



Panoràmica dels telefilms

J.M. Baget i Herms

Introducció

Una definició de la pel·lícula per a televisió incorpora necessàriament elements prou diversos, ja que el seu origen històric i les seves característiques també ho són. De fet, hi ha dos models que d'alguna manera segueixen tanmateix els dos grans models de gestió i finançament de la televisió: el públic i el privat, l'uropeu i el nord-americà, amb tots els matisos que s'hi vulgui afegir. Inicialment, cap a començaments dels anys setanta, la pel·lícula per a televisió a Europa es defineix fonamentalment com un producte de qualitat, realitzat per cineastes "autors" que rebien el suport financer del sector públic, mitjançant la televisió, per dur a terme els seus projectes i disposar alhora d'una via de comunicació (la televisió) per donar a conèixer les seves obres.

Paradoxalment, un mitjà de comunicació de massa afavoria la creació d'obres titllades de minoritàries o experimentals, que la indústria cinematogràfica del sector privat no s'atrevia a emprendre, per una possible manca de beneficis. En aquest àmbit no s'hi inclouen les pel·lícules, finançades en part o totalment per les televisions, que s'estrenen a les sales cinematogràfiques i s'emeten més tard a la televisió, ja que aquesta fórmula s'ha convertit gairebé en un model comú de finançament del cinema europeu, des del més popular al més minoritari, sobretot arrel de la incorporació de les cadenes de pagament com ara Canal Plus.

Als Estats Units, en canvi, la pel·lícula per a televisió, més coneguda allà com a *TV movie*, va néixer a finals dels anys seixanta en el marc de la mateixa indústria audiovisual, com un producte econòmicament rendible per als productors i els seus clients, en aquest cas les grans xarxes nord-americanes de televisió (*networks*). Els aspectes més creatius es van deixar de banda i els telefilms va reprendre el paper que havien assolit a partir dels anys trenta les pel·lícules de sèrie B. El seu desenvolupament va anar lligat a la remarcable acceptació als índexs d'audiència (*ratings*), de vegades superior a l'estrena televisiva de grans pel·lícules que, només pel lloguer, costaven a les xarxes els quantitats molt superiors a la producció de ficció específicament per a la televisió: l'any 1974, l'estrena a televisió d'*El padrí* li va costar set milions de dòlars, i en aquell moment un telefilm es podia produir per un cost aproximat d'entre 400.000 i 500.000 dòlars.

Des d'un punt de vista estructural, hi havia tanmateix diferències substancials entre els telefilms europeus (i, per extensió, de tots els països amb cadenes de televisió de

titularitat pública) i els nord-americans (i, per extensió, dels països amb un rol hegemònic de les cadenes privades). Ambdós models pertanyen a l'àmbit del telefilm, macrogènere que inclou bàsicament tota la producció de ficció. En el cas europeu, el model s'apropa més a l'estètica del cinema, mentre que el nord-americà s'ajusta als codis televisius. El telefilm unitari nord-americà seria, per tant, una obra no estructurada en episodis però dotada d'una estructura narrativa pròpia, que permet les interrupcions publicitàries i que, inclou per tant, uns nivells de fragmentació narrativa que no es donen als telefilms europeus de les cadenes públiques, on encara avui no se sol autoritzar la interrupció de les pel·lícules emeses a la televisió, sigui qui sigui el seu origen. Malgrat tot, la creixent privatització de les cadenes públiques europees obre cada cop més el camí a un model narratiu únic, el fragmentari, que s'ajusta a les necessitats dels talls publicitaris.

Les *TV movies* nord-americanes tenen una duració estàndard (entre els 90 i els 180 minuts) que s'ha d'ajustar als horaris de les xarxes televisives. Un telefilm, que pel seu cost de producció és sempre material per a l'horari de màxima audiència, entre les vuit i les onze de la nit, no sols conrea una estructura fragmentària dictada pels talls publicitaris sinó que, alhora, ha de tenir una duració molt precisa dins d'aquestes bandes esmentades i això comporta unes obligacions narratives afegides. La *TV movie* nord-americana és clarament un producte dins de l'àmbit televisiu i, de fet, competeix sovint amb sèries de telefilms que emeten capítols "especials" de dues hores, amb una estructura unitària a partir de personatges i situacions argumentals ja conegudes pel públic. Únicament la xarxa pública Public Broadcasting Service (PBS) disposa de normes diferents, però les seves limitacions financeres no li permeten anar més enllà d'una participació minoritària en la producció de pel·lícules situades fora dels circuits comercials.

