

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2005-2006

Capítol 5

El sector cinematogràfic

Esteve Rimbau

Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
(Universitat Autònoma de Barcelona)

Aquest capítol s'ocupa del cinema des d'una perspectiva industrial i també política. L'autor aborda la situació dels sectors de la producció, la distribució i l'exhibició a Catalunya en un context de profunds canvis en les formes de consum. Quant a la perspectiva política, apunta els reptes que han d'afrontar la nova llei del cinema d'àmbit estatal i la futura llei catalana de foment de la cinematografia.

La novetat dels darrers anys rau en unes formes de consum que substitueixen l'assistència a les sales d'exhibició cinematogràfica per d'altres finestres domèstiques

Aquesta renovació del sector implica un profund replantejament metodològic en el seu estudi ja que les dades disponibles no permeten més que un diagnòstic parcial

1. Introducció

"La circulació de les obres cinematogràfiques europees en el si de la Unió contribueix, per a cada un dels països membres, a l'aprenentatge de què és la diversitat del nostre continent, a un millor coneixement de les cultures dels nostres veïns" (*Europa Cinemas. Network Review*, maig de 2006, pàg. 1). Aquestes paraules de Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de Cultura de França, haurien de presidir les polítiques cinematogràfiques dels diversos països de la Unió Europea. Carmen Calvo va invocar conceptes similars quan el 2004 va prendre possessió de la cartera de Cultura del govern socialista espanyol però, ara per ara, no són més que una declaració de bones intencions. Catalunya, un país particularment bel·ligerant en matèria d'identitat cultural, també n'hauria de prendre exemple. I, tanmateix, no és tan fàcil. França és l'únic bastió europeu que resisteix amb dignitat la penetració del cinema nord-americà gràcies a una legislació proteccionista sòlidament arrelada però de difícil exportació a d'altres cinematografies.

A Espanya, la nova llei de cinema proposada pel Ministeri de Cultura ha estat objecte, abans de la seva tramitació parlamentària, d'un encès debat entre els interessos contrastats de les diverses branques implicades, especialment els productors cinematogràfics i els operadors de les televisions comercials. També Catalunya està pendent de l'aprovació d'una llei de foment de la cinematografia amb mesures específiques destinades a regular una activitat que es mou, com sempre, entre els interessos divergents dels productors locals, els distribuïdors i exhibidors que viuen majoritàriament dels beneficis que proporciona el cinema nord-americà i, per últim, la utilització política del cinema com a vehicle de normalització lingüística.

La novetat dels darrers anys, cada cop més accentuada també a Catalunya, rau en uns mecanismes de producció que tenen en les televisions el seu principal motor econòmic i en unes formes de consum que substitueixen l'assistència a les sales d'exhibició cinematogràfica per d'altres finestres domèstiques que inclouen el DVD, les descàrregues legals o il·legals d'Internet, les pantalles dels telèfons mòbils o les cadenes de televisió especialitzades que, en conjunt, tendeixen al consum individual i a la carta. El futur del cinema a Catalunya passa, doncs, per la seva adaptació industrial i tecnològica a aquest nou model indissoluble de la participació de les televisions i de la intervenció de grups mediàtics locals obligats a contrastar la sempre present penetració nord-americana.

Aquesta renovació del sector implica, també, un profund replantejament metodològic en el seu estudi ja que les dades disponibles i fins ara utilitzades com a baròmetres globals no permeten més que un diagnòstic parcial. Des del moment que el finançament d'una pel·lícula espanyola depèn molt més de l'adquisició dels drets d'antena per part de les televisions que de la recaptació a la taquilla, la xifra d'espectadors a la sala revela poc més que la salut econòmica de l'exhibició. Tampoc el nombre de llargmetratges produïts anualment és plenament simptomàtic de l'activitat productiva. Són nombrosos els films que no s'estrenen a les sales i, tanmateix, les seves empreses productores segueixen en actiu. En canvi, el paisatge audiovisual actualment vigent discorre per terrenys de quantificació difícil o d'accés opac a les dades derivades de les noves formes de consum. Apropar-s'hi des dels registres habituals ofereix, únicament, una radiografia indirecta que caldrà precisar, en un futur immediat, amb noves eines diagnòstiques.

2. Polítiques cinematogràfiques

L'avantprojecte de la nova llei de cinema destinada a ser aprovada pel Parlament espanyol durant el 2007 es basa en els següents principis fonamentals d'ordre cultural i industrial: a) el suport dels sectors independents de la producció, la distribució i l'exhibició; b) la utilització de mecanismes que evitin els desequilibris patents al mercat audiovisual; c) l'adaptació de noves tecnologies i formats, i d) el suport dels creadors com a origen de la relació que mantenen amb els espectadors. Un cinquè apartat genèric, basat en "articular d'una forma més adient la relació entre els operadors televisius i la producció cinematogràfica independent" ha estat la font d'agres controvèrsies entre les dues parts implicades pel fet que, en l'actualitat, la inversió televisiva -ja sigui de forma directa o a través de l'adquisició dels drets d'antena- constitueix la principal font d'inversió en la producció cinematogràfica espanyola.

