

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

AM Morales González (2018): “Desarrollo de las productoras audiovisuales en Extremadura en lo que va de S. XXI”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 790 a 809.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1282/41es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1282](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1282)

Desarrollo de las productoras audiovisuales en Extremadura en lo que va de S. XXI

Development of audiovisual production companies
in Extremadura in the 21st century

Ana María Morales González [] [] Doctorado Interuniversitario de Comunicación.
Universidad de Sevilla (España) anamorales10@outlook.com

Abstracts

[ES] Introducción: Extremadura contaba, a principios del siglo XXI, con tan sólo seis productoras audiovisuales que operan en la región de forma regular, centrándose mayoritariamente en el vídeo industrial y la publicidad. Diecisiete años más tarde, aunque siguen siendo pequeñas pymes de alrededor 10 trabajadores fijos que aumentan su plantilla en función de la producción del momento, se ha cuadruplicado el número de empresas de este tipo. La causa de este desarrollo fundamentalmente se debe a la aparición de la televisión pública regional. **Metodología:** investigación cuantitativa y cualitativa, de corte interpretativa, documental y teórica. Entrevistas. **Resultados:** los datos revelan que el desarrollo se ha producido de forma controlada y limitada, debido a que estas productoras audiovisuales extremeñas tienen una relación de dependencia con el canal autonómico, es decir, la actividad anual de cada una de ellas, casi en su totalidad, depende de los contratos que obtengan con el ente autonómico.

[EN] Introduction: In early XXI century, Extremadura had only six audiovisual productions which worked regularly. They focused on industrial video and advertisements. Seventeen years later, around fifty new companies have been created though they carry on being enterpriser, with around ten fixed workers, due to the fact that regional public TV hires the products of these audiovisual production companies. **Methology:** quantitative and qualitative research, interpretive, documental and theoretical. Interviews. **Results:** According to dates, the development of companies has been progressive as the companies have only one customer, the public TV. In consequence the enterprise has few private customers.

Keywords

[ES] Sistema; estructura; Extremadura; medios de comunicación; poder político; poder económico.

[EN] System; structure; Extremadura; media; political power; economic power.

Contents

[ES] 1. Introducción. 1.1. Hipótesis y objetivos. 1.2. Estructura y sistema. 1.3. Importancia y contribuciones. 2. Metodología. 3. Resultados. 3.1. Etapas de Canal Extremadura Tv. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

[EN] 1. Introduction. 1.1. Hypothesis and objectives. 1.2. Structure and system. 1.3. Importance and contributions. 2. Methodology. 3. Results. 3.1. Stages of Canal Extremadura Tv. 4. Conclusions. 5. Bibliographical references.

Traducción de **Marta Silva Morales**

(First Certificate in English por la Universidad de Cambridge)

1. Introducción

La comunidad Autónoma de Extremadura se encuentra situada en la zona suroeste de la Península Ibérica y cuenta con las dos provincias más extensas de España: Cáceres y Badajoz. La provincia de Cáceres destaca por ser predominantemente rural, mientras que Badajoz se considera de condición intermedia, según datos del Programa de Desarrollo Rural 2014-2020. Esta región española cuenta con una orografía de zonas montañosas y amplias penillanuras, con tajos fluviales y vegas fértiles. A lo largo de este amplio territorio, se distribuyen los 380 municipios que componen la comunidad Autónoma de Extremadura. Ésta cuenta con 1.087.778 habitantes (INE, 2016). Casi el 60% de la población vive en localidades de menos de 20.000 habitantes. Datos de los que se deduce que Extremadura es una región con una gran dispersión geográfica, con una baja densidad de población y con un alto número de municipios.

En cuanto a la actividad de la región, el sector primario ha sido el que ha marcado históricamente el desarrollo económico y cultural. Aunque a finales del s. XX, el sector servicios comenzó a aumentar su peso en la estructura productiva extremeña (Vacas, 2005). Sin embargo, la economía extremeña cuenta con una frágil estructura de producción ya que en conjunto apenas representa el 2% de las empresas que existen en España (*El Periódico de Extremadura*, 2014, 18 de agosto de 2017).

Una vez presentada la comunidad Autónoma de Extremadura y planteadas sus limitaciones, debemos indicar que al igual que en otros sectores dentro de la región, el desarrollo del sector audiovisual no se ha caracterizado por mantener una evolución sólida y actualizada, sino todo lo contrario. Entre otras, estas características económicas y demográficas de la región han influido, ya que la descentralización de la mayoría de los municipios provoca que los medios de comunicación extremeños no puedan atender a la amplia demanda de todos sus habitantes (Vacas, 2005).

A comienzos de este siglo, la región contaba con tan sólo seis empresas audiovisuales que operaban con normalidad y que centraban su actividad en la realización de vídeos publicitarios e institucionales, contando como cliente mayoritario con la Junta de Extremadura (Vacas, 2005). En su totalidad, eran pequeñas pymes que empleaban a unos 150 trabajadores, entre fijos y colaboradores en función de la producción del momento. Esta situación era debida, según Vacas, a la oposición del ejecutivo en aquellos años a la creación de una televisión pública regional, a la poca producción propia que tenía el centro de Radio Televisión Española en la región y a que entre las televisiones locales no existía intercambio de productos con las productoras.

Según Francisco Morillo, director de la televisión local Televisión Extremeña afincada en Mérida, para el presidente de la Junta de Extremadura de aquel momento, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, no era necesario crear una televisión pública regional, ya que había ganado seis elecciones y no necesitaba más publicidad (F. Morillo, comunicación personal, 28 de abril de 2016).

Juan Carlos Rodríguez Ibarra, fue presidente de la región extremeña desde la constitución del Estatuto de Autonomía de ésta, en 1983, hasta 2007. Fue presidente durante seis legislaturas, es decir, 24 años. Más de dos décadas gobernando en las que no vio la necesidad de crear una televisión como instrumento de difusión de los logros de su Gobierno.

Sin embargo, a pesar de esta oposición durante los años 90, finalmente en el año 2000 se aprobó la Ley 4/2000, de 16 de noviembre, por la que se crea la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (BOE, 2000), es decir, la Ley de creación de televisión pública, aunque no sería hasta el 2006 cuando se comenzara a emitir por primera vez, bajo el nombre “Canal Extremadura Televisión”.

No obstante, ésta no sería la primera experiencia de televisión autonómica en la comunidad. En el año 2001, también y dadas las rotas negociaciones entre PSOE y PP para crear una televisión regional, el 9 de julio Ibarra firma con el presidente de la Junta de Andalucía en aquel momento, Manuel Chaves, un protocolo de intenciones. Protocolo que posteriormente permitía la emisión de la señal de Canal Sur en toda Extremadura, en la que se haría una desconexión de varias horas para emitir contenido exclusivamente de la región. Este proyecto no llegó a cumplir el año, inició sus emisiones en septiembre de 2001 y finalizó en junio de 2002. Un cierre de emisiones provocado por una sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura en la que se reflejaba que la adjudicación de los contenidos propios de la cadena, a la productora audiovisual que la consiguió, se había realizado vulnerando los derechos fundamentales (*El Periódico de Extremadura*, 2002, 14 de abril de 2017).

Así, el fin de Canal Sur Extremadura supuso el inicio de nuevo de las negociaciones entre los partidos políticos para poner en marcha una televisión pública regional, dado que la mayoría de las comunidades autonómicas españolas contaban ya con una propia.

El papel del canal de comunicación es primordial “para que llegue el producto al telespectador”, es el “que determina qué hay que producir y cómo” afirma Mónica Hinojosa en su investigación sobre las productoras audiovisuales, en particular las madrileñas. Sin embargo, realiza afirmaciones que bien pueden aplicarse al resto de comunidades autónomas. Hinojosa insiste en este sentido del papel del canal de comunicación: “las productoras en menor o mayor medida tienen siempre que sucumbir a los deseos e intereses de estos medios” (Hinojosa, 2005).

Así, el nacimiento de la televisión pública regional supuso un hito importante en la evolución de estas empresas audiovisuales. Aparecía un nuevo cliente, un nuevo canal de comunicación, que demandaba una gran cantidad de productos audiovisuales para completar su programación diaria.

