercado audiovisual, el francés y el alemán.

Propuestas de actuación

El actual Plan Estratégico 1998-2000 no contempla ningún apartado concreto relativo a formación, aunque menciona la expectativa de alcanzar un acuerdo con el CIS "para convertirlo en nuestro centro de formación y posibilitar que se creen las bases para fundar un Consorcio para contenidos de teleformación".

Por otra parte, en los últimos años se han venido realizando diferentes acciones de formación continua (convocatorias FORCEM 1997 y FORCEM 1998), que han sido gestionadas por la firma Norconsult.

Se ha tratado de Planes Agrupados de Formación Continua, realizados con amplia presencia de trabajadores de la mayor parte de las productoras de AGAPI, con una notable aceptación; la realización de estos cursos ha supuesto asimismo un importante esfuerzo para AGAPI.

En otro orden de cosas también se han hecho diferentes cursos en colaboración con la EIS (Cero en conducta), con el INA (Seminario TRAMP), etc sin que podamos evitar la sensación de una cierta dispersión de todas estas acciones formativas, no siempre debidamente coordinadas y planificadas.

En orden a mejorar la programación de nuestras acciones formativas, y a que se ajusten mas a las necesidades reales del sector audiovisual en Galicia, el Plan Estratégico 1999-2002 contempla las siguientes líneas de actuación:

1) Diagnóstico de las necesidades de Formación.

Como primer instrumento de trabajo, complementario del estudio que en estos momentos está realizando Norconsult para la Consellería de Cultura de la Xunta de Galicia, se propone la realización de un "Libro Blanco de la Formación Audiovisual en Galicia" que contemple los distintos niveles educativos (FP, Universidad y Formación no reglada) y sus vasos comunicantes (certificaciones de profesionalidad, convalidaciones etc) todo ello en el marco de la nueva reglamentación de la Formación Continua y del recientemente creado Instituto Galego das Cualificacións.

Este diagnóstico deberá comprender las necesidades de formación de los subsectores (cine, video, televisión, multimedia etc), el análisis de la demanda y del paro laboral en cada uno de ellos, y las acciones a desarrollar en el próximo bienio.

Para su financiación se gestionarán fondos de las Consellerías de Educación y Cultura y del propio FORCEM.

2) Escuela de Formación Continua

El sector ha propuesto a la Dirección Xeral de Ensino Medio de la Xunta de Galicia una línea de colaboración con la actual EIS (Escuela de Imagen y Sonido de A Coruña), consistente en centralizar en esta escuela las acciones de Formación Continua y Permanente del sector audiovisual.

La propuesta consiste en que AGAPI, con exquisito respeto a la autonomía de la EIS en cuanto a la FP, promueva y coordine los cursos de Formación Continua y Ocupacional del sector audiovisual, optimizando los medios técnicos, materiales y humanos de la EIS. En definitiva, se trata de que AGAPI tienda un puente entre las administraciones implicadas (Consellería de Familia, Consellería de Educación, Consellería de Cultura y FORCEM), para lograr la formación que verdaderamente nos interesa.

Para poner en marcha esta propuesta se han mantenido ya conversaciones iniciales con el Director Xeral de Ensino Medio, Sr Mira Lema, cuyas gestiones proseguirán próximamente.

3) Creación de una bolsa de becas

La formación que pretendemos no puede limitarse a las acciones que internamente podamos organizar en Galicia, sino que es preciso abrir puertas para que nuestros profesionales acudan a cursos en el exterior, como puedan ser los programas formativos de la Media Bussines School o de Universidades como las de Valencia, Barcelona, Madrid etc. Para atender a esta finalidad nos proponemos crear un fondo estable que conceda anualmente becas de formación coherentes con nuestras demandas y necesidades.

La financiación de este fondo debe articularse con aportaciones de las instituciones educativas y de las propias empresas.

V. El sector audiovisual en la euro-región Galicia-Norte de Portugal

Perspectivas de desarrollo regional

Puesto que vivimos en un mundo global, en el que están rotas las fronteras del Antiguo Régimen⁸, en el que nos hemos visto obligados a revisar el propio concepto de frontera –y todos los demás conceptos: el Diccionario sufre una convulsión permanente- no hablaré aquí de Galicia ni del Norte de Portugal, sino de un espacio nuevo, de un único espacio geográfico, económico, universitario, cultural y lingüístico. También de un espacio audiovisual común, que va más allá de lo meramente “virtual”.

Me refiero a la llamada “euro-región Galicia-Norte de Portugal”, que en mi opinión debería ampliarse –y no sólo conceptualmente, sino en la realidad- a toda el área geográfica de la Península Ibérica comprendida al Norte del río Duero.

O grande Pai Douro es la única posible frontera geográfica sobre la que podríamos detener la mano al dibujar sobre el mapa los contornos de esta euro-región que os propongo.

Hasta hace pocos años, para un español viajar a Portugal, o al revés, era toda una aventura, llena de peligros. Había que pasar una frontera, con guardia civil o *guardiñas*, que tenían el deber de abrir los maleteros de los coches, inspeccionar los carritos de los niños, ver si había contrabando de café o de bacalhao. Había que cambiar dinero, lo cual era un gran problema: en una oficina bancaria cualquiera del interior de España no era fácil encontrar escudos; y viceversa, hace veinte años, para comprar pesetas en cualquier banco de Vila Real había que solicitarlas con varios días de antelación, llevar al banco el pasaporte en regla (documento reservado exclusivamente a las personas de buena conducta...) y cubrir un montón de papeles. Insisto, para los más jóvenes: comprar en Valençã do Minho o en la feria de Barcelos bacalao, aceite o café, para llevarlo a España, era un delito perseguido y vigilado en la frontera. Todo esto nos parece hoy de locos, nos parece ciencia-ficción; pero conviene tener muy presente el pasado.

Nos parece ciencia-ficción porque hoy cualquiera de nosotros coge el coche, y a poco que el acompañante eche una cabezada, despierta en otro país: sin cambiar moneda, sin *guardiñas* ni barreras, sin pasaporte. En cualquier

⁸ Trasladando el concepto histórico del Antiguo Régimen feudal y estamental, derribado por la Revolución Francesa, al actual derrumbe de estructuras viejas arrasadas por Internet.

rincón hay un cajero en el que podemos sacar escudos o pesetas o francos con la misma tarjeta, con nuestro mismo código personal y nos lo cargan directamente en la cuenta corriente, sin más trámites.

El pasaporte común, la llave que abre estas puertas –y pronto el euro como *paspartout* común- es nuestra pertenencia a la Unión Europea, esa área económica y política de reciente creación que ha venido a consagrar pacíficamente el sueño –soñado en la larga marcha de la historia por Alejandro Magno, por Julio César, por Hegel, por Napoleón, y hasta por Hitler-. Ayer, la Europa de los seis, de los nueve, de los doce; hoy la Europa de los quince y tal vez muy pronto la Europa de los veinticinco, una vez que se integren Bulgaria, Estonia, Letonia, Hungría, Polonia, Rumanía, etc...

He dicho Rumanía: la Rumanía de Ceacescu, aquel pariente político de Milosevic que fue trágicamente paseado por las calles de Bucaresti: estamos pues hablando de una Europa que abarcará desde la punta de la nariz del Magreb, y la palangana del Mediterráneo, hasta el mar de Barents y el Círculo Polar Ártico; desde el Atlántico a los Balcanes. Desde la corona de Islandia hasta la bota de Sicilia. Desde os Açores, Madeira y Canarias hasta Estambul y el mar Negro.

En la Europa actual somos trescientos setenta y cuatro (374) millones de habitantes y seremos cerca de quinientos después de la ampliación: desde luego, no tantos habitantes como China, pero sí más que Estados Unidos y Japón juntos. En este macro-espacio geográfico y humano, carece de sentido hablar de fronteras o de cambios de moneda, o de contrabando de bacalao.

En este espacio –que, por otra parte, resulta muy complejo vertebrar y conseguir que la estructura no se resquebraje y que verdaderamente sea un espacio de convivencia pacífica y enriquecedora para quinientos millones de personas- cobran sentido los conceptos de globalización y se advierte la enorme trascendencia de fenómenos nuevos, tan recientes como la ampliación y liberalización de la telefonía y de las telecomunicaciones, el telemóvil, internet, etc.

Por desgracia la globalización opera más rápido en el ámbito económico e industrial que en el ámbito cultural. Es posible pasar de Vila Real a Salamanca y seguir utilizando el mismo telemóvil para llamar a casa. Y si una familia de Porto o de Amarante va de compras a Vigo, o viceversa, unos y otros encuentran los mismos escaparates de Lãra, Benetton y Carrefour, y, por supuesto, las mismas latas de coca-cola, los mismos coches (en Portugal, el gasoil un poco más barato) y los mismos adornos de Navidad, americanos, por cierto. Y naturalmente, todos accedemos a las mismas o similares páginas de internet, vemos iguales estrenos de cine –también americanos en su mayor parte, *of course*- y contemplamos programas de televisión que, cuando no son directamente iguales, se copian y prestan los formatos, los éxitos, la publicidad y las audiencias de unos países a otros. Es la globalización bajo la especie perversa de la uniformidad o la pérdida de identidad.

Pues bien, para no ir más lejos: si la vasta región mundial que llamamos Europa adquiere cada día más sentido y complejidad, y mayor presencia en nuestras vidas cotidianas, ¿cómo no pensar o creer en la realidad de esta pequeña región de la Península Ibérica que se dibuja en el mapa recortando su silueta sobre el azul del Atlántico y subrayada con trazo firme por el cauce del Douro?

De los 374 millones de europeos, casi diez millones vivimos en este cuadrante Noroeste de la Península. Un cuadrante en el que no debemos incluir únicamente a Galicia, con sus tres millones de gallegos y al Norte de Portugal, con los casi cuatro millones de portuenses, válegos, vilarealenses, miñotos o trasmontanos. Espacio común que no puede concebirse rígidamente y en el que también están llamadas a convivir Castilla y León, Asturias y Santander.

El barullo administrativo es simpático: si nos atenemos a las líneas y demarcaciones que conserva el mapa desde el Antiguo Régimen, son dos países –España y Portugal, media docena de comunidades autónomas y veintitrés provincias: iese sin contar otras divisiones: desde la región militar a los arzobispados!

Pero ni los países ni las provincias nos acercan, estorban, por más que nadie se atreva a abrir el melón de las divisiones administrativas consagradas por la Constitución. Para construir una verdadera euro-región al Norte del Douro hay que *rachar* con todo signo de nacionalismo rabioso, racista o irracional. Y las divisiones territoriales, lo son, en la medida en que son restos feudales, artificiales, impuestas; con frecuencia, arbitrarias y caprichosas, ajenas a la verdadera naturaleza del territorio o al interés común de sus habitantes. En Galicia miramos demasiado hacia Madrid, y los miñotos y trasmontanos miran demasiado hacia Lisboa: y nos miramos poco los unos a los otros.

Tampoco se trata de que ahora, de repente, miremos todos hacia Bruselas –sería un error histórico de consecuencias terribles-, sino de que miremos hacia quienes estamos más cerca, más próximos geográfica y culturalmente, hacia quienes estamos unidos por una historia común, por una lengua casi transparente. Y, aunque a veces no la entendamos del todo, su musicalidad nos cautiva y sus raíces tienen las mismas raíces que la leche que mamamos, porque viene de un tronco común, en la noche de los tiempos.

Pues bien, con un poco menos de poesía, todas las personas que vivimos en esta euro-región, al Norte del Douro, todos –estudiantes, profesores, científicos, periodistas, creadores de programas audiovisuales o multimedia- debemos tender lazos nuevos que nos acerquen y estrechen nuestras relaciones personales y profesionales. Las entidades o instituciones están llamadas a crear una tupida red transnacional que permita un intercambio diario y permanente, vital, entre las Universidades de Salamanca y Vila Real, entre las Universidades de Porto y Vigo, entre Chaves y Santiago. Las necesidades de formación son comunes: a todos nos afectan los retos formativos de la nueva sociedad (aprender a aprender) y debemos darles

respuesta común. Sin duda, el horizonte de las llamadas "ciudades digitales" nos ayudará a ello.

Así como el nacionalismo es lo contrario de la globalización y del multiculturalismo, del respeto plural a las diversas culturas y sensibilidades; así también, la estrechez intelectual de los centros y departamentos encerrados sobre sí mismos, podridos por la enfermedad de la endogamia, es contraria a la libertad que necesitamos para romper barreras, acercarnos, interactuar e interrelacionar nuestros proyectos e ilusiones.

Hay un libro reciente que se titula "Menos Prozac y más Platón" (es decir, menos tranquilizantes y antidepresivos, y más filosofía); yo quisiera proponer menos papeles y más e-mail; menos burocracia y más internet; menos fronteras y más cooperación.

