CULTURA I COMUNICACIÓ | Emili Prado | Actualitzat el 03/05/2021 a les 09:50

La centralitat de l'audiovisual i el necessari reforç dels projectes públics

La pandèmia constata que calen polítiques destinades a enfortir el teixit industrial del sector, combatre la precarietat laboral i promoure creativitat | Aquestes polítiques han de partir del reconeixement de la fragilitat del sistema audiovisual català



TV3 va realitzar aquest 23 d'abril l'anomenada «foto de Sant Jordi». | CCMA.

Catorzè i últim article del dossier «Canvi 20-21»



Quins són els efectes principals que ha tingut la pandèmia de la CoViD-19 en el sector audiovisual?
El sector audiovisual té una composició peculiar: està format per diferents branques (la ràdio, la televisió, el cinema), articulat en diferents titularitats (pública o privada), amb diferents sistemes de finançament (subvenció pública, publicitat, subscripció...), amb diferents segments (producció, distribució, exhibició...), amb diferents suports (terrestre, cable, satèl·lit, OTT, físic...) i amb diferents àmbits de cobertura (global, estatal, nacional i local). Aquesta multiplicitat d'aspectes es tradueix

en unes característiques de l'organització industrial molt variades, en la que hi conviuen **unes poques grans companyies amb una munió de petites i mitjanes empreses i un estol de formes d'integració industrial** que van des de l'autoocupació als autònoms, els *freelancers* i un llarg etcètera de figures precàries. Òbviament els efectes de la pandèmia sobre cada tipologia son diferents i el seu grau de dramatisme molt variat.

Amb l'esclat de l'epidèmia i de les mesures per combatre-la amb decisions extraordinàries com el confinament va emergir un primer efecte que revelava la centralitat de l'audiovisual en la societat actual: l'augment del temps de consum alimentat per dos motors principals l'aprovisionament d'informació sobre la situació sanitària, i la cerca d'entreteniment per tal d'omplir el temps disponible a la llar. Aquest efecte es produeix de forma generalitzada a la televisió de tot arreu. A Catalunya, segons dades de Kantar, es va plasmar en **un augment del 20,9% respecte el març del 2019**, tot situant el temps de consum en 4 hores 20 minuts diaris. TV3 és la cadena que registra un augment més significatiu.

Aquest augment de les audiències, que s'ha de considerar positiu, va quedar molt matisat quant a la indústria, pel fet que es va produir **una gran retracció de la publicitat**.

Podem dir que el mercat audiovisual descansa en dos grans fonts de finançament: la **publicitat** i les **subvencions**. A aquestes formes dominants cal afegir-hi una de creixent, que és la subscripció. Completen el repertori la taquilla per al cinema i els ingressos per venda o lloguer.

L'impacte immediat de la CoViD-19 al sector es va reflectir en una caiguda en picat de la publicitat, radical en el període de confinament, més matisada en funció de la represa de l'activitat econòmica en cada fase de la pandèmia. L'abast total de les conseqüències s'haurà d'establir quan l'activitat econòmica i social deixi d'estar condicionada per la pandèmia. Segons dades d'InfoAdex, la davallada de la inversió publicitària a l'Estat espanyol el 2020 es situà en un 18,1% (18,4% a la televisió i 22,9% a la ràdio).

La recaptació en taquilla es va veure directament afectada per les mesures de tancament primer i de restriccions de capacitat després. Moltes sales varen trobar inviable l'activitat en les condicions de seguretat exigides i directament no van obrir. Segons dades de ComScore, la detracció en els ingressos de taquilla es situen en un 72% l'any 2020.

Les altres tres fonts de finançament han esmorteït l'impacte per diferents raons. Les subvencions públiques es determinen anualment i per tant tret de petits reajustaments, no hi va haver grans retraccions. Això no obstant, l'erosió de la subvenció pública en els darrer anys ha estat molt greu, i en els casos que tenen finançament mixt (subvencions més publicitat), com el cas del Servei Públic a Catalunya, la situació ha estat de gran afectació. Pel que fa a l'abonament no s'ha registrat cap retracció i, en alguns segments, hi ha hagut creixement. És el cas de les plataformes de vídeo sota demanda a subscripció (SVOD), que han estat beneficiades per l'increment de temps disponible per al consum i la seva política de preus d'abonament reduïts. En el cas de la televisió de pagament tradicional tampoc es pot detectar una afectació substantiva, perquè sovint formen part d'un contracte de paquet, que a més dels serveis audiovisuals inclou la telefonia i l'accés a Internet i molt sovint estan també blindats per clàusules de permanència o per contractes anuals. Pel que fa a la venda i el lloguer, la seva discreta aportació al total d'ingressos de l'audiovisual no sembla haver-se vist erosionada significativament perquè la davallada del suport físic, afectada per les restriccions del comerç, s'ha vist compensada per l'EST (venda electrònica).

