

# **EL CRECIMIENTO DISPAR DEL SECTOR AUDIOVISUAL: EL EJEMPLO DE GALICIA FRENTE A EXTREMADURA**

**Lorena Rodríguez Campo**

Departamento Análisis Económico y Administración de Empresas

Universidad de La Coruña

e-mail: [lorena@filmanova.com](mailto:lorena@filmanova.com)

**María Teresa García Álvarez**

Departamento Análisis Económico y Administración de Empresas

Universidad de La Coruña

e-mail: [mtgarcia@udc.es](mailto:mtgarcia@udc.es)

**Rosa María Mariz Pérez**

Departamento Análisis Económico y Administración de Empresas

Universidad de La Coruña

e-mail: [rosamp@mail2.udc.es](mailto:rosamp@mail2.udc.es)

**Oscar Juanatey Boga**

Departamento Análisis Económico y Administración de Empresas

Universidad de La Coruña

e-mail: [oscarjb@udc.es](mailto:oscarjb@udc.es)

## **Resumen**

En los últimos años, el sector audiovisual ha sufrido una rápida y profunda transformación en algunas zonas geográficas de nuestro país. En este sentido, el desarrollo socio-económico, el apoyo institucional, la normativa autonómica, la creciente dimensión empresarial, el desarrollo tecnológico, entre otros factores, han contribuido a potenciar el crecimiento del sector. Sin embargo, existen otros condicionantes tales como la insuficiente financiación y cuantía de ayudas públicas, la falta de estrategias de comunicación a través de los *mass media*, la

inexistencia de una compañía de televisión autonómica, la irregularidad productiva y la falta de formación especializada, etc. que frenan el crecimiento de la industria audiovisual.

Con base en lo anterior, el objetivo de este trabajo es contribuir al análisis de cuáles son los factores que pueden potenciar o limitar el desarrollo de una industria que se encuentra en plena fase de crecimiento. Esto obligará a realizar no sólo un análisis externo sino también a estudiar los condicionantes internos de las empresas de esta industria. Así, dos ejemplos claros de los dos panoramas extremos existentes en nuestro país son las CC.AA. de Galicia y Extremadura.

*Palabras clave:* Sector audiovisual, crecimiento industrial, CC.AA, diagnóstico empresarial.

*Área temática:* Economía regional y local.

## **1. Introducción**

Con el objetivo de analizar de forma más pormenorizada y, tratar de esta manera, de detectar ciertas pautas de consumo que contribuyan a explicar la demanda y la oferta de ciertos productos audiovisuales, expondremos en primer lugar algunas de las características socioeconómicas de ambas CC.AA. Después de esto, se buscará dibujar el panorama de consumo de bienes culturales con el objetivo de detectar diferencias relevantes entre ambos territorios. A continuación, se analizará el entorno del sector audiovisual, el cuál mostrará ciertas ventajas para su desarrollo, tales como el crecimiento de la demanda y el impulso proporcionado por las nuevas tecnologías. Sin embargo, es posible identificar diferencias relevantes en el desarrollo del sector audiovisual en Galicia y Extremadura que han condicionado la creación y expansión desigual del sector. Posteriormente, se analizará la actividad de las productoras y, por último, se presentarán las conclusiones más relevantes.

## **2. Los datos socioeconómicos:**

La Comunidad Autónoma de Galicia ocupa una superficie de 29.574 kilómetros cuadrados y cuenta con una población de 2.750.985 habitantes, mientras que en el caso de Extremadura estas cifras se sitúan en 41.634 y 1.075.286, respectivamente<sup>1</sup>. Por tanto, la densidad de población es bastante mayor en la primera -93 hab./km<sup>2</sup>- que en Extremadura -25,8 hab./km<sup>2</sup>-, a pesar de que Galicia es también considerado un territorio caracterizado por una alta dispersión de sus habitantes.

---

<sup>1</sup> Fuente: IGE para el año 2004.

Relacionado con esto, cabe destacar que en la Comunidad de Extremadura sólo existe un municipio de más de 100.000 habitantes y que en Galicia existen cinco ayuntamientos de esta dimensión. Más aún, la mayor parte de los 382 municipios extremeños se encuadrarían en el tramo de menos de 5000 habitantes, al igual que lo que ocurre en el caso de los 317 ayuntamientos gallegos.

