

Productoras de contenidos audiovisuales en España

Cinco de las 200 existentes acaparan el 54 % de la producción del sector

Desde la Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación, presentamos la primera parte del estudio titulado Productoras Audiovisuales: Propiedad y Contenidos y que, como su propio título indica, trata de acercarse a aspectos fundamentales de nuestra realidad audiovisual.

El estudio ha sido realizado por el miembro de la asociación Álvaro Alás Brun, licenciado en Comunicación Audiovisual, y se encuadra en Cuadernos para la Información y Formación de los Usuarios de Medios de Comunicación, en colaboración con la sección de Consumo del Gobierno de Navarra.

El estudio tiene por objeto acercar al usuario común, y por supuesto al estudioso o profesional del campo, información concentrada, discriminada y valiosa, sobre las productoras españolas: su enumeración pormenorizada, la producción de contenidos, y su relación comercial o de cualesquier otro tipo, en su caso, con las distintas cadenas.

La segunda parte del estudio, actualmente en elaboración, estará dedicado casi exclusivamente a la propiedad y a la relación de cualquier índole con los distintos grupos mediáticos y de comunicación.

El trabajo que puede considerarse sobre datos brutos, es decir exento de opinión, estará colgado en nuestra página web a partir de la próxima semana.

En España existen en la actualidad 200 productoras de contenidos, pero, más de la mitad del volumen de producción, exactamente el 54% se lo reparten tan sólo entre cinco.

En primer lugar sorprende comprobar la cantidad existente y más aún el hecho de que únicamente una pequeña proporción, por fuerza, esté operativa. Tampoco podíamos suponer que entre cinco compañías de las 200 existentes controlaran más de la mitad del volumen del sector. Es algo que resulta cuando menos curioso y nos obliga a hacernos muchas preguntas.

Las empresas del sector crecieron en España un 17 % en 2007, con una rentabilidad de 630 millones de euros y un 13,5 por ciento durante 2008, generando una cantidad que superará los 700 millones de euros. (Menos crecimiento pero más rentabilidad) Los últimos años han constituido una etapa "muy favorable" en el desarrollo de las productoras televisivas, debido al contexto de ampliación de canales y de orientación de la audiencia hacia programas de ficción y entretenimiento, motivo por el que ha proliferado su creación.

En ocasiones las ha llegado a montar una sola persona, y no es raro ver a presentadores que deciden poner en marcha la suya propia para hacerse con el control total del programa que van a presentar. Lo mismo se puede decir de algunas cadenas que las han creado "de su confianza".

Un dato en cuanto a la ubicación: el 90% de las productoras de contenidos audiovisuales en nuestro país tiene su sede en Madrid y en Barcelona.

Maribel Martínez Éder.

www.asociacionplazadelcastillo.org

Integrante de FIATYR.

mediáticos: primera consultoría audiovisual on-line

Pamplona-Madrid-Febrero de 2009