A l'informe sobre el compliment, per part dels operadors televisius, de l'obligatorietat de finançar cinema espanyol i europeu d'acord amb la Llei 25/1994, modificada per les lleis 22/1999 i 15/2001, el Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme es congratula de la bona resposta dels diversos operadors implicats per aquesta normativa. Tot i que ha disminuït el número de films en els quals s'ha invertit, de 177 el 2004 a 160 el 2005, l'import total ha augmentat de 87 milions d'euros a més de 100. Globalment, també s'han invertit les proporcions entre el finançament directe -més elevat el 2005- i la compra de drets d'antena, que ha baixat del 73,7% el 2004 al 61,93% el 2005 (vegeu la taula 1).

Mentre que TVE aposta decididament pel cinema espanyol a través de l'adquisició de drets d'antena dels productors independents, Telecinco dedica un percentatge important als telefilms produïts per empreses filials i Sogecable té una atenció preferent vers l'adquisició de cinema europeu

Taula 1. Evolució del sistema d'inversió en cinema espanyol per part dels operadors de televisió (2004-2005)

Any	2004	2005
Llargmetratges	177	160
Finançament en directe (en euros)	23.041.577 (26,3%)	38.386.092 (38,1%)
Drets d'antena (en euros)	64.476.962 (73,7%)	62.459.900 (61,9%)
Total inversió (en euros)	87.518.539	100.845.992

Font: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (2006).

Tal com s'observa a la taula 2, les estratègies d'inversió per part de les diverses cadenes no són les mateixes i mentre que TVE aposta decididament pel cinema espanyol a través de l'adquisició de drets d'antena dels productors independents, Telecinco dedica un percentatge important als telefilms produïts per empreses filials i Sogecable té una atenció preferent vers l'adquisició de cinema europeu.

L'any 2006, tant Antena 3 com Telecinco han variat les seves estratègies amb una concentració selectiva de la seva inversió en dues grans produccions cinematogràfiques: els llargmetratges *Los Borgia*, en el cas de la primera, i *Alatriste* en el de la segona. Els bons resultats obtinguts a la taquilla, especialment per l'adaptació a la pantalla del popular personatge de les novel·les d'Arturo Pérez Reverte (3.130.710 espectadors, a nivell estatal, molt per sobre de l'1.903.583 de *Volver*), avalen la rendibilitat d'aquesta estratègia però no han apaivagat la confrontació de les cadenes privades, agrupades a la Unió de Tele-

visions Comercials Associades (UTECA), i els productors cinematogràfics, representats per la Federació d'Associacions de Productors Audiovisuals Espanyols (FAPAE). El tema de litigi són els criteris introduïts a la nova llei de cinema que no només corroboren el percentatge d'inversió fins ara exigit als operadors televisius sinó que també modulen els seus destinataris a fi d'afavorir la producció independent, limitar el benefici de les empreses participades, evitar la concentració en casos com els dos llargmetratges esmentats i, a més, exigeixen un 1% adicional per a la promoció publicitària de les pel·lícules espanyoles finançades. De l'aprovació del text i de la seva aplicació dependrà el futur immediat del nou paisatge audiovisual que s'està dibuixant els darrers anys amb els operadors televisius com a grans protagonistes.

Taula 2. Inversió dels principals operadors televisius segons les diverses modalitats cinematogràfiques legalment acceptades (2005)

Operador	Cinema espanyol	Films TV espanyols	Cinema europeu	Films TV europeus	Altres (llengua espanyola)	Altres (llengua europea)	Total inversió
Antena 3	20.460.404	355.000	11.850.000	1.521.000	-	-	34.186.654
AXN	-	-	-	913.750	-	-	913.750
Cinemanía	1.861.976	-	345.907	-	-	-	2.207.883
Sogecable	18.103.971	300.000	11.090.248	-	-	-	29.494.219
Telecinco	25.373.340	2.346.826	3.727.407	1.608.837	-	-	33.056.410
TVE	34.851.301	1.332.266	1.215.000	-	-	-	37.398.567
Walt Disney	195.000	25.000	410.892	-	322.149	96.800	1.049.841
Total	100.845.992	4.359.092	28.639.454	4.043.837	322.149	96.800	138.307.324

Font: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (2006).

També obligada per la normativa de la televisió sense fronteres, TVC té un paper actiu en l'adquisició dels drets d'antena de la producció catalana, consolidat gràcies a l'acord signat a principis de 2006 entre la televisió pública catalana, l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) i l'Institut Català de Finances (*Butlletí de l'ICIC*, núm. 2, 2006, pàg. 12) i, molt especialment, a la renovació del conveni signat entre TVC i les tres principals associacions catalanes de productors cinematogràfics. Si durant el període 2002-2005 la televisió pública catalana va invertir un total de 39 milions d'euros, la dotació del nou conveni 2006-2009 és de 18 milions d'euros anuals fins a un total de 72 milions d'euros. Aproximadament un terç de la seva inversió està específicament dedicat a la producció de telefilms. Fins a la fi de 2004, es calcula que els coproduïts per Televisió de Catalunya van ser 69, repartits entre aproximadament 30 empreses productores i amb un cost mitjà d'uns 700.000 euros (Poch i Jiménez Morales, 2005: 92). La resta es destina a les produccions específicament cinematogràfiques, a través de la coproducció o, més habitualment, de l'adquisició de drets d'antena.