Como conclusión general de lo anterior, se puede afirmar que tanto la población gallega como la extremeña se haya fuertemente dispersa en núcleos poblacionales relativamente pequeños o de tamaño medio, lo cual tendrá consecuencias relevantes sobre el diseño de cualquier proyecto cultural, en general, o audiovisual, en particular.

Con base en estos datos e incorporando otra información suministrada por el IGE y el INE, se pueden identificar los siguientes cambios experimentados en la demografía urbana de Galicia y, que pueden extenderse a Extremadura:

- Reducción leve de la población de las grandes ciudades y desplazamiento de la misma a zonas periféricas.
- Crecimiento de los índices de envejecimiento de la población por el incremento de la esperanza de vida y a la disminución de la tasa de natalidad.
- Aumento de los hogares monoparentales en general y, en particular, de aquellos en los que la cabeza de familia es una mujer.
- Incremento de la población que vive sola, especialmente en el caso de las mujeres, tanto mayores como jóvenes.
- Incremento de la inmigración, sobre todo de países no comunitarios.
- Importancia creciente del sector servicios, con un peso cada vez menor del sector primario en la economía.

En cuanto a la descripción de la población desde el punto de vista de los indicadores de índole más económico, cabe destacar que alrededor de un 53,5% de la población gallega puede calificarse de activa y que la tasa de desempleo supera el 13%<sup>2</sup>. En la Comunidad de Extremadura, la tasa de actividad es del 50,7% y la de paro alcanza el 17%. A modo de comparación, estos porcentajes se sitúan, como media, para el caso de España en torno al 55% y 11.2%, respectivamente.

---

<sup>2</sup> Datos proporcionados por el INE para el año 2003 que constituye el último valor disponible en el momento de realizar este informe.

De lo anteriormente expuesto es especialmente interesante hacer referencia a que Galicia se sitúa en torno a la media o, incluso, por encima de la misma en cuanto a la riqueza generada. En relación a la comparación con la media de la Unión Europea, el PIB por habitante en España equivalía en 2001 a casi el 95% de la media de los socios comunitarios, mientras que Galicia no llegaba al 75%, por lo que constituía una de las zonas denominadas “objetivo 1” para proceder al reparto de los Fondos Estructurales –junto con Castilla-La Mancha, Andalucía y Extremadura-. No obstante, esta situación ha variado puesto que Galicia ya superó la barrera del 75%, por lo que, en principio, perdería la categoría de “objetivo1” ante la entrada en la Unión de países que han reducido drásticamente la media de la riqueza.

	Total	Alimentos, bebidas y tabaco
Extremadura	1.330,80	371,56
Galicia	1.782,58	477,34
<b>Total media</b>	<b>1.851,31</b>	<b>403,53</b>

**Tabla 1: Gasto medio por persona en el cuarto trimestre de 2003**

La **Tabla 1** recoge el gasto medio por persona para el último trimestre de 2003 según la Comunidad de residencia. Se observa que Galicia alcanza una cifra de algo más de 1780 euros –unos 70 euros por debajo de la media española-, siendo la parte proporcional dedicada al consumo de alimentos, bebidas y tabaco en el hogar la más elevada de la Península Ibérica. En el caso de la Comunidad de Extremadura, el gasto medio trimestral se reduce un 28% con respecto a la media española y un 25% con respecto a la media gallega.

### **3. El consumo de bienes culturales en general**

Antes de pasar a analizar el sector audiovisual en el siguiente epígrafe parece adecuado estudiar las características del consumo de bienes culturales en general pues ello nos puede dar unas pautas de comportamiento válidas al objetivo del presente trabajo. Siguiendo a Cuadrado y Berenguer (2002, p.18) “... *un bien cultural es toda actividad artística de creación individual y producción en serie materializada en un soporte tangible y cuyo consumo es potencialmente masivo ante la posibilidad de una elevada difusión si bien el mismo supone una experiencia estética individual. Todo bien cultural es también duradero y su propiedad, de quien lo adquiere. Además, las empresas que los fabrican y comercializan persiguen generalmente un fin lucrativo*”. En este sentido, se analizarán la producción editorial, audiencias, nivel de formación de la población, etc.

En cuanto a la producción editorial de 2003 para ambas CC.AA, a pesar de que no disponemos de los datos anuales concretos de años anteriores, sí es posible afirmar que el crecimiento anual para el caso de Galicia desde 1997 ha sido de, al menos, un 10% hasta situarse en torno a los 2375 títulos en 2003, mientras que para la Comunidad de Extremadura la expansión ha sido bastante menor hasta situarse en 513 títulos, tal y como recoge la [Tabla 2](#).