Cal esmentar en aquesta introducció el paper de Televisió Espanyola (TVE) i de Televisió de Catalunya (TVC) en la producció de pel·lícules per a la televisió. Fins al 1979, uns deu anys de retard amb respecte a les cadenes públiques europees, TVE va concretar, juntament amb el Ministeri de Cultura, un primer principi d'acord amb la indústria cinematogràfica espanyola per a la producció de sèries de televisió basades en grans obres literàries. Després de nombrosos problemes i entrebancs, i encara al període de la transició, el projecte es va reconvertir: es va suspendre el finançament d'algunes sèries, unes altres van conservar la seva estructura original i, finalment, algunes es van reconvertir en pel·lícules adreçades primer a les sales cinematogràfiques i més tard estrenades a televisió. Únicament al llarg del breu mandat de Pilar Miró (1986-88) es va crear una autèntica col·laboració de TVE i la indústria cinematogràfica. Per la seva banda, TV3, amb el suport de la Generalitat, va posar en marxa la producció d'alguns telefilms específicament destinats a la seva estrena a televisió, que ha ensopegat tanmateix amb problemes de finançament derivats de la greu crisi del sector audiovisual de titularitat pública, comuna a la majoria dels països europeus.

El model europeu: del públic al privat

La televisió es va desenvolupar a Europa molt més lentament que als Estats Units, on el

1965 ja hi havia 355 aparells per cada mil habitants. A Europa, malgrat el creixement econòmic, no se superaven aleshores els 132 aparells per cada mil habitants. La rivalitat entre ambdós mitjans hi va arribar molt més tard que als Estats Units. És cert que l'èxit aclaparador d'alguns programes, com el concurs *Lascia o raddoppia* a Itàlia, ja des del 1955 va obligar els exhibidors de sales cinematogràfiques a instal·lar televisors als cinemes, si no ho feien així, els dijous, quan s'emetia el programa, no hi anava ningú; però es tractava de fets gairebé anecdòtics. El creixement de la televisió a Europa va anar lligat a la millora - desigual en el temps- del nivell de vida i del poder adquisitiu dels seus ciutadans, un cop es van superar les penúries derivades de la Segona Guerra Mundial, que, en canvi, no havien afectat els Estats Units.

Aquest desenvolupament de la televisió a Europa va acabar, fatalment, per treure públic als espectacles en general i al cinema en particular, i va fer minvar la producció. Les cartelleres s'omplien de pel·lícules de Hollywood, que ja havia superat la crisi que, en el seu cas, s'havia palesat als anys cinquanta, i a la televisió hi sovintejaven les sèries nord-americanes, ja que la producció de ficció a Europa era encara molt baixa i de poca qualitat en general. La indústria cinematogràfica als països europeus, però, és aleshores, almenys en part, una qüestió d'Estat: les bones pel·lícules s'exporten i contribueixen a l'economia nacional, donen prestigi a l'exterior i, en un marc propici a les idees europeïstes, els productors cinematogràfics ja fa temps que han descobert els avantatges, si més no comercials, de les co-produccions. Una possible crisi d'aquest sector, que a més posaria en perill molts llocs de treball, esdevé, per tant, un afer d'Estat. I la televisió als principals països europeus és de titularitat pública, és a dir, estatal i en règim de monopoli. El diàleg es fa inevitable, encara que la situació no és equilibrada, però tal vegada complementària: la televisió disposa de diners gràcies a les subvencions estatals, i sobretot dràcies a l'impost per l'ús dels aparells, i el cinema disposa de talents creatius i una indústria ja en marxa. Un matrimoni per interès, que, amb nombroses tempestes conjugals i amb amenaces d'un divorci sorollós, s'ha anat mantenint al llarg dels anys sota formes i plantejaments diversos.

