

# La industria de producción televisiva independiente en el País Vasco: retos y perspectivas ante la transición digital

Telebista-ekoizpengintza independentea Euskal Herrian; erronkak eta ikuspegiak trantsizio digitalaren aurrean

Independent TV production industry in the Basque Country: challenges and prospects facing the digital switchover

David Fernández-Quijada<sup>1</sup>

zer

Vol. 15 - Núm. 28  
ISSN: 1137-1102  
pp. 65-83  
2010

*Recibido el 19 de enero de 2009, aprobado el 20 de marzo de 2010.*

## Resumen

Este artículo analiza la estructura de la industria vasca de producción independiente para televisión. Por un lado, se detallan y caracterizan sus actores y, por otro, se trazan las redes de aprovisionamiento que existen con sus clientes, las cadenas de televisión. Asimismo, se estudia también la demanda de éstas y, especialmente, el papel que juega en el conjunto del sistema el operador público Euskal Telebista. En este contexto, el rol público también se extiende a las políticas de apoyo al audiovisual como industria, centradas en la “clusterización” de esta actividad económica.

**Palabras clave:** Producción independiente, mercado televisivo, industria televisiva, servicio público de radio-difusión, País Vasco.

## Laburpena

Artikulu honek Euskal Herriko telebista-ekoizpengintza independentea aztertzen du. Alde batetik, aktoreen ezaugarriak eta xehetasunak ematen dira eta, bestetik, haien bezeroak diren telebista kateekin dituzten hornitze sareak marrazten dira. Halaber, azken hauen eskaera aztertzen da eta, bereiziki, sistemaren baitan Euskal Telebista eragile publikoak duen papera. Testuinguru honetan, rol publikoa ikusentzunezkoari industria bezala eskaintzen zaion sustapen-politikara hedatzen da, jarduera ekonomiko honen “clusterizazioan” zentratuta.

**Gako-hitzak:** Ekoizpen independentea, telebista merkatua, telebista industria, irratit-telebista zerbitzu publikoa, Euskal Herria.

## Abstract

This article analyzes the structure of the Basque independent TV production industry. First, the main producers are identified and characterized and then the supply networks with the broadcasters are drawn. Besides, the demand

---

<sup>1</sup> Universitat Autònoma de Barcelona, david.fernandez@uab.es

for this kind of production is studied and especially the role played by the regional public service broadcaster Euskal Telebista. In this context, the intervention carried out by the regional government can also be found in the industrial policies for the audiovisual sector, centred in the clusterization of this economic activity.

**Key words:** Independent television production, television market, television industry, public service broadcasting, Basque Country.

## 0. Introducción

El conocimiento de la realidad social y económica de un territorio permite contribuir al diagnóstico del estado de su cultura y a definir las estrategias empresariales y las políticas públicas adecuadas para el cumplimiento de las funciones sociales y económicas que ésta tiene asignadas. El caso de las políticas culturales es un ejemplo claro a este respecto en diversas comunidades autónomas españolas (Zallo, 2002; Casado, 2005), que han partido de la premisa de que “la apuesta por la cultura propia también plantea algunas ventajas para la economía interna, tanto por las relaciones productivas que la proximidad y el conocimiento implican como porque la producción y niveles de consumo cultural -y más si hay un plus de preocupación identitaria- tienen un impacto directo en el PIB, y en todo el tejido económico y social” (Zallo, 2005: 25). No obstante, el diagnóstico previo ha sido difícil al hablar del campo de la producción televisiva por el desconocimiento sobre el sector, especialmente a nivel autonómico, en el que los escasos trabajos específicos previos se han interesado por el estado de esta industria en Andalucía (Fernández Soriano, 1999; Fernández-Quijada, 2009a), Cataluña (Fernández Quijada, 2008) o Extremadura (Vacas, 1999).

En este texto se exponen los resultados de una investigación que pretendía realizar una primera exploración de la estructura del segmento de la producción televisiva en el País Vasco. El momento elegido, la temporada televisiva 2005/06, respondía a la magnitud de los cambios que se estaban sucediendo. En ese momento se relanzaba la televisión digital terrestre (TDT) tras el fracaso de Quiero TV (Ribés, 2007), Sogecable convertía su servicio de pago Canal+ en un canal de televisión en abierto<sup>2</sup> y laSexta se sumaba a esta creciente competencia<sup>3</sup>. Todo ello parecía augurar un aumento claro de la demanda de producción con el que hacer frente al aumento del número de horas de emisión y a los cambios en la estructura del sector (Fernández-Quijada, 2009b). A la par de esta creciente importancia industrial y económica, el sector de la producción independiente es poco conocido, como apuntaba el Observatorio Vasco de la Cultura (2007: 74) en su primer *Informe Anual*: “la información disponible [del sector audiovisual] es limitada y requiere de la puesta en marcha de dispositivos que cubran la evidente carencia”. Más allá de una inabordable subsanación de todas las limitaciones estadísticas sectoriales, este artículo se centra en el ámbito de la producción independiente, cuyas especificidades se repasan someramente. A continuación se recogen datos de diferentes fuentes para construir una primera aproximación al objeto de estudio. A partir de éstos se subrayan sus elementos más significativos, así como el papel jugado por la televisión pública vasca y la puesta en marcha de políticas industriales de apoyo al sector a partir de una apuesta por su clusterización.

---

<sup>2</sup> Resolución de 29 de julio de 2005, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se dispone la publicación del Acuerdo del Consejo de Ministros, de 29 de julio de 2005, de modificación del contrato concesional con Sogecable, S.A., para la prestación del servicio público de televisión (Boletín Oficial del Estado, nº 181, 30 de julio de 2005).

<sup>3</sup> Resolución de 30 de noviembre de 2005, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se da publicidad al Acuerdo del Consejo de Ministros, de 25 de noviembre de 2005, por el que se resuelve el concurso público para la adjudicación de una concesión para la explotación del servicio público de la televisión en régimen de emisión en abierto, convocado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de julio de 2005 (Boletín Oficial del Estado, nº 301, 17 de diciembre de 2005).

## 1. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo fundamental de la investigación era conocer la estructura industrial de las productoras independientes de televisión en la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV). Una pregunta de base necesaria era, pues, la siguiente:

P1: ¿Cuáles son las principales productoras televisivas en la CAPV?

A partir de esta primera pregunta de investigación surgía la necesidad de ordenar a esos actores en función de parámetros que nos permitieran su clasificación, tales como el volumen de producción, la facturación, el accionariado o la localización. Todo ello con el objetivo de responder a una segunda pregunta de investigación:

P2: ¿Cuál es la estructura industrial de la producción independiente en el País Vasco?

Más allá de conocer a los actores, su ordenación en base a parámetros objetivos perseguía dibujar un primer esbozo de la organización de las productoras y conocer el grado de solidez de sus estructuras. Para completar este objetivo se planteó una última pregunta relacionada con el destino de la producción generada por estas sociedades:

P3: ¿Cuál es el mercado de las productoras independientes vascas?

La respuesta a esta última pregunta ofrecía la posibilidad de establecer relaciones entre los actores presentes en el estadio de la producción y los que se situaban en el siguiente nivel de la cadena de valor, en la difusión de esos contenidos. El conocimiento de este dato se intuía como central para explicar la propia estructura del sector.