	<b>Títulos</b>	<b>Ejemplares (miles)</b>
Extremadura	513	479
Galicia	2.375	4.349
<b>Total</b>	<b>72.054</b>	<b>238.747</b>

**Tabla 2: Producción editorial correspondiente a 2003, por Comunidades Autónomas.**

Respecto a la proyección cinematográfica y a la recaudación para el año 2002<sup>3</sup>, los datos se recogen en la [Tabla 3](#). Así, se puede observar que el número de espectadores en Galicia alcanza algo más de 5.494.000, lo cual supone casi un 4% del total de espectadores durante en año considerado, mientras que en Extremadura esta cifra se reduce un 66%. La misma tendencia es apreciada en las cifras de recaudación.

	<b>Cines que han proyectado</b>	<b>Espectadores Total</b>	<b>Recaudación</b>
Extremadura	95	1.960.133	7.427.738
Galicia	193	5.494.362	22.854.057
<b>Total</b>	<b>4.039</b>	<b>140.716.354</b>	<b>625.904.465</b>

**Tabla 3: Actividad de las salas de proyección cinematográfica, número de espectadores y recaudación por CC.AA. para el año 2002.**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Extremadura	28,5	26,9	31,8	32,3
Galicia	37,6	38,8	42,1	47,4
<b>Media nacional</b>	<b>36,3</b>	<b>35,9</b>	<b>37,4</b>	<b>39,7</b>

**Tabla 4: Evolución del porcentaje de población lectora de prensa diaria por CC.AA. Cifras correspondientes a mayores de 14 años.**

Si nos centramos, en primer lugar, en la evolución de los lectores de prensa diaria se observa tal y como recoge la [Tabla 4](#), que a pesar de que en el año 2001 se detecta una leve reducción,

<sup>3</sup> Fuente: INE: Anuario Estadístico de España 2004.

se puede afirmar, en general, que la proporción de población lectora de prensa diaria ha ido aumentando durante el horizonte temporal considerado. Es especialmente relevante, dado el fin del presente trabajo, destacar que en Galicia la media de lectores supera ampliamente la media correspondiente al conjunto del territorio de España para todos los años. En Extremadura, la media se sitúa por debajo de la media española.

En segundo lugar, analizando los datos de porcentajes de oyentes de radio, televisión y cine recogidos en la [Tabla 5](#), se observa que Extremadura supera a Galicia en cuanto a audiencia de televisión y que ambas CC.AA. se encuentran, de manera relevante, por debajo de la media en cuanto a audiencia de cine.

	<b>Audiencia radio (%)</b>	<b>Audiencia TV (%)</b>	<b>Audiencia cine (%)</b>
Extremadura	48,5	92,1	7,3
Galicia	51,6	89,3	7,5
<b>Total</b>	<b>54,7</b>	<b>89,9</b>	<b>10,2</b>

**Tabla 5: Porcentajes de audiencias de radio, televisión y de cine para el año 2003.**

Por otro lado, en tercer lugar, en cuanto al análisis correspondiente al *mass media* por excelencia, la televisión, los datos de audiencia para el año 2003 también se recogen en la [Tabla 5](#). Si se introdujeran los datos por cadenas, se podría observar que en Galicia, la cadena autonómica cuenta con una proporción de audiencia semejante a la media de España –un 16,7%-. Así, la cadena autonómica de Galicia, la TVG, ocupa un lugar relevante, tanto por emisión como por audiencia, dentro de las cadenas autonómicas.

A continuación, la [Tabla 6](#) recoge el total de hogares, en términos absolutos y porcentuales, que cuentan con la presencia de ordenador y de acceso a Internet en el año 2003. Galicia se encuentra entre un 8%-9% por debajo de la media española en ambas categorías, sólo por delante de Ceuta y Melilla, Extremadura y Castilla-La Mancha.