L'Alemanya Federal

A Alemanya, per exemple, és gairebé impossible parlar de Rainer Werner Fassbinder sense recordar que la televisió pública (ARD, ZDF i la regional WDR de Colònia) li van finançar les seves primeres pel·lícules, i fins i tot *Les amargues llàgrime de Petra Von Kant* provenia d'un text dramàtic escrit per a la televisió. De fet, tot el moviment de l'anomenat Nou cinema alemany (Werner Herzog, Wim Wenders, Jean-M. Straub...) va rebre el suport de la televisió pública, pel que fa a la producció de telefilms i documentals d'autor. La producció de *Berlin Alexanderplatz* de Fassbinder i *Heimat* d'Edgar Reitz, que el seu autor definia senzillament com "una pel·lícula de 18 hores", van marcar els punts culminants dels anys d'or d'aquesta valuosa col·laboració, establerta segons un contracte fonamentat en rigorosos criteris econòmics.

La reunificació (que va obligar a absorbir l'enorme dèficit de la televisió de l'Alemanya Oriental i crear noves cadenes regionals) i, sobretot, la irrupció de les cadenes privades

dels grans grups multimèdia (Kirch, Bertelsmann, RTL, etc.) van provocar una caiguda considerable dels ingressos de les cadenes públiques. L'aportació de les privades al sector cinematogràfic, d'altra banda, es va basar en uns criteris estrictament comercials, i sobretot, en la producció de sèries de ficció que permeten el manteniment de la indústria però ofereixen poques oportunitats als autors. La cadena ARTE ha donat una sortida als joves creadors, sobretot en l'àrea del documental, però no tant pel que fa als telefilms, i la renovació es fa cada cop més difícil; es tracta d'un fenomen que d'alguna manera es cospa arreu d'Europa i en alguns casos encara amb més intensitat que la mitjana.

Channel Four

Al Regne Unit, en canvi, la col·laboració entre la televisió i el cinema es va iniciar arran de la posada en funcionament el 1982 de Channel Four, una cadena finançada inicialment per la xarxa comercial ITV, de la qual formava part i se'n va independitzar econòmicament als anys noranta. Des dels seus començaments, Channel Four va produir anualment un bon nombre de pel·lícules adreçades alhora a la seva estrena a les sales de cinema i a la televisió: els cicles Film on Four van permetre la irrupció de nous talents, fins aleshores ofegats pel domini aclaparador del cinema nord-americà en totes les branques del cinema anglès, i el retorn de grans clàssics com Ken Loach, que, després d'uns anys d'oblit, va reemprendre amb força la seva carrera gràcies als ajuts de Channel Four i a la difusió que va fer de les seves pel·lícules.

Itàlia

La RAI, la televisió Italiana va ser una pionera en la col·laboració entre la televisió i el cinema i des de finals dels anys seixanta va promoure la producció de pel·lícules a càrrec de joves autors, com ara Bernardo Bertolucci (*La strategia del ragno*, 1970) que prèviament, cap al 1965, havia dirigit a la televisió una sèrie documental de tres capítols, *La via del petrolio*. La RAI es va convertir en la gran coproductora del cinema italià dels anys setanta i, juntament amb la indústria cinematogràfica, va emprendre una política de producció de telefilms i minisèries de gran qualitat, com ara *La Odissea* i, sobretot, "*Leonardo da Vinci*". Tanmateix, tota l'obra de Roberto Rossellini després del seu retorn espectacular amb *La prise du pouvoir de Louis XIV*, produïda per l'ORTF francesa, i de la seva polèmica frase ("Il cinema è morto...") va ser finançada per la RAI, ocasionalment amb la cooperació d'altres televisions europees. Rossellini, el pare del neorealisme, va ser també el capdavanter d'aquesta nova forma de col·laboració, no solament en el pla industrial, sinó també en la creació de nous conceptes de la posada en escena, en adreçar-se a un nou públic molt més ampli, l'audiència de la televisió.