La política proteccionista en matèria cinematogràfica vigent a Catalunya, vehiculada a través de l'ICIC i complementària dels ajuts que atorga l'Institut de la Cinematografia i de les Arts Audiovisuals (ICAA) a nivell estatal, contempla una panoràmica de les línies de suport a la producció catalana que, independentment de la llengua emprada, s'orienta essencialment vers la realització de telefilms destinats a la petita pantalla (2.520.000 euros el 2005) i l'explotació de llargmetratges cinematogràfics (2.523.586 euros el 2005). Aquesta segona partida es reparteix selectivament entre els nous realitzadors (12% del cost del projecte, amb un màxim de 120.000 euros), els autors amb una trajectòria destacada (12% del pressupost, amb un màxim de 120.000 euros), els curtmetratges (40% del cost, amb un màxim de 10.000 euros) i la creació d'obres cinematogràfiques realitzades per artistes procedents d'altres disciplines (import màxim de 80.000 euros). A aquestes mesures de suport a la producció catalana, amb una dotació global que va augmentar des dels 7,9 milions d'euros el 2004 fins als 10,4 el 2005, cal sumar els incentius específics per a la producció en català. A principis de 2006 es va filtrar a l'opinió pública (*El Periódico de Catalunya*, 10-03-2006, pàg. 70) un esborrany de la Llei de foment de la cinematografia -encara no aprovada en el moment de redactar aquest capítol- que incloïa una definició de pel·lícula catalana en funció de la ciutadania dels seus autors, els equips tècnics, la versió original i la postproducció, a més d'unes quotes idiomàtiques per a les sales que obligarien a la projecció d'un dia d'obres de producció catalana per cada 20 d'altres àmbits. Aparcat momentàniament aquest projecte i passades les eleccions autonòmiques catalanes de 2006 que van reeditar un nou govern tripartit, Xavier Marcé va ser substituït com a director de l'ICIC, a partir del febrer de 2007, per l'advocat i economista Antoni Lladó (*Avui*, 21-01-2007, pàg. 53).

La política proteccionista en matèria cinematogràfica vigent a Catalunya contempla una panoràmica de les línies de suport a la producció catalana que, independentment de la llengua emprada, s'orienta essencialment vers la realització de telefilms destinats a la petita pantalla i l'explotació de llargmetratges cinematogràfics

3. Producció

En termes quantitius, la producció catalana de llargmetratges segueix la progressió en augment iniciada el 2002. Si aquell any es van produir 26 llargmetratges, els anys successius van ser 31 (2003), 40 (2004), 42 (2005) i 71 (2006). Aquesta tendència és paral·lela, si bé no tan accentuada, en el conjunt del cinema espanyol, però la proporció de llargmetratges catalans respecte als de la resta de l'Estat ha augmentat des del 18,9% de 2002 fins a un desorbitat 47,3% de 2006 (vegeu la taula 3).

Taula 3. Producció de llargmetratges espanyols^A i catalans^B (2002 - 2006)

	2002	2003	2004	2005	2006
Llargmetratges espanyols	137	110	133	142	150
Llargmetratges catalans	26	31	40	42	71
% llargmetratges catalans/espanyols	18,9	28,1	30,0	29,5	47,3

(A) Produïts en el conjunt de l'Estat, incloent-hi Catalunya.

(B) Produïts o coproduïts per alguna empresa amb seu social a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Institut de la Cinematografia i de les Arts Audiovisuals (ICAA, 2005 i 2006) i de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

La producció catalana de llargmetratges segueix la progressió en augment iniciada el 2002. El fenomen s'explica per l'increment de les coproduccions internacionals i una major producció de documentals

Els grups mediàtics Filmax i Mediapro encapçalen l'hegemonia de la producció cinematogràfica a Catalunya

El fenomen s'explica per l'increment de les coproduccions internacionals i una major producció de documentals, dues fórmules d'inversió que exigeixen un menor cost financer que els llargmetratges de ficció de producció íntegrament pròpia. Dels 42 títols gestats a Catalunya durant el 2005, 14 (33,3%) eren documentals i, del conjunt, només 18 (42,8%) eren íntegrament catalans, 11 (26,1%) tenien participació estrangera i 13 (30,9%) comptaven amb el concurs d'altres empreses de la resta de l'Estat espanyol. Dels 71 llargmetratges generats el 2006, amb relació a l'any anterior s'ha doblat el nombre de films de ficció però també el nombre de coproduccions (28,1%) i es manté estable el nombre de documentals.

Taula 4. Llargmetratges produïts a Catalunya (2004-2006)

	2004	2005	2006
Total llargmetratges	40	42	71
Coproduccions internacionals	10	11	20
Documentals	7	14	16
Animació	0	0	2

Font: ICIC (2006) i Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març 2007).

Castelao Productions, divisió de producció del grup Filmax, és la responsable de la majoria de les coproduccions amb denominació d'origen catalana, moltes d'elles majoritàries però sempre amb una mateixa empresa britànica, Future Films Ltd., gestionada pel català Albert Martínez Martín. En canvi, la participació en una superproducció europea com és *El perfum. Història d'un assassí*, només arriba al 20% del pressupost total i no és estrany veure darrere aquest tipus d'aliances simples operacions estratègiques per optar a subvencions procedents de programes europeus o llatinoamericans. És així com *Los Dalton*, amb només el 10% d'una coproducció majoritàriament francoalemanya, o la tercera part de *Les maletes de Tulse Luper*, coproducció entre no menys de sis països europeus, esdevenen, a efectes legals i estadístics, produccions plenament "catalanes". L'al·licient de les subvencions autonòmiques o la participació de TVC atreu, d'altra banda, productores de la resta de l'Estat o, fins i tot, la creació d'empreses locals subsidiàries que distorsionen la dimensió real de la indústria local.