## 2. Metodología y fuentes

Para el desarrollo del análisis se utilizó una metodología que combinaba la explotación de datos atributivos con otros de tipo relacional. Así, se partió de los datos sobre producción independiente en las televisiones españolas de ámbito estatal y autonómico publicados por el Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) en su anuario de la temporada televisiva 2005/06 (GECA, 2007)<sup>4</sup>. Los datos de las compañías identificadas se cruzaron con los disponibles en el Registro Mercantil<sup>5</sup> sobre dichas empresas a través de los informes preceptivos que éstas deben depositar anualmente.

---

<sup>4</sup> Los datos que publica GECA parten de la base de datos de Taylor Nelson Sofres, la compañía encargada de la medición de las audiencias televisivas en España, así como de las propias productoras. Hacen referencia a la programación televisiva emitida entre las 06:30h de la mañana y las 02:30h del día siguiente, un total de 20 horas diarias. La franja de madrugada excluida se caracteriza por la redifusión de programas ya emitidos, de manera que resulta poco significativa. Por razones técnicas, en esta clasificación se excluyen los espacios de duración inferior a quince minutos. En el caso de la presente investigación se ha optado por excluir las redifusiones de programas para evitar que las diferentes políticas programáticas de cada cadena introduzcan un sesgo en el análisis.

<sup>5</sup> El acceso al Registro Mercantil se produjo de manera electrónica a través del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) de Bureau van Dijk.

Una parte de la información obtenida en el Registro permitió ubicar a las empresas y distribuirlas por comunidades autónomas y provincias. De esta manera, se pudo determinar el volumen de producción a partir de estas unidades territoriales. Además, la naturaleza relacional de los datos de GECA permitió aplicar la metodología del análisis de redes sociales (ARS) a los diferentes actores identificados: no solamente se determinaron las características de los diferentes actores sino que se analizaron las relaciones entre ellos por categorías (productoras y televisiones), estableciendo sus vínculos y sus patrones de relación. El ARS va más allá de las aproximaciones habituales en ciencias sociales que buscan datos descriptivos o atributivos de los actores sociales y se pregunta por las relaciones que se establecen entre diferentes actores que forman parte de una estructura social, es decir, se interesa por los datos relacionales que los vinculan entre sí. La justificación de esta opción metodológica parte de la concepción de que “son las pautas regulares de relación entre las posiciones de los actores concretos las que constituyen la estructura del sistema. Por tanto, la identificación de las posiciones dentro de un sistema es necesaria, aunque no suficiente” (Requena Santos, 1989: 149).

Para este caso concreto, se diseñó una matriz que permitiera cruzar los datos de productoras independientes y televisiones para después representar gráficamente estas relaciones a través de sociogramas. La herramienta informática empleada para la construcción de las matrices de datos fue UCINET 6 (Borgatti; Everett; Freeman, 2002), mientras que los sociogramas se representaron con NetDraw.

### **3. Lógicas de la producción independiente**

La denominada producción independiente para televisión surge fruto de la desintegración vertical de la industria televisiva. Si originalmente todas las funciones implicadas en la creación de programas televisivos se realizaban bajo un mismo techo, factores regulatorios y de mercado impulsan la externalización de la producción televisiva a partir de los años 90 en España y en paralelo en toda Europa, con Gran Bretaña como avanzadilla de este proceso desde inicio de los años 80.

Entre los factores regulatorios juega un papel central la transposición de la Directiva de Televisión sin Fronteras<sup>6</sup> y sus actualizaciones posteriores, que establecen una cuota mínima de emisión de obras europeas. En 2001, además, España impone también cuotas de inversión en el sector independiente a las televisiones<sup>7</sup>.

Por su parte, la realidad del mercado -incluso si éste ofrece un servicio definido como público- se adapta a este entorno cambiante modificando sus estructuras. Así, la producción televisiva, como parte de las industrias culturales, se caracteriza por padecer elevados costes fijos debidos a las altas inversiones necesarias para la creación y fabricación de los prototipos que después se difundirán a través de diferentes redes de difusión y/o distribución. Una manera de reducir estos costes fijos -algo muy apreciado en el contexto de financiarización vivido por el sector en la última década- sin

---

<sup>6</sup> Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (Boletín Oficial del Estado, nº 166, de 13 de julio de 1994).

<sup>7</sup> Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual (Boletín Oficial del Estado, nº 164, de 10 de julio de 2001).

dejar de elaborar el producto que después se venderá en el mercado es mediante la externalización de esta producción. El descenso de las barreras de entrada al sector por la disminución del coste de la tecnología necesaria y el aumento de la mano de obra también son factores que ayudan en este proceso.

Desde el plano teórico y la perspectiva de las industrias culturales, Miège (1989) explica que la adquisición y el desarrollo del talento se convierten en uno de los capítulos de mayor coste para las compañías, ya que existe una crisis permanente de creatividad que obliga a renovar constantemente la producción. En consecuencia, en la fase previa a la producción, la creación, se da una fuerte competencia por la adquisición del limitado poder creativo disponible en el mercado, que cada vez más está disponible en el sector independiente. No obstante, la inexistencia de estudios que demuestren diferencias de creatividad entre la producción orgánica y la externa hace ver a algunos autores consideraciones más comerciales que creativas en la explosión de este sector (Faulkner et al., 2008).

El denominado sector independiente comprende tanto la denominada producción financiada, realizada por un productor independiente, normalmente con los recursos de la cadena y financiada totalmente por ésta, como la producción asociada, en la que la cadena participa con productores independientes nacionales (Bustamante, 1999).

No obstante su creciente peso dentro del audiovisual español, “las productoras no tienen la estructura ni la envergadura suficiente para realizar sus proyectos en solitario sin contar con la garantía de una ventana de salida para sus productos” (Bardají; Gómez Amigo, 2004: 225). La situación poco ha mejorado desde que hace una década Bustamante y Álvarez Monzoncillo (1999) señalaran que la fuerte dependencia respecto de las cadenas impedía el desarrollo industrial autónomo de las productoras independientes, al no existir una verdadera producción independiente, sino más bien una producción delegada o financiada, que podía resumirse en “un encargo que hacen los canales a las productoras privadas, que no asumen ningún riesgo y obtienen un beneficio industrial estipulado contractualmente entre ambas partes antes de conocer el resultado final” (Álvarez Monzoncillo; López Villanueva, 1999: 67).

## 4. La producción independiente vasca

### 4.1. Oferta

El análisis de la estructura de la producción televisiva independiente en España en la temporada 2005/06 permitía identificar a 177 productoras, de las que 16 se ubicaban en la CAPV. Esa temporada las compañías vascas participaron en 42 programas, aunque la baremación según el régimen de producción<sup>8</sup> dejó la cifra media final en 40,5 programas que sumaron 3.549,33 horas (tabla 1), un incremento del 14,21% frente a las 3.107,63 horas del año anterior. Con respecto al resto de productoras del estado, las vascas representaron el 9,04% de las empresas identificadas y el 18,24% de las horas producidas. Ambas cifras están bastante por encima de lo que correspondería a la CAPV en función de su producto interior bruto (PIB), cifrado en 2005 en el 6,1% del total español según los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística.

---

<sup>8</sup> Los espacios en los que la producción se repartía entre más de una productora se dividieron proporcionalmente al número de compañías participantes.