El proceso es inevitable, irreversible; pero os advierto que la tarea no es fácil, porque los cambios que se precipitan harán saltar por los aires las viejas estructuras: las nuevas fronteras serán tecnológicas. O tienes e-mail y teléfono *wasp*, y lo lees todos los días y a todas las horas, o estás fuera de combate. Quien se quede al otro lado de la frontera tecnológica se habrá auto-excluido de esta nueva comunidad de bienes y servicios culturales o universitarios.

Ya existen programas en marcha para romper las viejas barreras y tender nuevos puentes: puentes tecnológicos. La propia Unión Europea ha "implementado" políticas de integración y de cooperación transnacional y transfronteriza. Me refiero a programas como la Comunidad de Trabajo Galicia-Norte de Portugal, el Arco Atlántico, o los programas de política regional denominados INTERREG (Interreg I, II y, desde hace unos meses, acaba de ponerse en marcha Interreg III). También en el ámbito específico del sector audiovisual, más próximo a nosotros, el programa Media Plus tiende puentes a la coproducción y a las políticas comunes en materia de formación o distribución.

Si nos detenemos por un momento en el programa INTERREG III – aprobado en abril de este año y que va a convertirse, si las burocracias no lo impiden, en una potente herramienta de desarrollo de nuestra euro-región, su objetivo principal es lograr "que las fronteras nacionales no sean un obstáculo al desarrollo equilibrado y a la integración del territorio europeo"⁹.

Interreg III se propone "reforzar la cohesión económica y social de la Comunidad fomentando la cooperación transfronteriza, transnacional e interregional y el desarrollo equilibrado de su territorio".

Aunque el talón de Aquiles de todos los programas europeos suele ser que se apoyan en estructuras caducas y burocratizadas, la Comisión de las Comunidades Europeas parece ser consciente de la necesidad de unas "estructuras verdaderamente comunes para preparar los programas, hacer partícipes a las partes interesadas, seleccionar las operaciones, etc."

9 UE, Comunicación de la Comisión a los Estados miembros de 28.4.00.

De lo que se trata es de crear estrategias duraderas, no puntuales. Y entre las prioridades de este programa europeo está la de compartir los recursos humanos y crear empleo estable en ámbitos como la cultura y la sociedad de la información.

Se diría que el nuevo programa Interreg está llamando a nuestra puerta y que, por ceñirnos al sector audiovisual y multimedia, las entidades sectoriales que operamos en Galicia, Castilla y León y Norte de Portugal deberíamos compartir el propósito de formular un plan estratégico común.

Un plan estratégico que tenga como propósito –y cito el programa Interreg- “favorecer el uso de las tecnologías de la información y comunicación para desarrollar la conexión en redes y los agrupamientos “virtuales”; (...) el desarrollo de aplicaciones y servicios telemáticos basados en las posibilidades que ofrece la sociedad de la información de superar las distancias y fomentar el acceso al conocimiento y a la innovación, sobre todo en sectores como el comercio electrónico, la formación, investigación y desarrollo”.

En los últimos meses, he tenido la responsabilidad de coordinar un “Estudio de necesidades del sector audiovisual en Castilla y León”¹⁰, comunidad que al igual que Galicia y Norte de Portugal sigue teniendo en Bruselas la consideración de Zona Objetivo 1, a los efectos de los fondos estructurales europeos.

Pues bien, este estudio –impulsado por la asociación de productores [ACALPA] y por la Junta de Castilla y León- formula un plan estratégico para el sector audiovisual en Castilla y León que, entre otras propuestas como una Ley del Audiovisual o nuevas líneas de innovación tecnológica- propone en materia de formación “Realizar un estudio-diagnóstico profundo sobre las necesidades de formación del sector audiovisual en Castilla y León, cuya comunidad educativa debe ampliarse a todo el área del Eje Atlántico y principalmente a Galicia y Norte de Portugal”¹¹.

Dicho plan estratégico sugiere también “la realización de un encuentro INTERREG (Castilla y León, Galicia y Norte de Portugal) para fomentar la cooperación empresarial transfronteriza, con presentación de proyectos de coproducción mixtos”.

En la misma línea, los productores audiovisuales de Galicia estamos elaborando actualmente nuestro propio Plan Estratégico¹², que ya está siendo discutido con las diversas Consellerías de la Xunta de Galicia –Cultura, Educación, Industria, Economía, etc.-, con los grupos parlamentarios y con otros interlocutores interesados en el sector, y en el que se incluye la necesidad de “fomenta-las coproducciones más productoras e emisoras doutras autonomías, do Estado Español e de Portugal”. [Tarea en la que debemos contar con el

10 ACALPA y ADE (Junta de Castilla y León), Valladolid, noviembre 2000.

11 Estudio..., p. 50.

12 AGAPI, Plan Estratégico del sector audiovisual galego 2001-2003.

apoyo decidido de TVG y RTV, así como de las demás cadenas españolas y portuguesas¹³].

En resumen, las líneas maestras están trazadas y unos y otros compartimos ideas y propósitos. La presencia en Teleciencia (Vila Real) el pasado año y éste de profesionales de aquí y de allá confirma esta proximidad: ocurre lo mismo en el Festival de Cinamina, que acaba de realizarse en Espinho, con nutrida presencia de españoles, o en los Encuentros de Cine, TV e Multimedia de Avanca, y en tantos otros festivales de uno y otro lado.

Quizás solo nos quede poner manos a la obra. O meternos de lleno en harina (*meter as maus na masa*). Para eso –y antes de finalizar- una última consideración sobre el tan traído y llevado mundo de las nuevas tecnologías, las autopistas de la información, etc.

Si antes hemos visto que la euro-región del Arco Atlántico o del Norte del Douro se impone como una realidad irreversible, cabe añadir que todos los procesos de convergencia transfronteriza son ahora más posibles que nunca gracias a las nuevas tecnologías y principalmente al mundo Internet.

La convergencia era necesaria y apremiante; pero hace diez años hubiéramos tenido que plantearla en otros términos: hoy puede hablarse de convergencia acelerada, casi instantánea. Lo queramos o no, nuestra euro-región y nosotros mismos estamos instalados ya en lo que Echeverría denomina “El Tercer Entorno”.

La cooperación es necesaria. Irreversible. Además, por vez primera, históricamente, la cooperación es posible: es tecnológicamente fácil, inmediata.

Por tanto, sostengo, desde un moderado optimismo, que el horizonte de futuro para nosotros y nuestro sector audiovisual, para nuestras universidades y centros de trabajo, pasa por una proximidad física y virtual cada día mayor, plasmada en proyectos comunes de ejecución común, en lazos económicos e institucionales crecientes. Y, sobre todo, en una proximidad personal cada día mayor: en un acercamiento, convivencia y conocimiento mutuos -propiciados por eventos como la Quinzena de la Ciencia o el festival Teleciencia- que nos ayuden a trabajar juntos y a compartir ilusiones y risas, codo con codo, *maus dadas*.

13 TVG y RTP suscribieron un convenio impulsado por la Comunidad de Trabajo Galicia-Norte de Portugal para la realización conjunta de ocho programas de televisión, en régimen de coproducción, con formato de *magazine* y contenido específico sobre ambas regiones. Debe apostillarse que el convenio, positivo, es insuficiente: no se trata ni mucho menos de coproducir programas acerca de nosotros mismos, sino de ser capaces de coproducir espacios de calidad para todo el mercado y, especialmente, para el mercado europeo, al que obviamente no pueden dirigirse producciones domésticas.

VI. UN MODELO DE FINANCIACIÓN

Perspectiva europea

Con ocasión de la redacción del informe "Audiovisual galego: con voz propia", del que fue ponente Valentín Carrera, se realizó un trabajo específico sobre el área de financiación de la industria audiovisual, que consideramos importante reproducir por ser de plena actualidad.

Un sector de interés estratégico requiere una financiación de alcance igualmente estratégico; es decir, unos mecanismos de financiación especiales y específicos.

Sin una adecuada financiación es imposible lograr el desarrollo de la *Lei do Audiovisual*.

Son dos premisas sobre las que confiamos sea fácil el acuerdo, puesto que, en caso contrario, la expresión "sector estratégico" carecerá de sentido y será una expresión vacía y, a corto plazo, la propia *Lei do Audiovisual* acabará convirtiéndose en letra muerta. Para que esto no ocurra convendrá que todos – productoras, administración, grupos parlamentarios, Consorcio, Cluster, etc.- estemos de acuerdo en cuáles son los mecanismos financieros que hagan posible el pleno desarrollo de la *Lei do Audiovisual* y demos al pilar financiero la debida importancia.

Tal es la importancia de la financiación para el buen fin de toda producción audiovisual que, desde AGAPI, lo consideramos como el segundo pilar de este Plan Estratégico, a renglón seguido de la Política Sectorial genérica descrita en el apartado anterior. Las líneas que siguen articulan un somero Plan de Financiación, con medidas concretas inspiradas en experiencias positivas de Francia, Cataluña, etc. Como, en último término, hemos de desenvolvernos en una economía globalizada, en la que compiten los sectores maduros, empezaremos por revisar el entorno sectorial europeo en materia de financiación.

Política audiovisual de la Comisión Europea

Un cambio profundo del paisaje audiovisual europeo (en términos de competitividad, complejidad técnica y transnacionalización) llevó a la Comisión Europea a presentar en 1998 una comunicación al Parlamento y al Consejo titulada: *"Política audiovisual - las próximas etapas"*. El texto tenía por objeto empezar a reconsiderar la política audiovisual actual y dibujar los próximos pasos y direcciones en que se movería. La Comisión se centraba muy especialmente en los aspectos vinculados a los mecanismos de apoyo y, en particular, hacia el futuro de los programas MEDIA, MEDIA II y MEDIA III, así como hacia la reorganización de la propuesta de la Comisión destinada a atraer aún más inversiones privadas a la producción audiovisual.

Estos trabajos en la esfera de la Unión Europea pusieron de manifiesto la vital importancia que instituciones, productores y creadores dan a las fuentes financieras y a la movilización de recursos en el universo de la producción audiovisual. El diagnóstico era claro: el futuro liderazgo europeo en materia de ideas y contenidos necesitaba el colchón elástico que catapultara las ideas a las pantallas y a los ojos del público. Y ese colchón es la financiación.

La Unión Europea ha confiado a la Comisión la misión de que en las negociaciones vinculadas al comercio mundial haga hincapié en que los estados conserven y desarrollen su capacidad de definir y poner en práctica sus políticas culturales y audiovisuales para la salvaguarda de su diversidad cultural [Resolución del Consejo de 12 de febrero de 2001 sobre las ayudas nacionales al sector del cine y el sector audiovisual 2001/C73/02].

Habida cuenta de que Galicia ha asumido buena parte de las competencias que le corresponden en materia de fomento del audiovisual, estas consideraciones comunitarias se trasladan al ámbito autonómico como objetivo estratégico de primer orden en las políticas culturales e industriales. Frente a posibles detractores de mecanismos financieros sectoriales, *ad hoc*, la resolución del Consejo de la Unión Europea deja claro que las ayudas al audiovisual no son un caso de proteccionismo, sino una necesidad inexcusable. La cita es importante:

"La industria audiovisual constituye una industria cultural por excelencia. Las ayudas nacionales al sector del cine y al sector audiovisual constituyen uno de los medios principales para garantizar la diversidad cultural. El objetivo de la diversidad cultural supone un tejido industrial que permita satisfacer dicho objetivo y justifica el carácter específico de las ayudas nacionales al sector del

cine y al sector audiovisual adaptadas a cada circunstancia específica” [Res. Consejo UE, 12-II-01].

Esta filosofía europea de “justificar el carácter específico de las ayudas nacionales”, produjo la reacción en cadena de algunas administraciones estatales o autonómicas.

En el caso de Galicia, la recomendación europea se tradujo en los esfuerzos del legislador y en el consenso parlamentario que hicieron posible la *Lei do Audiovisual*. En materia de financiación, la *Lei* gallega subraya el interés estratégico de la industria audiovisual atendiendo a los siguientes factores:

La importancia económica alcanzada por el sector

El número de personas a las que emplea

Las perspectivas futuras para la creación de empleos vinculados a la comunicación audiovisual

El papel educativo y cultural que juegan los medios de comunicación y los productos de las industrias culturales en un entorno marcado por la dialéctica globalización-diversidad.

“i2i” Audiovisual La Comisión Europea y el BEI

En coherencia con los principios de política audiovisual europea enunciados, la Comisión, el Banco Europeo de Inversiones (BEI) y el Fondo Europeo de Inversiones (FEI), impulsaron en junio de 2000 el programa financiero “i2i-Audiovisual”, consistente en un conjunto de acciones destinadas a reforzar la base financiera de la industria audiovisual europea y a acelerar su adaptación a las tecnologías digitales.

Este paquete financiero de la Comisión, el BEI y el FEI es complementario del programa Media Plus y señala la tendencia comunitaria, hacia la que deben converger nuestras propias propuestas financieras.