Els grups mediàtics Filmax i Mediapro encapçalen l'hegemonia de la producció cinematogràfica a Catalunya amb estratègies diverses. El primer, liderat per Julio Fernández, apunta al mercat internacional amb una línia de producció que conjuga el gènere fantàstic amb la participació en coproduccions europees i títols locals amb voluntat comercial. En termes de recaptació, Castelao Productions és la cinquena productora de l'Estat durant el 2006, amb 10.943.145 euros obtinguts per 24 llargmetratges, la qual cosa la fa ser la segona productora espanyola més prolífica. En canvi, l'empresa de Jaume Roures aposta per una major concentració i ocupa el setè lloc del mateix rànquing amb només nou llargmetratges produïts, la majoria d'ells orientats vers un cinema d'autor capaç de traspasar fronteres. *Salvador (Puig Antich)* va ser la seva producció més rendible durant el 2006, mentre que *Princesas*, el drama dirigit per Fernando León de Aranoa i coproduït per Mediapro va ocupar el tercer lloc del rànquing de pel·lícules més vistes al conjunt de l'Estat durant el 2005. *El per-*

fum. Història d'un assassí, coproducció europea amb participació de Filmax és la cinquena millor recaptació de 2006.

Taula 5. Recaptació estatal dels films espanyols més taquillers (2005-2006)^A

2005			
Títol	Estrena	Recaptació (€)	Espectadors
1. <i>Torrente 3. El Protector</i>	29-09-2005	18.157.984	3.573.065
2. <i>El Reino de los Cielos</i>	06-05-2005	11.978.118	2.386.774
3. <i>Princesas</i>	02-09-2005	5.983.768	1.168.446
4. <i>El penalti más largo del mundo</i>	08-03-2005	5.136.188	1.054.421
5. <i>7 vírgenes</i>	23-09-2005	4.770.059	972.474
2006			
Títol	Estrena	Recaptació (€)	Espectadors
1. <i>Alatriste</i>	01-09-2006	16.489.511	3.130.710
2. <i>Volver</i>	16-03-2006	10.120.241	1.903.583
3. <i>El laberinto del fauno</i>	11-10-2006	7.156.755	1.346.853
4. <i>Los Borja</i>	06-10-2006	6.598.611	1.244.590
5. <i>El perfume. Història d'un assassí</i>	23-11-2006	6.499.507	1.184.849

(A) En negreta, els de producció totalment o parcialment catalana.

Font: ICAA (2005) i ICAA (2006) [En línia: "Películas españolas con mayor recaudación"

<<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2005/CinePelículasEspaniolas.html>> i

<<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2006/CinePelículasEspaniolas.html>> [Consultes: març de 2007].

Aquestes proporcions varien dins l'àmbit d'exhibició estrictament català. El 2005, *Tapas* va superar *Princesas* gràcies a la major acceptació local de l'humorista televisiu José Corbacho, codirector del film conjuntament amb Juan Cruz. De les set pel·lícules més taquilleres, quatre eren produccions de Filmax i dues de Mediapro, amb la curiosa intrusió d'*El misteri del Nil*, un documental destinat a les sales de gran format que va atreure 85.179 espectadors el 2005 i 31.611 més el 2006.

Taula 6. Recaptació a Catalunya dels films catalans més taquillers (2005)

Títol	Estrena	Recaptació (€)	Espectadors
1. <i>Tapas</i>	13-05-2005	1.498.130	274.380
2. <i>Princesas</i>	02-09-2005	1.270.582	230.148
3. <i>La vida secreta de les paraules</i>	21-10-2005	827.305	148.094
4. <i>Fràgiles</i>	14-10-2005	721.858	131.725
5. <i>El misteri del Nil</i>	04-03-2005	709.122	85.179

Font: ICIC (2006).

Dins la producció de 2006 es repeteix la competència entre totes dues productores en els dos primers llocs destacats del rànquing de recaptacions a Catalunya. *El perfume. Història d'un assassí*, adaptació de la novel·la de Patrick

Al marge de la política industrial de Filmax i Mediapro, la producció catalana està a les mans de mitjanes o petites empreses amb una activitat que només excepcionalment supera els dos llargmetratges anuals. A nivell de continguts, es manté l'activitat d'autors consagrats

Süskind, va superar *Salvador (Puig Antich)*, reconstrucció biogràfica de l'utòpic pistoler condemnat a mort pel franquisme. *Va a ser que nadie es perfecto*, una comèdia protagonitzada pels còmics televisius Fernando Tejero i Santi Millán, ocupa un quart lloc que subratlla la importància de la petita pantalla com a reclam publicitari dels llargmetratges cinematogràfics.