	<b>Total viviendas</b>	<b>Viviendas con ordenador</b>	<b>Viviendas con acceso a Internet</b>
Extremadura	360,9	32,11	14,33
Galicia	886,0	35,14	16,93
<b>Total</b>	<b>14.264,6</b>	<b>43,30</b>	<b>25,23</b>

**Tabla 6: Hogares por CC.AA. que en términos absolutos y relativos cuentan con acceso a las nuevas tecnologías de información para el año 2003.**

Otra información<sup>4</sup> que puede contribuir a dibujar el panorama del consumo cultural en Galicia es el nivel de formación de sus habitantes. Cabe decir que tanto en el caso de Extremadura como de Galicia la proporción de centros de escolarización de titularidad pública supera la media española, situándose en torno al 80%.

En cuanto a las tasas de escolarización de la población menor de 23 años, la [Tabla 7](#) indica el número de estudiantes que se encuentran matriculados en un determinado nivel educativo por cada 100 jóvenes cuya edad corresponde al periodo teórico en que debiera cursarse dicho nivel educativo<sup>5</sup>. Para los alumnos matriculados la fecha de referencia es el curso 2002/2003 y para la población correspondiente a cada nivel educativo el 1 de enero de 2002. Se observa que la tasa de escolaridad secundaria y universitaria es significativamente menor en el caso de Extremadura.

	<b>Tasa escolaridad infantil (0-5 años)</b> %	<b>Tasa escolaridad primaria (6-11 años)</b> %	<b>Tasa escolaridad secundaria (12-18 años)</b> %	<b>Tasa escolaridad universitaria (18-23 años)</b> %
Extremadura	57,1	100,7	88,3	28,7
Galicia	59,1	99,6	97,3	37,2
<b>Total</b>	<b>59,0</b>	<b>102,1</b>	<b>92,5</b>	<b>41,2</b>

**Tabla 7: Tasas de escolaridad por tipo de estudios, por CC.AA., para el curso 2002/2003.**

Siguiendo con el análisis del nivel cultural de la población, la [Tabla 8](#) muestra el número de personas analfabetas, sin estudios, con estudios primarios, secundarios y universitarios

<sup>4</sup> La fuente empleada para los datos estadísticos presentados en relación a este tema ha sido los proporcionados por el Ministerio de Educación y Cultura.

<sup>5</sup> Ello se calcularía de la siguiente manera: (Total matriculados en un nivel educativo/Total población en la edad teórica para cursar el nivel determinado)\*100. Una tasa del 100% significa la plena escolarización en el nivel educativo correspondiente de la población comprendida en la edad teórica asignada a ese nivel. La explicación de que se supere este límite teórico del 100%, en la educación primaria o secundaria, radica en que se encuentran matriculados alumnos de más edad en estos niveles respecto de la edad que teóricamente les corresponde.

correspondientes a la población de 16 y más años, con fecha de referencia 1 de noviembre de 2001. Las tasas de analfabetismo y de personas sin estudios más altas de España se registran en Castilla-La Mancha y Extremadura, donde alcanzan la cuarta parte (25,0%), y Andalucía (21,5%). En Galicia, la proporción supera la media española en tres puntos porcentuales, alcanzando el 18,4%.

	<b>Analfabetos y sin estudios (%)</b>	<b>Estudios primarios (%)</b>	<b>Estudios secundarios (%)</b>	<b>Estudios universitarios (%)</b>
Extremadura	25,0	24,9	39,8	10,3
Galicia	18,4	26,7	44,3	10,6
<b>Total</b>	<b>15,5</b>	<b>23,2</b>	<b>48,0</b>	<b>13,3</b>

**Tabla 8: Nivel de instrucción o formación de la población mayor de 16 años. Datos del año 2001**

	<b>Núm. bibliotecas</b>
Extremadura	469
Galicia	655
<b>Total</b>	<b>7.103</b>

**Tabla 9: Número de Bibliotecas en el año 2000.**

Por último, en España hay un total de 7.103 bibliotecas, lo que representa que por cada 10.000 habitantes hay 1,7 bibliotecas. En términos absolutos son las comunidades de Andalucía (955), Cataluña (873), Madrid (790), Comunidad Valenciana (657) y Galicia (655) las que destacan en el panorama bibliotecario español. Pero en términos relativos, cabe destacar que son las Comunidades de Extremadura (con 4,4 bibliotecas por cada 10.000 habitantes) y Aragón (2,9) las que se sitúan en los primeros puestos.