La iniciativa “i2i-Audiovisual” tiene una duración inicial de dos años, con un volumen de financiación previsto por parte del grupo BEI superior a los 15.000 millones de euros y 1.000 millones en capital-riesgo. La iniciativa consta de cuatro líneas de acción, cuyas características más significativas son:

Préstamos globales al sector bancario. El BEI ha puesto a disposición del sector bancario especializado líneas de crédito para la financiación de empresas de creación audiovisual, de tecnologías de audiovisuales o de trabajos subcontratados. Estos “préstamos globales” son compatibles (complementarios) con los sistemas públicos de promoción del audiovisual y podrían comportar elementos de reparto de los riesgos y beneficiarse de estructuras de garantía apoyadas por el FEI.

Financiación a medio y largo plazo para inversión en infraestructuras. Destinada a grupos de producción o distribución para sus inversiones en infraestructuras (estudios, instalaciones digitales) en el ámbito de la producción de obras audiovisuales. Podrá adoptar la forma de financiaciones estructuradas cuyas condiciones de reembolso estén parcialmente vinculadas al éxito de los proyectos financiados. Su objeto primordial es compensar deficiencias industriales en el sector respecto a la competencia mundial y la creación de actividades con efectos positivos sobre las empresas en sí mismas.

Fondos de Capital Riesgo especializados. El programa “i2i-Audiovisual” prevé la creación de fondos de capital riesgo especializados en el

sector audiovisual mediante la suscripción de participaciones del FEI. En estos fondos, el FEI –de manera análogo a cómo podría operar el IGAPE en Galicia- interviene como *fondo de fondos* en un ámbito sectorial muy especializado en el que la falta de recursos financieros y de operadores impiden la creación de un mercado de capital riesgo eficaz. Una de las iniciativas fruto de esta línea ha sido la sociedad finlandesa *Venture Capital for Creative Industries* (Capital Riesgo para Industrias Creativas) dotada con un presupuesto de 50 millones de Euros, de los cuales 16,5 millones fueron aportados por el Fondo Europeo de Inversiones.

Financiación para acciones complementarias. Línea dotada con 400 millones □en cinco años, destinada a mejorar la complementariedad entre los recursos bancarios del Grupo BEI y las subvenciones comunitarias del Programa Media Plus. La Comisión Europea propone organizar sesiones de formación sobre financiación de empresas y obras audiovisuales, poner en marcha acciones conjuntas para apoyar la cooperación entre distribuidores (para campañas de distribución) y desarrollar los servicios "on line". Otras acciones complementarias serían: Fomentar el diálogo entre los financieros europeos del sector audiovisual, cuya colaboración en coproducciones es escasa. En esta línea, AGAPI ha sugerido ya la realización de un Seminario de Financiación de la Coproducción, con la participación de técnicos del IGAPE, del ICO, de FAPAE, EGEDA y de las entidades financieras.

Audiovisual: un producto específico

Al audiovisual le pasan dos cosas que afectan a su financiación. En primer lugar, tal y como hemos visto, no es considerado un producto *normal* en muchos despachos de entidades financieras. Como consecuencia de esto, el papel que los poderes públicos tienen en su financiación es desmedido, llegando a afectar a los contenidos, al proceso de producción y a su distribución. Para estos dos problemas (poca confianza privada y excesiva dependencia de lo público) hay tres vías de solución:

Que los inversores privados "se crean" las posibilidades del audiovisual, como ya está empezando a ocurrir.

Que la Administración siga apoyando la creación y el desarrollo de proyectos; con criterios de calidad y rigor.

Que los productores asuman el riesgo de poner sus ideas en el mercado buscando algo más que el colchón de la subvención.

Negar ayuda a productoras cuya cifra de negocio dependa exclusivamente del dinero público.

Estas tres soluciones, combinadas, contienen la clave de la competitividad de la industria audiovisual. Y debemos insistir siempre en el concepto de "industria", tal y como lo define la Comisión Europea. Industria cultural, porque los productos audiovisuales han alcanzado un alto grado de complejidad, las empresas que los fabrican han estandarizado sus procesos de producción, y sus productos seriados se inscriben en los parámetros clásicos de la industria cultural. Razones todas para que los productos audiovisuales tengan esa calificación de productos, al margen de su especial naturaleza creativa, artística o intelectual.

El paso dado por los *productos* de la industria cultural de cara a su consideración como tales, resultado de una fabricación seriada y basada en criterios de productividad y competitividad en el entorno de la economía de mercado, no ha venido acompañado, sin embargo, de la aceptación de su naturaleza de producto por muchos de los participantes en el proceso de financiación.

La confianza que los inversores depositan en productos de lo real y lo tangible (ladrillos, pescado, coches...), no se ha extrapolado a lo inmaterial, creativo o artístico (argumentos, guiones, proyectos) del audiovisual.

Así, es una realidad incuestionable que los *financiadores* de la producción, públicos y privados, han puesto solo problemas a la hora de apoyar proyectos de audiovisual en su fase de desarrollo, amparándose en las particulares características de los mismos. Sin embargo, **el desarrollo es el I+D específico de la industria audiovisual**. Los formatos de nuevos programas, los programas piloto, los guiones, el estudio y negociación de argumentos, derechos de autor, etc. son nuestras patentes y aunque sean intangibles, nada hubo en los últimos meses más solvente y tangible – bancariamente hablando- que el guión de “Torrente en Marbella”, cuya película ha rebasado los 3.000 millones de Ptas. de recaudación en taquilla.

Sin embargo, buena parte de la banca ha colocado la etiqueta de “intangibles” a los productos de la industria cultural. No hay ladrillos, no hay nada que tocar ni ver excepto bosquejos y sinopsis. Pocas instituciones financieras aceptan un guión, un *story-board*, un plan de producción, un dossier o un diseño de producción –avalados por pre-contratos-, como punto de arranque de un préstamo comercial, un aval, una línea de descuento o un *leasing*.

La actividad del audiovisual no está exenta de riesgos, con muchos factores actuando sobre un todo sintético de industria y creatividad como es el producto audiovisual. Lo cierto es, además, que las producciones audiovisuales consumen buena parte de su presupuesto antes de que la productora sea capaz siquiera de enseñar a los inversores una versión *alfa* de su producto.

Para ello es especialmente importante que inversiones *de riesgo* complementen los recursos que la empresa pueda poner por su cuenta y caja al servicio del desarrollo de una idea.

En términos de financiación, se trata de conseguir que el *apoyo a expectativas* que han tenido, por ejemplo, los productos de la nueva economía se traslade a los productos de la industria cultural. Dicho de otro modo: la industria audiovisual es rentable y va a seguir siéndolo a corto y medio plazo y, tal y como se va configurando el hipersector de la comunicación, hay pocas posibilidades de que deje de ser rentable. Este convencimiento es el que los inversores privados necesitan para depositar su dinero y sus esperanzas en los productos de la industria cultural y convencerse de que pueden asumir riesgos suficientemente controlados.

Un sector participado por el poder público

Las características culturales propias de la producción audiovisual han motivado la participación de los poderes públicos en su ordenación y en el apoyo a sus actividades. La participación de la Administración en la ordenación del sector audiovisual se ha relacionado también con el papel de los medios audiovisuales –en el caso de Galicia, TVG- como generadores de la realidad y creadores de opinión, lo que genera al sector algunos lastres y equívocos.

Con estos dos condicionantes de partida, se hace inevitable caminar hacia un futuro de financiación mixta en el que la Administración participe como motor de la creación en tanto colabora con las entidades financieras para ayudar a crear un audiovisual de calidad y competitivo. Las ayudas públicas han contribuido a dar al sector la posición que ahora tiene; pero la progresión imparable de sus resultados y sus productos hacen inevitable, en el horizonte de los próximos años, encontrar un nuevo modelo de financiación más moderno y competitivo. Todos –el sector, las entidades financieras y la propia Administración- debemos entender que la aportación de los poderes públicos debe ser una más entre las varias fuentes de financiación de la obra audiovisual, tales como:

Las ventas y pre-ventas a distribuidores o agentes.

Las inversiones de las televisiones.

Las inversiones de capital.

La financiación bancaria.

Las subvenciones públicas.

Hacia un nuevo entorno de financiación

En resumen, debemos plantear entre todos los agentes económicos implicados un nuevo marco de trabajo y configurar ese nuevo entrono gallego de financiación del audiovisual, articulado en torno a las siguientes premisas:

Los inversores deben confiar en las herramientas de desarrollo de un producto audiovisual como avales para juzgar la viabilidad de una inversión.

La financiación de los productos del audiovisual se englobará en las actividades de fomento de la sociedad de la información y de la comunicación, sin perder su identidad. La producción de contenidos debe tener un tratamiento diferenciado respecto de las infraestructuras, telecomunicaciones, etc..

Debe existir financiación para I+D en audiovisual; esto es, investigación y desarrollo en formatos, lenguajes y soportes. Ello incluye el apoyo explícito a los nuevos realizadores.

La participación de fuentes de financiación privadas en el día a día de la industria cultural proporciona al sector el dinamismo que debe ser la forma de vida consustancial con el mundo audiovisual. La participación del capital privado y sus dinámicas multiplican las posibilidades de producción e introducen criterios de calidad en la valoración de las propuestas y proyectos.

Al mismo tiempo, el dinero privado debe colaborar intensamente en la financiación de proyectos y producciones. Así, los productores serán más autónomos e independientes con respecto a la Administración en términos económicos, culturales e ideológicos. Sabida es, por ejemplo, la *especial* relación que los estudios y los trabajadores de Hollywood mantienen con la administración norteamericana, marcada por la independencia de los primeros, poderosas máquinas de generar ideas y dinero.

La aportación pública hará hincapié en el apoyo a aquellos productos que, por su especial naturaleza creativa o artística, signifiquen experimentación o investigación incompatible por formato o lenguaje con los cauces tradicionales de la distribución de productos.

El papel de las televisiones como dinamizadoras del panorama cultural y audiovisual les otorga una especial importancia en la financiación de los productos con los que rellenan sus parrillas.

Financiación sostenida es igual a producción sostenida. Actualmente no existe continuidad en los planes de financiación. La cantidad de trabajadores fijos que forman parte de una empresa es pequeña comparada con el número de trabajadores eventuales que movilizan las empresas. Así, entre trabajo y trabajo se dismantela el equipo de producción, los equipos técnicos no se amortizan y la financiación no es sostenida, ni la producción tampoco. El salto de un sector incipiente a un sector maduro se da con la continuidad.

Agentes y líneas de financiación

Los agentes financieros

IGAPE

Entidad de derecho público con personalidad jurídica, patrimonio público y capacidad y disposición de sus recursos para el cumplimiento de sus fines, el IGAPE debe ser un instrumento de promoción y fomento de la inversión productiva en Galicia. Además, le corresponde actuar directamente en la oferta de servicios de alto nivel, que requieran de una elevada preparación. Su amplia autonomía de gestión, sus estructuras flexibles y la capacitación de sus técnicos le hacen especialmente dotado para entender las necesidades y los requerimientos inmediatos del sector privado.

El IGAPE debe convertirse, por tanto, en el principal apoyo de la Industria Audiovisual, dadas sus características, concentrando:

Iniciativas de promoción y fomento del desarrollo del sector

Potenciando las inversiones en innovación y tecnología

Estimulando la comercialización y la apertura a mercados de los productos de la industria cultural gallega

Aportando soluciones a problemas específicos de la financiación de la empresa, ya sean técnicos, formativos o de infraestructura.

Ayudando en la creación de nuevas empresas y financiando su nacimiento

Cinco actividades concretas

1 Convenios de IGAPE-ICO-Entidades financieras

Se propone establecer líneas de financiación subsidiada para los proyectos de inversión empresarial del sector audiovisual. En su negociación, deben tenerse en cuenta las especiales características del sector audiovisual. Actuarán como garantías del proyecto los materiales de desarrollo propios de una producción audiovisual (plan de producción, guión, derechos, etc.). El sector opta por un modelo continuo de trabajo –siguiendo el modelo europeo– que no convierta en anuales las convocatorias de ayudas.

2. Convenios del IGAPE-Entidades de Crédito (contratos de *leasing*)

Promoción de contratos de colaboración con entidades de arrendamiento financiero. La propuesta es disminuir los umbrales que el IGAPE establece, demasiado altos para las necesidades continuas de inversión en tecnología del sector audiovisual. En la actualidad, el importe mínimo de la inversión subvencionable es de 60.000 \square (10 millones de pesetas aprox.) y la vigencia de los contratos ha de ser como mínimo de diez años.

3. Concesión de avales por el IGAPE

El IGAPE actuará como avalista de las empresas beneficiarias ante las entidades de crédito o establecimientos financieros establecidos. Se trata de continuar en esta línea; pero, una vez más haciendo hincapié en el carácter intangible de la producción audiovisual, previendo la concesión de avales en los términos requeridos por los productores audiovisuales. El IGAPE velará por el correcto funcionamiento de la concesión de avales, tomando en consideración la naturaleza particular del producto audiovisual.