La mayoría de estas empresas jugaron, además, un papel fundamental en la aparición de esta televisión pública regional, ya que participaron en la elaboración de la Ley. Una participación que se traduce en reuniones con grupos políticos y en conferencias y congresos de deliberación (J. Camello, comunicación personal, 25 de mayo de 2017).

Desde sus comienzos, Canal Extremadura Televisión cuenta en su programación diaria con una producción externa de más del 90%, ya que tan sólo produce parte de sus informativos diarios (P. Sánchez, comunicación personal, 29 de junio de 2016).

En palabras de José Camello, director de la productora Libre Producciones, el sector, antes de la llegada del canal autonómico, “era muy duro” ya que “generalmente se dependía en el día a día de las instituciones y de un número ínfimo de las iniciativas privadas”, tras 2006, las productoras audiovisuales, según Camello:

“naturalmente proliferaron. El desarrollo del sector ha sido, desde entonces, relativamente acorde con el aumento de los recursos y la visibilidad de las producciones. Ni más ni menos. Que, por otro lado, no son muchos, entre 30 y 40 millones de euros anuales más de los muy poquitos que, antes de 2006, sumaba y movía el sector” (J. Camello, comunicación personal, 25 de mayo de 2017).

En todas estas productoras, Canal Extremadura Televisión se convirtió en el cliente principal. Por poner un ejemplo, podemos destacar a la empresa audiovisual Trovideo, que señalaba textualmente que “en los años 2005, 2006 y 2007 Canal Extremadura Tv se ha convertido en uno de los principales clientes” en su Memoria de 1994-2007 (Trovideo Comunicación Audiovisual, 2007).

Pero no sólo se convirtió en cliente principal en sus inicios, esta práctica se ha venido dando hasta la actualidad en todas las productoras. De hecho, algunos miembros del sector, como Pablo Sánchez, director de la televisión autonómica entre 2006-2010, afirman que esta televisión “ha sido y es la locomotora del sector”, pero existe una gran dependencia de las productoras con el canal autonómico, de tal manera que el 90% de su actividad son contrataciones con el ente público y el 10% restante de anuncios publicitarios de la Junta de Extremadura. Afirma Sánchez “no se puede funcionar así “las productoras no tienen músculo para hacer frente al día en el que Canal Extremadura no les de contrataciones” (P. Sánchez, comunicación personal, 29 de junio de 2016).

Por tanto, si nos trasladamos de nuevo al año 2000, vemos un sector audiovisual pobre, en el que las emisoras de radio y las televisiones locales tienen un gran protagonismo frente a la escasez de productoras audiovisuales. No solo escasez en número, sino también en producción y clientes.

Como se ha expuesto, también se iniciaron las negociaciones con respecto al canal autonómico, además de ser igualmente el inicio y el fin de Canal Sur Extremadura.

Los primeros años del nuevo siglo no auguraban un desarrollo para las productoras de la región, a pesar de ello, el nacimiento de la televisión pública autonómica provocó un giro inesperado. Aunque debemos tener en cuenta que esta evolución responde a unas reglas que limitan el desarrollo de las productoras audiovisuales. Las televisiones públicas regionales, tal y como afirma Luis Albornoz en su investigación:

“nacieron en España presas de un corsé que las obliga, por un lado, a moverse al ritmo de los vaivenes de la índole político-partidaria y, por otro, a competir por el mercado de anunciantes junto al resto de emisoras” (2002, Albornoz).

Esta competición influye en los contenidos de las pantallas autonómicas que buscan competir con las cadenas generalistas y conseguir una mayor cuota de share, y en función de estas necesidades son las contrataciones que realizan con las productoras audiovisuales. Es la cadena la que determina el cómo y el cuándo.

Así, teniendo en cuenta todo lo expuesto, con esta investigación averiguaremos el porqué y el alcance de este desarrollo, cuáles han sido sus causas y consecuencias, cómo se ha traducido a lo largo de estos años y, fundamentalmente, podremos realizar un estudio completo que puede ayudar a esclarecer los aspectos positivos y negativos en los que se podrán basar estas productoras audiovisuales para mejorar la actividad de sus empresas. Investigación novedosa, cuanto menos, ya que no existe ninguna

investigación relacionada con el tema y puede convertirse en objeto de estudio de los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Documentación y Comunicación de la Universidad de Extremadura.

1.1. Hipótesis y objetivos

Tras lo expuesto, la hipótesis principal que busca comprobar el estudio es que: el desarrollo de las productoras audiovisuales en Extremadura se ha visto condicionado por las decisiones que el poder ejecutivo de la región ha tomado en dicha materia.

El poder ejecutivo en la comunidad es la Junta de Extremadura, independientemente de los partidos políticos que gobernarán en cada momento. Durante estos diecisiete años, cinco han sido las legislaturas que se han vivido en la región, cuatro del Partido Socialista y una del Partido Popular. El cambio del color del gobierno también supuso una modificación en la dirección general de la Corporación Extremeña de los Medios Audiovisuales (CEXMA) y, por tanto, un nuevo giro en la dirección de la empresa que se tradujo en una nueva política de empresa con nuevos contenidos o nuevas contrataciones, entre otros aspectos.

Por tanto, planteamos que la producción de las productoras audiovisuales ha estado durante todos estos años al servicio del poder político. Las decisiones que ha tomado este poder en materia audiovisual en la región, han condicionado el desarrollo del sector y, por lo tanto, el de las productoras, como por ejemplo, la creación antes o después del canal autonómico, la puesta en marcha de Canal Sur Extremadura, las subvenciones y ayudas concedidas a dichas productoras audiovisuales, las formas de contratación en cuanto a trabajos para la administración autonómica, las formas de contratación en la generación de contenidos para la televisión autonómica,...

Así, en función de lo expuesto, para determinar las causas y consecuencias del desarrollo de las productoras audiovisuales investigaremos cada una de estas empresas haciendo hincapié en el tamaño de las mismas, en la actividad que realizan y en los clientes con los que cuentan. Del mismo modo, estudiaremos el cambio que supuso en todas ellas el nacimiento del canal regional. Analizaremos cómo se producían los contratos audiovisuales entre estas empresas y el ente autonómico. Y, finalmente, observaremos y compararemos el desarrollo que han obtenido, de forma individual y colectiva, durante todos estos años.

Cumpliendo estos objetivos obtendremos las claves para determinar si nuestra hipótesis será finalmente afirmada o no.

1.2. Estructura y sistema

Presentada la comunidad extremeña con sus limitaciones y los factores que han podido influir en el supuesto desarrollo y evolución de las productoras audiovisuales a lo largo de los últimos diecisiete años, como, por ejemplo, el poder ejecutivo, es fácil determinar que nuestro objeto de estudio se enmarca dentro de las disciplinas Estructura de la Información y Economía de la Comunicación.

En este punto, es preciso plantear los aspectos fundamentales de estas dos materias para entender el funcionamiento de las productoras audiovisuales dentro de una estructura mayor que responde a una serie de reglas, que podríamos denominar como sistema.

En primer lugar, deberíamos dejar claros ambos conceptos: estructura y sistema. Del profesor Ramón Reig podemos rescatar el concepto estructura, quien lo define como: “es una serie de elementos articulados, es decir, interconectados, organizados, de forma que, si alguno o algunos de ellos sufre alteraciones, el conjunto se verá afectado” (Reig, 1998, pág. 19). Por lo que, en una estructura es indispensable que la distribución de los elementos esté interconectada. Esta interconexión debe ser

tanto horizontal como vertical y las alteraciones o modificaciones pueden ser positivas o negativas, de tal forma, que es necesario poder preverlas.

Por tanto, podemos entender que las productoras audiovisuales son un elemento dentro de una estructura que bien podríamos denominar: sector audiovisual extremeño. Dentro de este sector, se encuentran dichas empresas audiovisuales, pero, además: las televisiones locales, las emisoras de radio, los medios online, la televisión autonómica, las asociaciones de los diferentes profesionales del sector, etc. Todos y cada uno de ellos son elementos que conforman una estructura en la que están interconectados.