#### **4. Definición del sector audiovisual. Características generales del entorno de la actividad de producción**

La industria audiovisual presenta importantes diferencias, respecto a cualquier otra industria, puesto que no se limita a producir bienes para vender en el mercado. En este sentido, se trata de una “industria cultural” por excelencia cuyo producto es único y específico por propia naturaleza. *“Las artes audiovisuales son aquellas actividades que reproducen de manera mecánica un contenido cultural. Forman parte de esta tipología de actividades artísticas el cine, la televisión, el vídeo, los discos o similares y la radio” (Cuadrado y Berenguer, 2002, p. 15).*

No obstante, el sector audiovisual se basa en una actividad industrial y, por tanto, es clasificada por la C.N.A.E. (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) en el contexto de la denominada “Industria de la Comunicación”, la cuál agrupa todas aquellas actividades de generación (producción, edición, impresión, encuadernación) distribución y emisión de contenidos, ya sean informativos (periódicos, revistas,...), culturales o de cualquier otra naturaleza.

De esta forma, el “Sector de la Comunicación” comprendería desde la edición de libros o periódicos hasta la emisión de programas de televisión, pasando por las actividades de encuadernación, composición o fotograbado propias de las artes gráficas. A su vez, el audiovisual se establecería como aquél sector que, específicamente agrupa al conjunto de empresas que participan en la creación, distribución, exhibición o difusión de imágenes en movimiento (Xunta de Galicia, 2002).

En este contexto, el sector audiovisual agrupa tres grandes actividades productivas, esto es, la producción, objeto de este trabajo, y las actividades de distribución y exhibición o difusión, quedando estas dos últimas fuera del alcance de este estudio.

La actividad de producción engloba, a su vez, cuatro tipos de subactividades que se componen del cine, vídeo, televisión y multimedia:

- Cine. Esta actividad comprende a las empresas que realizan como actividad económica principal largometrajes de ficción para ser estrenados, en primera instancia, en salas de exhibición cinematográficas. Por tanto, esta actividad audiovisual comprendería las empresas encargadas de la puesta en marcha y elaboración de proyectos de esta naturaleza.
- Vídeo. Estaría formada por aquellas empresas que producen videogramas, ya sean para la venta directa o para el alquiler.
- Televisión. Se refiere a aquellas empresas que generan contenidos para su emisión a través de señales de televisión hasta el usuario final, ya sea en abierto o previo pago. Esta actividad será ampliamente desarrollada en este trabajo.
- Multimedia. Esta actividad comprende a aquellas empresas dedicadas al uso entrelazado de palabras, sonidos, imágenes, animaciones y vídeo en formato digital para la generación de contenidos audiovisuales. Por tanto, comprendería a todas aquellas organizaciones involucradas en la creación, producción, integración o entrega de contenidos multimedia.

Con respecto a la televisión, es necesario considerar que los principales acontecimientos que han originado una nueva articulación y modificación de la televisión europea se derivan de la desregulación y, en consecuencia, de la privatización de dicha actividad que ha supuesto la ruptura del sistema de monopolio existente hasta el momento. Asimismo, la digitalización ha permitido multiplicar los canales televisivos y desencadenar una convergencia entre la televisión, la informática y las telecomunicaciones. Finalmente, se produce un auge de los espacios locales y regionales, como consecuencia de una búsqueda de unos medios de comunicación propios en países con una cultura y lengua diferenciadas (Ciller, 2004). Por tanto, se justifica la existencia de una televisión autonómica debido, junto a la búsqueda de una identificación social, a la repercusión que supone en cuanto a la creación de empleo, el desarrollo del tejido industrial así como el apoyo al fomento, la promoción y la publicidad de los sectores emergentes de dicha región (Barrios, 2001).

En este contexto, como elementos positivos del desarrollo de la televisión se encuentran las características de la demanda y el entorno tecnológico. Así, a pesar de los múltiples competidores que aparecen en la radiodifusión televisiva, especialmente los que surgen por Internet, el negocio audiovisual está en un buen momento, con audiencias televisivas que aún continúan incrementándose (Camacho, 2001). Por lo tanto, las casi 1000 cadenas de ámbito nacional o regional que hay actualmente en la Unión Europea pueden seguir compitiendo por el negocio audiovisual, esto es, continuar compitiendo por las audiencias o por la publicidad.

Junto a estas características de la demanda, otra ventaja del negocio audiovisual viene determinada por el nuevo entorno tecnológico. El mismo se caracteriza por la revolución digital en la convergencia de la televisión, de la informática y de las telecomunicaciones. Este contexto permite una oferta creciente de canales, esto es, una oferta audiovisual creciente que permita satisfacer las exigencias de la demanda, en cuanto a una mayor variedad de contenidos<sup>6</sup>.