Taula 7. Recaptació estatal dels films catalans més taquillers (2006)

Títol	Estrena	Recaptació (€)	Espectadors
1. <i>El perfum. Història d'un assassí</i>	23-11-2006	1.933.624	330.273
2. <i>Salvador (Puig Antich)</i>	15-09-2006	1.472.217	263.136
3. <i>Yo soy la Juani</i>	20-10-2006	691.027	119.105
4. <i>Va a ser que nadie es perfecto</i>	27-10-2006	540.925	92.445
5. <i>La educación de las hadas</i>	23-06-2006	525.990	92.550

Font: Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

Al marge de la política industrial d'aquestes dues grans empreses, la producció catalana està a les mans de mitjanes o petites empreses amb una activitat que només excepcionalment supera els dos llargmetratges anuals. A nivell de continguts, es manté l'activitat d'autors consagrats, com Ventura Pons (*Amor idiota, Animals ferits*), Bigas Luna (*Yo soy la Juani*), Isabel Coixet (*La vida secreta de les paraules*), Rosa Vergés (*Iris*) o Marc Recha (*Dies d'agost*), i apareixen nous valors, com Albert Serra (*Honor de cavalleria*), Ramon Térmens i Carles Torras (*Joves*) o Jo Sol (*El taxista ful*). Dins l'àmbit documental, Carles Benpar va produir i dirigir el díptic *Cineastes contra magnats* i *Cineastes en acció*, a més de donar-se l'estrena de *La leyenda del tiempo* (Isaki Lacuesta), *Aguaviva* (Ariadna Pujol), *Rock&Cat* (Jordi Roigé) o *La doble vida del faquir* (Elisabet Cabeza i Esteve Riambau). La mort de Joaquim Jordà, després de l'estrena de *Veinte años no es nada* i el pòstum *Más allá del espejo*, deixa un buit insubstituïble en aquest territori.

4. Distribució i exhibició

Els espectadors de cinema registrats a Catalunya van disminuir de 29.034.898 el 2004 a 25.869.951 el 2005. Aquesta davallada de més de tres milions d'entrades (11%) va prosseguir el 2006, si bé amb menor mesura però amb una tendència ja iniciada des de fa temps (vegeu la taula 8).

Dins d'aquest marc general, el cinema nord-americà va disminuir la seva quota de pantalla des del 70% el 2004 a poc menys del 60% el 2005, en benefici del conjunt del cinema europeu, que es va apropar al 37%. El cinema espanyol es mou al voltant del 15%, amb petites oscil·lacions (16,7% el 2005; 15,4% el 2006) que varien segons l'èxit puntual de determinades pel·lícules. L'espai encara més reduït en el qual oscil·la el cinema de producció catalana també provoca l'augment espectacular d'1.000.133 espectadors el 2004 a 1.348.143 el 2005, atribuïble a l'èxit de coproduccions, nacionals o internacionals, que maquillen un increment percentual que si proporcionalment equival a

Taula 8. Dades generals de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya (2004-2006)

	Pantalles	Espectadors	Recaptació (€)
2004	785	29.034.898	151.341.368,73
2005	795	25.869.951	140.259.016,29
2006 ^A	781	25.341.048	143.959.910

(A) Dades provisionals.

Font: ICIC (2006) i Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

Taula 9. Espectadors de cinema a Catalunya segons procedència del productor principal del llargmetratge (2005)

	Llargmetratges exhibits	%	Espectadors	%	Recaptació (%)	%
Catalunya	72	8,23	1.348.143	5,21	7.561.607,81	5,39
Resta d'Espanya	123	14,06	2.853.205	11,03	15.528.486,12	11,07
Resta de la UE	275	31,43	5.352.870	20,69	29.019.944,79	20,69
EUA	309	35,31	15.430.739	59,65	83.161.886,76	59,29
Resta del món	96	10,97	884.994	3,42	4.987.070,81	3,56
Total	875		25.869.951		140.259.016,29	

Font: ICIC (2006).

un 70%, en termes més prosaics passa del 3,5% a un no menys raquític 5% del conjunt del mercat al nostre país.

Les sucursals espanyoles de les cinc grans distribuïdores nord-americanes encapçalen el rànquing de la distribució al conjunt de l'Estat espanyol. Si la quota de mercat del cinema de Hollywood a Catalunya va disminuir del 70% al 60% entre el 2004 i el 2005, la quota de mercat ocupada per les cinc grans filials de les *majors* (United International Pictures, Hispano Foxfilm, Warner Sogefilms, Walt Disney i Sony Pictures-Columbia TriStar) durant aquest últim any va augmentar fins al 66,23% amb només 197 llargmetratges (un 20% de tots els distribuïts). Les pèrdues de la producció pròpia es compensen, doncs, amb la distribució d'algunes de les produccions europees més taquilleres i així asseguren els beneficis globals que sistemàticament s'emporten d'un mercat, com el nostre, colonitzat des de Hollywood amb polítiques de mercat als límits de la legalitat. Resulta simptomàtic que el 10 de maig de 2006 el Tribunal de Defensa de la Competència sancionés aquestes distribuïdores amb 12 milions d'euros per unes pràctiques monopolístiques que perjudiquen la competència local. Entre elles, a les distribuïdores amb seu a Catalunya que es mouen dins la segona franja del rànquing, amb la presència estable de Sogedasa, la divisió de distribució del grup Filmax, seguida de DeAPlaneta, participada pel grup italià De Agostini, i més lluny per Manga Films (situada en catorzena posició), adquirida per Grupo Avanzit el juliol de 2006 i integrada a la seva divisió audiovisual (vegeu la taula 10).

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

Taula 10. Distribuïdores amb major recaptació a Catalunya (2005)^A

Distribuïdora	Espectadors	Films	Recaptació (€)	Quota
1. United International Pictures	4.652.898	52	25.034.726	18,06
2. Hispano Foxfilm	4.387.902	35	24.414.246	16,89
3. Warner Sogefilms	3.213.873	35	17.559.153	12,67
4. The Walt Disney Company Iberia	3.054.222	36	16.275.936	11,74
5. Sogedasa	1.552.540	49	8.384.265	6,05
6. Tripictures	1.380.245	28	7.399.564	5,34
7. DeAPlaneta	1.156.454	24	6.250.916	4,51
8. Sony Pictures Releasing de España	910.274	12	4.937.119	3,56
9. Alta Classics	855.574	53	4.642.035	3,35
10. Columbia TriStar Films de España	855.176	27	4.589.215	3,31

(A) En negreta, les empreses catalanes.
Font: ICIC (2006).