Un ejemplo claro puede ser el de la productora Zafra Tv Producciones. Esta empresa generaba contenidos para su propia televisión local, pero también para la autonómica. Aquí hay una conexión entre tres elementos, en la que si uno de ellos desaparece provoca cambios y tiene consecuencias en los dos restantes.

Éste es tan solo un ejemplo de los muchos que se podrían exponer. No obstante, toda estructura responde a una serie de reglas de funcionamiento, estas reglas son el sistema. Continuando el camino hacia el concepto de sistema podemos resaltar la siguiente afirmación de Sánchez-Bravo “la estructuración es la que engendra, por sí misma, una sistematización” (Sánchez-Bravo, 1992, pág.74). En este sentido, Reig, recoge en su libro *Medios de comunicación y poder en España* los aspectos que distingue el profesor Miguel Urabayen dentro de un sistema. Entre ellos, Urabayen destaca que un sistema es una gran variedad de elementos con funciones especializadas y que dichos elementos están organizados en estructuras (Reig, 1998). De lo que deducimos que un sistema está compuesto por estructuras, que, a su vez, están formadas por elementos.

Los diferentes elementos que componen una estructura, como hemos visto, están relacionados entre sí, del mismo modo que las distintas estructuras que conforman un sistema lo están. Por tanto, tiene razón, Sánchez-Bravo, al afirmar que la estructuración es la que engendra una sistematización, sin embargo, sistema es un concepto más amplio que el de estructura, está en un estadio superior. Se entiende, por ejemplo, al hablar de sistema de economía de mercado, formado por estructuras económicas, sociales, informativas, etc. Por consiguiente, el sistema abarca a la estructura y no al revés, aunque la aparición de las diferentes estructuras y la interrelación entre ellas, provoque el surgimiento del sistema.

Así, la estructura formada por el sector audiovisual extremeño responde a una serie de reglas de funcionamiento como son, en este caso, políticas, económicas y sociales. Estas reglas, como hemos apuntado, conforman el sistema por el que se rige el conjunto de la estructura y a su vez, los elementos que la componen, en este caso en concreto, las productoras audiovisuales.

Por tanto, una empresa audiovisual extremeña de unos 10 trabajadores atiende en su día a día a estas reglas del juego, incluso sin ser consciente. El propietario de esta empresa debe plantearse, en primer lugar, qué producto ofrecer en base a lo que ya está en el mercado. Un mercado, que en competencia, desarrollan entre todos los elementos que lo componen. Su producto necesita de una elaboración en la que hay un gasto económico, laboral y creativo. Un gasto que puede que sea compensado o no por el comprador del producto final. Este comprador ha puesto sus propias condiciones en la contratación, que puede que sean iguales al del resto de sus competidores o diferentes. Ahí debe decidir el propietario si acepta dichas condiciones de contratación, tiene que analizar si son beneficiosas para su empresa y en el caso de que no lo sea, si a largo plazo le pueda compensar.

Factores económicos, sociales, pero también políticos, son los que influyen en el día a día de las productoras extremeñas. Económicos, en tanto que un productor busca el beneficio para su empresa, no solo consiguiendo contrataciones y vendiendo sus productos, sino también optando a subvenciones

y ayudas ofertadas por el gobierno autonómico o el central. Sociales, puesto que realiza, en la mayoría de los casos, un producto dirigido a la población extremeña, por lo que debe conocerla para conseguir que su mensaje llegue, bien sea a través de un anuncio de la administración pública o a través de un magazine en la televisión autonómica. Y, políticos, en tanto que la Junta de Extremadura es el cliente principal de todas y cada una de las productoras audiovisuales de la comunidad, independientemente de si es a través de sus diferentes consejerías o de Canal Extremadura Televisión.

Una vez ya planteados los aspectos fundamentales de la Estructura de la Información, podemos adentrarnos en la disciplina Economía de la Comunicación. Esta disciplina se centra en analizar, por un lado, la naturaleza económica de los medios de comunicación y su relación con la estructura social más amplia, y por otro lado, observa cómo la propiedad, los mecanismos de financiación y las políticas públicas influyen en los contenidos y en el comportamiento de los medios.

En este sentido, según Mosco (1996), la Economía Política ha aspirado de forma consistente a construir sobre la unidad de lo político y lo económico, al dar cuenta de su influencia mutua y sus relaciones con esferas de actividad social más amplias y simbólicas. Además, señala como un elemento fundamental a la estructuración (Mosco, 2006).

Estas relaciones que presenta Mosco son las reglas y principios por las que se rigen las estructuras, concepto que ya hemos definido como “sistema”.

Hay que tener presente que las estructuras de poder han existido a lo largo de la historia, sólo que con el paso del tiempo, las formas y los modos de comunicación han cambiado. Sin embargo, no es hasta el año 1960 cuando Dallas Smythe publicó “On the Political Economy of Communications” en el que se presentaban una de las primeras aplicaciones de la Economía Política al campo comunicativo, y definía este enfoque como el estudio de los procesos económicos y las políticas de comunicación, su interrelación e influencia mutua en otras instituciones sociales (Segovia, 2006).

Se hace evidente, por tanto, que, para conocer las causas y consecuencias del desarrollo de las productoras audiovisuales, debemos investigar y estudiar, no sólo a estas de forma individual, sino además las relaciones que mantienen entre ellas y con el resto de elementos que conforman la estructura de la que forman parte. Del mismo modo, es necesario entender el funcionamiento de dicha estructura, es decir, el sistema: los principios políticos, sociales y económicos por los que se rige y los cambios que producen estos principios en la estructura.

1.3. Importancia y contribuciones

Extremadura es una de las regiones más pobres no sólo de España sino de toda la Unión Europea, así lo manifiestan los datos aportados por Eurostat en 2015 en los que se plantea que “con un PIB per cápita equivalente al 68% de la media del conjunto de la UE, Extremadura está entre el 25% de las más pobres de los Veintiocho” (*El País*, 2015, 29 de octubre de 2017).

Estas condiciones económicas, junto a las demográficas anteriormente expuestas han condicionado el desarrollo de la región, no sólo en materia audiovisual, sino en todos los aspectos. A esto hay que sumarle, que históricamente, Extremadura ha sido una de las regiones españolas más olvidadas en materia política y económica por parte del Gobierno Central, y este olvido del que hablamos se traduce también en la falta de estudio e investigaciones de gran calado en todas las materias, aunque en nuestro caso, nos centraremos en la materia audiovisual.

Existen muy pocas investigaciones sobre el sector audiovisual extremeño, y menos concretamente sobre las productoras, tan sólo hemos podido encontrar una investigación importante sobre este tema de la mano de Francisco Vacas, con su tesis doctoral y posterior publicación *La televisión en*

Extremadura: un proyecto de televisión regional (2005), así como algunos artículos escritos por el autor, en los que estudia a las productoras audiovisuales de la región. No obstante, se trata de publicaciones centradas en los años anteriores al 2000, por lo que en este siglo XXI no contamos con ningún estudio que centre su atención en la evolución de estas empresas audiovisuales y más, teniendo en cuenta, el hito importante que supuso el nacimiento de la televisión pública regional.

La investigación realizada por Vacas nos ayudará para plantear los antecedentes de nuestro estudio, a partir de los cuáles estudiaremos lo ocurrido durante estos últimos años.

2. Metodología

El método empleado en esta investigación es el relativo a una metodología cuantitativa y cualitativa de corte interpretativo.

A través del estudio cualitativo, hemos realizado entrevistas a diferentes agentes que están relacionados directamente con las productoras audiovisuales en la región, como son, los directivos de dichas empresas y varios trabajadores. Con estas declaraciones hemos podido conocer la historia de cada una de las empresas audiovisuales, sus objetivos planteados, sus clientes, sus producciones, así como sus opiniones sobre el estado del sector y los elementos que lo componen.

Sin embargo, estas productoras no actúan solas dentro del sector audiovisual, por lo que también hemos investigado el resto de elementos para ver la relación que mantienen entre todos y poder comprobar, de esta manera, si esas relaciones han influido en el desarrollo de las empresas. Por ello, se han realizado entrevistas personales, también con:

- directivos de Canal Extremadura Televisión
- miembros de asociaciones de los medios de comunicación en la región
- directivos de televisiones locales
- directivos del ente territorial de Radio Televisión Española

Elementos que tienen contacto directo con las empresas audiovisuales y que, por tanto, han influido en su evolución. Del mismo modo, se ha estudiado en consecuencia las diferentes políticas de comunicación que las cinco legislaturas han realizado durante estos diecisiete años en la región extremeña.