Sin embargo, como factor limitativo en el desarrollo del sector audiovisual destaca los problemas de gestión empresarial en el entorno legislativo de dicha actividad. Así, los criterios puramente empresariales no son los únicos a considerar para hacer frente a los obstáculos y oportunidades que se presentan en el sector. En este sentido, la obtención de una concesión para ofrecer televisión implica un conjunto de obligaciones y compromisos con la

---

<sup>6</sup> No obstante, esta demanda de contenidos provocará audiencias más segmentadas y, por tanto, audiencias decrecientes en cuanto a las televisiones generalistas. Por tanto, tenderán a desarrollarse, en este nuevo entorno, los canales temáticos, la televisión más especializada, el *pay per view* o el vídeo bajo demanda.

Administración dificultando, por tanto, una gestión flexible y dinámica del negocio audiovisual. Además, la incongruencia política y legislativa es acrecentada con una normativa dispersa la cuál puede llegar a ser, en ocasiones, inconsecuente y poco útil para los intereses del público y de la industria de la televisión (Cremades, 2002). Por tanto, sería conveniente el desarrollo de una serie de medidas que facilitarían la gestión en dicho sector tales como la creación de un código audiovisual, que conlleve unificar la dispersa y contradictoria legislación en esta materia, la liberalización de ondas, que permita que el sector opere y crezca en un entorno de competencia, o la implantación de soluciones respecto a la doble financiación de la televisión pública, la cuál impide una verdadera competencia.

Otras actividades, como por ejemplo el cine, y la actividad de las productoras dependen, en buena medida, de la creación y consolidación de una televisión autonómica como motor de desarrollo del sector.

## **5. La televisión autonómica Galicia versus Extremadura**

En este epígrafe, comentaremos las diferencias presentes en el desarrollo de una televisión autonómica de dos Comunidades Autónomas, Galicia y Extremadura, con resultados totalmente opuestos.

Comenzando por el caso de Galicia, la Ley del Parlamento de 1984 conlleva la creación de la compañía Radiotelevisión de Galicia (CRTVG), la cuál supone, un año después, la puesta en funcionamiento de la radio y la televisión autonómica. Dentro del marco legislativo, se desarrolla, en el año 1999, la Ley del Audiovisual de Galicia, la cuál es promovida por el Gobierno gallego y aprobada por unanimidad. La misma es básicamente pensada, para el sector audiovisual de la producción, buscando el fomento de dicha actividad, debido a su carácter estratégico.

Los objetivos para la creación de dicha compañía, recogidos en la Ley 9/84, se basan en contribuir a la conservación y revitalización de la lengua y cultura gallega, los valores de la identidad, desarrollar un modelo de televisión de servicio público abierto y generalista basado en un modelo de comunicación de proximidad. En este contexto, Televisión de Galicia (TVG) afronta una doble función primordial, esto es, ofertar una programación y hacer frente a la financiación de la misma. Para esta última actividad, ha establecido múltiples relaciones con el resto de instituciones y entidades públicas en la Comunidad. En este sentido, es de destacar las ayudas públicas, las cuáles han sido, y continúan siendo, un elemento clave para el

desarrollo de TVG, suponiendo principalmente las siguientes líneas de actuación (Cine por la red, 2003):

- Contribuir al saneamiento financiero. De esta forma, dicha compañía pretende amortizar la deuda histórica en el año 2006.
- Mantener el nivel de audiencia y emisiones, tanto en Galicia como en los canales que se difunden en el exterior.
- Incidir en la innovación y renovación tecnológica.
- Apostar por la producción de contenidos de alto valor añadido, que sirvan al mismo tiempo para la dinamización de la producción audiovisual gallega.