Tabla 1  
Productoras vascas por cuota de mercado (2005/06)

Nº	Productoras	Prog.	Horas	%
1	Baleuko S.L.	5	1.717,97	48,40
2	Pausoka S.A.	7	604,82	17,04
3	K 2000 S.A.	3	474,15	13,36
4	Miramón Mendi S.A.	6	199,78	5,63
5	Bainet S.A.	6	169,23	4,77
6	3 Koma 93 S.A.	3,5	122,76	3,46
7	Euskonews & Media	1	95,02	2,68
8	Orio Produktzioak S.A.	2	43,93	1,24
9	Itesa Producciones S.L.	1	41,27	1,16
10	Digital Mòbils S.L.	1	23,15	0,65
11	Elhuyar-Zubize S.L.	1	20,65	0,58
12	La Tentación Producciones S.A.	1	13,53	0,38
13	B-30 Producciones Audiovisuales	1	13,33	0,38
14	Hegaz TV & Film Producers S.A.	1	5,17	0,15
15	Digitalak	0,5	2,28	0,06
16	Euskal-comtv S.L.	0,5	2,28	0,06
	<b>TOTAL</b>	<b>40,5</b>	<b>3.549,33</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

La compañía más importante por volumen de producción era la vizcaína Baleuko, responsable de 1.717,97 horas, con lo que controlaba casi la mitad de la cuota de mercado (48,40%). A continuación se situaban Pausoka y K 2000, con el 17,04% y el 13,36% respectivamente. Así, las tres primeras empresas del sector acaparaban el 78,80% de las horas producidas. El grueso de compañías tenía una participación muy reducida en el mercado: sólo siete<sup>9</sup> produjeron más de un programa y de éstas sólo seis más de dos, justo la media docena que consiguió estrenar más de 100 horas de contenidos.

Cabe destacar el espacio que ocupaban los programas producidos por más de una productora. En total se detectaron cuatro programas de este tipo: producidos por dos productoras vascas (*Kronikak*, emitido por ETB1 y producido por Digitalak y Euskal-comtv) o una asociación entre una compañía de la CAPV y otra sita en una segunda región. A este grupo pertenecería Esta es mi gente (ETB2), fruto de la colaboración entre 3 Koma 93 y la madrileña Boomerang TV, así como dos espacios de La Tentación Producciones: *Martin* (ETB1) y *Mi querido Klikowsky* (ETB2). En este caso el socio era otra compañía madrileña, Globo Media, parte del conglomerado Imagina.

<sup>9</sup> Si se agregasen los datos por grupos de comunicación esta cifra ascendería a ocho, ya que Digitalak es una marca de Digital Mòbils S.L.

## 4.2. Actores

El tejido industrial vasco para la producción independiente de televisión estaba fundamentalmente compuesto por pymes. Atendiendo a los criterios establecidos por la Comisión Europea respecto a la facturación y al número de empleados<sup>10</sup>, se puede decir que la mayoría de este tejido industrial estaba formado por microempresas y empresas pequeñas, aunque por número de empleados alguna de ellas podría incluirse en otras categorías: K 2000 en la de empresas medianas (133 trabajadores en 2005, 121 en 2006) y Miramon Mendi incluso abandonaría la categoría de pyme atendiendo a los 320 trabajadores con que contaba en 2003.

La forma mayoritaria que adoptaban estas compañías era la de la sociedad anónima y la sociedad limitada, aunque se daban casos peculiares como el de Euskonews & Media, una productora de Eusko Ikaskuntza/Sociedad de Estudios Vascos, una entidad privada científico-cultural dedicada a la promoción de la cultura vasca. En cuanto a su longevidad, la productora más veterana era K 2000, fundada en 1985. Sólo otras tres productoras (Digital Mobiles, Orio Produktzioak y Pausoka) surgieron en la década de los 80, mientras que el grueso nació en la década posterior, dejando a Elhuyar-Zubize como la única que aparece a partir del cambio de siglo (2002).

Por volumen de facturación destacaban Miramon Mendi, K 2000 y Baleuko, aunque los datos disponibles en el Registro Mercantil eran parciales (tabla 2) y no estaban actualizados para dos de las principales productoras, Bagnet y Pausoka.

Tabla 2  
Facturación de las productoras vascas (€)

Nº	Productora	2003	2004	2005	2006
1	Miramon Mendi S.A.	23.431.590	-	56.206.421	22.429.833
2	K 2000 S.A.	7.786.320	7.339.126	7.387.401	7.070.763
3	3 Koma 93 S.A.	2.058.919	2.781.390	2.538.680	4.093.486
4	Baleuko S.L.	3.325.149	3.173.205	3.870.536	4.044.311
5	Bagnet Televisión S.A.	2.089.670	-	-	-
6	Itesa Producciones S.L.	2.201.513	1.774.211	897.799	1.926.992
7	Digital Mobiles S.L.	841.759	1.311.307	1.650.345	1.325.479
8	Orio Produktzioak S.A.	541.305	541.406	758.512	1.141.215
9	Elhuyar-Zubize S.L.	532.979	976.970	1.011.898	996.382
10	Euskal-comtv S.L.	444.738	510.388	635.023	705.930
11	La Tentación Producciones S.A.	602.381	202.897	303.305	418.915
-	B-30 Producciones Audiovisuales	-	-	-	-
-	Euskonews & Media	-	-	-	-
-	Hegaz TV & Films Producers S.A.	-	-	-	extinguida
-	Pausoka S.A.	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

<sup>10</sup>“Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas”, Diario Oficial de la Unión Europea, L124/36, 20 de mayo de 2003 [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:ES:PDF>].



Estos datos se deben contextualizar, ya que en la mayoría de casos las productoras no sólo se dedicaban a la producción de programas de televisión. Así, se detectaban incursiones en campos muy afines como la producción cinematográfica (Baleuko, Orio Produzioak), videográfica (K 2000, Pausoka, Itesa Producciones, Orio Produzioak) y publicitaria (Baleuko, K 2000, Pausoka), la animación (Baleuko), la creación de contenidos en Internet (K 2000, Pausoka) y otras plataformas interactivas (K 2000, Baleuko, Itesa Producciones), la organización de eventos (Pausoka) o la formación (Pausoka).

### *4.3. Localización del tejido productivo*

Las empresas identificadas en el análisis se repartían a partes iguales entre las provincias de Bizkaia y de Gipuzkoa. Por volumen de producción, no obstante, el nivel de concentración en la primera de estas provincias era muy elevado, el 88,71% (3.148,69 horas). La razón evidente era que el grueso de productoras de mayor envergadura se concentraba en Bizkaia: de manera destacada en Bilbao, donde se localizaban cinco (3 Koma 93, Baint Television, Hegaz TV & Film Producers, Itesa Producciones y Pausoka), aunque el mayor volumen de horas producidas correspondía a Durango, población en la que se ubicaba la mayor productora vasca en volumen de horas, Baleuko. Galdakao e Igorre<sup>11</sup> completaban el mapa de producción vizcaíno. Por lo que se refiere a Gipuzkoa, provincia en la que se producía el 11,29% restante de horas, se detectaba otro fenómeno de concentración en la capital, San Sebastián, en la que también se hallaban cinco productoras (Orio Produkzioak, Euskal-comtv, La Tentación Producciones, Euskonews & Media y Miramon Mendi), mientras que Elhuyar-Zubize radicaba en Usurbil y Digital Mobiles mantenía la sede de sus dos marcas en Lasarte-Oria.

El reparto territorial de este tejido productivo no tenía equivalencia con los porcentajes de PIB de cada una de las provincias vascas, ya que Bizkaia estaba sobrerrepresentada en casi 40 puntos (51,75% del PIB vasco frente al 88,71% de horas de producción), Gipuzkoa infra-representada (32,77% del PIB y 11,29% de horas) y Araba ni tan siquiera alojaba productoras independientes a pesar de su aportación del 15,48% a este indicador.