Al llarg dels anys, la RAI ha continuat col·laborant en la producció de telefilms i de minisèries que, en molts casos, es podien reconvertir en pel·lícules d'estrena a les sales cinematogràfiques. La RAI va adoptar sovint el format de tres hores (tres capítols d'una hora o dos de 90 minuts), dels quals el director en podia elaborar un muntatge amb la duració habitual d'un llargmetratge, adient a les necessitats dels exhibidors i també, tot

cal dir-ho, dels festivals de cinema, on aquestes pel·lícules han assolit premis importants. Cal afegir que la RAI es reserva habitualment la distribució a l'estranger, mitjançant la seva filial distribuïdora SACIS, i, malgrat la crisi econòmica de les televisions europees, segueix alhora una política de finançament i de producció amb les xarxes nord-americanes, una línia a la qual s'han afegit, així mateix, els productors lligats al grup Mediaset, de Silvio Berlusconi, amb uns criteris estrictes de rendibilitat econòmica dels productes.

El model RTVE

Aquest format de pel·lícula-minisèrie, un pèl espuri, però comercialment prou eficaç, va ser adoptat a altres televisions com ara RTVE, encara que amb resultats artístics no sempre reeixits: *La plaza del Diamant*, conposta per quatre capítols d'una hora, es va estrenar als cinemes i en canvi *Juanita la Larga*, amb un format similar, només es va presentar a festivals de televisió, ja que no va trobar distribuïdor. Aquestes minisèries formaven part del projecte de TVE i el Ministeri de Cultura amb la indústria cinematogràfica, però arrel del nomenament de Pilar Miró al cap de la Direcció General de RTVE (1986) aquesta col·laboració es va intensificar extraordinàriament. Els millors directors del cinema espanyol van rebre el suport econòmic de RTVE i la possibilitat de treballar en projectes prou ambiciosos. En aquest sentit, l'"herència" de Pilar Miró es va perllongar uns quants anys, ja que molts projectes es van engegar quan ella ja havia cessat. Però la crisi econòmica de RTVE ha estancat gairebé del tot la producció de Telefilms i de minisèries, que s'ha reduït fins a uns nivells testimonials: *La Regenta* va ser probablement la darrera gran producció d'aquest període històric difícilment repetible.

El lloc de RTVE no el van ocupar les cadenes privades, també amb problemes immediats (econòmics, de creixement i d'estructures, a més de canvis de propietat, etc.) que n'han ralentit el procés de consolidació. Tele 5 i Antena 3 han participat en la producció d'algunes pel·lícules, però al cap i a la fi s'han limitat a donar llocs de treball a alguns directors i guionistes en telecomèdies basades sovint en adaptacions barroeres de pel·lícules d'èxit popular (*Todos los hombres sois iguales* n'és un exemple). Canal Plus, per la seva banda, ha destinat importants ajuts a la producció de pel·lícules a través de Sogecable i a la difusió dels nous directors i actors del cinema espanyol, per tal de crear una mena de *star system*, fins i tot exportable. Mitjançant miniespais com *Piezas* ha donat també a conèixer curtmetratges dels joves realitzadors i col·labora en la producció de documentals de creació. Malgrat tot, i per les seves característiques de cadena de pagament, Canal Plus no produeix encara sèries ni telefilms, però el seu paper determinant en les noves plataformes digitals la pot dur a un canvi substancial en aquest sector de la producció audiovisual.

Primers passos a TVC

A Catalunya, TVC ha optat des de 1993 per la producció pròpia de ficció, en assolir un gran èxit d'audiència amb els seus fulletons com ara *Poble Nou*, *Secrets de família* i