Por otra parte, se recogen y analizan datos cuantitativos específicos para esclarecer la relación entre las variables:

- número de contratos realizados entre la televisión pública regional y las empresas audiovisuales
- condiciones y requisitos de dichos contratos
- cifra de trabajadores con los que cuenta cada productora
- trabajos realizados por las productoras
- número de clientes de cada productora
- subvenciones recibidas por parte de la Junta de Extremadura
- beneficios anuales

Se ha recurrido, para plantear antecedentes y conocer más detalles, a las escasas publicaciones relacionadas con nuestra investigación, a hemerotecas, a publicaciones oficiales como el Diario Oficial

de Extremadura (DOE) y Boletín Oficial del Estado (BOE), a numerosos artículos en medios de comunicación online y en papel con información relevante para nuestro estudio, así como a publicaciones relacionadas con las disciplinas de nuestro objeto de estudio: Estructuras de la Información y Economía de la Comunicación.

Se ha analizado el marco legal de dichas empresas y la relación que mantienen entre ellas, a través de una perspectiva diacrónica y sincrónica, con las que hemos analizado la historia de cada una de ellas y su desarrollo individual, teniendo en cuenta las condiciones externas que las rodeaban.

Para conseguir toda esta información recopilada, tanto de entrevistas como de estudio documental y teórico, se ha realizado una investigación basándonos en métodos empíricos, como la observación, la medición o la experimentación; métodos teóricos, a través de la deducción e inducción; y métodos históricos, analizando estos acontecimientos en relación con otros.

Y, por último, se han llevado a cabo tácticas de análisis y síntesis que nos han ayudado a comprender las relaciones entre todos los elementos que conforman la estructura mencionada para poder corroborar o no nuestra hipótesis inicial.

La metodología expuesta de corte interpretativo contiene todos los elementos necesarios para estudiar y analizar un objeto de estudio de estas características.

2. Resultados

Como se indicó en la introducción, en el año 2000 sólo operaban en Extremadura seis productoras audiovisuales, éstas son: Trovideo (1994), Iris Eyex Producciones (1987), Libre Producciones (1988), Grupo Ros (1995), Extra Extremadura (1995) y Martín García Chamorro (1990). Su actividad estaba centrada mayoritariamente en la realización de videos institucionales y publicitarios, ya que no existía entre ellas relación laboral con las televisiones locales de la región salvo en casos concretos, y el centro territorial de Radio Televisión Española de Extremadura exigía una colaboración muy escasa. Tan solo dos de ellas intentaron abrirse mercado más allá de las fronteras de Extremadura ofreciendo, sobre todo, coberturas informativas extremeñas a cadenas generalistas, así como algunos documentales y reportajes, aunque minoritarios.

Trovideo tuvo su primera gran producción para una televisión con el programa “Mi Tierra” para Canal Sur Extremadura. Tras la desaparición de ésta, de nuevo volvió a la producción inicial de videos institucionales y alguna que otra campaña política. Sin embargo, esta colaboración con Canal Sur Extremadura le sirvió de escaparate y de contacto para la futura Canal Extremadura Tv. En 2004, Trovideo forma sociedad con Tragaluz –una productora audiovisual extremeña dedicada a la realización de cortos y largos cinematográficos– y SODIEX (Sociedad para el Desarrollo Industrial de Extremadura). SODIEX es un instrumento autonómico de apoyo al crecimiento de empresas existentes o al lanzamiento de nuevas iniciativas empresariales, por lo que, financia sociedades anónimas y sociedades limitadas, formando parte del capital social de forma minoritaria y temporal, para así dotar a las empresas participadas de la adecuada estructura financiera para un buen funcionamiento. Una sociedad que se formó con el objetivo de conseguir recursos económicos suficientes para poder dar respuesta a la demanda que iba a surgir con el comienzo de las emisiones de Canal Extremadura Tv. Más tarde, Trovideo también ha contado con la ayuda de las instituciones autonómicas, como la Corporación Empresarial de Extremadura (CEX) y AVANTE que comparten el mismo objetivo que SODIEX: impulsar el desarrollo industrial y empresarial de Extremadura. Así, Trovideo, con parte de su capital público, ha sido y es una de las empresas mejor posicionadas en las contrataciones con la televisión autonómica.

Desde 1987, Iris Eyex Producciones se había convertido en una de las productoras más consolidadas del panorama audiovisual extremeño: realizaron un gran número de noticias para cadenas nacionales y autonómicas españolas, crearon tres emisiones temporales de televisión local, realizaron más de 500 campañas de publicidad en España y Portugal y en los inicios de Canal Extremadura, elaboraron la autopromoción de la cadena y dos programas. A pesar de ello, en 2008 desapareció debido a los costes estructurales inasumibles por la empresa.

En la actualidad y tras la desaparición de Iris Eyex Producciones, Libre Producciones es la decana de la región. Cuenta con dos socios y una facturación anual media de 180.000 euros. A lo largo de su trayectoria han creado series de televisión, documentales, cortometrajes, pero sobre todo programas de contenido divulgativo y comercial, siendo Canal Extremadura Tv actualmente su principal cliente, hecho que se traduce en que un 60% de media de su producción anual es para Canal Extremadura. Una empresa, que también ha contado con ayudas y subvenciones autonómicas para la realización de trabajos cinematográficos y documentales.

Grupo Ros nació como productora audiovisual, aunque su actividad principal se ha centrado en ser una agencia de comunicación. A pesar de ello, ha tenido presencia con algunos de sus formatos desde los inicios de Canal Extremadura Tv hasta la actualidad.

Extra Extremadura Audiovisuales, afincada en Badajoz, aunque de origen vasco, ha realizado algunos programas de televisión, si bien actualmente centra su actividad en series y películas cinematográficas, teniendo escasa presencia en materia audiovisual televisiva, salvo una serie, “Técula Mécula” que realiza para el canal autonómico desde 2012.

Martin García Chamorro, que posteriormente pondría de nombre “Malesgu” a su productora audiovisual, creó esta empresa vinculada a una televisión local, TelePlasencia. Durante sus primeros años centró su actividad en contenidos para esta televisión local y la realización de algún que otro programa para cadenas nacionales, aunque su gran cliente llegaría con el nacimiento de Canal Extremadura Tv, con el que ya ha puesto en marcha más de 5 formatos diferentes y con los que ha tenido presencia en este ente, desde sus inicios hasta hoy en día.

Ya en los años 2001 y 2002 aparecieron dos nuevas productoras vinculadas a televisiones locales, Zafra TV Producciones y Producción Audiovisual del Norte de Extremadura (PANEX), por lo que su actividad principal era servir de contenido audiovisual a dichas televisiones a las que pertenecían. También estas ofrecieron sus coberturas informativas a las cadenas generalistas, aunque eran mínimas las colaboraciones. Sin embargo, cuando comenzaron las emisiones de Canal Extremadura TV, ambas apostaron por conseguir contratos con el nuevo cliente. Aunque consiguieron algún que otro programa en sus inicios, actualmente no forman parte de la cartera de clientes del ente público. Siguiendo la línea de las empresas anteriormente expuestas, se trata de pymes de entre 10 – 15 trabajadores entre fijos y colaboradores.

En este punto, es preciso señalar la llegada a la región, en 2001, de la Agencia de noticias Atlas, productora nacional perteneciente al grupo Mediaset España, que implantó una sede en la capital extremeña, Mérida, desde donde cubrían la información de toda la región para las cadenas generalistas, fundamentalmente para su grupo de comunicación. Sin embargo, esta sede, que tan sólo contó con cuatro trabajadores (dos durante la semana y otros dos los fines de semana), cerró en 2005. Los motivos fueron la creación de la Autovía de la Plata, que atraviesa Extremadura y facilita las comunicaciones tanto con la comunidad de Madrid como con la región de Andalucía y la inminente puesta en marcha de la televisión regional extremeña, que podría facilitar contenidos audiovisuales a estas cadenas. A estas causas, es necesario sumarle también el cambio en la política de programación que realizó en la

época el actual grupo de Mediaset, que cambió la apuesta de los espacios informativos por el de los espectáculos.

