El sector audiovisual aragonés en auge: impacto económico, retos y perspectivas de futuro

Adriana Oliveros
Presidenta del Clúster Audiovisual de Aragón

Resumen

Además de un sector, el audiovisual es un viento de cambio en la forma de relacionarnos. Es parte de la innovación en procesos, en sistemas de ventas, en comunicación, en educación, en la narrativa de un mundo en el que tiene, además, una fuerte repercusión económica. Actualmente, el sector audiovisual, representa el 28,3% de todas las industrias culturales y sus empresas son el 2,4% del PIB español, según datos del Gobierno. Además, genera unos 72.000 puestos de trabajo directos en España. A nivel mundial, la industria factura 265.000 millones de euros al año. Se estima que esta cifra crecerá a un ritmo del 5,5% hasta 2027. En Aragón, el plan estratégico del Clúster Audiovisual de Aragón presentado en 2022 recogía ya una previsión de crecimiento exponencial (coherente con lo ocurrido en los últimos años). El reconocimiento de esta entidad como segunda Agrupación Empresarial Innovadora (AEI) de toda España en su sector por parte del Ministerio de Industria es ya un dato en sí mismo. Al menos, deja claro que representa más del 1% del PIB de la comunidad (requisito necesario para obtener esta figura), con los indicadores de 2021, en el que se situó en más de 37.964 millones de euros. Pero, hoy en día, no hay datos completos más allá de una estimación y un número de empresas dadas de alta en estos códigos de actividad. Falta una reflexión profunda. ¿Dónde empieza y acaba el sector audiovisual? O, dicho de otro modo: ¿dónde ponemos las puertas al campo?

Palabras Clave

Audiovisual, clúster innovación, atracción de rodajes

La imagen lo abarca todo. El mundo se abre a lo que somos y a lo que consumimos a través de nuestros ojos. El componente 25 (Spain Audiovisual Hub) del Plan de Recuperación y Resiliencia ya hablaba en 2021 de dinamizar el audiovisual desde una perspectiva "amplia e integradora, que incluye los videojuegos y la creación digital, a través de la internacionalización, el fomento de la innovación y la mejora de la regulación para posicionar a España como centro de referencia para la producción audiovisual y el sector de los videojuegos y los e-Sport". El objetivo era convertir a España en el plató del Sur de Europa y explorar las posibilidades de desarrollo del audiovisual, que son tremendas, pero que también es un sector que se enfrenta a oportunidades y retos. Mientras algunos subsectores, como la televisión tradicional –o lineal—vive uno de sus momentos más complicados –llegando este mes de marzo a su dato de consumo más bajo de la historia en España, según Barlovento, con 189 minutos diarios por persona (un 11% menos que en año anterior)– surgen nuevas oportunidades. La velocidad de cambio es vertiginosa.

La innovación ha sido siempre un motor clave en la transformación del sector audiovisual. Desde la creación del cine sonoro en la década de 1920 hasta la popularización del streaming de vídeo en línea, cada salto tecnológico ha cambiado la forma en que consumimos y producimos. Ahora hablamos, por supuesto, de creación de contenidos para nuevos soportes, de redes, del boom de las plataformas, de la búsqueda de historias, de producción virtual y metaverso, de la explosión del audio, a través del podcast, de los videojuegos, que también cuentan historias, de las industrias creativas… Y, más allá del consumo audiovisual per se, dentro del ámbito de la cultura, están la publicidad, las aplicaciones a la educación o el retail. Por poner un ejemplo, en la última edición de ISE en Barcelona, la española Newtonlab Space, con sede en Barcelona y la Coruña, presentó el Show Window Max, el primer escaparate holográfico del mundo: un dispositivo de 4,5 metros de largo que muestra hologramas de personas y productos reales en 3D en movimiento, a tamaño natural y en tiempo real. En Aragón, hay empresas que trabajan hace tiempo en museología a través de la realidad aumentada o que han creado aplicaciones específicas para potenciar el comercio de proximidad a través de esta última tecnología.

Pero más allá de ser un mercado creciente, el audiovisual es también un mercado estratégico. Así lo reconoce la estrategia España Digital 2025, que plantea como uno de sus ejes mejorar el atractivo de nuestro país como plataforma europea de negocio, trabajo e inversión en el ámbito audiovisual y establece el objetivo de aumentar en un 30% la producción audiovisual para el año 2025.

El Plan de Recuperación del Gobierno de España recogía ya en su presentación un informe de de PwC "Entertainment and Media Outlook 2020-2024" según el cual se esperaba "que el sector creciera un 2,8% en todo el mundo. En España, el aumento previsto será del 3,3% (hasta los 35.567 millones de euros)". La previsión estaba hecha para cinco años. De ahí, la inversión realizada a través de Spain Audiovisual Plan, que hacía balance de sus dos primeros años de vida en el pasado Festival de Málaga, con la presencia de María González Veracruz, secretaria de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales: "De los 1.600 millones de euros del plan en el que participan 13 ministerios se han ejecutado ya 1.200 millones de euros, lo que significaría el 75 por ciento de lo presupuestado. Y todavía quedaría una adenda de 425 millones de euros que se está negociando actualmente con la Unión Europea, una cantidad adicional en forma

de préstamos que llegaría para una nueva etapa del plan".