4. Ayudas a la cooperación empresarial

Ayudas para potenciar el desarrollo de proyectos empresariales de naturaleza productiva, comercial, tecnológica o de inversión conjunta en capital entre dos o más empresas independientes, tanto en el ámbito nacional como internacional. Sus objetivos son la obtención de economías de escala, la expansión por el territorio y la competitividad de las empresas que intervienen.

5. Iniciativa PCCP de desarrollo empresarial

El Plan de Consolidación y Competitividad de la PYME (2000-2006) prevé varias líneas de actuación. Habida cuenta del tamaño mínimo de la empresa audiovisual gallega, se trataría de aplicar al sector las políticas de consolidación y competitividad de las PYMES previstas en dicha iniciativa, en los siguientes ámbitos: sociedad de la información, innovación de procesos (gestión y organización), innovación en técnicas empresariales (diseño, redes interempresariales de cooperación y sistemas de calidad).

S.G.R. (Sociedades de Garantía Recíproca)

Su finalidad es la prestación de garantías por aval o por otros medios a favor de sus socios partícipes para operaciones que estos practiquen dentro del giro o tráfico de empresas de las que sean titulares, así como la prestación de servicios de asistencia y asesoramiento financiero a sus socios y la participación en sociedades cuyo objeto sean actividades dirigidas a las PYMES. No puede conceder directamente ninguna clase de crédito a sus socios. En Galicia funcionan las sociedades de garantía recíproca Afianzamientos de Galicia Sociedad de Garantía Recíproca (AFIGAL) y Sociedad de Garantía Recíproca de Pontevedra (SOGARPO).

XES GALICIA

El capital riesgo, en sus modalidades de □capital semilla, □capital de arranque y □capital de desarrollo (complementadas estas actuaciones con otras formas de financiación como los préstamos participativos) tiene una especial importancia en el desarrollo de las industrias vinculadas a la sociedad de la información y de la comunicación. Es vital para este tipo de inversiones que el sector audiovisual de un perfil basado en:

Capacidad gerencial. Experiencia profesional y calidad humana del equipo directivo.

Presencia de un claro diferencial con respecto a otras actividades, y dentro del sector, con relación a la competencia, por lo que se requiere un perfil individual de la empresa dinámico y atractivo en términos de producto, proceso, servicio o gestión)

La perspectiva de altas y rápidas rentabilidades.

La capacidad de crecimiento (tanto por lo que se refiere a su potencial tecnológico como de su expansión comercial)

Estas fórmulas de financiación vinculadas al capital riesgo parecen hechas a medida de un sector, el audiovisual, que presenta un perfil expansivo evidente, donde la calidad de gestión es la base de la producción, la innovación

es continua y la diferenciación prioridad absoluta. Vigo Activo S.A. o Gescaixa representan en Galicia el perfil de sociedad de capital riesgo cuya gestión debería complementar al sector audiovisual. Sus inversiones indican un ejemplo del enfoque que la financiación audiovisual puede precisar. En este sentido, experiencias como la finlandesa *Venture Capital for Creative Industries* (Capital Riesgo para Industrias Creativas) han recibido el apoyo de instituciones Europeas para colaborar específicamente con el sector audiovisual

ENTIDADES FINANCIERAS

El sector audiovisual demanda la participación del sector financiero en el desarrollo del audiovisual gallego. Se trata de conseguir una posición de diálogo basada en el entendimiento mutuo, el establecimiento de relaciones comerciales estables y provechosas para ambas partes y garantizar el futuro del sector mediante la rentabilidad de las operaciones.

La administración autonómica desarrollará los mecanismos a su alcance para promocionar la creación de instituciones financieras específicas de apoyo al audiovisual. La administración actuará como colchón en la creación de estas sociedades, con líneas de crédito oficial específicas para el sector. Se deberían establecer desde el sector líneas específicas de colaboración con las organizaciones de empresarios de banca y finanzas para transmitirles las necesidades que el sector tiene en materia de financiación. La idea es transmitir sensación de fiabilidad, proyección de futuro y rentabilidad. Se prevé la posibilidad de que AGAPI actúe como interlocutor con los principales bancos y organismos financieros para transmitir sus necesidades y preparar el terreno a un diálogo mucho más efectivo entre las empresas y el sector financiero.

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Comprende las actuaciones de la Administración en sus sucesivos ámbitos geográficos: local, autonómico, estatal, europeo; cuya actuación tiene –como hemos visto- un carácter complementario, pero imprescindible en orden a la puesta en marcha de mecanismos financieros que permitían el despegue del sector.

Las principales líneas de financiación

Para mayor claridad, concluiremos este apartado –cuyo detalle práctico remitimos a las propuestas concretas contenidas en la segunda parte de este documento- describiendo a grandes rasgos las principales líneas financieras consideradas necesarias, a saber:

- a) Líneas de financiación directa (a la producción)
- b) Líneas de capital-riesgo (al capital)
- c) Fondo de Garantías (a circulante)
- d) Ayudas públicas

Prestamos públicos directos a la producción

La referencia básica de esta línea de financiación es el convenio sectorial del Instituto Catalán de Finanzas. Durante el año 2000, este Instituto concedió cuarenta y cuatro préstamos a la industria audiovisual catalana por un importe de 8.682 millones de pesetas. Estos préstamos generaron una inversión inducida de 39.313 millones. Fueron treinta y seis operaciones para la producción, cuatro para la distribución, una para la exhibición y tres para postproducción y rodaje. Se fija un nivel de riesgo máximo por productora en función de las características individuales.

Sobre este particular es de especial interés el documento “Convenio de Colaboración entre la Asociación Barcelona Audiovisual y el Instituto Catalán de las finanzas para financiar inversiones en el ámbito de la producción audiovisual” (ver texto completo en anexos). Los créditos directos se estructurarían de dos formas:

Créditos mediante descuento de contratos.

Créditos adicionales para la financiación que no se tiene por descuento de contratos.

En este contexto es vital el establecimiento de filtros para aquellos no interesados en la producción audiovisual y sí en percibir las ayudas.

Línea de Capital Riesgo a capital

Se englobaría dentro de las iniciativas de XesGalicia, GesCaixa, Vigo Activo, etc. con un interés especial vinculado al carácter estratégico del sector. Plan de Valoración y planes estratégicos de empresas de AGAPI o del futuro Cluster del Audiovisual que lo desearan. En función de estos planes, XesGalicia debe participar en el capital de las empresas para colaborar en la financiación de dichos planes estratégicos.

Línea de Fondo de Garantías a circulante

Imprescindible en el desarrollo de un sector como el audiovisual, con un fuerte crecimiento en manos de empresas de estructura débil. Se trata de articular un depósito plurianual estable, para facilitar el crédito al circulante. El funcionamiento del fondo debe inspirarse en los modelos utilizados en otras comunidades autónomas. Debe ser ágil y riguroso. Ágil, para permitir el apoyo a las producciones audiovisuales reales. Riguroso, para asegurar la continuidad del propio fondo y la solidez de sus inversiones.

Se propone una dotación de unos dos millones □ (300 millones de pesetas aprox.) para apoyar con garantías las características de la industria gallega. El productor podría aportar una parte de las garantías (en torno al treinta por ciento) además de contratos que soporten el total del presupuesto de producción. Los agentes de este Fondo de Garantías deben ser el IGAPE, el ICO, AFIGAL y SOGARPO.

Ayudas públicas autonómicas y estatales

La Ley de Fomento y promoción de la Cinematografía y el sector audiovisual, establece la obligación para las televisiones de invertir un cinco por ciento de su cuenta de resultados en producción audiovisual. De este porcentaje, el sesenta por ciento deberá dedicarse a la producción de películas en cualquiera de las lenguas del estado español. Además, el texto eleva a rango de ley las ayudas automáticas que se conceden en función de la recaudación que obtenga la película en taquilla.

Las productoras independientes -llamadas así por no contar en su accionariado con participación de canales de televisión- se benefician de otro punto de esta Ley de Fomento de la Cinematografía, a saber: las productoras participadas por canales de televisión están obligadas a coproducir con las empresas independientes al menos el setenta y cinco por ciento de sus proyectos. Esta previsión legal es una forma de garantizar la competitividad dentro de la industria audiovisual española. Por último, se ha conseguido que las ayudas sobre proyectos de cortometrajes, largometrajes y las ayudas a desarrollo de guiones estén reservadas a las productoras independientes. Para los filmes de nuevos realizadores, los de bajo presupuesto, documentales, películas de relevancia cultural los umbrales para recibir ayudas se rebajan considerablemente.

Al hilo de esta nueva regulación legal, claramente favorable a los intereses del sector, de nuevo ha de recordarse el carácter del idioma gallego, como lengua minoritaria en Europa y, por tanto, necesitada de un tratamiento diferencial favorable. En la Europa del Euro, la existencia de una lengua propia no puede ser un obstáculo, sino una ventaja y, para lograrlo, es precisa una clara discriminación positiva. En este sentido, consideramos que siguen siendo necesarias, de modo específico, las ayudas directas a producción en lengua gallega, gestionadas por la Consellería de Cultura.

Las medidas contenidas en este Plan Estratégico y, en general, todas las políticas empresariales analizadas, tienden a la consolidación del tejido industrial audiovisual en Galicia, haciendo abstracción de la cuestión lingüística: las empresas gallegas pueden producir y producen -y es deseable que así sea- películas para el mercado español o americano, anuncios para el mercado portugués, series de TV y programas para las televisiones españolas, o hacen doblajes a todo tipo de idiomas, incluidos algunos exóticos, etc.-. Todo ello está en la naturaleza del sector y de la propia producción audiovisual y televisiva. Sin perjuicio de ello, la defensa del idioma galego, como hecho diferencial, requiere -y va a seguir requiriendo durante muchos años- unas ayudas *ad hoc* de las que el sector y los poderes públicos no pueden ni deben prescindir. Por ello, como conclusión del presente capítulo relativo a la financiación, nos referimos seguidamente a las ayudas públicas a la producción en lengua gallega.

Anexo. 100 PROPUESTAS

100 PROPUESTAS DE POLÍTICA AUDIOVISUAL

1 Definición de la política general audiovisual

Órgano Consello de la Xunta de Galicia

Descripción Solicitar al Presidente de la Xunta de Galicia el desarrollo de lo dispuesto por el Art. 2 de la Ley 6/99, relativo a la “definición da política xeral no campo audiovisual”, dotando de contenido efectivo la consideración de “sector estratégico”.

Fecha Principios de 2002.

Presupuesto Indeterminado

2 Comisión de Coordinación de la Xunta de Galicia

Órgano Xunta de Galicia.

Descripción Creación de una comisión inter-consellerías, dependiente de la Consellería de Cultura, que coordine las actividades en materia audiovisual de los restantes departamentos de la Xunta de Galicia. Determinación, por decreto de la Xunta de Galicia, de su dependencia orgánica, composición y funciones, en cumplimiento del Art. 2.c) de la Ley 6/1999.

Fecha Principios de 2002

Presupuesto Indeterminado

3 Constitución del Consorcio Audiovisual de Galicia

Órgano Consellería de Cultura de la Xunta de Galicia.

Descripción Urgir al Conselleiro de Cultura la constitución del Consorcio do Audiovisual, con participación de las entidades del sector. Cumplimiento del Art. 9 de la Ley 6/1999.

Fecha Principios de 2002

Presupuesto Indeterminado

4 Puesta en marcha de la Comisión de Cine

(Film Commission de Galicia)

Órgano Consorcio Audiovisual

Descripción Puesta en marcha de la oficina del audiovisual (film commission) para fomentar y facilitar los rodajes audiovisuales en el territorio de la Comunidad Autónoma.

Fecha Inmediata, desde la constitución del Consorcio

Presupuesto Indeterminado

5 Publicación del “Estudio del sector audiovisual en Galicia”

Órgano Consellería de Cultura

Descripción La Consellería de Cultura realizó en 1999 un voluminoso estudio, a modo de *libro blanco del sector audiovisual*, cuyos datos fueron actualizados a 31-12-2000, con activa participación de las empresas de AGAPI. La publicación de este estudio sería un importante punto de referencia para el futuro del sector.

Fecha Principios del 2002

Presupuesto Indeterminado

6 Plan de producción de contenidos audiovisuales de la “Cidade da Cultura”

Órgano Consorcio Audiovisual

Descripción Puesta en marcha de un ambicioso plan de producción de contenidos, con implicación de las empresas y profesionales de producción independiente, mediante concursos públicos de ideas, guiones y proyectos.

Fecha 2002-2004

Presupuesto Indeterminado

7 Convenios de Colaboración con entidades financieras

Órgano AGAPI y Dirección General de Caixanova y Caixa Galicia

Descripción Convenios de colaboración para el desarrollo conjunto del proyecto de Cluster del Audiovisual, con aportación económica y asesoramiento técnico.

Fecha Principios de 2002.

Presupuesto Indeterminado

8 Proyecto del Cluster del Audiovisual y solicitud al PLAN PEME

Órgano AGAPI y Soluziona management consulting.