Con la presencia de Atlas en la región, esas coberturas informativas para las cadenas generalistas nacionales que realizaban las productoras extremeñas se redujeron considerablemente.

En 2002, nace Gestorex dedicada a la realización de spots publicitarios y la producción de eventos. Al igual que las demás, se trata de una pyme con alrededor 10 trabajadores en sus inicios. Con el tiempo, la productora se irá adaptando a los nuevos cambios y ofrecerá también formación a través de cursos propios y del Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE).

Entre los años 2000 y 2005, la Junta de Extremadura, en colaboración con varias de las mencionadas productoras audiovisuales, estudiaba el modelo de televisión regional a implantar en la comunidad, por lo que muchas de ellas tuvieron voz y participación en la creación de este modelo.

Ésta fue una de las razones por las que nació en la región una nueva productora audiovisual en 2005, C30 Producciones. El fin era conseguir contenidos de la esperada televisión autonómica y en ello centró su actividad, limitándose únicamente a crear contenidos para el canal regional, prueba de ello, son lo más de ocho formatos que ha realizado y realiza para la empresa autonómica.

Fueron años, en los que las existentes esperaban ansiosos el inicio de emisiones para conseguir contrataciones y otros viendo la posibilidad del mercado, crearon nuevas empresas.

Así, en 2006, comienzan las emisiones de Canal Extremadura TV y con ellas, aparecen nuevas empresas: Teyso Media Extremadura (2006), Viernes Producciones (2006), Dosde Extremadura Media (2007), ACC Producciones (2008), Digitsuit (2008), Carlos Pérez (2008) y Orange Productions (2008).

Todas ellas nacen con un mismo objetivo: producir contenidos para la nueva televisión. Además, tienen en común, que se tratan en su nacimiento de pequeñas pymes de entre 10 – 15 trabajadores, al igual que las expuestas anteriormente. Aunque, es necesario apuntar, que la evolución de cada una de ellas ha sido diferente, mientras que unas se han hecho un hueco más estable en el mercado como, por ejemplo, Viernes Producciones o Dosde Extremadura Media, otras como Teyso Media Extremadura o ACC Producciones han sufrido más altibajos a lo largo de los años.

Teyso Media Extremadura se fusionó en 2010 con una productora andaluza, ATN, lo que supuso un incremento de capital a la empresa extremeña que favoreció la aparición de nuevas líneas de negocio.

Viernes Producciones y Dosde Extremadura Media, desde el comienzo, ha sido productoras audiovisuales muy vinculadas al canal autonómico, elaborando numerosos programas de televisión. Esta relación laboral ha provocado, que, a lo largo de los años, se haya incrementado la plantilla de las empresas, aunque sin sobrepasar el umbral de pyme.

ACC Producciones ha sido una productora al servicio del ente autonómico desde sus inicios, hasta que se vieron obligados a ser absorbidos por Secuoya en 2013. ACC realizó desde 2008 las coberturas informativas de la cadena, ofreciendo equipos de trabajo en cinco delegaciones repartidas de forma estratégica por la comunidad. Se trata de una de las empresas que más trabajadores tenía empleados, alrededor de unos 60.

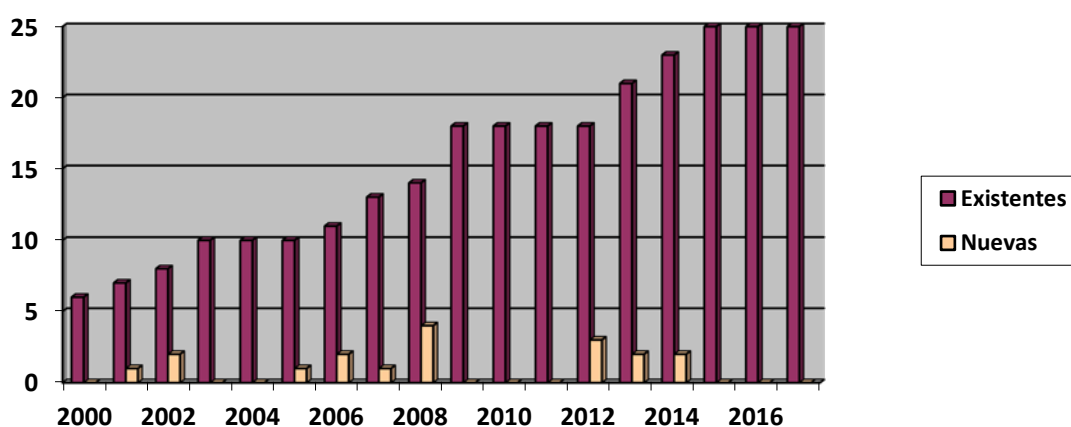
En cuanto a Digitsuit, en sus primeros años centró su actividad en la técnica visual, alquiler de equipos, etc., con un número mínimo de trabajadores. Ya en 2016, comenzaron a realizar contenidos audiovisuales para Canal Extremadura. Digitsuit Extremadura junto con Digitsuit Andalucía, conforman una de las empresas con más presencia en el panorama audiovisual andaluz.

Carlos Pérez, director, productor y realizador, elaboró algunos contenidos audiovisuales para el ente autonómico en sus primeros años, principalmente documentales. Pérez, junto con miembros de la productora Tierra Digital (1988), crearon una nueva empresa audiovisual en 2014: 1080 Líneas Producción Audiovisual, centrada en la elaboración de documentales.

Orange Productions, nace en 2008 en Extremadura, aunque actualmente forma parte de Colours Communication Group, una empresa con gran repercusión internacional.

Tras estas productoras habría que esperar unos años, hasta 2011 para que aparecieran otras tantas: Canovision (2011), Nova Toma (2012), Periferic Tv (2012), Aire de Toros Producciones (2013), Gaia Media Producciones (2013), 1080 Líneas Producción Audiovisual (2014) y Synopsis (2014).

Tabla 1. Nacimiento productoras audiovisuales extremeñas.



Elaboración propia.

Se incluye en el gráfico la productora Tierra Digital de 1988 para realizar un cálculo completo de todas las existentes, aunque no se ha tenido en cuenta en la profundización dado que su elaboración de contenidos audiovisuales ha sido intermitente a lo largo de los años y actualmente está desaparecida. Al igual, que una de las productoras decanas de la región Iris Eyex Producciones.

Por tanto, atendiendo al gráfico y a las dos bajas comentadas, actualmente operan en Extremadura 23 productoras audiovisuales extremeñas. Se cuadruplica el número planteado a inicios del año 2000.

Recordemos que en 2006 Canal Extremadura Tv comienza sus emisiones. Si observamos el gráfico se produce un aumento del número de empresas audiovisuales en los años inmediatamente anteriores y posteriores al 2006. Desde 2009 a 2012 se vive una etapa de estabilidad, pero a partir de 2013 comienzan, de nuevo, a surgir nuevas empresas.

De esta forma, las empresas audiovisuales se han adaptado a las características del mercado en cada momento. En un principio y ante la falta de iniciativas privadas en la región, la mayoría centraban su actividad en contratos con la administración, realización de cortometrajes con subvenciones autonómicas y en algunos casos, buscaban clientes fuera de las fronteras de la región. Todo este panorama cambió, en el momento en el que apareció Canal Extremadura Tv como se ha indicado. Las existentes centraron sus esfuerzos en el nuevo cliente y en intentar esquivar la nueva competencia que surgía aprovechando el momento de expansión del sector en la región.

La estructura audiovisual tenía poco que ofrecer a sus elementos a inicios del nuevo siglo fundamentalmente económicamente, sin embargo, la incorporación de un nuevo elemento provocó

cambios en todos los demás, no sólo económicos, sino también sociales y políticos, como veremos a continuación.

2.1. Etapas de Canal Extremadura TV

Para entender las fechas presentadas es preciso ahondar en la historia del canal autonómico. En 2004, el Diario Oficial de Extremadura anunciaba el nombramiento del director general de la empresa pública Corporación Extremeña de los Medios Audiovisuales (CEXMA), que incluye la televisión y la radio. La persona elegida fue Gaspar García Moreno.