La pèrdua d'espectadors registrada durant els darrers anys va acompanyada d'una disminució del nombre de sales a Catalunya (201 el 2004, 192 el 2005) i també de pantalles (795 el 2005, 781 el 2006), essencialment concentrades en una proporció creixent de multisales (20 el 2000, 33 el 2005). Set de les vint-i-cinc sales de l'Estat amb major recaptació el 2005 estan ubicades a Catalunya. Tres pertanyen al complex Cinesa Diagonal, i dues al de Warner La Maquinista, totes elles controlades per capital nord-americà i ubicades en grans superfícies comercials. Les restants són el Bosque, del Grup Balañá, i el Cinesa Mataró Park, que es converteix en l'excepció fora de la metròpoli barcelonina. Els mateixos locals es repeteixen el 2006, amb la sorprenent presència de l'Imax Port Vell de Barcelona com la sala de tot l'Estat amb major recaptació¹. Aquesta inesperada irrupció d'una sala de gran format per damunt de les d'exhibició convencional s'explica per l'èxit d'*El misteri del Nil*, una coproducció entre una empresa catalana i una altra de nord-americana que, dirigida pel periodista Jordi Llompart, s'ha estrenat a seixanta sales d'arreu del món.

5. Política lingüística

Des que l'oposició de les sucursals de les multinacionals nord-americanes que operen al nostre país va posar fre a la implantació de la Llei de política lingüística en el sector cinematogràfic, la política de la Generalitat ha optat per assumir la realitat d'un mercat hostil a la implantació del català sense renunciar a determinades accions puntuals de caire possibilista. Reconegut el peatge comercial que per a moltes produccions catalanes suposa l'estrena en aquesta llengua, la normativa actualment vigent de l'ICIC en matèria de subvencions ha optat per separar els conceptes de producció, promoció i llengua. En aquest darrer terreny, Xavier Marcé va reconèixer una aposta "per la discriminació positiva" (*Avui*, 27-01-05, pàg. 42), que es concreta en la subvenció de 40.000 euros per als llargmetratges que s'estrenin en versió catalana i 20.000 euros addicionals si la versió original és en català. A fi d'evitar picaresques detectades en èpoques passades també s'estableix la condició d'haver estrenat com a mínim 6 còpies (10 o 15 si el total són més de 100 o 150 còpies) en versió catalana, 3 si són nous realitzadors i 1 en cas de documentals o de films de gran format; i exhibir la versió catalana com a mínim una setmana a Barcelo-

(1) Vegeu ICAA [En línia]: "Salas de exhibición con mayor recaudación". <<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2005/CineSalas.html>> i <<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2006/CineSalas.html>> [Consulta: març de 2007].

na, en local d'estrena i a totes les sessions. La Secretaria de Política Lingüística ha dedicat, en canvi, un total de 2,1 milions d'euros per a l'exercici 2005 i una previsió de 2,6 milions per al 2006 (*Avui*, 22-04-2006, pàg. 41) destinats al doblatge, la subtitulació, el copiatge i la promoció del cinema català. Malgrat el notable increment d'aquesta partida respecte a la destinada el 2003, els resultats de taquilla són cada cop més decebedors, i dels 832.028 espectadors registrats el 2005 (3,2% del total a Catalunya) s'ha passat a 650.852 el 2006 (2,5% del total), amb un nombre similar de pel·lícules (93 el 2005 i 99 el 2006). En conseqüència, cada entrada d'una pel·lícula -normalment nord-americana-doblada al català està subvencionada amb 2,5 euros (2005) o 3,9 euros (2006) procedents de l'erari públic.

Taula 11. Espectadors de cinema en català (2005-2006)

	2005	2006
Versió original catalana	108.067	101.191
Doblada	723.763	533.892
Subtitulada	198	15.769
Total	832.028	650.852

Font: ICIC (2006) i Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

Mentre que el subtitulat, l'opció més coherent per respectar la versió original i fomentar alhora la normalització lingüística, és purament testimonial, les produccions catalanes estrenades en la seva versió original mantenen la fidelitat d'un públic reduït per la dura competència del mercat. Dels films de producció catalana estrenats en la seva versió original catalana, el més vist durant el 2005 va ser el bilingüe *Amor idiota*, amb 33.113 espectadors, seguit de *Joves*, amb 20.901. Del conjunt dels deu primers, cinc eren documentals. El rànquing de 2006 l'encapçala *Ficción*, amb 28.913 espectadors, si bé es tractava d'una versió doblada de l'original castellana del rodatge. Darrere segueixen la bilingüe *Animals ferits* (17.234 espectadors), el documental *Rock&Cat* (13.230) i l'experimental *Honor de cavalleria* (8.468). La contractació d'actors de renom internacional provoca, en canvi, que algunes de les pel·lícules catalanes més vistes al nostre país tinguin la seva versió original en anglès, com és el cas de *La vida secreta de les paraules*, *Fràgils*, *El maquinista*, *La monja*, *El perfum*. *Història d'un assassí* o *Cargo*.