Una de las peculiaridades del sector vasco de producción era la presencia de Miramon Mendi, la empresa de mayor facturación y una de las pocas que no trabajaba con la televisión pública vasca. Atendiendo a los datos disponibles en el Registro Mercantil, la sede de la compañía radicaba en San Sebastián, aunque su propia web<sup>12</sup> la situaba en la localidad madrileña de Moraleja de Enmedio. Según informaciones de prensa, parece que se trataba de una manera de aprovechar la menor presión fiscal de la CAPV<sup>13</sup>. El control final de la compañía recaía sobre la sociedad madrileña Arrafiz S.A., a su vez propiedad del empresario televisivo José Luis Rodríguez Moreno. A pesar de haber trabajado en el pasado para ETB y de sus raíces nominales, Miramon Mendi se hallaba completamente desligada del resto del tejido audiovisual autonómico y ni siquiera tenía instalaciones en la comunidad, de manera que sólo figuraba como empresa vasca a efectos contables. A finales de 2008, de hecho, la sede de la

---

<sup>11</sup> En Igorre tenía su sede B-30 Producciones Audiovisuales, compañía que posteriormente se fusionó con Estudios de Vídeo Soinua para formar Jarkatza Media, con sede en Lemoa.

<sup>12</sup> <http://www.miramonmendi.com> (consultada el 16 de mayo de 2008). Con posterioridad, esta URL ha quedado inactiva y remite a la web del grupo al que pertenece la productora (<http://grupojoseluismoreno.com>).

<sup>13</sup> “Hacienda investiga a José Luis Moreno y le obliga a cambiar de domicilio fiscal”, *El País*, 24 de febrero de 2008 [[http://www.elpais.com/articulo/espana/Hacienda/investiga/Jose/Luis/Moreno/le/obliga/cambiar/domicilio/fiscal/el-pepuesp/20080224elpepinac\\_26/Tes](http://www.elpais.com/articulo/espana/Hacienda/investiga/Jose/Luis/Moreno/le/obliga/cambiar/domicilio/fiscal/el-pepuesp/20080224elpepinac_26/Tes)] (consultada el 17 de mayo de 2008).

empresa se había trasladado a Madrid, según informaciones disponibles en el Registro Mercantil. Este hecho supone que el volumen de producción vasca estaba sobredimensionado en casi 200 horas (el total descontando a Miramon Mendi era de 3.349,55 horas) y que el volumen real de programas producidos en Gipuzkoa se situaba apenas en el 6%. Igualmente, pone de manifiesto la necesidad de introducir factores correctores en la selección del universo a investigar.

#### 4.4. Accionariado

En relación con el control accionarial, la principal característica de las productoras vascas era su independencia. La mayor parte de ellas formaba compañías autónomas sin ninguna vinculación accionarial con grupos de comunicación. Otras, en cambio, se integraban en estructuras más grandes. Se trataba de Bagnet y de K 2000.

Bagnet Televisión, conocida principalmente por los programas de cocina de Karlos Arguiñano, estaba controlada de forma mayoritaria por la sociedad Asegarse S.A., propiedad de Pedro García Gonzalo. Esta empresa, dedicada a la organización de eventos deportivos y a la gestión de sus derechos de emisión, en especial de pelota vasca, controlaba también las sociedades Bagnet Zinema S.A. y Bagnet Media S.A., a través de las que desarrollaba otras actividades relacionadas como la cinematográfica o la editorial. Las tres filiales compartían sede con Bagnet Publicidad S.A., controlada por José Ignacio Buruchaga, a la vez administrador único y director ejecutivo de Bagnet Televisión, Bagnet Zinema y Bagnet Media, de manera que a través de la gestión formaban un mismo grupo.

Creada en 1996, el éxito de Bagnet Televisión fue el factor fundamental que llevó a su participación en la sociedad fundadora de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A., sociedad adjudicataria del canal de televisión analógico de ámbito estatal que opera bajo el nombre comercial de laSexta. Bagnet Televisión controlaba el 12% de GAMP Audiovisual S.A., a su vez propietaria del 51% del capital de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A., en cuyo consejo de administración se sentaba junto al grupo mexicano Televisa y a la sociedad de capital riesgo Gala Capital a través Gala Desarrollos Comerciales S.L. En GAMP, Bagnet era socia de otras productoras como las catalanas Mediapro y El Terrat, así como el grupo financiero vasco BBK, que entró en la compañía tras el período de estudio, a finales de 2007<sup>14</sup>.

Precisamente esta caja de ahorros era la antigua propietaria de otra productora vasca puntera, K 2000, cuyo control cedió a Mediapro a cambio de la referida participación en GAMP a finales de 2007 (y, por tanto, todavía era una compañía independiente en la temporada objeto de estudio). Esta adquisición de la firma catalana formaba parte de la estrategia de regionalización de sus centros de producción en España, que se ha reflejado en el establecimiento o la compra de filiales en otras comunidades autónomas como Andalucía (Media Sur) o las Islas Canarias (Media Report). De esta manera, Mediapro y Bagnet Televisión estaban asociadas en la difusión televisiva en España a través de laSexta pero competían en otros ámbitos como la producción. En el caso vasco el triángulo se completaba con La Tentación Producciones, asociada para la producción de dos programas a Globo Media, empresa que junto a Mediapro formaba el conglomerado Imagina.

---

<sup>14</sup> “BBK cede K-2000 a Mediapro para pagarle el 5% de La Sexta”, Cinco Días, 26 de octubre de 2007 [[http://www.cincodias.com/articulo/empresas/BBK/cede/K-2000/Mediapro/pagarle/Sexta/cdssec/20071026cdscdiemp\\_6/Tes/](http://www.cincodias.com/articulo/empresas/BBK/cede/K-2000/Mediapro/pagarle/Sexta/cdssec/20071026cdscdiemp_6/Tes/)] (consultada el 20 de mayo de 2008).

De K 2000 también cabía señalar su participación minoritaria en el accionariado del proyecto televisivo de proximidad Canal Bizkaia, de manera que, al igual que Baintet Televisión, comenzaba a dibujarse un cierto proceso de integración vertical desde la fase de producción hacia la de difusión.

El otro aspecto destacado venía definido por una ausencia, la del grupo de origen vasco Vocento, uno de los mayores conglomerados de medios de España. Lo sorprendente de su ausencia no partía solamente de sus raíces sino también de su posición de liderazgo dentro del sector de la producción independiente. A través de la sociedad Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión S.L., de la que poseía el 85% de las acciones (el resto estaba en manos de los fondos de capital riesgo Diana Capital e Invercaixa Galicia), el grupo controlaba dos de las mayores productoras españolas: Grupo Europroducciones S.A., sociedad de control de las productoras Europroducciones TV S.L. (426,50 horas de producción en la temporada 2005/06) y Euro Ficción S.L., y Bocaboca Producciones S.L. (263,37 horas), que pasó a su órbita esa misma temporada. Además, controlaba el 30% de otra importante compañía del sector, Videomedia<sup>15</sup>.