Por aquel entonces, el partido socialista gobernaba en Extremadura de la mano de Juan Carlos Rodríguez Ibarra, quien tras seis legislaturas había retrasado, todo lo posible, la creación de una televisión regional. Las elecciones autonómicas de 2007, dieron por vencedor, de nuevo al PSOE, sin embargo, esta vez el Presidente fue Guillermo Fernández Vara. Vara, sólo gobernaría una legislatura ya que, en las próximas elecciones autonómicas de 2011, el Partido Popular, con José Antonio Monago al mando, se hizo con la Presidencia de la Junta de Extremadura por primera vez en la historia democrática de la región. Pero 4 años después, el partido socialista volvería a ganar las elecciones autonómicas de 2015, de nuevo con Guillermo Fernández Vara.

Durante estos años y con los expuestos cambios de gobierno regional, tres han sido los directores generales de la CEXMA: Gaspar García Moreno (2006 – 2011) anterior Jefe de Comunicación en la Diputación Provincial de Badajoz entre 1991 y 2004; Beatriz Maesso (2011 – 2015), ostentó cargos de responsabilidad en productoras nacionales como One Film o New Atlantis; Carmen Garaicoechea (2015 – 2017), anteriormente consultora de comunicación de diversas empresas a nivel nacional; y Urbano García (2017 – actualidad), Exdirector de Radio Televisión Española Extremadura.

Durante las diferentes etapas de los distintos directivos generales las formas de contratación han variado considerablemente. En los años en los que ostentaba la dirección García Moreno dos eran fundamentalmente las formas de contratación: las empresas audiovisuales presentaban en la cadena las propuestas para ser valoradas o la propia cadena pedía a las empresas directamente la realización de contenidos.

Con la llegada de Maesso, las formas de contratación cambiaron, ahora se realizarían a través de concursos públicos, en los que ganaba la empresa que consiguiera mejor puntuación de las presentadas. Concursos que han sido publicados en la web de dicha empresa a través de su Portal de Transparencia.

Garaicoechea continuó esta forma de contratación hasta su dimisión en junio de 2017 por desencuentros con la administración regional, la pérdida de confianza mutua y varios conflictos ocasionados con la negociación y contratación de servicios de productoras externas.

Durante el Gobierno del Partido Popular, la gestión de Maesso al frente de la CEXMA fue muy criticada por la oposición, haciendo referencia a la contratación de productoras externas, no potenciando así la producción extremeña.

A continuación, exponemos una tabla en la que se puede observar la contratación de productoras extremeñas y no extremeñas a lo largo de la historia de Canal Extremadura Tv.

Podemos observar que desde el comienzo se han realizado contrataciones con productoras no extremeñas, aunque es cierto, que con el paso de los años se va incrementando con variaciones.

Sin embargo, la presencia de estas productoras audiovisuales no radica tanto en el número como en la dimensión de los contratos.

Tabla 2. Contratación de productoras audiovisuales en Canal Extremadura

AÑO	PROD. EXTREMEÑAS	PROD. NO EXTREMEÑAS
2006	10	1
2007	10	5
2008	10	8
2009	12	9
2010	11	7
2011	13	2
2012	15	5
2013	14	7
2014	16	8
2015	10	7
2016	15	8
2017	15	9

Elaboración propia.

En la etapa de García Moreno, la empresa Europroducciones, de reconocido prestigio nacional, tuvo presencia en la televisión autonómica durante más de cuatro años con la venta de formatos como “Gran Prix” o “Qué apostamos”, pero fundamentalmente con la realización de espacios exclusivos para la cadena, como, por ejemplo, “Entre vinos”, “Hoy en día” o “El día es nuestro”. Además de Europroducciones había otras productoras no extremeñas colaborando con la cadena, pero con unas horas de programación menores: Catorce, Transglobe, MSL Group, Grupo Zeta o Plural entre otras.

Maesso optó, como hemos indicado, por una nueva forma de contratación pública para realizar la programación. Con esta nueva fórmula se abrió el abanico de participación. El 31 de marzo de 2014 se resolvía un concurso público para realizar casi 1.000 horas de programación. 15 empresas concurren a tres bloques diferentes atendiendo a características de periodicidad, género y/o formato y los adjudicatarios fueron: Factoría Plural para el Lote A con 482 horas; Exit, Trímboli, La Cometa Producciones para el Lote B con 322 horas; y Viernes Producciones para el Lote C con 123 horas.

Un año después, en 2015, se adjudicaba un nuevo contrato a Factoría Plural con el que produciría la mayor parte de los contenidos de la cadena durante los próximos dos años, por valor de 4,5 millones de euros.

Por tanto, entre 2013 y 2016 las productoras no extremeñas consiguieron la producción de la mayoría de la parrilla de Canal Extremadura Tv, con programas como: “Puerta con puerta” o “Mujeres.son” producido por Factoría Plural; “Una vida mejor” u “Objetivo” realizado por Erpin 360; “Escúchame” o “Educad2” producido por Balance Productions; y, “Mercadillos” y “Reporterox” realizado por Exit, Trímboli, La Cometa Producciones; entre otros muchos programas que conforman la programación.

La presencia de estas productoras no extremeñas ha sido evidente, por tanto, en la programación del Canal Extremadura Tv llegando a emitir más de una treintena de formatos diferentes desde 2012 hasta la actualidad. Aunque destacan especialmente los años comprendidos entre 2013 y 2016.

Las productoras audiovisuales extremeñas se han mantenido ligadas durante todo este tiempo al canal autonómico intentando conseguir contratos de larga duración como, por ejemplo, los de Trovideo que mantiene en emisión su programa “Tu Empleo” desde 2006 o Dosde Extremadura que, por su parte, mantiene “La Besana” desde 2008. Sin embargo, éstos son dos de los pocos ejemplos que se pueden resaltar en cuanto a contrataciones de larga duración.

En estos 11 años la programación ha variado considerablemente, con García Moreno había una tendencia de duración mayor de los programas en emisión, llegando a durar los programas en parrilla hasta 4 – 5 años, como “La tarde de Extremadura”, “La sala eléctrica”, “Ecos”, “Zona Empresa” o “En su punto”. Esto cambia, radicalmente, con Maesso y con Garaicoechea, quienes hacen contrataciones con un periodo de tiempo menor, a excepción de los programas estrella de la cadena: “Escúchame”, “Extremadura, tierra de toros” o “El lince con botas”.