La principal deserció d'espectadors de cinema en català s'ha produït en aquelles pel·lícules que procedeixen majoritàriament d'empreses nord-americanes que permeten que un percentatge minoritari de les seves còpies siguin doblades al català a costa de les subvencions del govern autonòmic. Com que es prioritza un públic infantil i juvenil, la qualitat artística de les pel·lícules doblades sovint queda força degradada, però tampoc no s'obté una bona resposta: només dins l'àmbit català, *Star Wars Episodi III. La venjança dels Sith* va atreure 700.586 espectadors en la versió castellana i 37.496 en la catalana, mentre que les diferències entre els espectadors d'*Ice Age 2: el desglaç* -la més vista de les doblades al català durant el 2006- va ser de 685.236 per a la versió castellana i 58.314 per a la catalana. La diferència del nombre de còpies entre una i altra, així com la discriminació dels locals d'estrena, expliquen només una part d'aquesta dissociació que cal justificar des d'una perspectiva sociolin-

La política de la Generalitat ha optat per assumir la realitat d'un mercat hostil a la implantació del català sense renunciar a determinades accions puntuals de caire possibilista

Les produccions catalanes estrenades en la seva versió original mantenen la fidelitat d'un públic reduït per la dura competència del mercat

La principal deserció d'espectadors de cinema en català s'ha produït en aquelles pel·lícules que procedeixen majoritàriament d'empreses nord-americanes que permeten que un percentatge minoritari de les seves còpies siguin doblades al català a costa de les subvencions del govern autonòmic

güística molt més àmplia. De moment, la Secretaria de Política Lingüística s'excusa de la davallada global del nombre d'espectadors cinematogràfics per "potenciar el català a la televisió i els formats domèstics".

Taula 12. Pel·lícules més vistes en català (2005)

Doblades	Espectadors
<i>Doraemon i els déus del vent</i>	79.771
<i>Madagascar</i>	59.093
<i>Chicken Little</i>	41.937
<i>Harry Potter i el calze de foc</i>	41.538
<i>Charlie i la fàbrica de xocolata</i>	40.930
<i>El misteri del Nil</i>	39.316
<i>Star Wars Episodi III. La venjança dels Sith</i>	37.496
<i>Robots</i>	30.699
Versió original catalana	Espectadors
<i>Amor idiota</i>	33.113
<i>Joves</i>	20.901
<i>Centenari</i>	20.457
<i>El viatge de la llum. Segon viatge</i>	14.247
<i>La casita blanca. La ciutat oculta</i>	5.685
<i>Sévigné</i>	4.445
<i>La doble vida del faquir</i>	3.846

Font: Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

Taula 13. Pel·lícules més vistes en català (2006)

Doblades	Espectadors
<i>Ice Age 2: El desglaç</i>	58.314
<i>Cars</i>	46.542
<i>Scoop</i>	29.052
<i>S.O.S. Planeta</i>	29.013
<i>El perfum. Història d'un assassí</i>	27.281
<i>Veïns invasors</i>	25.243
<i>Happy Feet, trencant el gel</i>	24.587
<i>Ciutat Ratolí</i>	17.179
<i>Tirant lo Blanc</i>	16.110
Versió original catalana	Espectadors
<i>Ficció</i>	28.913
<i>Animals ferits</i>	17.234
<i>Rock&Cat</i>	13.230
<i>Honor de cavalleria</i>	8.468
<i>La central</i>	8.395
<i>La casa de mi abuela</i>	5.624
<i>El viatge de la llum. Segon viatge</i>	4.576

Font: Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (comunicació personal, març de 2007).

6. Difusió cultural

El caràcter comercialment minoritari del cinema català contrasta amb la seva gran acceptació als festivals internacionals. *Honor de cavalleria* (Albert Serra) va participar en una secció paral·lela del festival de Cannes de 2006 i va obtenir una acollida excel·lent per part de la crítica francesa, després traduïda en un ampli recorregut pel circuit d'altres certàmens internacionals. *Berlín, els darrers dos anys*, ha acollit *Amor idiota* (Ventura Pons) i *El triunfo* (Mireia Ros), mentre que *La vida secreta de les paraules* (Isabel Coixet) i *Fràgils* (Jaume Balagueró) es van projectar a la Mostra de Venècia. *Les vides de Cèlia* (Antonio Chavarrías) va concursar el 2006 a la secció oficial de Sant Sebastià, on l'any abans s'havien projectat *Aguaviva* i *La doble vida del faquir* a la secció paral·lela Zabaltegui. *La ruta natural*, un curtmetratge d'Àlex Pastor, va ser premiat a Sundance, mentre que David Martí i Montse Ribé, artistes del maquillatge amb una empresa amb seu a Catalunya, van guanyar l'Oscar de la seva especialitat per *El laberinto del fauno*, una coproducció hispanomexicana dirigida per Guillermo del Toro. Als premis Goya, atorgats per l'Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques d'Espanya, Carles Benpar va obtenir dos premis consecutius pels documentals *Cineastes contra magnats* i *Cineastes en acció*. A l'edició de 2005, Isabel Coixet va ser la gran triomfadora amb *La vida secreta de les paraules* i, a més, es va endur els guardons com a millor directora i autora del guió original. José Corbacho i Juan Cruz van guanyar el premi a la millor direcció novell per *Tapas* mentre que *Fràgils*, *Princesas* i *El método*, altres produccions amb participació catalana, van ser distingides en d'altres especialitats. A l'edició de 2006, Lluís Arcarazo va ser guardonat pel guió de *Salvador (Puig Antich)* i *El ratoncito Pérez* va ser proclamat millor llargmetratge d'animació.