#### **4.5. Mercados**

La producción de una mercancía, en este caso de naturaleza cultural, precisa de un comprador. En el sector televisivo, esta relación es asimétrica y refleja un claro oligopsonio, ya que una nómina relativamente amplia de productoras busca vender su producto a un grupo reducido de posibles compradores, los canales de televisión. Ciertamente, este último grupo ha tendido al crecimiento desde los tiempos del monopolio de Televisión Española (TVE). A inicios de los años 80 aparecieron las primeras experiencias de televisiones locales, todavía en un marco alegal, así que oficialmente el papel de ruptura del monopolio correspondió a la televisión autonómica vasca, Euskal Telebista (ETB), cuya puesta en marcha se hizo en situación de alegalidad pero bajo tolerancia (Fernández Alonso; Santana, 2000) a través de la *Ley 5/1982, de 20 de mayo, de creación del Ente Público “Radio Televisión Vasca”*<sup>16</sup>. El desarrollo posterior de otros entes autonómicos y locales, así como la apertura de la televisión de ámbito estatal a la participación de sociedades de titularidad privada<sup>17</sup> y el proceso actual de digitalización de dichas transmisiones, que abre la puerta a la aparición de nuevos actores, ha multiplicado el número de posibles compradores, aunque la capacidad adquisitiva de éstos es muy variable y su posición dentro del mercado inestable en el contexto de transición a la emisión digital. En cualquier caso, la estratificación del mercado televisivo en función de su cobertura geográfica (estatal, autonómica y local) y el modelo de cobertura completa de costes más el beneficio industrial pactado dejan en una débil posición negociadora a las productoras respecto de los canales de televisión. Tan sólo las productoras con músculo financiero y una cartera diversificada de clientes o aquellas con derechos sobre formatos de éxito tienen capacidad de negociación.

A lo largo de la temporada 2005/06, ETB fue el principal cliente de la producción independiente vasca, absorbiendo 3.148,15 horas de producción independiente vasca, el 88,70% de la misma, un porcentaje en línea con la temporada anterior (88,98%). El resto iba destinado

<sup>15</sup> “Vocento compra el 30% de Videomedia y alcanza el 70% en Bocaboca”, Noticias de la comunicación, 252, noviembre 2005, p. 10.

<sup>16</sup> Boletín Oficial del País Vasco, nº 71, de 2 de junio de 1982.

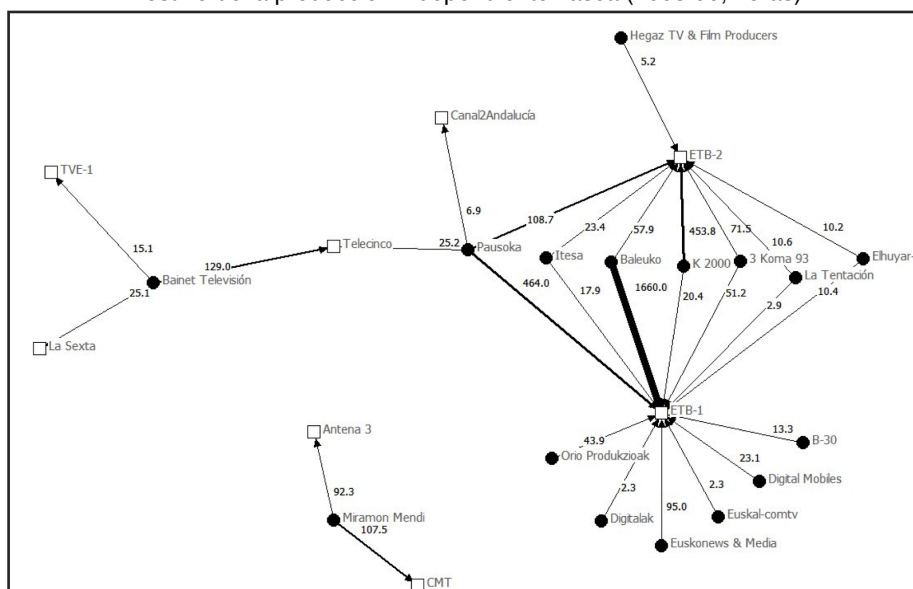
<sup>17</sup> Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada (Boletín Oficial del Estado, nº 108, de 5 de mayo de 1988).

principalmente a las cadenas de ámbito estatal (8,09%) y, en menor medida (3,23%), a otras televisiones autonómicas (Castilla-La Mancha Televisión [CMT] y Canal2Andalucía).

La dependencia de las productoras vascas respecto de ETB era casi total. De ello da fe gráfica el ARS aplicado a los datos recogidos (figura 1), que muestra una doble estrella entorno a los dos canales de la televisión pública autonómica, que conjuntamente dibujan un diamante, clara representación gráfica de su centralidad en el contexto vasco. Igualmente, se observa la posición periférica que juegan en este entorno tanto Miramon Mendi como Bagnet Televisión, la primera por ser un actor extraño al sistema vasco y la segunda por su proyección hacia las televisiones estatales.

De hecho, todas las compañías vendían su producción en exclusiva a ETB excepto tres: Pausoka, Bagnet Televisión y Miramon Mendi. Pausoka colocó un espacio en Canal2Andalucía, segunda oferta de Canal Sur (*La vida en un día*), y otro en Telecinco (*Agitación + IVA*), además de otros cinco programas en los dos canales de ETB. Bagnet Televisión y Miramon Mendi, en cambio, prescindieron de ETB como cliente. El principal comprador de Bagnet era Telecinco, canal en el que emitió cuatro programas distintos (*Karlos Arguiñano en tu cocina*, *Decogarden*, *Bricomanía* y *Aquí cocinamos todos*). También produjo un programa para su participada la Sexta (*Hoy cocinas tú*) y para el primer canal de Televisión Española (*Made in China*). Miramon Mendi, por las razones ya apuntadas anteriormente, también escapaba a las lógicas de la mayoría de productoras vascas y trabajaba para Antena 3 y el canal autonómico de Castilla-La Mancha.

Figura 1  
Destino de la producción independiente vasca (2005/06, horas)



de producción en Miramon, en lo que hoy es el Parque Tecnológico de San Sebastián, pensados como una infraestructura para la potenciación del conjunto de la industria audiovisual vasca y, especialmente, en lengua vasca (Díez Urrestarazu, 2003), una obligación que ya figuraba en el preámbulo de su ley de creación.

De hecho, entre las televisiones autonómicas españolas, ETB se caracteriza por un alto grado de externalización de su producción. En 2005/06 estrenó 3.525,62 horas de producción independiente, el 18,12% del total entre las televisiones hertzianas analógicas de ámbito estatal y autonómico. En 2004/05 esa cifra había sido de 3.230,12 (17,90% del total español), por lo que en una sola temporada se produjo un significativo incremento del 9,15%.

En el desglose de estos datos por canales, ETB-1 fue en 2005/06 el primer canal de los analizados en cuanto a nivel de externalización, sumando 2.471,97 horas, un 21,79% más que las 2.029,68 horas del año anterior. Estas ratios se mantenían mucho más bajas en el segundo canal de ETB, que sumó 1.053,65 horas, un descenso del 12,22% respecto de las 1.200,41 horas de la temporada 2004/05.

En total se identificaron 18 productoras que estrenaron 34 programas a lo largo de 2005/06 en alguno de los dos canales de ETB (22 en ETB-1 y 14 en ETB-2, algunos de ellos emitidos en ambas cadenas). El origen de esta producción estaba claramente definido, ya que las productoras radicadas en la CAPV acapalaron el 89,29% de las horas (85,61% un año antes) siendo el 77,78% de las empresas identificadas (un total de 14), además de una navarra, otra catalana y dos madrileñas.

De entre estas productoras procedentes de otras autonomías sólo Globo Media sumaba una cantidad importante tanto en número de programas, cinco, como en horas de emisión, más de 300 (tabla 3). El cálculo de la carga de trabajo por programa, que se obtiene al dividir el número de horas producidas entre el número de programas (H/P), repetía con cierta fidelidad la carga de trabajo total, sobresaliendo Baleuko (343,59 horas por cada espacio producido) en la parte alta de una escala que de media se situaba en 103,69 horas por programa.