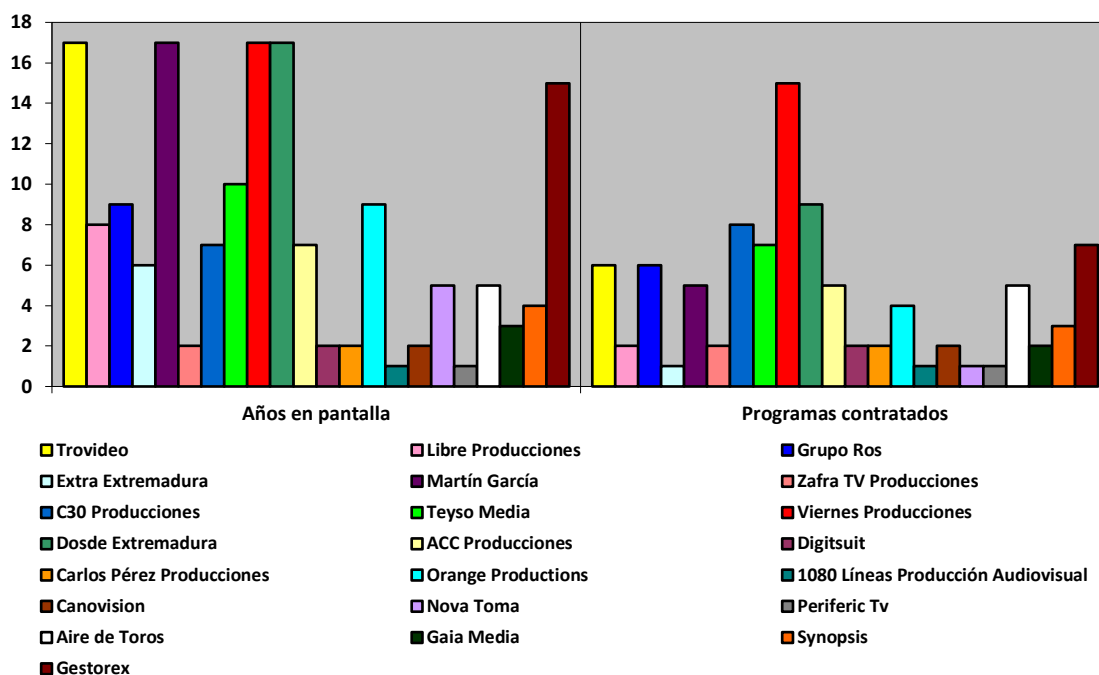
2.1. Análisis

Por tanto, a lo largo de estos 17 años las productoras extremeñas no sólo han tenido que competir entre ellas para mantenerse a flote, sino que han tenido que hacer frente al “enemigo extranjero”, normalmente con mayor capacidad económica y de recursos. Un enemigo que ha estado presente desde el nacimiento de la televisión regional, aunque haciéndose más visible con la llegada de Beatriz Maesso a la dirección general de la CEXMA, a través de su nueva política de contrataciones.

Así, si el panorama era desolador para estas empresas audiovisuales a comienzos del nuevo siglo, la situación actual a pesar de que ha mejorado, no es la idónea. En un primer momento, la poca producción existente que había en la región se la repartían entre unas pocas, como hemos visto, que intentaban diferenciarse entre ellas para ganar mayor mercado.

En el siguiente gráfico descubriremos varias claves principales:

Tabla 3. Presencia de las productoras en Canal Extremadura.



Elaboración propia.

Repetimos una vez más, que el nacimiento del canal público supuso un gran avance en el sector. A pesar de ello, este avance ha sido, por un lado, descontrolado, dado que han surgido más empresas de las necesarias y el ente público no requiere contenido que surta a todas y cada una de ellas de forma más o menos igualitaria. Pero, por otro lado, también ha sido controlado, ya que es, precisamente, este canal autonómico el que controla el crecimiento de cada una de estas empresas en función de las contrataciones que consiguen unas u otras. E igual que tiene poder sobre su crecimiento, también lo

tiene sobre su existencia, dado que si Canal Extremadura Tv no le da contrato a una empresa extremeña durante 2-3 años seguidos, ésta estará destinada al fracaso y posterior cierre, a no ser que consiga reinventarse.

Lo primero que observamos es que las empresas audiovisuales que llevan más años teniendo programación en la pantalla de Canal Extremadura Tv son: Trovideo, Martín García Chamorro, Viernes Producciones, Dosde Extremadura Media Gestorex. En cuanto a aquellas que han tenido un mayor número de programas contratados, destacan: Viernes Producciones, Dosde Extremadura Media, C30 Producciones, Gestorex, Trovideo y Grupo Ros.

Por tanto, destacan aquellas productoras audiovisuales que nacieron junto con la televisión autonómica, como viernes o C30. Son empresas, como ya hemos señalado, que surgieron para aprovechar la nueva situación que se marcaba dentro del sector. Y, así, lo han conseguido. No sólo han sabido mantenerse en el tiempo y conseguir grandes contratos, sino que se han convertido en empresas de referencia en el sector, situándose en los primeros puestos de la lista en cuanto a número de trabajadores o beneficios anuales conseguidos.

Trovideo o Gestorex, por ejemplo, más veteranas, si consiguieron hacerse un hueco, aunque no tienen un gran número de programas contratados a lo largo de estos años, sí que se han mantenido en el tiempo.

Sin embargo, con mayor o menor tiempo de contratación en pantalla, las productoras audiovisuales extremeñas desde el inicio han estado al servicio del canal autonómico. Éste se ha convertido en el cliente principal de todas y cada una de las productoras extremeñas. Las contrataciones con Canal Extremadura Tv suponen casi el 80% de la actividad de estas empresas, el porcentaje restante suelen ser videos institucionales para las diferentes consejerías de la Junta de Extremadura.

Todas vieron al nuevo canal como un cliente potencial que debían tener en su cartera y así han luchado en el mercado por conseguir cada vez un mayor trozo del pastel.

Canal Extremadura Tv provocó un crecimiento en el número de empresas dedicadas a este tipo de producción audiovisual, un aumento en el número de contrataciones de profesionales del sector y un auge en el plano económico del mercado audiovisual.

Pero esta relación de dependencia que mantienen las empresas con el ente autonómico hace que el sector sea débil, ya que se encuentra casi a expensas de las decisiones que el poder ejecutivo tome en dicha materia a través de la televisión regional.

Por consiguiente, la televisión regional tiene el control económico de todas estas empresas audiovisuales, y por tanto, es la Junta de Extremadura (poder ejecutivo) el que tiene este control económico.

Además, es preciso señalar, como hemos visto, que las dos fechas señaladas en cuanto a creación de nuevas empresas audiovisuales fueron: de 2006 a 2008 y de 2012 a 2014.

La primera horquilla ya ha quedado clara que es debido al nacimiento de Canal Extremadura Tv en 2006. Pero ¿y la segunda? Recordemos que el Partido Popular gana las elecciones en 2011, lo que provoca un nuevo nombramiento en la dirección general de la CEXMA. Este cambio político en la dirección general, las nuevas políticas de contratación que hemos expuesto, pero, sobre todo, el nuevo giro en la política regional, es decir, en el mando de la Junta de Extremadura, alentó a nuevos profesionales a adentrarse en este mercado audiovisual extremeño.

Por último, es necesario destacar que la actividad empresarial de estas productoras audiovisuales, que centran su actividad en la realización de contenidos para televisión, fuera de la región extremeña es prácticamente nula. Si bien comentamos que algunas de ellas habían colaborado en coberturas informativas con cadenas generalistas, esto ocurría en un primer momento en el que no existía el canal autonómico, tras su aparición, se centró toda la atención en el nuevo cliente y, además, las cadenas generalistas que requieren información sobre algún contenido de la región hacen su petición directamente a este canal público.

De esta forma las empresas audiovisuales limitan su crecimiento en el momento en el que marcan como único objetivo a Canal Extremadura Tv. Dentro de las opciones del mercado audiovisual extremeño, es cierto, que los mayores contratos se consiguen con la televisión regional, pero sería necesario investigar nuevas líneas de negocio como iniciativas privadas o públicas, pero de mayor envergadura, además de introducirse en nuevos mercados audiovisuales de otras regiones españolas. Esto les supondría tener mayor flexibilidad a la hora de optar a distintas contrataciones, mayor crecimiento y menor dependencia del canal autonómico.

3. Conclusiones

Atendiendo al epígrafe anterior, podemos afirmar nuestra hipótesis principal: el desarrollo de las productoras audiovisuales en Extremadura se ha visto condicionado por las decisiones que el poder ejecutivo de la región ha tomado en dicha materia.

El poder ejecutivo representado por la Junta de Extremadura a través de las diferentes legislaturas que hemos comentado, ha influido en el desarrollo de estas productoras audiovisuales. La primera decisión influyente que podemos destacar por encima de las demás, fue la de Rodríguez Ibarra de retrasar la creación del canal autonómico. Mientras que en la mayoría de comunidades españolas autónomas existía una televisión pública regional, los vecinos de Extremadura recurrían a las televisiones locales para demandar información de proximidad. Estas televisiones locales, como se ha apuntado anteriormente, no requerían de los servicios de las productoras audiovisuales, por lo que éstas sobrevivían con una mínima actividad laboral.

Es cierto, que la creación de Canal Extremadura Tv supuso un avance en la aparición de las productoras audiovisuales, en la contratación de personal, en la especialización y en la profesionalización, sin embargo, este avance ha sido escaso y controlado.

Controlado según los requerimientos del canal autonómico, que en función de las contrataciones del momento escogía a unas productoras u otras, de tal manera, que la que no conseguía contrato con Canal Extremadura Tv, o por consiguiente conseguía un contrato menor, debía relegar su actividad de nuevo a los videos institucionales de la Junta de Extremadura.