Descripción Elaboración del proyecto del Cluster del Audiovisual (como desarrollo del Plan Estratégico. El proyecto debe incluir detección de debilidades del sector, convocatoria a los agentes económicos afectados, organización de grupos de trabajo y marco de participación de la Administración Autonómica (Consellería de Industria e IGAPE). El anteproyecto ya fue presentado ante el IGAPE y actualmente se estudia por el CES (Consejo Económico y Social) la emisión de un informe-opinión sobre la conveniencia y necesidad del Cluster do Audiovisual.

Fecha Diciembre 2001-marzo 2002

Presupuesto Indeterminado

9 Desarrollo del Cluster del Audiovisual

Órgano AGAPI, IGAPE, Consellería de Industria, CEG, CRTVG.

Descripción En base al anteproyecto presentado al IGAPE, el objetivo señalado para el año 2002 es el desarrollo completo del proyecto del Cluster, con las fases que en su momento se determinen.

Fecha 2002.

Presupuesto 40 millones de pts. (240.000 €)

10 Constitución del Cluster del Audiovisual

Órgano Cluster del Audiovisual

Descripción Creación efectiva y puesta en funcionamiento del Cluster del Audiovisual de Galicia, con participación de todos los agentes económicos afectados.

Fecha Diciembre de 2002 (> funcionamiento en enero 2003).

Presupuesto Indeterminado

PROPUESTAS SOBRE FINANCIACIÓN

11 Fondo de Garantías

Órgano Consellería de Economía - IGAPE

Descripción Fondo estable de garantías para avalar el descuento de subvenciones y contratos. Debe estar suficientemente dotado (mínimo estimado 3 millones €, 500 millones de Pts.), para su aplicación a circulante, con aceptación de los negativos, derechos y formatos televisivos como garantía del productor. También se contempla la función de aval y/o reaval para descuento de contratos, preventas, etc.

Fecha Primer trimestre 2002

Presupuesto 3.000.000 € (500.000.000 pts. aprox.)

12 Convenio con el IGAPE para préstamos directos a la producción

Descripción Préstamos directos del IGAPE en situación ventajosa respecto al mercado para financiar el circulante de las productoras que siguen el modelo del convenio IFC/BA.

Órgano IGAPE

Fecha Primer trimestre 2002

Presupuesto 6.000.000 €.(1.000 millones pts. aprox.)

13 Convenios IGAPE-ICO-ENTIDADES

Órgano IGAPE, ICO y entidades financieros.

Descripción Convenios IGAPE-ICO-Entidades financieras para la prestación de apoyo financiero a proyectos audiovisuales.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

14 Avals sobre la propiedad intelectual

Órgano IGAPE

Descripción Concesión de avals por parte del IGAPE considerando los activos específicos del sector (que son los “materiales propios” de la industria audiovisual) en inmovilizado inmaterial, tales como desarrollos de proyectos, guiones, derechos de propiedad intelectual, argumentos, *story-boards*, etc.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

15 Ayudas a la coproducción

Órgano IGAPE y Consellería de Industria

Descripción Siguiendo las directrices europeas, se consideran imprescindible facilitar el acceso de las empresas gallegas a la coproducción con empresas de otros países de la Unión Europea (prioritariamente) y Latinoamérica, así como el estímulo de la cooperación empresarial

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

16 Incremento de las ayudas a producción y desarrollo

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Ayudas al sector audiovisual para producción y desarrollo. Dos características continuidad + aumento permanente para garantizar la expansión. Se trata de mantener y reforzar la línea actual, duplicando su dotación (dado la gran demanda, el alto número de solicitudes y proyectos concurrentes a las últimas convocatorias públicas y el consecuente grado de insatisfacción que genera la partida presupuestaria actual)

Fecha Presupuestos de la Comunidad Autónoma 2002

Presupuesto 3.600.000 € (600.000.000 pts. aprox.)

17 Ayudas a la comercialización

Órgano Consellería de Industria

Descripción Ayudas al sector audiovisual para comercialización y presencia en mercados nacionales e internacionales (creación de catálogos de empresa y/o sectoriales, versión a otros idiomas, presencia en ferias especializadas, etc.)

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

18 Ayudas automáticas para producción, distribución y exhibición cinematográfica

Órgano Consellería de Cultura

Descripción El sistema estatal de ayudas automáticas (Ministerio de Cultura) debe trasladarse al ámbito de la distribución y exhibición en lengua gallega.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

19 Línea sectorial de capital-riesgo en XesGalicia

Órgano XesGalicia

Descripción Participación prioritaria (con carácter sectorial, valorando la oportunidad estratégica de la inversión) de los fondos de Capital Riesgo (XesGalicia) en la capitalización de las productoras para la consolidación del sector. Líneas específicas de actuación en audiovisual

Fecha 2002

Presupuesto 3.000.000 € (500.000.000 pts. aprox.)

20 Colaboración con los inversores privados (y optimización de las deducciones fiscales)

Órgano Fondos privados

Descripción Participación de fondos privados de inversión y financiación en la capitalización. Optimización de deducciones en el Impuesto de Sociedades por inversiones en cine y televisión (hasta un 20por ciento en la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, que incluyó largometrajes, series, animación y documental

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

21 Business plan de las empresas del sector

Órgano AGAPI.

Descripción Análisis del *business plan* de las empresas, prospecciones de futuro.

Se proveerán los mecanismos necesarios para que técnicos especializados analicen los planes de negocio de las empresas y les asesoren sobre su financiación, al margen de los seminarios, cursos o actividades formativas que preparen al sector para trabajar efectivamente sus posibilidades de financiación. Se trata de trasladar a las empresas el Plan estratégico, interiorizándolo.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

22 Ventanilla de la financiación audiovisual

Órgano Cluster do Audiovisual

Descripción Creación de la ventanilla de la financiación en colaboración con Xunta, IGAPE y entidades financieras. El objetivo es responder individualmente a las necesidades de financiación de una productora y un proyecto concreto en un momento determinado, unificando criterios, trámites y gestiones, simplificando la labor del productor ejecutivo y agilizando los procesos.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

23 Aumento del presupuesto global de CRTVG

Órgano Parlamento de Galicia (Presupuestos de la Comunidad Autónoma)

Descripción Aumentar la dotación presupuestaria de la CRTVG para que llegue a cumplir la ley del 5 por ciento (inversión del 5 por ciento de su cuenta de resultados en producción audiovisual), sin detrimento de la dotación presupuestaria de producción ajena. Velar por el procedimiento de la participación de la CRTVG en el sector audiovisual gallego.

Fecha 2002, 2003, 2004, 2005

Presupuesto 6.000.000 € (1.000 millones pts. aprox.)

24 Participación de las Sociedades de Garantía Recíproca

Órgano AFIGAL y SOGARPO

Descripción Fomentar la actuación de **sociedades de garantía recíproca** en el campo de audiovisual para la prestación de garantías y avales en el tráfico empresarial.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

25 Seguimiento del convenio AGAPI-TVG-ICO

Órgano AGAPI-TVG-ICO

Descripción La ratificación del convenio para la financiación de obras audiovisuales (documentales, largometrajes, *TV movies* y otros) cuyos derechos hayan sido adquiridos por la Televisión de Galicia, a través del Instituto Oficial de Crédito, es una de las mejores noticias que en el plano económico el sector audiovisual independiente gallego ha recibido en los últimos años. Este convenio, que se plantea en cierta manera como complemento al ya suscrito en 2002 por AGAPI y TVG, tendrá vigencia durante los dos próximos años y está previsto que sea ejecutado en dos ejercicios (enero 2002 - junio 2002, junio 2002- junio2003). El importe de la línea de financiación será de 9.000.000 €, (1.500 millones pts. aprox.), para el período

comprendido entre la fecha de la firma de este Convenio y el 30 de junio de 2003, a razón de 4.000.000 € (750 millones pts. aprox.) por ejercicio. El seguimiento de este convenio para su adecuada aplicación y cumplimiento se plantea como una de las propuestas fundamentales dentro del ámbito financiero.

Fecha 2002, 2004

Presupuesto 9.000.000 € (1.500.000 pts. aprox.)

26 Investigación+Desarrollo audiovisual

Órgano Xunta de Galicia - Universidades

Descripción Financiación del I+D específico del sector audiovisual

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

27 Convenios de colaboración de AGAPI con entidades financieras

Órgano AGAPI y entidades financieras

Descripción Elaboración de un plan de colaboración con el sector financiero y bancario gallego. Elaboración de un pliego de peticiones del sector audiovisual al sector financiero.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

28 Inversión de SODIGAL (Programa Lanza)

Órgano SODIGAL

Descripción Fomentar fórmulas de participación de entidades como SODIGAL en el capital de empresas en lanzamiento, emprendedores y similares, por un período dado de tiempo.

Fecha 2003

Presupuesto 600.000 € (100.000.000 pts. aprox.)

29 Actividades de formación sobre financiación

Órgano AGAPI, entidades financieras

Descripción Apoyo de la administración a actividades de formación y capacitación en el ámbito de la financiación, con seminarios específicos de formación sectorial orientados a responsables y directivos de las entidades financieras. Visitas de trabajo de empresarios y técnicos y gestores del IGAPE y entidades financieras al ICO, Instituto Catalán de Finanzas. Etc.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

30 Comisión de seguimiento del Plan de Financiación

Órgano AGAPI, agentes económicos-

Descripción Creación de un documento de necesidades de financiación del sector audiovisual para que sirva de nexo entre productores, administración y sector financiero-bancario. Este documento debe ser la base de trabajo de una Comisión de seguimiento del Plan de Financiación del sector audiovisual.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

PROPUESTAS DE PRODUCCIÓN

31 Ayudas automáticas a la producción cinematográfica

Órgano Consellería de Cultura

Descripción La especificidad del audiovisual hace que algunas de las modalidades con las que se pretende ayudar no cumplan en ocasiones la finalidad a la que se destinaban. En esta línea, y siguiendo las experiencias españolas e internacionales, sería conveniente la creación de un fondo de protección del audiovisual gestionado desde el Consorcio, que de ayudas automáticas a las producciones audiovisuales y multimedia ya realizadas y que cumplan determinadas condiciones. Este fondo ya existe con un planteamiento similar en el ICAA. La característica principal de este fondo específico de ayudas automáticas reside en que se concedan las ayudas teniendo en cuenta la diversidad de los tipos de producciones.

Fecha Principios de 2002

Presupuesto Indeterminado

32 Seguimiento del convenio marco firmado

por CRTVG y AGAPI

Órgano Televisión de Galicia

Descripción Durante el primer semestre de 1999 se anunció la puesta en marcha de un plan trienal de fomento de la producción de documentales gallegos para los que se destinarían 300 millones de Ptas. Para ello, la CRTVG y AGAPI acuerdan la creación de una vía complementaria de financiación, que se concretarían en la negociación de los correspondientes contratos con las empresas productoras en cualquier fase de desarrollo de un proyecto. La CRTVG acordó invertir 330 millones para cine y 100 para documentales en los años 1999 y 2000, de lo que resulta una cantidad total de 940 millones, de los que 200 millones se destinarán a documentales y 740 a cine y películas de televisión.

Por lo que respecta al cine, el precio de venta de las obras acabadas ha de valorarse en un mínimo de 90.000 € (15 millones pts. aprox.) y un máximo de 180.000 € (30 millones pts. aprox.), además de 30.000 € (5 millones pts. aprox.) en publicidad como máximo, a cambio de la venta de derechos en lengua gallega en el territorio lingüístico gallego. Con la finalidad de contribuir a la fase de preparación de las películas con los productores independientes y con el objeto de garantizar producciones de calidad e incorporar nuevos valores, 90.000 € (15 millones pts.) han de ser destinados anualmente al desarrollo de guiones para películas de largometraje, películas de televisión y documentales.

Además, la CRTVG contribuirá a la amortización de las películas de largometraje con la concesión de un *rapell* por recaudación en taquilla de 6.000 € por cada 18.000 € recaudados en Galicia. Con el fin de incentivar los rodajes en gallego, la CRTVG concederá un plus del 5 por ciento del presupuesto, hasta un máximo de 60.000 €, a las empresas de producción que rueden la versión original en gallego. La Televisión de Galicia negociará autónomamente con las empresas productoras el eventual interés de los proyectos que se le presenten durante el período de vigencia del convenio, fijando así las condiciones contractuales directamente con las empresas.

Con respecto a los documentales, CRTVG aportará hasta un máximo del sesenta por ciento del presupuesto en concepto de compra de todos los derechos de la versión gallega de la obra por un período máximo de siete años, siendo el cuarenta por ciento restante aportado por la productora

Fecha El seguimiento deberá realizarse a partir del 2002, aunque es preciso recordar que su puesta en marcha comenzó en 2001

Presupuesto 5.500.000 € (940.000.000 pts. aprox.)