sobretot *Nissaga de poder*. La producció en vídeo s'estén a sèries dramàtiques (*Estació d'enllaç*, *Sitges*, *Rosa...*) i telecomèdies (*Quico*, *Laura*, *Oh! Europa* i la seva seqüela *Oh! Espanya*) mentre que el suport fílmic s'ha orientat a les produccions associades amb la feble indústria cinematogràfica catalana. La minisèrie *Arnau* (amb un pressupost extraordinari, lligat a les celebracions del desè aniversari de Televisió de Catalunya) va assolir un impacte remarcable, però els primers telefilms com era *!Quin curs el meu tercer!* i altres han rebut una acceptació discreta de l'audiència. TV3 va produir, juntament amb la companyia nord-americana Lorimar, la sèrie *Quan es fa fosc* (*Dark Justice*) amb la participació de l'Institut del Cinema Català (ICC), que hi va aportar un nombrós equip de professionals i tècnics. El resultat econòmic de l'empresa, i també l'artístic, no va estar a l'alçada dels seus ambiciosos plantejaments. TV3 ha col·laborat amb altres cadenes autonòmiques, lligades a la FORTA, en sèries com *El jove Picasso*, que va patir problemes de producció deguts a una multiplicitat d'interessos divergents, i sembla que ha enterrat, ara per ara, la possibilitat d'emprendre nous projectes.

TV movies

El desenvolupament de les pel·lícules per a televisió (o *TV movies*) als Estats Units va seguir els plantejaments estructurals coherents amb una televisió de model comercial. Els criteris de rendibilitat econòmica van ser primordials, i en aquest sentit cal recordar que els telefilms van aparèixer quan les grans cadenes es van veure abocades a una lluita aferrissada per a l'obtenció dels drets d'emissió de les pel·lícules més famoses de les companyies cinematogràfiques de Hollywood. Els beneficis d'aquestes operacions van ser prou acceptables, però no totes les pel·lícules podien proporcionar augments substancials dels índexs d'audiència. És cert que el 1966 l'estrena televisiva, a la cadena ABC, del film *El pont sobre el riu Kwai* va assolir un 61% de quota de pantalla, però el seu cost va ser extraordinàriament alt i el mateix any el primer telefilm encarregat per l'NBC (de fet, l'episodi pilot de la sèrie *Fame is the Name of the Game*), emesa a TVE com *Audacia es el juego*, va assolir una audiència semblant i va costar una quarta part del lloguer de la pel·lícula de David Lean. Així es va obrir el camí cap a la producció de telefilms amb costos entre tres-cents cinquanta mil i cinc-cents mil dòlars. El 1976, l'estrena televisiva d'*Alló que el vent s'endugué*, emesa el mes de novembre en dues nits successives, va assolir un rècord històric, amb el 65% de quota de pantalla. L'NBC va pagar cinc milions de dòlars a la Metro-Goldwyn-Mayer per una única emissió. Aquell mateix any, en canvi, el telefilm *Helter Skelter*, basat en l'assassinat múltiple a Beverly Hills de l'actriu Sharon Tate i els seus amics, igualment emès en dues parts, havia assolit un 60% de quota de pantalla i havia costat poc més de mig milió de dòlars.

La relació entre preu i audiència ha estat sempre l'element clau dels plantejaments de qualsevol televisió privada, i el cas de *Helter Skelter* s'afegia, de fet, a una nombrosa llista de telefilms que podien competir en termes d'audiència amb les grans pel·lícules dels estudis de Hollywood. El punt de inflexió ja es va produir el novembre de 1971, quan el telefilm *The Gale Sayers Story* es va situar entre les deu pel·lícules més vistes de la televisió nord-americana. La seva influència es va estendre a nivells prou

diversos: d'una banda, el pressupost (450.000 dòlars) va ser fins i tot inferior als costos habituals d'aquella època, i, de l'altra, va introduir el format del dramàtic documental (docudrama), de gran tradició a la televisió anglesa, però fins aleshores gairebé desconegut als Estats Units. Les històries basades en fets autèntics es van convertir de sobte en un nou gènere, de codis narratius i continguts específics, que han estat el punt de sortida d'innombrables telefilms, des de biografies exemplars, com a conseqüència directa de l'èxit de *Gale Sayers Story*, fins a les tendències més recents de telefilms de dones maltractades i de judicis espectaculars. Tot i que el títol fa referència a Gale Sayers, un jugador de futbol americà, el cert és que el telefilm es va focalitzar en la personalitat de Brian Piccolo, un company d'equip de Sayers, que va morir de càncer després d'una lluita aferrissada contra la malaltia que el mateix Sayers explicava en la seva biografia. Aquesta història d'amistat masculina, i a més entre un jugador blanc i poc conegut i un jugador negre molt cèlebre, va ser narrada en un to intimista i melodramàtic i va obrir una tendència que, de fet, s'ha mantingut fins ara amb les esmentades incorporacions.