En comparación con el resto de comunidades autónomas españolas y sus sectores audiovisuales, la evolución ha sido escasa en tanto que 24 productoras audiovisuales no conforman una base sólida y nutrida de un sector audiovisual. Si comparamos este número con el de las empresas existentes en Andalucía el dato es aterrador, la comunidad andaluza vecina cuenta con un total de 1.200 empresas censadas en el sector audiovisual (Ramos, 2012). Si bien en este número están englobadas todas las ramas del audiovisual, las empresas que se dedican exclusivamente a la realización de contenidos audiovisuales para televisión superan, considerablemente, a las extremeñas.

Sin embargo, esta evolución escasa responde a la mala práctica que siguen las empresas de tener a Canal Extremadura Tv como cliente principal y único, sería necesario que estas productoras abrieran el abanico de su actividad para contar con más posibilidades en el caso de no contratación con el canal autonómico.

Desde sus inicios Canal Extremadura Tv ha intentado potenciar el trabajo de dichas empresas extremeñas, aunque a lo largo de los diferentes directores, esa apuesta haya sido más evidente para unas productoras que para otras.

El cambio en la fórmula de las contrataciones también evidenció una nueva etapa en la que las productoras extremeñas tuvieron que competir con grandes productoras nacionales, que las superaban en recursos. Porque es preciso indicar, que, aunque a partir de 2006 estas productoras extremeñas ganaron en profesionalización, no dejan de ser empresas pequeñas que aumentan su plantilla en función de los contratos conseguidos, pero nunca llegando a superar los 30 trabajadores, salvo excepciones como las empresas que realizaron las coberturas informativas, ACC Producciones y Trovideo.

Por tanto, estamos ante una evolución de productoras audiovisuales extremeñas que depende directamente de los deseos del canal autonómico, deseos que varían en función de quien sea su director general, que por consiguiente cambia en función de qué partido gobierne en la región.

Es cierto, que la mayoría de estas productoras audiovisuales extremeñas nacieron para dar respuesta a la necesidad de contenido audiovisual que tenía la cadena autonómica, sin embargo, aunque sus inicios fueran éstos, deberían haber desarrollado una mayor línea de negocio.

Para conseguir un mayor desarrollo, obtener una cartera de clientes y realizar una actividad laboral no dependiente, las empresas extremeñas deben cruzar las fronteras de la región y ofrecer sus servicios, tanto a otras comunidades autonómicas extremeñas, como a por su proximidad, el país vecino de Portugal. En Extremadura, los clientes son los mencionados: Canal Extremadura TV y la Junta de Extremadura, a través de sus numerosas consejerías. Se pueden señalar algunas iniciativas de empresas privadas, aunque son mínimas.

Si estas empresas audiovisuales obtuvieran un mayor número de contratos podrían crecer en profesionalización, especialización y tamaño. Podrían cumplir con sus objetivos marcados y no con los planteados por el canal autonómico.

A este control económico y político que ejerce el poder ejecutivo sobre las productoras audiovisuales extremeñas a través de la televisión autonómica, hay que sumarle las características demográficas extremeñas expuestas. Dada la gran dispersión geográfica y la escasa población de la mayoría de las localidades de la región, el sector tampoco ha podido alcanzar un mayor desarrollo, debido a su difícil centralización.

Por tanto, la dependencia del canal autonómico, es la principal causa del escaso y débil avance de las productoras audiovisuales, las cuáles se enfrentan a un mercado, que ha cambiado a lo largo de estos 17 años, pero que tiene los mismos actores principales: la Junta de Extremadura, bien a través de la televisión pública o de sus consejerías.

Este planteamiento realizado a través de estas páginas nos lleva a cuestionarnos, de igual forma, cómo ha afectado el surgimiento del canal autonómico a las televisiones locales existentes en la región o cómo ha podido determinar también la aparición de la radio regional el día a día de las radios comarcales y locales. Aunque éstas son líneas de investigación aún sin abarcar.

4. Referencias bibliográficas

Albornoz, Luis A. *Televisiones públicas autonómicas en España y normalización lingüística. El caso de TeleMadrid: una cadena autonómica singular*. Área Abierta [en línea] 2002, marzo: [Fecha de

consulta: 19 de noviembre de 2017] Disponible en
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1350575>> ISSN-e 1578-8393

BOE n. 17 Ley orgánica 4/2000, de 16 de noviembre, por la que se crea la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales

El País, 2015 [Internet]. [Fecha de consulta: 29 de octubre de 2017] Disponible en Disponible en:
https://elpais.com/economia/2015/05/21/actualidad/1432208418_851535.html

El Periódico de Extremadura, 2002 [Internet]. [Fecha de consulta: 14 de abril de 2017] Disponible en http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/anuario/polemico-adios-canal-sur_31769.html

El Periódico de Extremadura, 2014 [Internet]. [Fecha de consulta: 18 de agosto de 2017] Disponible en <http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/65-empresas-asalariados-region-tienen-uno-dos-empleados_822339.html>

Fernández Quijada, D. (2009): *Producción independiente de televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido*. Revista *Ámbitos*, no 18. [Fecha de consulta: 23 de marzo de 2016] Disponible en <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3154801>>

Grupo Alba Internacional, Red2Red Consultores (2014): Contexto de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 [Internet] [Fecha de consulta: 04 de febrero de 2016] Disponible en <http://www.gobex.es/filescms/ddgg002/uploaded_files/fondos_europeos/FondosEuropeos2014_2020/FEADER/Analisis_fortalezas_y_debilidades_DAFO_Extremadura_Fondo_Europeo_Agricola_Desarrollo_Rural.pdf.pdf>

Hinojosa, Mónica, *Las productoras audiovisuales: instrumentos de análisis*. Comunicar [en línea] 2005, (Sin mes): [Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825111>> ISSN 1134-347

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2016). Censo de población. Madrid: Instituto Nacional de Estadística

Mancinas Chávez, Rosalba (2016): *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 106. La Laguna (Tenerife): Latina. [Fecha de consulta: 24 de agosto de 2017] Disponible en <<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/41109>> ISSN 978-84-16458-48-6

Mosco, Vincent (1996): *Economía Política de la Comunicación*. Londres: Sage Publications Ltd

Mosco, Vincent (2006): *La Economía Política de la Comunicación: una actualización 10 años después*. Cuadernos de la información y comunicación, nº 11. [Fecha de consulta: 15 de abril de 2017] Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0606110057A/7274>

Ramos Rodríguez, E. (2012). Renovarse o morir: nuevos escenarios para la supervivencia de las productoras audiovisuales en Andalucía.

Reig, Ramón (1998): *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio televisión y mundo editorial*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica

Sánchez-Bravo, 1992, pág.74 Sánchez-Bravo, Antonio (1992): *Manual de Estructura de la Información*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces

Segovia, Ana (2006): “Presentación: cincuenta años de economía política de la comunicación”, en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11. [Fecha de consulta: 22 de enero de 2017] Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2165014>>

Trovideo Comunicación Audiovisual. (2007). Una mirada hacia el futuro

Urabayan, Miguel (1988): *Estructura de la Información Periodística. Concepto y método*. Barcelona: Mitre

Vallejo Peña, F. (2009) *La industria audiovisual en Andalucía y España ante el surgimiento de nuevos clusters*. Cybergeo: European Journal of Geography. No 463. [Fecha de consulta: 01 de septiembre de 2017] Disponible en: <<http://cybergeo.revues.org/22474>>

Vacas Aguilar, F. (2001): La producción audiovisual en Extremadura. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 6 (11) noviembre. [Fecha de consulta: 01 de septiembre de 2017] Disponible en: <<http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6078>>

Vacas Aguilar, F. (2005): *La televisión en Extremadura: un proyecto de televisión regional (vol. I, II)*. (1ª ed.) Badajoz: Junta de Extremadura

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

A M Morales González (2018): “Desarrollo de las productoras audiovisuales en Extremadura en el S. XXI”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 790 a 809.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1282/41es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1282](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1282)

- En el interior de un texto:

...A M Morales González (2018: 790 a 809) ...

o

...A M Morales González 2018 (790 a 809) ...

Artículo recibido el 18 de febrero de 2018. Aceptado el 20 de abril.
Publicado el 24 de abril de 2018