En estos 1.200 millones de euros ejecutados se incluyen todas las líneas de ayudas directas para el sector audiovisual, las antiguas y las nuevas, incentivos fiscales, créditos (ICO, Enisa…), aportaciones directas a entidades como Spain Film Commission, ICAA e ICEX… Pero que el 75 por ciento ya se haya ejecutado no significa que todo su impacto haya llegado a la industria audiovisual española. Todavía hay mucho camino por delante.

En Aragón

En Aragón, el audiovisual es asimismo un sector estratégico. De ahí, la apuesta hecha por los rodajes en lugares como Teruel, incentivados por los fondos FITE, o el impulso al trabajo de las comisiones y oficinas fílmicas, que también han proliferado en el resto de España. Según datos de Aragón Film Commission, los 36 rodajes que atendieron en 2022 (con 481días de actividad fílmica) dejaron 4,8 millones de euros en la comunidad. Y solo en lo que lleva de año (entre enero y marzo), Zaragoza Film Office –una de las entidades más jóvenes de su sector, pero que convirtió a la capital del Ebro en la tercera ciudad con una ordenanza audiovisual de España y es pionera en procedimientos electrónicos—ha tramitado 38 permisos de rodaje, entre cine, televisión y una cada vez más creciente actividad en el mercado publicitario. Y es que, aunque Aragón no tiene las ventajas fiscales para rodajes de las que disponen otros territorios en lo que se refiere a ficción –como Canarias, Navarra o Vizcaya, donde se establecen desde enero deducciones en el Impuesto de Sociedades de hasta el 70%, lo que supone un récord mundial—sí ofrece una alta rentabilidad y un espacio cómodo e inexplorado, con una industria creciente y unos servicios accesibles.

Precisamente, Zaragoza Film Office fue creada a raíz de un Plan Estratégico impulsado por el Ayuntamiento de Zaragoza que demostraba el potencial del sector. Y no solo respecto a la atracción de rodajes –que revierten especialmente en otros sectores como el turismo y la hostelería—sino también en el potencial "industrial" del propio audiovisual. En la generación de las llamadas industrias creativas. Para ver la rentabilidad y el retorno del sector, esta oficina está realizando actualmente un estudio con la Universidad de Zaragoza (concretamente a través de la Facultad de Ciencias Sociales). Hay un consenso total en la necesidad de realizar un mapeo del sector. Spain Film Commission acaba de presentar uno sobre el Green Shooting, elabo-

rado a través de la Red Nacional de Clústeres Audiovisuales, con la colaboración de Cener para ver el estado de la implantación de las estrategias de sostenibilidad, que ahora son otro gran reto. Y está promoviendo un inventario de las infraestructuras disponibles. En Aragón, el último análisis encargado por el Departamento de Cultura del Gobierno autonómico en diciembre de 2020 ni siquiera consideraba incluir a la industria, más allá de las productoras de cine, en el estudio. Simplemente dice, en la página 87, que "también está formada, además de por la producción, distribución y exhibición cinematográfica y por las empresas privadas y corporaciones públicas de televisión (…), por empresas que se dedican a la producción de contenidos audiovisuales para publicidad, divulgación y programas de televisión". El estudio previo del Clúster Audiovisual de Aragón, realizado en 2021, identificó más de 190 empresas inscritas en el código de "Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical" (aunque no todas se dedicaban a ella como core-business y algunas eran empresas creadas para un proyecto en concreto, cosa muy habitual en el caso de la cinematografía).

Ya en ese momento fue complicado decidir las fronteras porque hablamos de un sector transversal. Prácticamente, cualquier gran empresa tiene un departamento audiovisual, hasta los medios escritos ofrecen canales multimedia y el audiovisual, además de un sector, fue nuestro modo de relación natural, más aún después de la pandemia. El streaming forma parte de nuestro día a día en formación o en reuniones y, hasta en las redes sociales. Las redes audiovisuales –Instagram o TikTok— han ganado la batalla hace tiempo a las que contaban los caracteres por palabras.