Pel que fa a les afectacions sobre la producció, s'hauria de diferenciar entre la producció de ficció, independent o per encàrrec i la producció interna -pura o en coproducció- de l'entreteniment i la informació.

Pel que fa a la producció de ficció, pel·lícules i sèries, l'efecte va tenir dues manifestacions: l'**aturada dels rodatges en curs i el retard en l'inici de nous projectes**. L'aturada suposa uns costos afegits que no estaven pressupostats en el pla de rodatge i la majoria de pressupostos tot

i tenir una partida de contingències, en cap cas tenien provisions de la magnitud dels sobre-costos sobrevinguts. En les fases de represa successives, les condicions de producció han hagut d'adaptar-se a les exigències de protecció de la salut i com a conseqüència es produeix un alentiment del ritme de producció que també té costos afegits. L'estructura de producció, composta majoritàriament per petites empreses, amb poc múscul financer, dificulta la resposta a les desviacions en els plans pressupostats. D'altra banda, la peculiar estructura laboral d'aquest segment del sector, composta en la seva gran majoria per autònoms i treballadors precaris (directors, guionistes, actors, tècnics, productors, maquilladores, etc.), fa que l'afectació adquireixi notes dramàtiques.

En el cas de la producció de programes d'entreteniment (sigui en regim de producció pròpia o en co-producció) les afectacions tenen més a veure amb les condicions de producció i en conseqüència de treball, obligats a reinventar-se per a aconseguir mantenir vives les emissions en condicions de producció des de les llars, i fent servir connexions telemàtiques i amb tecnologies domèstiques, sovint de baixes prestacions, en el període de confinament, i amb millores ulteriors en allargar-se aquesta resposta a les fases posteriors. Es pot dir que s'han posat de manifest altes dosis de creativitat per suplir la manca de mitjans, però l'estètica de la *webcam* té un recorregut limitat i suportable només en condicions excepcionals. En alguns casos aquests programes es van veure afectats per canvis temporals de la programació, per fer lloc a la graella per als programes especials de seguiment de l'actualitat generada per les conseqüències de la pandèmia. Quan es reprenien ho havien de fer en condicions de producció adequades a la protecció dels treballadors i participants.

Finalment, **en el cas dels informatius el terrabastall va ser de gran abast**. Les redaccions varen haver d'adaptar les seves condicions de producció a les mesures de seguretat per la salut i a les limitacions de la mobilitat. Aquestes limitacions van haver de combinar-les amb l'augment de la demanda social d'informació, incrementant l'oferta d'informació a les graelles. La pressió sobre aquest segment de la producció va ser majúscula. Per un costat van haver d'augmentar la producció, sense augmentar els recursos. De l'altre, van haver de fer-ho amb un canvi en les rutines de producció. I encara per un altre, van haver d'acarar una doble responsabilitat: ser curosos en la transmissió de la informació subministrada per les autoritats que gestionen la pandèmia sense deixar de garantir la llibertat d'expressió i d'opinió.

L'acceptació social en el moment del confinament sembla certificar que en general se'n varen sortir prou bé del desafiament majúscul que van afrontar, si prenem en consideració que **els telenotícies del conjunt de cadenes quasi varen duplicar la seva quota d'audiència de mitjana**. Els Informatius de TV3 van ser líders destacats.

Superada la primera fase de resposta a la pandèmia, la producció d'informatius audiovisuals es va haver d'anar adaptant a les circumstàncies específiques de cada fase i de seguida van haver d'entomar una responsabilitat sobrevinguda: ser punt de referència per a la ciutadania front al que des de l'UNESCO s'ha qualificat com a *disinfodemic,* la **pandèmia de desinformació sobre la CoViD-19** que circula per les xarxes socials, propulsada per negacionistes i oportunistes del més divers pelatge.

La llarga durada de la pandèmia, les diferents fases de virulència i les conseqüències econòmiques i socials que se'n deriven de les mesures per a combatre-la, així com les reaccions socials que generen, sotmeten els serveis informatius audiovisuals a una nova prova d'estrès per trobar l'equilibri entre la necessitat de transmetre les raons de les decisions de les autoritats que gestionen la crisi sanitària i les raons dels que pateixen les conseqüències de la crisi.



Fins a quin punt tindrà efectes a llarg termini en aquest àmbit?

El sector audiovisual a Europa viu un equilibri precari, situació de la que no s'escapa l'audiovisual espanyol i encara menys el català. La pandèmia encara està en curs i els efectes sobre el sector audiovisual encara no es poden avaluar en tota la seva magnitud, raó per la qual resulta prematur fer un diagnòstic sobre els efectes a llarg termini. Podem però prendre en consideració alguns condicionals.

