

Reseña

El *boom* del audiovisual español: claves de un éxito internacional

Mercedes Medina¹

DOI: 10.5294/pacla.2025.28.3.5

Para citar esta reseña / To cite this book review / Para citar esta resenha


Medina, M. (2025). El *boom* del audiovisual español: Claves de un éxito internacional. *Palabra Clave*, 28(3), e2835. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.3.5>

Reseña del libro

José María Álvarez-Monzoncillo. (2024). *La competitividad del ecosistema audiovisual español*. McGraw Hill.

Con un profundo y amplio conocimiento del sector audiovisual, el autor aporta un análisis equilibrado del crecimiento reciente del mercado audiovisual en España. En el capítulo 1, expone las principales tendencias que explican el auge del sector, basándose en fuentes actuales y relevantes, fruto de una exhaustiva revisión de la literatura más reciente. A continuación, se adentra en un estudio cualitativo centrado en la competitividad del sector desde la perspectiva de la producción audiovisual y su creciente proyección internacional.

La hipótesis principal, defendida de forma lógica, ordenada y sistemática, sostiene que la mejora en la gestión empresarial y el aumento de la reputación internacional del audiovisual español se deben, en gran medida, a la mayor visibilidad alcanzada por las series y películas nacionales gracias a las plataformas de *streaming* (*subscription video on demand* [SVOD]).

1  <https://orcid.org/0000-0002-3295-607X>. Universidad de Navarra (España). mmedina@unav.es

El punto de partida es claro: la inversión en producción audiovisual ha crecido significativamente en los últimos años, al igual que los ingresos del sector. Las subvenciones públicas (tanto a la producción cinematográfica como a los canales públicos nacionales y autonómicos), junto con las suscripciones y la publicidad tanto en televisión generalista como en plataformas de *streaming*, han experimentado un notable incremento. Además, los ingresos de las salas de cine han comenzado a recuperarse tras la pandemia de covid-19, y las previsiones apuntan a un crecimiento sostenido en los próximos años. Este dinamismo se refleja en cifras espectaculares: se estiman ingresos del sector audiovisual para 2024 en torno a los 8000 millones de euros, con exportaciones que alcanzarían los 1000 millones. Este aumento se relaciona directamente con el crecimiento del consumo televisivo y la expansión global de las plataformas de *streaming*.

Este desarrollo ha favorecido la entrada de nuevos agentes en toda la cadena de valor, el establecimiento de alianzas empresariales y la consolidación de un tejido innovador compuesto por pymes, que habitualmente colaboran con productoras de mayor tamaño, alimentando tanto a canales televisivos como a plataformas digitales. El aumento de operadores en el negocio audiovisual ha incentivado la inversión en series y películas, así como ha generado un círculo virtuoso de innovación que ha fortalecido el prestigio del sector.

A partir de una encuesta de percepción aplicada a 150 prescriptores internacionales, entre ellos, profesores universitarios, críticos de cine y televisión, miembros de jurados de festivales y representantes de instituciones vinculadas al sector audiovisual, el autor analiza los factores clave de éxito (FCE) que explican esa percepción positiva. Su análisis permite identificar los rasgos que refuerzan la competitividad de la producción audiovisual española.

Según el autor, la productividad y competitividad actuales se explican por el desarrollo de clústeres, la consolidación de las plataformas en el país y la mejora de las estrategias empresariales de las productoras locales.

También destaca la creciente competencia entre los principales actores del mercado, la innovación tecnológica, el avance de la inteligencia artificial (IA) y los incentivos fiscales, que, en algunas comunidades autónomas, superan el 50 % de los costes de rodaje.

Los resultados de la encuesta reflejan una clara mejora en la visibilidad y reputación internacional del audiovisual español, facilitada por una distribución más eficiente a través de plataformas globales. Se observa un aumento notable en la aceptación y en el conocimiento de obras españolas en países asiáticos. En general, la mayoría de los encuestados coinciden en que existe un mayor interés internacional por las producciones españolas, en que la calidad técnica, la innovación y la competitividad han mejorado en los últimos años y en que el incremento en visibilidad se debe, en gran medida, a las plataformas SVOD. El éxito de títulos como *La casa de papel* es un claro ejemplo de este fenómeno.

Con su aguda visión crítica, el autor también advierte que esta situación favorable podría cambiar. La competencia internacional es cada vez mayor, los costes de los derechos de propiedad intelectual se han incrementado y la presión regulatoria sobre las plataformas, especialmente en Europa, está en aumento.

Subyace, además, una tensión entre la cantidad de producciones demandadas y el posible deterioro de su calidad. Sin embargo, la producción audiovisual española ha dado un salto cualitativo en la última década: mayores presupuestos, coproducciones internacionales, actores mejor preparados, acceso a localizaciones emblemáticas, avances tecnológicos y equipos más capacitados han permitido una mayor diversidad narrativa que atrae tanto al público nacional como internacional. El autor señala, con acierto, que muchos de estos elementos son fácilmente imitables, lo que podría poner en riesgo la ventaja competitiva de plataformas pioneras como Netflix, a la que dedica buena parte de su análisis.

El autor reconoce las limitaciones del método empleado, basado en una encuesta con escala Likert (p. 22). Si bien no se trata de un estudio es-

tadístico, las respuestas recabadas resultan válidas para captar la percepción de actores clave del mercado internacional sobre el audiovisual español. Como crítica, puede señalarse que la formulación de las preguntas lleva implícita una cierta orientación en las respuestas. Además, hubiera sido valioso complementar la encuesta con entrevistas a expertos, que habrían aportado mayor profundidad al análisis. También se echa en falta una comparación más sistemática con otros mercados europeos, como los de Francia o Italia, lo que habría permitido contextualizar mejor la magnitud de los cambios.

Con todo, el método utilizado cumple una doble función: por un lado, permite conocer la visión que tienen los actores influyentes sobre la ficción española en el ámbito internacional, y, por otro, dirige la atención hacia el producto cultural nacional.

Una debilidad importante de la obra es la falta de un hilo conductor sólido. La estructura de los capítulos da la impresión de ser un mosaico de trabajos relacionados pero independientes, más que un estudio unitario. Hay repeticiones de ideas a lo largo de esta. Tras los primeros capítulos, en los que se exponen reiteradamente el objetivo, el método y las hipótesis, con una estructura más cercana a la de un artículo científico que a la de una monografía, el capítulo 4 presenta los resultados de la encuesta, mientras el capítulo 5 se centra en las innovaciones tecnológicas, con una atención particular en Netflix que no termina de justificarse del todo. El capítulo 6 podría considerarse un estudio de caso sobre el impacto de esta plataforma en la industria audiovisual europea. Según el autor, y en línea con la literatura más reciente, los factores clave del éxito de Netflix radican en su modelo de explotación de producciones originales, un catálogo amplio y perenne, un conocimiento detallado de sus usuarios, una cultura corporativa basada en la toma de decisiones compartida y la capacidad de adaptación. Todo ello integrado en un ecosistema de innovación que incluye a productores independientes (p. 85). Esta estructura fragmentaria conlleva repeticiones, errores tipográficos y gramaticales, así como cierta falta de cohesión interna en los capítulos.

A pesar de ello, esta obra, breve pero sustanciosa, constituye un informe práctico, conciso y completo, útil tanto para estudiosos del sector audiovisual como para productores y profesionales del medio. Sus conclusiones pueden contribuir a orientar la producción nacional hacia las preferencias del público internacional.

Referencias

Álvarez-Monzoncillo, J. M.^a (2024). *La competitividad del ecosistema audiovisual español*. McGraw Hill.