España en general –y, Aragón, cada vez más– es un destino altamente atractivo para la producción cinematográfica y televisiva, gracias a su rica diversidad cultural, su infraestructura de producción y postproducción de alta calidad, su clima privilegiado y su amplia oferta de profesionales altamente cualificados. Además, las políticas de promoción y los incentivos fiscales y financieros hacen que la industria audiovisual española sea cada vez más atractiva. Según datos del Ministerio de Hacienda, en 2019, hubo 345 beneficiarios del incentivo fiscal a la producción de obras españolas, con 19,5 millones de euros. En 2020, con la pandemia en pleno apogeo, los beneficiarios fueron 270 (16,5 millones). Las estimaciones para 2021 eran llegar a 248 beneficiarios (90,95 millones), mientras que en 2022 serían 608 los beneficiarios del incentivo fiscal a la producción, por una cantidad

que alcanzaría los 153 millones en deducciones fiscales.

Pero no solo eso. Una de las medidas del Gobierno es promover la atracción de talento e inversión extranjera a España, facilitando los trámites administrativos para que los profesionales extranjeros de este sector puedan iniciar rápidamente la actividad audiovisual en España. Perfiles como 3D, VFX, Broadcaster Engineers son profesiones altamente demandadas. Es una anotación importante para el ámbito de la formación.

Está claro que el audiovisual genera trabajo. No solo el empleo directo, sino también el indirecto. Por no hablar del buen número de festivales y eventos que se mueven en torno al sector (más de treinta en Aragón). El reto es cómo conectar todas estas medidas con la propia industria. O, dicho de otro modo, cómo lograr que los incentivos –nacionales o específicos– no solo atraigan rodajes sino que consigan involucrar a empresas y profesionales cualificados. En este sentido, algunas comunidades han apostado por infraestructuras audiovisuales, principalmente dedicadas a producción virtual para atraer proyectos y completar el efecto tractor que ejercen nuestros atractivos como "plató natural".

Concretamente, el año pasado, Red. se adjudicó 24,8 millones de euros para potenciar infraestructuras locales destinadas al audiovisual a los gobiernos locales de Murcia, Madrid y Pamplona, el Cabildo de Gran Canaria y las diputaciones de A Coruña y Barcelona. Estos proyectos que beneficiarán en total a 120 pymes. En Aragón, este tipo de infraestructuras aún son una asignatura pendiente, a pesar de las ventajas que ofrecen, la dimensión de la industria, las comunicaciones y la presencia de centros de formación y tecnológicos, entre ellos, alguno de referencia nacional.

La fábrica del talento

¿Cómo es ese ecosistema en nuestra comunidad? El sector audiovisual creció de manera especial a partir de la puesta en marcha de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, en el año 2006. A partir de entonces, se potenció un grupo de empresas íntimamente relacionadas al trabajo generado para la propia autonómica, a los que se unieron operadores de grandes grupos, establecidos de forma permanente desde entonces, y centros de formación, algunos de ellos con gran tradición. En los últimos años, a ese caldo de cultivo, que también contaba con una parte industrial importante, se han ido sumando empresas que han apostado por la tecnología y que lo han hecho con bastante éxito. A pesar del número y la calidad de las empresas –que, además, destacan en toda la cadena

de valor– el sector arrastra en Aragón un problema que ni siquiera es propio y exclusivo, sino que se reproduce en la mayoría de las comunidades. Según el estudio realizado por Smartpoint con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Cámara de Comercio de España para el Plan Estratégico del Clúster Audiovisual de Aragón, nueve de cada diez compañías que operan en el ámbito audiovisual son empresas o microempresas, con menos de diez empleados y una facturación media que no supera los 700.000 euros anuales. La mayoría están situadas en Zaragoza, en un modelo que se repite en muchos otros sectores. En algunos casos –y, sobre todo, en el ámbito cinematográfico— las productoras son una suerte de pop ups, que crecen para la elaboración de un proyecto, pero que tienen un equipo estable muy reducido. En el análisis DAFO de este plan, esta característica se situaba como una de las debilidades. Entre las fortalezas estaban la situación geoestratégica de esta comunidad, la experiencia acumulada de la industria, la competitividad en costes y calidad, los centros formativos públicos y privados, el acceso a la innovación y también la tradición de Aragón en el ámbito audiovisual. Aunque, en este punto, también habría mucho que decir.

Es verdad que Aragón es tierra de talento. En la tierra de Buñuel o de Saura, ha sido increíble ver el crecimiento de figuras como Paula Ortiz o Pilar Palomero en los últimos años. Pero ni La novia, ni Las niñas ni La maternal son producciones aragonesas, aunque sus directores sí lo sean. Levantar un largo es una misión complicada y las condiciones no ayudan. Ahí sí influye el tamaño de las empresas y la capacidad de financiar un proyecto tan largo como rodar una película. Por eso, precisamente, los productores. Y, pese a eso, todos los años tenemos buenas noticias para Aragón en ficción y documental (como lo hicimos en la última edición de los Goya, con "Labordeta, un hombre sin más, de Gaizka Urresti y Paula Labordeta). Esa es la razón por la que los productores piden hace tiempo ciertas modificaciones en las ayudas al cine en la comunidad, no tanto en la cuantía sino en cuestiones como la adecuación de los plazos. De este modo, sería más fácil acometer proyectos más ambiciosos y eso revertiría en la propia industria.