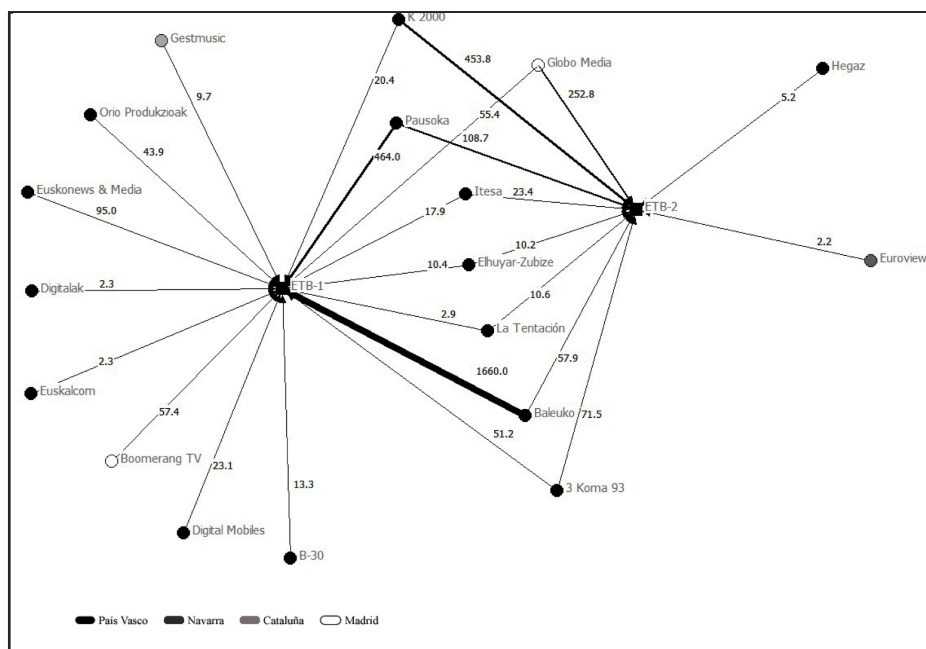
Tabla 3  
Proveedores de producción independiente de ETB (2005/06)

Nº	Productora	Origen	Programas (P)	Horas (H)	H/P	%
1	Baleuko	País Vasco	5	1.717,97	343,59	48,73
2	Pausoka	País Vasco	5	572,67	114,53	16,24
3	K 2000	País Vasco	3	474,15	158,05	13,45
4	Globo Media	Madrid	5	308,12	61,62	8,74
5	3 Koma 93	País Vasco	3,5	122,77	35,08	3,48
6	Euskonews & Media	País Vasco	1	95,02	95,02	2,69
7	Boomerang TV	Madrid	0,5	57,43	114,87	1,63
8	Orio Produkzioak	País Vasco	2	43,93	21,97	1,25
9	Itesa Producciones	País Vasco	1	41,27	41,27	1,17
10	Digital Mobiles	País Vasco	1	23,15	23,15	0,66
11	Elhuyar-Zubize	País Vasco	1	20,65	20,65	0,59
12	La Tentación Producciones	País Vasco	1	13,53	13,53	0,38
13	B-30	País Vasco	1	13,33	13,33	0,38
14	Gestmusic-Endemol	Cataluña	1	9,71	9,71	0,27
15	Hegaz TV	País Vasco	1	5,17	5,17	0,15
16	Digitalak	País Vasco	0,5	2,28	5,56	0,06
17	Euskalcom	País Vasco	0,5	2,28	5,56	0,06
18	Euroview	Navarra	1	2,20	2,20	0,06
	<b>TOTAL</b>		<b>34</b>	<b>3.525,62</b>	<b>103,69</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

La aplicación del ARS a los proveedores de producción independiente de los dos canales de ETB permitía representar gráficamente la preponderancia de la provisión local por parte del ente público autonómico (figura 2). Además, un grupo central de ocho productoras (siete de ellas vascas) aparecía como proveedor de los dos canales vascos.

Figura 2  
Origen de la producción independiente en ETB (2005/06, horas)



Fuente: Elaboración propia

Al igual que otras autonomías con una realidad plurilingüe, la lengua vasca se constituía en una barrera de entrada para las productoras de otras comunidades, aunque no resultaba insalvable. Ello se notaba más, lógicamente, en ETB-1, el canal que emite en euskera. En la temporada 2005/06, un 97,37% de la producción independiente que emitió procedía de sociedades radicadas en la propia comunidad autónoma. En ETB-2, que emite en castellano, este porcentaje de producción vasca descendía hasta el 70,35%, lo que demuestra el papel que juega el idioma como barrera de entrada al mercado.

En el Plan Estratégico elaborado para encarar el siglo XXI por la matriz de ETB, Euskal Irrati Telebista (EITB), se reconoce el clientelismo que se ha desarrollado hacia el sector de producción independiente: “durante estos 17 años se ha tejido una red industrial profesionalmente sólida, pero a pesar de su mayoría de edad, su producción sigue principalmente vinculada a la radio y televisión pública vasca, que ejerce de fuerza centrípeta de todas las producciones” (EITB, 2000: 27). Esta percepción se confirma con una mirada a los datos expuestos sobre la temporada 2005/06. En ese mismo Plan, este hecho se atribuía en gran medida a las dinámicas del propio grupo público en su función de elemento tractor de todo el sector audiovisual vasco: “EITB ha establecido una relación económica del “día a día” para la compra de productos, lo que ha dificultado una consolidación de las productoras para fijar sus proyectos a medio y largo plazo con el fin de comercializar su producción en el exterior” (EITB, 2000: 67).

En el diagnóstico de situación subsiguiente, uno de los propósitos del grupo era corregir esta situación: “es importante regularizar las relaciones entre EITB y el sector audiovisual, dotando a este de una dimensión correcta, con empresas sólidas que cumplan unos requerimientos básicos, y que tengan establecido un marco de relación regular y estable con EITB” (EITB, 2000: 68) pero ir también más allá y romper la dependencia excesiva y la atomización del sector, apostando por la integración y la colaboración entre las empresas proveedoras.

Esta voluntad se reflejó en el primer contrato-programa del ente, firmado con el Gobierno vasco para el período 2002-2005, en el que figura como una de las guías principales “el fomento de la producción audiovisual vasca y del desarrollo del sector, de cara a consolidar un sector fuerte y competitivo en el que la Radio Televisión Pública vasca, como principal empresa del sector, fomentará el desarrollo de la creación y producción audiovisual vasca”<sup>19</sup>. En el segundo contrato-programa<sup>20</sup> del ente, válido para el período 2007-2010, se redobra la apuesta por fortalecer la industria autóctona, de manera que las empresas vascas tienen una referencia exacta del número de producciones que ETB comprará al conjunto del sector durante ese cuatrienio. Igualmente, exige al ente público acuerdos-marco con la industria audiovisual que contemple compromisos de inversión. En general, le reclama un nivel de colaboración permanente con el sector y una visualización clara de su función de elemento tractor de esta industria.