33 Creación de contenidos para la *Cidade da Cultura*

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Las productoras audiovisuales de Galicia apuestan por participar en la producción de contenidos para un proyecto de alcance y valor estratégico para todo el sector.

Presupuesto Aún no está determinada la partida presupuestaria que se destinará a la dotación de contenidos audiovisuales de la *Cidade*. Pero, una vez determinado este presupuesto, un ochenta por ciento debería destinarse a productoras gallegas.

Fecha 2003-2004

34 Potenciación de la producción gallega con un incremento del presupuesto de la CRTVG para la compra de productos audiovisuales a las empresas autonómicas

Órgano CRTVG

Descripción Para cumplimiento de la Ley del 5 por ciento (la CRTVG ha de invertir al menos el 5 por ciento de su presupuesto en producciones audiovisuales gallegas) es necesario que la Consellería de Economía aumente las dotaciones presupuestarias a esta televisión.

Fecha 2002

Presupuesto Un 5 por ciento más sobre el presupuesto actual

35 Incentivar las producciones con ayudas de hasta 3 millones de euros (490 millones de pesetas aprox.)

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Este dinero podría ser destinado tanto a ayudas a la producción como al desarrollo. La lógica anual a la que se adaptan las ayudas que la Consellería de Cultura concede a la producción audiovisual, crea la necesidad de que la convocatoria se ajuste al mes de enero, para que las aportaciones puedan ser aprovechadas adecuadamente a lo largo del año –real y contable– por las empresas beneficiarias. Sólo de esta forma se podrían cumplir los objetivos que se prevén en la *Lei do Audiovisual*. En vista de esto, sería deseable que en el año 2002, la Dirección General de Comunicación Audiovisual publique las convocatorias a comienzos de año por lo que esto significa para el sector. En cuanto a los requisitos de petición de las ayudas, sería deseable que tanto las producciones puedan presentarse en soporte magnético y no necesariamente en celuloide.

Fecha 2002

Presupuesto 440 millones de pesetas

36 Comisión evaluadora plural y especializada

Órgano Consellería de Cultura

Descripción La comisión evaluadora de los proyectos tiene enorme importancia, por ser la encargada de analizar en profundidad cada una de las propuestas de solicitud. Sería conveniente para garantizar la objetividad y el correcto juicio que los miembros de la comisión evaluadora respondan a los siguientes perfiles

- 1 representante de la asociación de guionistas
- 1 representante experto en producción
- 1 representante experto en mercados audiovisuales

- 1 representante experto en producción multimedia
- 1 representante de la Televisión de Galicia
- 1 representante de AGAPI
- 1 representante del CGAI

Fecha 2002

Presupuesto No es preciso.

37 Impulso de productos más competitivos mediante adquisición de tecnologías avanzadas

Órgano Consellería de Industria

Descripción La situación específica del sector audiovisual, en el que la innovación tecnológica es un factor fundamental para concurrir de una forma competitiva en el mercado, hace necesaria una especial atención a las ayudas a la adquisición de maquinaria. En los últimos cuatro años, las ayudas a renovación e innovación tecnológica pasaron de un cuarenta por ciento inicial al veinte por ciento. Sería conveniente que este porcentaje regrese a sus orígenes.

La estimación es que el sector audiovisual invertirá alrededor de 18 millones € (300 millones de pts. aprox.) para innovación y renovación tecnológica, tanto en *software* como en *hardware*. Aplicados los porcentajes de ayudas, esto significaría una aportación por parte de la Consellería de Industria de 120 millones de pesetas, esenciales para lograr el objetivo de incremento de puestos de trabajo y de facturación expresado en el resumen inicial de objetivos.

Fecha 2002

Presupuesto 720.000 € (120.000.000 pts. aprox.)

38 Incrementar puestos de trabajo de las productoras de AGAPI desde los 188 puestos fijos y 444 eventuales actuales hasta los 300 puestos fijos y 650 eventuales

Órgano Consellería de Familia.

Descripción Para conseguir el objetivo propuesto y combatir la precariedad del empleo dentro del sector –en estos momentos es muy superior el monto de contratados eventualmente que el de trabajadores con puesto fijo- sería bueno que se mantengan las ayudas a la contratación estable que en estos momentos ya se están concediendo.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

39 Mejora en la distribución de la contratación de producción de la CRTVG, facilitando la entrada de nuevas productoras entre los proveedores habituales

Órgano Televisión de Galicia

Descripción Siguiendo las instrucciones del convenio marco firmado entre AGAPI y Televisión de Galicia, el importe unitario que la CRTVG destinará a cada proyecto subvencionado no ha de superar los diez millones de pesetas. Además, con el fin de promover la participación del mayor número posible de productoras gallegas, se establece una limitación del veinte por ciento del presupuesto asignable a una sola productora. A este respecto, deberán tenerse muy en cuenta las recomendaciones del Consello de Contas de Galicia.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

40 Estrategia común con la CRTVG para la realización de convenios con el resto de las televisiones del Estado y de la Unión Europea para la producción de proyectos

Órgano CRTVG

Descripción El futuro de la producción audiovisual está en la coproducción, sobre todo si el objetivo es afrontar proyectos de una magnitud considerable y con un estándar de calidad alto. La coproducción es una alternativa clara de financiación. Por esta razón, en la línea de dar prioridad a las empresas que más diversifiquen y externalicen su producción, y atendiendo a los propósitos del Convenio Marco con TVG, la televisión autonómica debería realizar un esfuerzo adicional a la hora de relacionarse con otras televisiones para alcanzar acuerdos de colaboración en proyectos conjuntos. La FORTA, agrupación de televisiones autonómicas con fondos propios, tiene capacidad suficiente para llegar a este tipo de acuerdos y establecer vías de colaboración. Por otro lado, diferentes programas de la Unión Europea, insisten en la idea de crear estrechas vías de colaboración entre las televisiones públicas comunitarias. La Televisión de Galicia no puede hacer oídos sordos a las oportunidades que se brinden al audiovisual de las periferias.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

41 Convenio AGAPI-CRTVG para el desarrollo de proyectos experimentales

Órgano CRTVG-AGAPI

Descripción La experimentación es la base de la creación con éxito. Los proyectos inicialmente *amateurs* o desinteresados pueden llegar a convertirse en ideas rentables. El apoyo a este tipo de proyectos abre un camino seguro hacia la formación de nuevos profesionales y sienta las bases para que pequeñas iniciativas lleguen a ser grandes.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

42 Producción estable de ocho a doce *TV movies* por año, desarrolladas en coproducción con la CRTVG

Órgano AGAPI-CRTVG

Descripción El incremento de los canales de televisión va a facilitar la financiación de este tipo de proyectos. Por otro lado, la *TV movie* es un formato ideal para, posteriormente, dar el paso al largometraje, tanto para los actores como para los técnicos que en este momento realizan las series de ficción de gran éxito en la Televisión de Galicia. Experiencias como la de *Mareas Vivas* demuestran que este tipo de producciones gozan de gran éxito de público. Las *TV movies* son, además, productos exportables, lo que no sólo significaría ingresos para las propias productoras que vendieran los derechos de emisión o para la CRTVG, que podría revenderlos, sino que además podría ser una fuente de trabajo para las empresas de doblaje y un medio de promoción del sector.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

43 Convenio para sonorizar películas en gallego

Órgano Dirección Xeral de Política Lingüística, AGAPI y CRTVG

Descripción El sistema catalán de ayudas a la exhibición cinematográfica en lengua catalana (de cuyo coste aporta la Generalitat el 50%), debe ser aplicado gradualmente, hasta alcanzar una cuota de cine en gallego del 25% en 2006, a razón de un incremento del 5% anual. El coste debería sufragarse entre la Xunta de Galicia (33%) y el resto las distribuidoras.

Fecha 2002-2006

Presupuesto Indeterminado

44 Maduración y profesionalización competitiva de los trabajadores del sector mediante convenios de formación

Órgano IGAPE

Descripción Los convenios de formación deseables no sólo se ocuparían de las cuestiones formativas, sino que se ocuparía también de la inserción laboral. Es recomendable un estudio previo, realista, sobre las necesidades concretas de cada rama del sector e, incluso, de cada productora. Este tipo de estrategias formativas personalizadas no sólo suponen una subida en el nivel de cualificación de los profesionales del sector, sino que además, al tratarse de respuestas concretas a demandas concretas, ofrecen una garantía de resultado inmediato.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

45 Colaboración con las Facultades y Escuelas para producciones no comerciales

Órgano Universidades, EGACI (Escuela Gallega de Cine), etc.

Descripción La existencia de estudios audiovisuales en centros docentes –tales como la Facultad de Periodismo de Santiago, la Facultad de Humanidades y la de Bellas Artes en Pontevedra, la EGACI en Vigo, etc. – hacen posible la utilización de estos medios y platós por parte de la industria en producciones no comerciales. Excluyendo expresamente el uso comercial de estos medios educativos –que en ningún caso deben entrar en competencia con la industria-, deben establecerse líneas de colaboración en áreas no comerciales, así como en I+D.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

46 Colaboración con la futura Escuela Superior de Arte Dramático para la intervención de actores en las producciones gallegas

Órgano IGAEM-Universidades

Descripción Existen en toda Galicia varias escuelas y talleres no homologados en los que se imparten clases de interpretación y expresión cultural. El número de personas que se matricula en estos cursos cada año y el número creciente de producciones de ficción que se ruedan en Galicia, son las mejores pruebas de que una titulación reglada de interpretación es cada vez más necesaria. Las universidades gallegas y el Instituto Galego de las Artes Escénicas e Musicais, con el impulso de AGAPI, podrían crear bien una Escuela Oficial, bien un programa de cursos concreto.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

47 Producción más especializada y competitiva gracias a la formación de profesionales con becas específicas

Órgano Consellería de Familia

Descripción Para que el sector audiovisual gallego pueda responder con productos competitivos a las demandas del mercado del entretenimiento, debe contar con profesionales a la altura de las circunstancias. La formación de estos profesionales podría incentivarse con la creación de becas específicas que premien la excelencia y creatividad.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

48 Producción de mayor calidad para el desarrollo de contenidos para la tele formación en el sector audiovisual

Órgano Consellerías de Educación y Familia

Descripción La colaboración con empresas especializadas sería fundamental a la hora de dirigir los esfuerzos formativos del sector a través de la tele formación.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

49 Plan de colaboración con la Escuela de Negocios de Caixanova

Órgano Escuela de Negocios de Caixanova

Descripción En la tarea de contribuir a la maduración de los productores ejecutivos de Galicia, la Escuela de Negocios de Caixanova podría participar de modo especial. En los cursos a desarrollar por esta Escuela de Negocios, en colaboración con AGAPI, se inculcará cómo valorar adecuadamente una empresa y cómo hacer una prospección de futuro de la misma para realizar producciones de nivel. El sector audiovisual no sólo necesita profesionales de la producción, sino también de la gestión y la administración; es decir, empresarios que sepan cómo hacer frente a proyectos de dimensiones considerables desde el punto de vista económico y empresarial.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

50 Asesoramiento en titulaciones y ayuda en la elaboración de un mapa de postgrados en función de las necesidades de producción del sector en Galicia

Órgano Universidades gallegas

Descripción A la hora de elaborar un mapa de las necesidades formativas de Galicia, tanto la Universidad de Santiago como las de A Coruña y Vigo deberían participar activamente elaborando un estudio de demanda entre los estudiantes, necesidades en el mercado laboral y posibilidades reales presupuestarias o de medios. Este estudio, sumado al elaborado por AGAPI y la Consellería de Familia, debería ofrecer una radiografía bastante aproximada de las necesidades del sector y sus productoras.

Fecha Principios 2002

Presupuesto Indeterminado

PROPUESTAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

51 Programa semanal divulgativo del sector audiovisual gallego

Órgano TVG - AGAPI

Descripción La emisión en TVG de un programa semanal de una media hora de duración acerca del audiovisual propio ayudaría a crear entre los espectadores una conciencia selectiva de apoyo al cine gallego. Además, un programa de este tipo permitiría dar a conocer las actividades de un sector estratégico que, a estos niveles, rara vez aparece en los telediarios (a diferencia de otros sectores estratégicos como el pesquero, el maderero, etc...)