El Festival Internacional de Cinema de Catalunya, celebrat a Sitges i especialitzat en cinema fantàstic, és el de referència en el territori i, els darrers anys, ha guanyat en repercussió mediàtica. Al seu voltant se celebren d'altres petits festivals especialitzats que, de fet, fan les funcions pròpies d'un circuit d'exhibició alternativa per a tot aquell material que, per motius econòmics, no s'estrena a les sales comercials. La Mostra Internacional de Films de Dones, el Festival Internacional de Cinema Gai i Lèsbic, Docúpolis, l'Alternativa, el Congrés Internacional de Cinema Europeu Contemporani o el Festival de Cinema Asiàtic de Barcelona atreuen, des de fa anys, un públic jove interessat en aquestes especialitzacions.

La Filmoteca de Catalunya tampoc ha quedat al marge de la davallada d'espectadors, i dels 147.104 que van passar per taquilla el 2004 s'ha baixat als 132.695 el 2005. A l'espera de la nova seu que, al cor del Raval de Barcelona, acollirà unes noves instal·lacions que tenen la inauguració prevista el 2009, publica una col·lecció de monografies sobre cineastes catalans de reconeguda trajectòria. Antonio Isasi-Isasmendi, José María Nunes, Joaquim Jordà o Jordi Cadena són alguns dels autors dels primers volums editats.

El caràcter comercialment minoritari del cinema català contrasta amb la seva gran acceptació als festivals internacionals

El Festival Internacional de Cinema de Catalunya, celebrat a Sitges i especialitzat en cinema fantàstic, és el de referència en el territori i, els darrers anys, ha guanyat en repercussió mediàtica

La nova Llei del cinema, a nivell estatal, i la futura Llei catalana de foment de la cinematografia hauran de modular aquest nou paisatge audiovisual, on el cinema espanyol es manté en una quota de mercat propera al 15% mentre que la quota del cinema català, en el seu àmbit específic, no supera el 5%

7. Conclusions

Les noves formes de consum cinematogràfic són la causa d'una progressiva davallada dels espectadors que acudeixen a les sales. Aquest nou taulell on es juguen les estratègies audiovisuals altera els equilibris entre les tres branques tradicionals de la producció, la distribució i l'exhibició, i atorga un protagonisme especial a les televisions. Els operadors, tant públics com privats, constitueixen la principal font del finançament d'una producció espanyola i catalana obligada a competir, en desigualtat de condicions, amb la majoritària presència del cinema nord-americà, especialment a través del sector de la distribució. La nova Llei del cinema, a nivell estatal, i la futura Llei catalana de foment de la cinematografia hauran de modular aquest nou paisatge audiovisual, on el cinema espanyol es manté en una quota de mercat propera al 15% mentre que la quota del cinema català, en el seu àmbit específic, no supera el 5%. Les subvencions atorgades per la Generalitat separen una producció pròpia que, des de la iniciativa privada, recorre al castellà o a l'anglès per obrir-se a nous mercats, mentre que la política autonòmica del doblatge al català de produccions estrangeres ha registrat una davallada de públic important que en qüestiona l'efectivitat.

Referències

- CCRTV [En línia] (2005): *Informe anual 2004*. Barcelona: Corporació Catalana de Ràdio i Televisió. <http://www.ccrtv.cat/doc/informe_2004.PDF> [Consulta: març de 2007].
- CCRTV [En línia] (2006): *Informe anual 2005*. Barcelona: Corporació Catalana de Ràdio i Televisió. <http://www.ccrtv.cat/doc/informe_2005.pdf> [Consulta: març de 2007].
- Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2006) [En línia]: *Recull de dades: Indústria cinematogràfica a Catalunya*. Barcelona: Institut Català de les Indústries Culturals. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. <<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu/060928reculldades2005.pdf>> [Consulta: abril de 2007].
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2005): *Boletín informativo. Anexo cultura en cifras. Películas, recaudaciones, espectadores. Datos 2004*. Madrid: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2006): *Boletín informativo. Anexo cultura en cifras. Películas, recaudaciones, espectadores. Datos 2005*. Madrid: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
- Martínez, Nieves (2006): *Informe del año. El cine español del 2005, suplemento del Boletín de la Academia de las Artes y de las Ciencias Cinematográficas de España*. Madrid: Academia de las Artes y de las Ciencias Cinematográficas de España.
- Martínez, Nieves (2007) *Informe del año. El cine español del 2006, suplemento del Boletín de la Academia de las Artes y de las Ciencias Cinematográficas de España*. Madrid: Academia de las Artes y de las Ciencias Cinematográficas de España.

Poch, P. i M. Jiménez Morales (2005): "La producció de telefilms a Catalunya: balanç provisional", a *Quaderns del CAC*, núm. 22, Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pàg. 91-98.

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información [En línia] (2006): *Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2005, por parte de los operadores de televisión, de la obligación de financiación anticipada de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión, europeos y españoles, contenida en el artículo 5 de la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio y por la Ley 15/2001, de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía*. Madrid: Ministerio de Industria Turismo y Comercio. <<http://www.mcu.es/cine/docs/InformeCumplimiento.pdf>> [Consulta: març de 2007].

Sociedad General de Autores y Editores (2006): *Anuario SGAE 2006 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*. Madrid: SGAE; Fundación Autor.