La lluita contra les malalties, gairebé sempre incurables, es va convertir en el tema hegemònic dels telefilms dels anys seixanta i setanta. Més tard van arribar els temes "socials", bàsicament dirigits cap a l'audiència femenina, amb obres prou reeixides com *Roe versus Wade*. Als anys noranta s'ha buscat sobretot la immediatesa en el tractament de casos escandalosos i truculents com ara el judici a O. J. Simpson, que va ser objecte de diversos telefilms, basats en llibres o en testimonis contradictoris i realitzats per productors diferents.

Els telefilms van prendre el lloc de les clàssiques pel·lícules de sèrie B, que havien revifat la indústria de Hollywood als anys de la depressió econòmica. Tot i que els seus pressupostos han anat augmentat, romanen encara molt lluny dels nivells de les grans produccions de Hollywood, i ofereixen altres avantatges a les cadenes de televisió. En tractar-se d'un producte creat específicament per a la difusió televisiva, es respecten estrictament els seus codis morals (sobretot pel que fa al sexe, la violència i el llenguatge) i no es transgredeixen les normes socials: el policia corrupte o el metge que no compleix la seva tasca fins al sacrifici, per exemple, són senzillament les "ovelles negres" d'uns col·lectius majoritàriament honrats. Quan una cadena generalista de televisió compra una pel·lícula, en canvi, es sovint veu obligada a fer-ne un nou "muntatge" on s'eliminen aquestes situacions, inacceptables per a les seves audiències massives, i, si cal, se'n canvia fins i tot la banda sonora, per tal de trobar eufemismes que puguin substituir els mots malsonants. El cas més espectacular es va produir quan es van refer completament els diàlegs de *Saturday Night Fever*. Sembla que els joves protagonistes empraven un llenguatge barroer que no en permetia l'emissió en una franja horària de màxima audiència. Amb els telefilms no hi ha cap problema d'aquesta mena, ja que els seus productors treballen "a la carta" per a les cadenes de televisió, i en tot cas afegeixen escenes eròtiques o de violència per a les versions en vídeo, que són una de les sortides comercials d'aquestes pel·lícules, o per a una segona projecció a les cadenes de pagament, on les normes esmentades són molt menys estrictes.

Els telefilms del 2000

El futur dels telefilms va molt lligat als macromodels audiovisuals de finançament i producció de les televisions. A Europa el model de titularitat pública en règim de monopoli ha entrat definitivament en crisi, malgrat la recuperació dels partits polítics socialdemòcrates de centreesquerra, que ara són majoritaris a l'Europa comunitària, la qual cosa sembla assegurar, si més no, la continuïtat del servei públic, dins d'una competitivitat més o menys forta, segons els països, amb el sector privat. Tots dos sectors, en qualsevol cas, es veuen gairebé obligats a donar suport a la indústria cinematogràfica, per tal d'emplenar de ficció els seus milers d'hores d'emissió. Europa continua patint certament un dèficit paorós de producció pròpia, mentre que els productors i distribuïdors nord-americans gaudeixen d'un terreny abonat a les graelles de programació de les cadenes europees, sobretot privades i temàtiques. El sistema de multidifusió de les plataformes digitals, amb nombrosos canals dedicats a la projecció de pel·lícules, no pot anar més enllà d'un cert sostre de reemissions, si no vol caure en el perill de la saturació i, per tant, del desencís dels abonats. No és estrany que companyies multinacionals com ara Canal Plus siguin els grans coproductors del cinema europeu, fins i tot per damunt de les cadenes públiques, que han perdut la seva hegemonia tradicional.