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

52 Distribución de parte de los presupuestos de promoción y difusión a las productoras gallegas

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Puesto que la promoción es un elemento clave para el éxito de una producción, se propone que la Consellería de Cultura financie el 33 % de los gastos promocionales justificados, para erradicar la tendencia actual en la que las productoras destinan todos sus esfuerzos económicos a la parte de producción y carecen de fondos para la parte comunicacional.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

53 Seguimiento del convenio marco de la CRTVG en su faceta de instrumento difusor

Órgano CRTVG-AGAPI

Descripción El convenio marco entre la *Televisión de Galicia* y *AGAPI* pretende establecer vínculos de colaboración permanentes para la promoción y difusión del audiovisual gallego, fundamentales para la industria de contenidos y para la difusión de los valores culturales, turísticos y de entretenimiento de Galicia. Con el fin de cumplir con este objetivo, Televisión de Galicia debe garantizar la presencia de películas de largometraje, películas para televisión y documentales de creación de nueva producción realizados en lengua gallega, mediante la adquisición para la difusión tanto en la TVG como en el Canal Internacional de los oportunos derechos de comunicación pública, reproducción y, en su caso, distribución.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

54 Ayudas a los planes de comunicación de un producto

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Independientemente de que una productora presente su proyecto a las subvenciones a desarrollo o producción, los productores gallegos deberán poder optar a una subvención concreta a la promoción de un producto. Una buena campaña de difusión puede llegar a ser tan cara como la propia ejecución del proyecto. Muchas veces, la promoción constituye el embudo donde se atascan las producciones gallegas que quieren salir a competir al mercado.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

55 Participación y representación del audiovisual gallego en el Conferencia Euro-Iberoamericana del sector cinematográfico y audiovisual

Órgano Consellería de Cultura y AGAPI

Descripción La participación en este tipo de conferencias no sólo ayuda a promocionar los trabajos del sector audiovisual gallego sino que además puede abrir vías hacia acuerdos de coproducción.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

56 Ayudas a presencia en festivales

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Cuando una empresa acude a un festival a promocionar sus productos no sólo da a conocer su producto concreto, sino que hace una labor de difusión y representación de todo el sector. Esto es algo que debe ser tenido en cuenta e incentivado por la administración autonómica. El copiado de originales y envío a diferentes puntos de España y el mundo es un gran coste que muchas veces no se ve rentabilizado en términos económicos.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

57 Ayudas a copias para distribución

Órgano Consellería de Cultura

Descripción En la actualidad existen convocatorias públicas para ayudas a diferentes fases de la creación del producto audiovisual. Sin embargo, en estas convocatorias se ignora una y otra vez la parte de distribución. Para ayudar a los productos gallegos a introducirse en el circuito estatal de salas y poder plantearse como objetivo serio salir a mercados internacionales, la Administración debe ayudar económicamente a la distribución.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

58 Elaboración de estudio de mercados (en cine, televisión, documental y multimedia) para la distribución adecuada

Órgano Consellería de Industria

Descripción No todos los productos son iguales y, por supuesto, tampoco los mercados a los que se deben destinar esos productos lo son. Para lograr una adecuada colocación de la producción gallega en los circuitos comerciales convencionales, y también en los alternativos, es necesario realizar un estudio de mercado que describa correctamente las características de la demanda actual.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

59 Ayudas a la asistencia a mercados e implicación directa de la Administración en estos mercados

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Al igual que afirmamos en otra medida la necesidad de estar presentes en festivales internacionales, para que los productos gallegos puedan ser conocidos más allá de Piedrafita, es absolutamente necesaria la participación en mercados internacionales, participación que deberá ser incentivada no sólo económicamente sino también con el apoyo institucional, de representación de la administración autonómica.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

60 Acuerdos para la distribución con grandes empresas especializadas en distribución

Órgano Consellería de Cultura, AGAPI y CRTVG

Descripción Hace sólo dos años la Xunta de Galicia llegó a un acuerdo histórico con la empresa Filmax que fue el primero, pero no debe ser el último. Conocida la situación actual de los circuitos comerciales de distribución, es deseable que la Administración autonómica, en colaboración con AGAPI, y CRTVG trate de forjar y firmar acuerdos de distribución con las grandes empresas de distribución (en cuyas manos está el mercado).

Fecha 2003-2004

Presupuesto Indeterminado

61 Elaboración de un catálogo de empresas y producciones audiovisuales

Órgano Consellería de Industria

El catálogo de empresas y producciones audiovisuales, generado por la Administración, no sólo es necesario para tener una visión de conjunto fidedigna de la realidad del audiovisual gallego. Además, es una herramienta de promoción que presentar. Este catálogo debe ser elaborado por la Consellería de Industria y no por una empresa privada o una asociación, para que en él no sólo estén presentes las productoras de AGAPI o aquellas con mayor facturación, sino todo el sector.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

62 Ayudas a las salas de exhibición que proyecten películas comunitarias

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Las salas de exhibición son un foro cultural importante en la sociedad actual, además de la principal plataforma de la producción cinematográfica europea presente. Actualmente, las Comunidades Autónomas son la administración competente para convocar y conceder ayudas a la exhibición cinematográfica y, de hecho, ya se han publicado órdenes que convocan subvenciones a las salas de exhibición cinematográfica que proyecten películas comunitarias beneficiarias de las ayudas a la distribución del ICAA. Pueden optar a estas ayudas los titulares de salas de exhibición cinematográfica situadas en Galicia que acrediten haber proyectado películas de la Comunidad Europea beneficiarias de las ayudas a la distribución.

convocadas por el ICAA y que estén inscritas en el Registro de Empresas del ICAA. La cuantía de las ayudas resulta de la aplicación de hasta un 5% de los ingresos brutos de la recaudación generados por la proyección de las películas comunitarias. En el caso de que dichas películas sean exhibidas junto a algún cortometraje, puede recibir adicionalmente el equivalente al dos por ciento de los ingresos brutos de recaudación que obtenga la correspondiente película comunitaria. El objetivo de la Consellería de Cultura deberá ser que dichas ayudas se mantengan y se potencien.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

63 Promoción institucional de festivales propios de cortometrajes, largometrajes y documentales

Órgano Consellería de Cultura

Descripción La Consellería de Cultura debe incentivar y ayudar a los festivales y concursos de creación audiovisual, sobre todo en el plano de las dotaciones. Nuevos talentos, productoras gallegas y el sector en general serían beneficiarias de un instrumento que es, sobre todo, auto-promocional.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

64 Creación y celebración de una feria internacional centrada en una rama industrial del sector audiovisual

Órgano Consellería de Industria

Descripción Galicia podría ser anfitriona de una feria nacional de maquinaria o *software* para la producción audiovisual. Habría dos posibilidades: crear la feria *ex novo* (dado el gran número de empresas de doblaje y sonorización que existen en Galicia, una **Feria de Sonido** sería una idea adecuada), o bien, celebrar en suelo gallego alguna feria de prestigio ya existente. Con este tipo de convocatorias se consigue concentrar en la comunidad a un gran número de profesionales y proveedores especializados y convertir al país en un referente en la materia. La Semana Verde o Expo-Agro son experiencias muy positivas dentro de otros sectores, que pueden aplicarse al audiovisual.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

65 Apoyo a los Premios AGAPI (Premios do Audiovisual Galego)

Órgano Consellería de Cultura y CRTVG

Descripción Los premios AGAPI han sido desde el momento de su creación un acontecimiento promocional de primera clase para las productoras que forman parte de la Asociación en concreto y para el sector en general. Todos los esfuerzos que estas empresas realizan a lo largo del año salen a la luz en la ceremonia de entrega de los premios, convertida en verdadera Gala o Fiesta del Audiovisual Gallego. Tras cinco ediciones celebrando los Premios AGAPI, nuestra asociación considera que estos Premios deben convertirse en los premios de todo el sector y propone modificar su nombre y bases de convocatoria, de modo que los futuros “premios do Audiovisual Galego” –con la denominación que en su día se acuerde- sean los de todo el sector audiovisual gallego, sin exclusión.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

66 Acuerdo con la CRTVG para la difusión de *promos* de producciones del audiovisual gallego

Órgano CRTVG

Descripción La difusión de *promos* (breves espacios promocionales) de cine propio es una estrategia adoptada hace ya tiempo por Televisión Española, que está haciendo una intensa labor de apoyo al cine español, no sólo por medio de coproducción y compra de derechos de emisión, sino también con la publicidad que da a las producciones estatales. En este sentido, el programa *Versión Española* es un claro ejemplo de promoción inteligente del cine español. La Televisión de Galicia podría seguir este ejemplo, con la emisión de un programa como el que ya se ha propuesto en un punto anterior y, adicionalmente, con la proyección de *promos* elaboradas dentro de la CRTVG o por las productoras interesadas (en TVE se sigue una fórmula mixta).

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

67 Acuerdos a través de AGAPI y FAPAE con Televisión Española

Órgano AGAPI, FAPAE y CRTVG

Descripción AGAPI, con la ayuda de la Federación Española de Productoras, y con la Televisión de Galicia como “madrina” de excepción, debe llegar a un acuerdo de emisión de producciones audiovisuales gallegas. No sólo en lo que se refiere al cine, campo en el que Televisión Española ha avanzado mucho en los últimos años, sino también en el ámbito del documental, que, no lo olvidemos, es el más prolífico (en cuanto a número de producciones al año) en la comunidad gallega.

Fecha 2002-2003

Presupuesto Indeterminado

68 Ayudas al doblaje y a la subtitulación

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Las ayudas a doblaje y subtitulación ya se mencionan en el apartado de producción, pero es fundamental recordarlo a la hora de hablar de promoción y difusión. Para que los productos audiovisuales gallegos tengan una cierta difusión en circuitos internacionales, es necesaria la subtitulación o el doblaje como unos elementos más dentro del proceso de producción. El idioma no puede ser un obstáculo, sino una palanca de la difusión, en la medida en que es garantía de diversidad y respeto a la diferenciación cultural. La participación en festivales y concursos también depende en buena medida de estos condicionantes.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

69 Emisión de producciones gallegas en horas de *prime time*

Órgano CRTVG

Descripción Desde el pleno respeto a la autonomía de TVG respecto de su programación, hacemos constar que la mejor difusión del cine gallego pasa por su programación en horas de máxima audiencia (*prime time*). Para ello, a la hora de seguir el cumplimiento del Convenio-Marco y de establecer nuevos acuerdos con la Televisión de Galicia, no sólo es importante conseguir la emisión de producciones gallegas: es fundamental que estas emisiones se realicen en horas de buena audiencia. De poco o nada sirven las proyecciones a altas horas de la madrugada.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

70 Edición de un Anuario del Audiovisual

Órgano AGAPI y CGAI

Descripción Desde AGAPI proponemos al CGAI editar conjuntamente un anuario del sector donde se encuentren condensadas todos los recursos, incluidas localizaciones, necesarios para ubicarse dentro del sector en Galicia. Con una base de datos bien documentada, como material de trabajo, el Anuario podría contener: productoras, empresas de servicios, personal artístico y auxiliar, distribución y exhibición, Internet, televisión y telecomunicaciones, medios de comunicación e instituciones, agenda, etc.. Sería una herramienta de trabajo para los profesionales del propio sector y un documento informativo para quienes quieran conocer rápidamente el panorama audiovisual gallego. En la publicación debería incluirse una versión reducida –a modo de listado, con nombre, año, género y formato- del catálogo de producción. Esta guía debe editarse con una periodicidad anual para que los datos no pierdan actualidad y la publicación gane credibilidad.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

PROPUESTAS DE FORMACIÓN

71 Publicación del “Estudio de necesidades formativas del sector audiovisual de Galicia”

Órgano Instituto Galego das Cualificacións (Consellería de Familia)

Descripción Edición del estudio realizado por SOLUZIONA en virtud del convenio AGAPI-Consellería de Familia. El estudio incluye una caracterización del sector, un análisis de necesidades formativas (“Mapa de Ocupaciones”) por subsectores (cinematografía, producción videográfica y televisión, multimedia, animación). Las conclusiones del estudio han sido asumidas, en el ámbito estatal, por FAPAE.

Órgano Consellería de Familia

Fecha Principios de 2002

Presupuesto 72.000 € (12.000.000 pts. aprox.)

72 Segunda fase del estudio de necesidades de formación “Mapa de competencias”

Órgano Instituto Galego das Cualificacións (Consellería de Familia)

Descripción Como continuación del estudio realizado en el año 2001 sobre detección de necesidades formativas, es preciso desarrollar hasta sus últimas consecuencias el mapa de ocupaciones, realizando el “Mapa de competencias”, coherentemente con las directrices del nuevo Plan Gallego de Formación Profesional.

Fecha 2002-2003

Presupuesto 90.000 € (15.000.000 pts. aprox.)

73 Análisis de la oferta educativa audiovisual

Órgano Consellería de Educación

Descripción El estudio de necesidades formativas impulsado por AGAPI ha permitido conocer las necesidades del sector (la demanda); el paso siguiente debe poner este diagnóstico en correlación con la actual oferta educativa audiovisual existente en Galicia (universitaria, FP, etc.). El resultado final permitirá establecer la adecuación entre oferta y demanda.

Fecha 2003

Presupuesto 180.000 € (30.000.000 pts. aprox.)

74 Propuesta Escola Superior de Cinematografía de Galicia

Órgano Consellería de Educación

Descripción Centro superior especializado, de prestigio, complementario de las actuales escuelas de Formación Profesional, con participación universitaria y del sector (modelos ECAM y ESAC).