## **6. La clusterización de la producción audiovisual**

Una de las vías elegidas tanto por el Gobierno vasco como por ETB para apoyar al sector audiovisual ha sido Eiken, el Cluster Audiovisual de Euskadi. En el marco de la política de clusterización de la actividad industrial llevada a cabo por el Gobierno autonómico, el 15 de octubre de 2004 se constituía el órgano gestor del Cluster Audiovisual de Euskadi, con sede en el Parque Tecnológico de Zamudio, en Bizkaia. Entre los socios de este organismo de cooperación figuraban EITB, el operador de telecomunicaciones Euskaltel -que opera su propio servicio de televisión de pago por cable en la CAPV-, productoras independientes como Baleuko, K 2000 y Pausoka o los canales de televisión de ámbito local Bilbovisión (integrado en el grupo Vocento) y Canal Bizkaia (en la órbita del grupo PRISA hasta el cierre de los canales locales agrupados bajo Localia). Las funciones de Eiken aparecían claramente definidas en el *Libro Blanco del Sector Audiovisual en Euskadi* (Bearing Point, 2003), aunque fueron matizadas por el propio sector a través del Foro de Reflexión del Audiovisual en Euskadi. Con casi una década de anticipación, su papel había sido esbozado al abogar Ramón Zallo (1995: 339) por “la consideración de cluster para el ámbito audiovisual-informático, como un Nuevo Sector Industrial o Sector Estratégico Emergente”, con el ánimo de convertirse en un elemento central de la política cultural autonómica.

La política industrial del gobierno autonómico ha promovido la creación de *clusters* para sectores industriales tradicionales como el marítimo, el de la energía, el de los componentes de automoción, el de la industria papeleras o la aeronáutica a través de la Sociedad para la Promoción y la Reconversión Industrial (SPRI). Los resultados de la misma han sido evaluados positivamente, ya que la cooperación “permite a las empresas, especialmente a las pequeñas

<sup>19</sup> [http://www1.euskadi.net/acuerdos/indice3\\_c.apl?Fecha=22/10/2002](http://www1.euskadi.net/acuerdos/indice3_c.apl?Fecha=22/10/2002) (consultado el 27 de mayo de 2008).

<sup>20</sup> [http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-714/es/contenidos/nota\\_prensa/eitb\\_contrato\\_programa\\_2007\\_10/es\\_kultura/adjuntos/EITB20072010%20gatz%20blok.pdf](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-714/es/contenidos/nota_prensa/eitb_contrato_programa_2007_10/es_kultura/adjuntos/EITB20072010%20gatz%20blok.pdf) (consultado el 15 de enero de 2009).



y medianas, aumentar su capacidad para competir, puesto que, mediante una mayor cooperación, pueden superar las barreras que tienen en aspectos relevantes como la innovación y la internacionalización” (Aranguren; Navarro, 2003: 109) e incluso se ha propuesto un marco que optimice esta política de clusterización (Azua, 2003). Uno de los últimos sectores en dotarse de una estructura de este tipo ha sido el del audiovisual, que enfoca desde esta misma perspectiva industrial la potenciación del sector en el País Vasco, hecho confirmado por su adscripción al Departamento de Industria del Gobierno vasco y por la ausencia del Departamento de Cultura, a pesar de las peticiones de éste respecto a su participación.

De manera genérica, el *Plan Vasco de la Cultura* (Gobierno Vasco, 2004) contempla la posibilidad de generalizar una política de clusters aplicada a todos los sectores industriales de matriz cultural. La dimensión limitada de algunas de las ramas de la cultura industrializada no supone un problema para uno de los autores cuya influencia más se deja notar en ese Plan Vasco, que incluso pone sobre la mesa el concepto de *miniclusters* (Zallo, 2007). En cualquier caso, Eiken (2006) persigue cinco objetivos principales:

- Promover y estimular el desarrollo del sector para estimular la exportación fuera del cluster.
- Proveer información adecuada a las compañías socias para conocer la situación de los mercados y las tecnologías.
- Ejercer de coordinación entre la iniciativa privada y la pública.
- Servir de espacio de diálogo entre sus socios.
- Fomentar la cultura empresarial dentro del audiovisual.

En este contexto, dos terceras partes de las productoras independientes identificadas en el análisis del sector pertenecían a Eiken: 3 Koma 93, Baleuko, Digital Mobiles, Elhuyar-Zubize, Eusko News & Media (a través de Eusko Ikaskuntza), Itesa Producciones, K 2000, Orio Produktzioak y Pausoka. De entre las compañías de mayor dimensión, tan sólo faltaban Miramon Mendi y Baint Televisión. Tal como se ha puesto de manifiesto, de la primera era discutible su condición de empresa vasca, mientras que la entrada de Baint Televisión era uno de los objetivos que se marcaban desde la dirección del ente gestor del cluster<sup>21</sup>. En la temporada 2005/06, el volumen de producción independiente vasca para televisión elaborada por los socios de Eiken fue de 3.145,99 horas, el 88,64% del total, una cifra que da fe del nivel de representatividad del ámbito de la producción independiente de televisión dentro de la organización.

Un estudio de la propia Eiken calculaba que el 54,3% de la facturación del conjunto del sector audiovisual vasco en 2006 procedía de las empresas que formaban el ente (Eiken, 2007). Según el mismo estudio, el 56,3% de esta facturación se relacionaba con el sector televisivo, en cuyo seno las actividades de producción representaban el 55% del total, aunque se trataba de estimaciones que intentaban cubrir las lagunas estadísticas existentes para la medición del impacto del sector, de manera que tan sólo deben tomarse como una primera aproximación.

## 7. Conclusiones

A través del análisis realizado se dibuja un sector vasco de producción televisiva pendiente de la consolidación de sus estructuras empresariales. Se detecta una presencia mayoritaria de pequeñas empresas que no debería ser óbice para que los “campeones vascos” desarrollasen

<sup>21</sup> Entrevista personal con Itziar Mena, directora de Eiken (Zamudio, 15 de febrero de 2007).



estrategias propias de mercados más maduros, como la integración horizontal y vertical por la que ha apostado Baintet. A la luz de los datos expuestos, esta productora parecía la única con capacidad de consolidación más allá de la propia CAPV. En general, el alto volumen de horas producidas por las compañías vascas no se traduce en altos volúmenes de facturación, lo que impide la capitalización de las empresas y las deja a expensas de posibles compradores con mayor músculo financiero, como ha sucedido con K 2000. El segundo escollo importante que afronta el sector es un grado tan elevado de dependencia de un único cliente, ETB, que el oligopsonio propio de mercados como el de la producción independiente se erige en el caso del País Vasco en un monopsonio *de facto*.

En cuanto al análisis territorial de la producción independiente dentro de la CAPV, el resultado ofrece una distribución igualmente influida por el papel central jugado por el servicio público autonómico. Se manifiesta, por ejemplo, en la ubicación en Durango (junto a la sede histórica de ETB en Iurreta) de la mayor productora autonómica, Baleuko, responsable de casi la mitad de las horas producidas en la CAPV y la mitad de las horas externas compradas por ETB. También se observa en la concentración de productoras en Bizkaia, que reproduce a escala vasca las tendencias centralistas observadas en el desarrollo de la industria de producción en España. En pro de la pluralidad de voces y del desarrollo económico equilibrado del territorio sería deseable un mayor protagonismo de productoras radicadas en Araba y Gipuzkoa, aunque el análisis de la capacidad industrial del sector audiovisual en estas provincias va más allá de los propósitos de este artículo.