Por otro lado, en Aragón, además de directores o guionistas hay otros talentos. Entre ellas, compañías que trabajan en la prestación de servicios o con diferentes tecnologías (VFX o realidad virtual) que ya exportan su trabajo e incluso han creado sedes en otros lugares partiendo de esta comunidad.

De ahí la importancia de ordenar los apoyos. Y solo se puede ordenar dimensionando y trabajando de la mano de la propia industria, más en un momento en el que el proceso de clusterización en el audiovisual se está extendiendo en toda España. A las agrupaciones ya existentes en Galicia, Cataluña, Canarias, País Vasco y Navarra, configuradas desde 2021 en la red nacional Redcau, se unió el año pasado Aragón. La semana pasada se presentó públicamente el Clúster Audiovisual de Madrid, con 59 entidades en su acta fundacional. Y el pasado mes de marzo, en Málaga ya se anunció la creación del andaluz.

Estas entidades, íntimamente relacionadas, están estableciendo numerosos contactos que prevén hacer frente a los retos del sector, entre los cuales estarían acompañar el crecimiento y el impulso a la industria identificando nodos o intentando analizar y colaborar en la implantación de los rodajes sostenibles. Eso, sin olvidar la interconexión del talento (y, por lo tanto, de las empresas) para crear una red fuerte. No solo se trata de atraer proyectos, sino también de generarlos. Y seguir conectando la generación de contenidos –de cualquier tipo—con la innovación, a través de la cone-

xión de los diferentes talentos que hay en nuestra comunidad. Se trata, también, de proteger a la industria local, con medidas que incentiven el "kilómetro cero" y protejan su desarrollo. Hasta hablando de green shooting, no hay nada más green que apostar por ello.

El Clúster Gallego –también AEI, como el de Aragón— es uno de los pioneros a la hora de ordenar y potenciar el sector. Para hacerlo, a lo largo del tiempo, han ejercido una triple función. Han sido impermeable, abrigo y paraguas de las empresas: Les han protegido ante "amenazas externas", en los momentos difíciles, les han brindado herramientas –a través del contacto con centros de conocimiento y de medidas de promoción del talento– y les han conectado a través de una red que ha incidido en la configuración del sector, en la formación y en proyectos comunes que están dando sus frutos.

Aragón tiene buenos mimbres. Tiene una industria cohesionada –con 51 empresas integradas en su clúster– y que puede aportar mucho en el desarrollo del sector, que no puede depender solo de su televisión o de las decisiones institucionales, sino que debe ser tractora de proyectos. Solo es necesario hacer un camino común y para eso hace falta más interlocución y una comunicación efectiva que permitan hacer realidad los sueños. Esos mismos que esta industria se encarga de fabricar.

Ideas fuerza

Aragón tiene buenos mimbres. Tiene una industria cohesionada –con 51 empresas integradas en su clúster– y que puede aportar mucho en el desarrollo del sector

El mercado audiovisual, además de ser un mercado creciente, es estratégico. El plan Spain Audiovisual Hub marca el objetivo de aumentar en un 30% la producción para 2025

Según datos del INE, nueve de cada diez compañías que operan en el ámbito audiovisual son empresas o microempresas con menos de diez empleados

Algunas comunidades han apostado por infraestructuras para atraer proyectos y completar el efecto tractor que ejercen nuestros atractivos como "plató natural"

Periodista y librepensadora.

Adriana Oliveros es presidenta del Clúster Audiovisual de Aragón, entidad que reúne a más de 51 empresas e instituciones del sector, –desde la producción a la distribución, pasando por los videojuegos o el unreal–, constituída en 2022 y declarada AEI por el Ministerio de Industria en enero de 2023. Oliveros nació en Zaragoza y se licenció en Ciencias de la Información en la Universidad de Navarra. Su primera pasión fue la prensa escrita, en la que ha mantenido una firma propia durante 20 años. En el 2007 se sumó, paralelamente, a la recién nacida Aragón TV, primero como presentadora y directora de algunos de sus programas más longevos y, dos años después, como productora ejecutiva y directora de contenidos de Zeta Audiovisual Aragón. Desde esta responsabilidad, lanzó y dirigió la puesta en marcha de numerosos programas de éxito, algunos de los cuales puso en marcha para otras televisiones autonómicas. En 2019, aceptó el reto de organizar la nueva división audiovisual de Editorial Prensa Ibérica en Aragón. A finales de 2021, inició una nueva aventura con su propia empresa centrada en la asesoría y los nuevos códigos audiovisuales. Es la commissioner de Zaragoza Film Office, oficina fílmica para la atracción de la actividad audiovisual.