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

75 Escuela Superior de Arte Dramático

Órgano Consellería de Educación

Descripción Centro superior especializado en la formación de actores para el sector audiovisual con participación universitaria, del Centro Dramático Galego y del sector.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

76 Fondo de becas de formación

Órgano Consellerías de Cultura y Educación

Descripción Fondo destinado a sufragar total o parcialmente los gastos de estudio y/o estancia fuera de Galicia para estudiantes recién licenciados y profesionales cualificados, para la realización de estudios de alta especialización inexistentes en Galicia. A título indicativo, incluiría estudios como los siguientes ACE, STRATEGICS, CARTOON, EAVE, MEDIA BUSSINEESS SCHOOL, FILM BUSINESS SCHOOL, MEGA MEDIA, FASTLANE, ARISTA, PILOTS, etc.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Fondo plurianual estable dotado con 10 millones anuales.

77 Desarrollo de contenidos de TELE FORMACIÓN

Órgano Consellería de Familia

Descripción El nacimiento de nichos de trabajo relacionados con la tele formación determinará a muy corto plazo una gran demanda de contenidos para tele formación, a los que el sector –particularmente las empresas de multimedia- deben dar una respuesta ágil.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

78 Convenio de formación empresarial específica con la Escuela de Negocios

Órgano Escuela de Negocios de Caixanova

Descripción Incluye la realización y estudio de los *business plan* de las empresas interesadas, trasladando al ámbito de cada empresa particular las líneas directrices del sector y de este mismo Plan estratégico.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

79 Colaboración del sector con las Universidades de Galicia

Órgano Consellería de Educación, Consejo de Universidades de Galicia

Descripción Participación del sector a través de AGAPI en el “Estudio sobre o desenvolvemento do Sistema Universitario Galego nos próximos anos (2000-2005)”, particularmente en lo que atañe a las tecnologías de la información y la comunicación y la coordinación de titulaciones, elaboración de un mapa de postgrados, etc...

Fecha 2002

Presupuesto indeterminado

80 Plan de formación Galicia-Norte de Portugal (INTERREG III)

Órgano AGAPI – Organizaciones empresariales audiovisuales del Norte de Portugal

Descripción En el marco del programa comunitario INTERREG III, para el desarrollo de las regiones fronterizas, y coherentemente con la presencia de Galicia en el espacio regional denominado Arco Atlántico y en la Comunidad Galicia-Norte de Portugal, el sector audiovisual debe plantearse una creciente cooperación con las asociaciones empresariales, las empresas y los demás agentes económicos y sectoriales del Norte de Portugal y, especialmente, de las regiones de Porto, Braga y Vila Real. Debe subrayarse que el ámbito de la formación y las nuevas tecnologías están expresamente incluidos en las líneas de trabajo de INTERREG III.

Fecha 2002-2003

Presupuesto Indeterminado

81 Formación continua. Participación en los cursos de formación

FORCEM 2002

Órgano FORCEM

Descripción AGAPI ha apostado históricamente por la formación continua de sus trabajadores en activo, a través de FORCEM (ahora Fundación Tripartita). A pesar de la complejidad que entraña la realización de estas actividades formativas, sigue siendo firme propósito de AGAPI su continuidad en los próximos años, creando un departamento de formación estable.

Fecha 2002

Presupuesto 120.000 € (20.000.000 pts. aprox.)

82 Plan Galego de Formación del Sector Audiovisual 2002

Órgano CRTVG

Descripción En el año 2001, AGAPI propuso a la CRTVG la formulación y ejecución conjunta de un Plan de Formación Sectorial, que no pudo realizarse pues en la fecha de la propuesta CRTVG ya había desarrollado sus propias iniciativas al respecto. Entendemos que en 2002 debe retomarse la propuesta y buscar vías de convergencia y cooperación de AGAPI con CRTVG en materia de formación, al igual que existen en otros campos. La propuesta deberá contar con la aprobación de los representantes de los trabajadores, para lo cual AGAPI se propone mantener un diálogo fluido con las organizaciones sindicales.

Fecha 1er. trimestre de 2002

Presupuesto Indeterminado

83 Presentación de *software* novedoso

Órgano Proveedores de *software*

Descripción Nuestro sector no puede estar a expensas de la inercia de los fabricantes de *software*, cuya tendencia general es la de presentar sus novedades en Madrid, Barcelona o en determinadas ferias y mercados. Debemos tomar la iniciativa de promover este tipo de presentaciones directamente en Galicia, como ya se ha hecho en algún caso aislado (Sony, Adobe, etc.).

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

84 Estudio del Horizonte Laboral y socio-económico del Sector Audiovisual Gallego. Oportunidad de la creación del Cluster

Órgano CES Galicia - CEG

Descripción Todas las acciones previstas en el Plan Estratégico tienen una repercusión y alcance económico, así como en materia de creación y mejora de empleo –y muy especialmente la propuesta de creación del Cluster Gallego del Audiovisual- que deben ser evaluadas con la participación del Consejo Económico y Social de Galicia. La propuesta inicial ha sido formulada a través de la CEG (Confederación de Empresarios de Galicia), a la que pertenece AGAPI.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

85 Plan de Empleo

Órgano Consellería de Familia

Descripción Actuación a través de los agentes de empleo para la mejora del empleo en las empresas del sector, optimizando los sistemas de contratación y ayudas, con el objetivo de favorecer la estabilidad en el empleo a corto y largo plazo.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

86 Participación de AGAPI en el Libro Blanco da Sociedade da

Información

Órgano Consellería de Cultura y Telefónica

Descripción La Xunta de Galicia está desarrollando a través de la Consellería de Cultura y en colaboración con Telefónica el denominado "Libro blanco da Sociedade da Información de Galicia (<http://www.xunta.es/conselle/cultura/libroblanco>). AGAPI se propone participar activamente en la elaboración de este documento en el que se definirán las líneas maestras del desarrollo de la Sociedad de la Información en Galicia, a la que es especialmente sensible el sector audiovisual.

Fecha 2002

Presupuesto Indeterminado

87 Formación empresarial

Órgano Consellería de Cultura

Descripción Siguiendo las recomendaciones del Libro blanco de la Sociedade da Información de Galicia, debe fomentarse la creación de nuevos empresarios del sector audiovisual que exploten nuevas oportunidades de negocio, distintas de las ya conocidas (o al menos, de las que ya existen en Galicia). La difusión en soportes novedosos como DVD, todo el ámbito de Internet, la gestación de proyectos empresariales vinculados a la gestión y explotación de los derechos audiovisuales, etc.

Fecha 2003

Presupuesto Indeterminado

88 Programas de adaptación de expertos de otras disciplinas

Órgano Universidades de Galicia

Descripción Una de las características de la globalización y del mundo multidisciplinar en el que se desenvuelve el sector audiovisual es el carácter transversal u horizontal de todas sus actividades. La industria audiovisual atraviesa a toda la sociedad y afecta a todos los demás sectores y profesiones. Particularmente importante es la formación específica de expertos audiovisuales procedentes del mundo del Derecho, de la Economía y las Ciencias Empresariales, del Diseño y la Publicidad, de la Fotografía, del Periodismo, etc.

Fecha 2003-2005

Presupuesto Indeterminado

89 Intercambios profesionales internacionales.

Órgano Consellería de Educación – Consorcio do Audiovisual

Descripción La posibilidad de hacer llegar nueva savia profesional a las productoras de Galicia incorporando profesionales de empresas de cualquier parte del mundo abre unas indudables expectativas de refresco. Recíprocamente, los profesionales gallegos deben tener la posibilidad de tener estancias de intercambio en empresas del extranjero. Esta actividad, habitual en el mundo universitario, pero escasamente implantada en la empresa gallega y española, genera toda clase de beneficios y solo puede ser llevada a cabo con programas de intercambio sólidamente respaldados.

Fecha 2002-2003

Presupuesto 240.000 € (40.000.000 pts. aprox.)

90 Convenios de prácticas

Órgano AGAPI y centros educativos audiovisuales de Galicia

Descripción Los centros de formación necesitan ofrecer a sus numerosos alumnos vías de realización de prácticas reales en el mundo de la empresa. AGAPI ya ha venido participando en programas de prácticas (así, con la EIS de A Coruña o con la Escuela de Imagen y Sonido de Vigo). Se trata de avanzar un paso más y formalizar estos convenios con carácter estable.

Fecha 2002- 2005

Presupuesto Indeterminado

PROPUESTAS SOBRE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

91 Colaboración tecnológica entre empresas

Órgano Empresas del audiovisual

Descripción Las empresas del sector deben establecer líneas mutuas de apoyo en el ámbito del desarrollo tecnológico y la definición de los estándares de producción.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

92 Creación de la guía de profesionales del audiovisual y multimedia

Órgano AGAPI con la colaboración de la Xunta de Galicia

Descripción Las empresas colaborarán en la creación de un directorio profesional con múltiples aplicaciones en el día a día de la industria. Se trata de una herramienta que permita localizar profesionales vinculados al audiovisual en áreas técnicas, artísticas y administrativas

Fecha 2002 elaboración y 2003 publicación

Presupuesto 60.000 € (10.000.000 pts. aprox.)

93 Creación de redes de coproducción gallegas

Órgano Miembros de AGAPI entre sí

Descripción Debe establecerse una red de cooperación empresarial específica vinculada a una red de coproducciones entre empresas. Se generan así economías de escala basadas en la aportación conjunta de las empresas, más tejido empresarial y más capacidades.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

94 Portal B2B del sector

Órgano Cluster del Audiovisual

Descripción La creación de un portal en Internet B2B debe ser una medida urgente para el impulso del comercio electrónico intrasectorial. El sector gallego no puede quedar fuera del juego de Internet en el que se está operando ya una parte sustancial de las transacciones, lo que se incrementará en el futuro inmediato. Es posible estudiar la cooperación con FAPAE en esta propuesta.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

95 Apuesta por Internet en todas las fases del proceso de producción

Órgano Empresas de AGAPI a través de políticas conjuntas

Descripción Internet aporta beneficios al sector en tres direcciones fundamentales. a) Implica una nueva tecnología de producción, b) supone un nuevo canal de distribución, y c) permite el establecimiento de relaciones de *Business to Business* entre organizaciones. En todos esos ámbitos, el esfuerzo de las empresas se encaminará a introducir la tecnología de la red en sus prácticas cotidianas.

Fecha 2002-2005, en plena definición de las redes de telecomunicación

Presupuesto Indeterminado

96 Vanguardia tecnológica facilitada por los operadores de telecomunicaciones

Órgano AGAPI y los operadores de telecomunicaciones

Descripción Reclamar de los agentes de telecomunicaciones calidad y vanguardia en las redes de comunicación. Vinculación del desarrollo de la industria de contenidos a la industria de los transportadores. Asunto de la máxima urgencia, vital para la competitividad del sector, actualmente lastrada por unas telecomunicaciones “imposibles”, con frecuentes caídas de los servidores de Internet, “anchos” de banda estrechos y deficiencias técnicas y de calidad graves. Todo ello repercute en los tiempos de producción, acarrea graves pérdidas, molestias y frena la rentabilidad y la competitividad del sector.

Fecha 2002-2005, en plena definición de las redes de telecomunicaciones

Presupuesto Indeterminado

97 Relación especial con fabricantes de equipos y software

Órgano AGAPI, sus empresas y los principales fabricantes de *hardware* y *software* utilizado en audiovisual

Descripción El sector depende muy especialmente de la tecnología para mantener la producción. Es precisa línea directa con los fabricantes de equipos y *software*, formación continua, facilidades de financiación en la adquisición de tecnología y promoción de la vanguardia técnica como motor de la competitividad y de la calidad.

Fecha Permanente

Presupuesto Indeterminado

98 Atención especial al entorno multimedia

Órgano AGAPI-Administración Pública

Descripción Convertir a la red y al multimedia en áreas de atención preferencial en las políticas sectoriales. Su capacidad de expansión justifica una atención específica. El binomio *web*-multimedia supone la incorporación a la red, los CD-ROM o DVD, de materiales de vídeo y audio concentrando así las oportunidades del sector.

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

99 Cultura de calidad en el audiovisual

Órgano Las propias productoras del sector

Descripción La implantación de una cultura de la calidad basada en la fiabilidad del sector (de cara a los inversores y los clientes), los estándares técnicos de producción (con vistas al resultado audiovisual del proyecto), los procesos productivos (eficiencia, productividad, cumplimiento de compromisos de entrega y presupuestos).

Fecha 2002-2005

Presupuesto Indeterminado

100 Academia Galega del Audiovisual

Descripción La existencia de una amplia variedad de asociaciones profesionales representativas del sector –así: representantes de los productores, de los guionistas, de los actores, de los dobladores, de los directores y realizadores, etc.- sugiere la conveniencia de que converger en una academia de las artes audiovisuales, al igual que en otras disciplinas (lengua, historia, medicina, etc.) y siguiendo el modelo implantado ya por la Academia española de Cine o la ATV /Academia de Televisión). Las funciones de esta academia deberían ser, básicamente, de naturaleza artística, creativa y de potenciación de las profesiones del sector, en su conjunto.