La televisión pública vasca es proactiva en su misión de motor e impulso de la industria audiovisual del territorio al que sirve, alcanzando las más altas cuotas de externalización en el conjunto del estado. No obstante, desde un punto de vista cualitativo la aportación no parece tan positiva, ya que se ha creado un clientelismo que está resultando difícil de romper, con una dependencia elevadísima de las productoras respecto de un único comprador, con las consecuencias que ello supone en todo mercado. No se trata de un caso aislado en el contexto español, ya que con la excepción de Cataluña y la Comunidad de Madrid, también sucede en el resto de territorios con televisión autonómica propia.

El cambio de rumbo declarado por ETB en su Plan Estratégico y, especialmente, los compromisos adquiridos en el segundo contrato-programa, abren la puerta a una concepción moderna del rol del servicio público. El objetivo es superar la atomización e impulsar al sector a una necesaria reorganización que le permita ganar tamaño y capital para entrar en nuevos mercados. Aquí las concentraciones y la creación de grupos se apuntan como elementos que definirán una fase más madura del mercado, aunque ello no debería ir en contra de la pluralidad en el número de productoras presentes en el mercado ni en la pluralidad de puntos de vista que ETB, como radiodifusor de servicio público, debe reflejar en su programación.

Aunque es pronto para una evaluación del impacto que ha tenido Eiken en el sector productivo, empieza a vislumbrarse el potencial de la política de clusterización. No obstante, algunos objetivos tal vez se deberían replantear: por ejemplo, la apuesta por la internacionalización no debe significar la renuncia a un mercado español que ha de crecer a corto plazo y con el que algunas productoras vascas están más familiarizadas.

En este contexto, una posible salida es hacer de la necesidad virtud, ya que los costes tan ajustados con que trabajan las productoras vascas son un activo en el nuevo contexto digital de multiplicación de operadores y su consiguiente fragmentación de audiencias. Ésta limita el retorno de la inversión en producción de la cadena y, por tanto, incide en el presupuesto disponible para nuevas inversiones. El coste por hora de programación con el que trabajan los nuevos canales de TDT es mucho más bajo que el de los principales canales generalistas.

La estructura de costes ajustada de las productoras vascas puede favorecerlas en este nuevo contexto, amoldando su producto a las necesidades de un mercado que tiende a expandirse en cantidad pero no en presupuesto disponible por producto, creando de esta manera un tipo de producción *low-cost*.

## Agradecimientos

---

El autor desea mostrar su agradecimiento a Estefanía Jiménez, de la Universidad del País Vasco, por sus sugerencias a una versión previa de este texto. Todas las omisiones son responsabilidad exclusiva del autor.

## Referencias bibliográficas

---

- ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María; LÓPEZ VILLANUEVA, Javier (1999). La producción de ficción en España: un cambio de ciclo. **En:** *Zer*, nº 7. Bilbao: UPV, p. 65-87.
- ARANGUREN, Mari Jose; NAVARRO, Itziar (2003). La política de clusters en la Comunidad Autónoma del País Vasco: una primera valoración. **En:** *Ekonomiaz*, nº 53. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, p. 90-113.
- AZUA, Jon (2003). La clusterización de la actividad económica: concepto, diseño e innovación. Apuntes para su aplicación en la estrategia competitiva de Euskadi. **En:** *Ekonomiaz*, nº 53. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, p. 222-238.
- BARDAJÍ, Javier; GÓMEZ AMIGO, Santiago (2004). *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*. Pamplona: EUNSA.
- BEARING POINT (2003). *Libro blanco del sector audiovisual en Euskadi*. [s.l.]: Bearing Point.
- BORGATTI, Stephen P.; EVERETT, Martin G.; FREEMAN, Linton C. (2002). *Ucinet 6 for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard: Analytic Technologies.
- BUSTAMANTE, Enrique (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, Enrique; ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María (1999). España: la producción audiovisual en el umbral digital. **En:** *Zer*, nº 7. Bilbao: UPV, p. 45-64.
- CASADO, Miguel Ángel (2005). Nuevas estrategias para el desarrollo del sector audiovisual en las comunidades autónomas. **En:** *Ámbitos*, nº 13-14. Sevilla: Universidad de Sevilla, p. 109-131.
- DÍEZ URRESTARAZU, Rosa (2003). *ETB. El inicio de una nueva era*. [Iurreta]: Euskal Irrati Telebista.
- EIKEN (2006). *Cluster Audiovisual de Euskadi. Informe Anual 2005*. [Zamudio]: Eiken [CD-ROM].
- EIKEN (2007). *El sector audiovisual vasco*. Zamudio/Bilbao: Eiken/SPRI [[http://www.eiken-cluster.com/uploads/documentos/publicaciones/2008/080227Informe\\_cast\\_VD.pdf](http://www.eiken-cluster.com/uploads/documentos/publicaciones/2008/080227Informe_cast_VD.pdf)] (consultada el 15 de enero de 2009).
- EITB (2000). *Plan estratégico de EITB*. Documento mimeografiado. Iurreta: [EITB].
- FAULKNER, Simon et al. (2008). Art for Art's Sake or Selling Up? **En:** *European Journal*

- of Communication*, vol. 23, nº 3. London: Sage, p. 295-317.
- FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; SANTANA, Fernanda (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2008). La producció independent de televisió a Catalunya davant d'un mercat canviant. En: Quaderns del CAC, nº 30. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, p. 91-101.
- FERNÁNDEZ-QUIJADA, David (2009a). Producción independiente de televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido. **En:** *Ámbitos*, nº 18. Sevilla: Universidad de Sevilla, p. 191-209.
- FERNÁNDEZ-QUIJADA, David (2009b). El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y laSexta. **En:** *Comunicación y sociedad*, vol. XXII, nº 1. Pamplona: Universidad de Navarra, p. 59-87.
- FERNÁNDEZ SORIANO, Emelina (1999). El desarrollo del sector de la producción audiovisual en Andalucía. **En:** AGUILERA, Miguel de; MÉNDIZ, Alfonso; CASTILLO, Antonio (coords.). *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico*. [Málaga]: Universidad de Málaga, p. 117-138.
- GECA (ed.) (2007). *El anuario de la televisión 2005/06*. Madrid: Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual.
- GOBIERNO VASCO (2004). *Plan Vasco de la Cultura*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- MIÈGE, Bernard (1989). *The Capitalization of Cultural Production*. New York: International General.
- OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2007). *Kultura 07*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- REQUENA SANTOS, Félix (1989). El concepto de red social. **En:** *Revista española de investigaciones sociológicas*, nº 48. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, p. 137-152.
- RIBÉS, Maite (2007). *Nuevos servicios prestados a través del televisor. Quiero TV, el precedente de esta historia, tesis doctoral*. Castellón: Universitat Jaume I [<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-0110108-123435/>] (consultada el 12 de enero de 2009).
- VACAS, Francisco (1999). La producción audiovisual en Extremadura. **En:** *Zer*, nº 11. Bilbao: UPV, p. 187-203.
- ZALLO, Ramón (dir.) (1995). *Industrias y políticas culturales en España y País Vasco*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ZALLO, Ramón (2002). "Políticas culturales territoriales: una experiencia rica pero insuficiente". **En:** BUSTAMANTE, Enrique (coord.). *Comunicación y cultura en la era digital. Industria, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, p. 277-305.
- ZALLO, Ramón (2005). El Plan Vasco de Cultura: una reflexión. **En:** *Revista internacional de los estudios vascos*, vol. 50, nº 1. Donostia: Eusko Ikaskuntza, p. 11-55.
- ZALLO, Ramón (2007). "Política cultural en la CAPV". **En:** *I Conferencia Internacional sobre Políticas Culturales*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, p. 119-132.