Si la publicitat televisiva no es recupera i les inversions es desplacen a Internet, la inversió en producció de ficció de qualitat se'n ressentirà perquè **la publicitat d'Internet no es correlaciona amb la demanda de producció audiovisual de qualitat**. Això farà més vulnerables les televisions en la seva competició amb els SVOD. Per a compensar, les televisions poden invertir més en sèries que en pel·lícules i en l'entreteniment lleuger i els directes, afectant directament al segment de l'audiovisual focalitzat en la producció de ficció, especialment la cinematogràfica.

Si els hàbits de consum generats per la pandèmia amb un escenari de **sales tancades** o amb restriccions de capacitat allunyen el públic de les sales, aquestes es focalitzaran en les grans produccions, fet que deixaria a la producció independent i d'autor cada cop més depenent del finançament de les plataformes d'*streaming*, una tendència agreujada si les televisions inverteixen menys en pel·lícules i les retallades econòmiques post-pandèmia es tradueixen en retallades dels fons de suport a la producció cinematogràfica.

Si els pressupostos dels serveis públics audiovisuals patissin noves retallades, com a conseqüència de les previsibles polítiques d'austeritat que s'adoptin en sortir de la crisi sanitària, la qualitat del servei quedaria compromesa i la seva funció de motor del sector audiovisual seria impossible d'acomplir, afectant severament a tot el teixit industrial. La situació encara seria més insostenible en els casos dels serveis públics que tenen finançament mixt.

Si es produeix un estancament o retracció de l'abonament a la televisió de pagament, afavorit per les dificultats econòmiques dels subscriptors i per el transvasament als SVOD en *streaming* de tarifes més barates, es ressentirien els fons destinats a la producció.

[noticiadiariambautor]93/190[/noticiadiariambautor]

Com han afectat o afecten les polítiques adoptades en l'àmbit en qüestió?
Tot i que tant des de l'àmbit internacional com estatal i nacional s'han fet declaracions d'intencions de protegir el sector audiovisual tot destacant la seva importància social, cultural i econòmica, les múltiples mesures implementades han estat percebudes com insuficients per part del sector. L'Observatori Europeu de l'Audiovisual va posar en marxa un *Online Tracker* des de l'inici de la pandèmia on es recullen les mesures adoptades tant a nivell internacional, com a nivell estatal i nacional, per institucions, organitzacions industrials, autoritats reguladores, associacions de creadors, etc. En aquest *Tacker* es recollien a l'Estat espanyol 70 mesures (fins a mitjans de novembre) relatives específicament al sector audiovisual incloses algunes destinades en general a les industries culturals.

El cert és que durant el període de confinament, el sector audiovisual -com la resta de sectors econòmics- van tenir accés a mesures d'emergència, tot i que les peculiaritats d'una part del teixit industrial audiovisual (autoocupació i treball precari) quadra poc amb la principal eina que eren els ERTO. En les següents fases s'han anat incorporant mesures que s'adapten a algunes d'aquestes peculiaritats, atacant temporalment les situacions de penúria generades per l'aturada de la producció i de l'activitat general en diferents àmbits. Hi ha però un **clam sobre la deficiència dels mecanismes d'implementació efectiva dels ajuts**.

Altres mesures han tingut a veure amb la liquiditat de les empreses i, molt notablement, la compensació establerta per la davallada de la publicitat. Tot i que han estat ben rebudes algunes mesures com facilitar préstecs, amb garanties públiques i allargar els períodes de retorn, aquest tipus de mesura poden suposar només un ajornament del problema si els efectes de la parada tenen conseqüències a llarg termini en el sector audiovisual. També han estat ben acollides les mesures de flexibilització de terminis d'entrega o de condicions d'estrena relatives a les condicions que acompanyen els ajuts a la producció.



La pressió sobre els diversos espais informatius va ser majúscula. Foto: Carlos Baglietto.

Quines mesures o polítiques caldria aplicar a partir d'ara, tenint en compte la situació creada per la pandèmia?
La pandèmia ha posat de manifest la centralitat de l'audiovisual a la societat actual. Una revelació que ha tret el vel teixit de diagnòstics equivocats per una mala interpretació dels indicis provinents de la digitalització i d'Internet. Però **la crisi ha mostrat com de central és l'audiovisual quan es tracta de consums culturals**, de generar pràctiques de socialització, de crear esferes de cohesió social, i d'accedir a la informació contrastada.

La pandèmia ha posat de relleu el **rol protagonista del servei públic en el conjunt de l'audiovisual**. Els ciutadans han bolcat la seva atenció privilegiant-lo com a font d'autoritat, rescabalant-lo dels efectes erosius de continuades campanyes de descrèdit promogudes pel pensament neoliberal, que s'ha anat traduint en una progressiva erosió del seu finançament.