Nous canals de distribució

Als Estats Units, en canvi, la producció augmenta no solament per la demanda constant de les xarxes nord-americanes, sinó també pel creixement espectacular del sector privat europeu, que a més disposa d'una base econòmica prou saludable. Els telefilms han assolit un llenguatge propi, basat en un tractament intimista dels temes, que els permet exposar conflictes de repercussió social, sovint molt localistes, des de plantejaments progressistes o conservadors però sempre amb una tendència al consen. Sembla que els telefilms han ocupat definitivament el lloc de la "sèrie B" i fins i tot el dels entranyables *quickies* dels anys 30, pel·lícules que tractaven amb qüestions de gran actualitat o que aprofitaven l'ona expansiva de les campanyes publicitàries de grans pel·lícules que s'estrenaven al mateix temps: les minisèries i telefilms al voltant del *Titanic* en són un bon exemple.

El futur dels telefilms passa, tanmateix, per la seva distribució per diversos mitjans. En el cas nord-americà, el seu trajecte comença a les cadenes generalistes o a l'HBO (de pagament), continua pel vídeo de lloguer o de compra (sovint amb noves escenes, més explícites pel que fa al sexe i a la violència), l'estrena a les cadenes de pagament europees i d'arreu del món, a les cadenes locals nord-americanes (les *syndicated*) i a les cadenes generalistes. Finalment, arriben a la multidifusió mitjançant els canals temàtics de les plataformes digitals, en els quals les reemissions es poden perllongar al llarg dels anys, com ho palesen les constants recuperacions de *Duel*.

A Europa el camí sol ser diferent. Les cadenes públiques i de pagament prenen part activa en el finançament de les pel·lícules, per tal d'assegurar-se'n l'estrena a televisió. No es tracta per tant de telefilms en el sentit estricte del terme, sinó de pel·lícules que

en principi són objecte d'una doble explotació (al cinema i a la televisió) i que estan plantejades com a productes específicament cinematogràfics. Aquests drets de "pre-compra" són fonamentals per a la producció de les pel·lícules europees, i sense aquests ajuts la seva posada en marxa és gairebé inviable. Un cop assolida l'explotació a les sales cinematogràfiques, cada vegada més curta, la pel·lícula passa inicialment per les cadenes de pagament i més tard per les generalistes (de titularitat pública gairebé sempre) que han participat en el finançament. El vídeo, la venda a altres cadenes i als canals temàtics completen aquest complex trajecte.

La producció de telefilms europeus, en canvi, ha anat minvant a causa dels seus alts costos de producció i els insuficients nivells d'acceptació. D'altra banda, el doble format de pel·lícula i minisèrie no va donar els resultats artístics i comercials desitjables, ja que el ritme narratiu de tots dos formats és diferent i els directors s'han preocupat més de la pel·lícula que no pas del *tempo* propi de la minisèrie, que han percebut com una mena de format marginal o residual adreçat a audiències suposadament menys exigents que el públic cinematogràfic. La fórmula ha estat pràcticament abandonada, i en canvi sovintegen les sèries dramàtiques o les telecomèdies produïdes per a televisió que han estat ideades i dirigides sovint per directors cinematogràfics.

El futur de les pel·lícules per a televisió respon als condicionants i a les particularitats dels models de televisió dels diversos països. En un context dominat a bastament per la indústria de Hollywood, que es transforma per tal de sobreviure i ho fa cíclicament amb èxit, la televisió pública i els canals de pagament són els únics que poden afavorir als joves creadors el seu accés al cinema sense patir les exigències comercials que suposa la producció i la distribució d'una pel·lícula.

Si no volem que les aules universitàries s'omplin de nous directors frustrats que es resignen a ensenyar els seus coneixements erudits als estudiants cal mantenir i, fins i tot, augmentar una protecció de les institucions que permeti la producció de films d'autor no estrictament condicionats per les lleis del mercat. Sembla que la condició de producte multimèdia, en qualsevol cas, és la via i la condició *sine qua non* de les pel·lícules per a televisió dels temps difícils de la fi del mil·lenni.