En aquest context **cal articular unes polítiques públiques destinades a enfortir el teixit industrial del sector**, combatre la precarietat laboral i promoure una capacitat creativa capaç de subministrar continguts de qualitat suficient per atraure les audiències interiors i amb capacitat de circular pels mercats exteriors.

«La minorització de la llengua catalana en el consum audiovisual es converteix en el problema central que han d'abordar les polítiques públiques de comunicació i cultura»

Aquestes polítiques han de partir del reconeixement de la fragilitat especial del sistema audiovisual català, al que s'hi sobreposa el sistema audiovisual espanyol més gran, tant en la talla de l'audiència, com en el de les empreses, que opera com a un sector extractiu, acumulant més d'un 80% de l'audiència de la televisió i encara més de la recaptació publicitària. Com a conseqüència, la minorització de la llengua catalana en el consum audiovisual es converteix en el problema central que han d'abordar les polítiques públiques de comunicació i cultura. El creixent protagonisme de les plataformes globals OTT, que ha estat posat de manifest a bastament durant la pandèmia, magnifica el problema, atès que **les obres catalanes i en català als seus catàlegs tenen proporcions insignificants**.

Cal doncs un **salt de grans magnituds en la inversió pública en l'audiovisual**, augmentant els fons destinats a la producció de ficció, invertint en estructures de comercialització de les obres en altres mercats, millorant les estructures de producció per atraure empreses internacionals que s'incorporin al teixit industrial audiovisual català i contribueixin a la seva dinamització, recolzant les estructures de formació del talent creatiu que ja existeixen en el país, especialment formant els perfils canviants que reclama la producció audiovisual en els nostres dies.

[noticiadiariambautor]93/209[/noticiadiariambautor]

Al centre d'aquestes polítiques ha d'estar l'**enfortiment de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals** (CCMA). Cal augmentar significativament el seu finançament tant per augmentar la seva capacitat d'atraure les audiències, com per fer de motor de l'audiovisual i estimular la estabilitat del teixit industrial. Una CCMA innovadora, que produeixi i encarregui produccions, que estigui present en totes les formes de contacte amb els públics i amb unes formes de governança

deslliurades de les pressions partidistes, flexible i amb capacitat de respondre als desafiaments estratègics que plantegen els canvis en l'ecosistema comunicatiu i en els hàbits de consum. Cal reforçar també l'aportació del teixit audiovisual de proximitat, integrar-lo en el disseny de les polítiques públiques i integrar-lo en el joc de sinergies que hauria de caracteritzar la transformació del sistema audiovisual. Igualment cal dissenyar i invertir en una plataforma OTT que reculli la producció audiovisual catalana i incorpori així mateix, com a funció secundària, totes les obres d'origen extern disponibles en català. Aquesta iniciativa pot estar liderada pel la CCMA o concebre-la com una iniciativa independent d'ella però integrant-la.

[noticiadiariambautor]93/187[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/191[/noticiadiariambautor]

Referències:

Barlovento Comunicación (2020). *Informe TV: El rosco del Consumo Audiovisual*. https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/el-rosco-del-consumo-audiovisual-septiembre-2020/

CAC (2020a). Especial coronavirus, *Biac* nº extraordinari. Abril 2020. https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-04/BIAC_Coronavirus.pdf

CAC (2020b). Especial coronavirus 2, *Biac* nº extraordinari. Maig 2020 https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-10/BIAC_Coronavirus2_rev.pdf

Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información, v. 29*, n. 2, e290223. https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23

EBU(2020).*Trust in media2020.* https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/open/Trust_in_Media_2020/EBU-MIS-Trust_in_Media_2020.pdf

EBU (2020). *COVID-19 Report.* https://www.ebu.ch/publications/covid-19-report

European Audiovisual Observatory (2020). *COVID 19 audiovisual sector measures. https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/covid-19-audiovisual-sector-measures*

Fernández-Quijada, D. i Speck, D. (2020). *Covid-19 crisis. Public radio response to the pandemic*. Geneva: EBU. https://www.ebu.ch/publications/research/loginonly/report/covid-19-crisis-public-radio-response-to-the-pandemic

Fundació Josep Irla (2020). El futur de l'audiovisual. *Eines* nº38. https://irla.cat/publicacions/38-futur-audiovisual/

Howcroft, C.(2020). *The financial impact of Covid-19 on European public broadcasters. Public Media Alliance*. https://www.publicmediaalliance.org/the-financial-impacts-of-covid-19-on-european-public-broadcasters

Túñez-López, M. et al (2020). Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Profesional de la información, v. 29*, n. 5, e290518. https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18