El mantenimiento de tales ayudas se sitúa como un elemento imprescindible hasta que tal industria adquiera el nivel necesario crítico que asegure su competitividad y supervivencia. Entre las mismas destacan los convenios desarrollados entre el Instituto de Crédito Oficial, la CRTVG y las dos asociaciones de productoras gallegas -AEGA y AGAPI- en los años 2002 y 2004, consistentes en líneas de préstamos y financiación a bajo interés para el desarrollo de producciones<sup>7</sup>. Asimismo, la Xunta de Galicia, a través de la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, ha desarrollado, a finales de 2004, el Plan de Promoción del Audiovisual de Galicia, con un presupuesto de 3,3 millones de euros, con un triple objetivo. Primero, lograr la consolidación del mercado interno; segundo, la difusión nacional e internacional de las producciones gallegas con la finalidad de conseguir, en tercer lugar, una imagen de Galicia como uno de los principales centros de producción de España junto con Madrid y Barcelona. Dicha Consellería de Cultura, ha desarrollado también el Plan de Internacionalización del Audiovisual Gallego, con un presupuesto de 240.000 euros, con el objetivo de promocionar en el exterior las producciones gallegas. Finalmente, en el periodo comprendido entre 2002-2004, el sector audiovisual gallego se ha beneficiado de las ayudas de la Comisión Europea (Comisión Europea, N794/2002). Las mismas se desarrollan con el objetivo de impulsar una producción audiovisual que se exprese y difunda la lengua y cultura gallegas, la capacidad creativa y los valores artísticos.

La importancia de Televisión de Galicia viene dada, de forma unánime, por todas las empresas del sector, las cuáles consideran a la misma como el “motor” para el desarrollo de

---

<sup>7</sup> El director de TVG, D. Francisco Campos, resalta la importancia del convenio para incentivar la producción audiovisual gallega.

producciones gallegas<sup>8</sup>. Asimismo, TVG está cumpliendo la Ley 25/1994, sobre la difusión de obras audiovisuales europeas, suponiendo las mismas en torno al 77%. También cumple la Ley 22/1999, puesto que destina el 5,17% de sus ingresos a la financiación de largometrajes y películas de televisión de origen europeo (Cine por la Red, 2004). No menos importante es el lanzamiento del segundo canal, que se emitirá con tecnología digital, a finales de 2005 (El Correo Gallego, 2004). Con el mismo se busca potenciar el cine en gallego, y en versión original subtitulada, junto con la información cultural y la información de servicio público.

En definitiva, nos encontramos ante un sector que genera actividad económica, concretamente ha supuesto la creación de más de dos mil puestos de trabajo, cuya cuantificación económica constituye aproximadamente el 5% del PIB<sup>9</sup> de la Comunidad de Galicia (Campos, 2001). Asimismo, en los últimos cinco años ha duplicado su cifra de negocio, triplicado su volumen de empleo y multiplicado por cuatro las inversiones en productos gallegos para el cine y la televisión (La Voz de Galicia, 2005a).

Un caso distinto se encuentra en el sector audiovisual de Extremadura. En dicha Comunidad Autónoma se planteó la posibilidad de hacer una televisión regional, a principios de los ochenta, en el momento de la aprobación del Estatuto del régimen autonómico de Extremadura. Aunque este momento era idóneo para el desarrollo de una conciencia regional y el establecimiento de una cohesión regional, la falta de fondos para la creación de tal televisión junto con los elevados costes de las televisiones en tal momento impidió su desarrollo. No obstante, Gutiérrez (2001) establece, en este contexto, que la existencia de funciones y misiones de la televisión autonómica pueden no ser rentables desde el punto de vista de la lógica del mercado pero sí que pueden serlo, y de forma elevada, desde el punto de vista de la democracia, los intereses sociales y las funciones dinamizadoras de la industria cultural.

Esta situación ha supuesto el desarrollo de un sector audiovisual muy poco consolidado aunque las productoras proliferantes en dicho mercado han mostrado una gran flexibilidad operativa, consecuencia de una demanda suficiente y localizada, que ha supuesto su adaptación a actividades tan diversas como el multimedia, el alquiler de equipos o los cortometrajes de ficción (Vacas, 2001).

---

<sup>8</sup> De hecho, TVG programa en la actualidad tres series semanales de televisión de producción gallega, lo cuál la ha convertido en una de las televisiones autonómicas con mayor inversión en series de producción propia (La Voz de Galicia, 2005b).

<sup>9</sup> En la estimación de este porcentaje, se recoge no únicamente el sector audiovisual, sino también el sector de la comunicación, esto es, la prensa escrita, música, producción de libros y la producción de conocimientos en su más amplia dimensión.

Sin embargo, en los últimos años se ha vuelto a la idea de potenciar el desarrollo de una televisión autonómica con el objetivo de profundizar en la cuestión regional (Rodríguez, 2001). En este contexto, se crea la Dirección General de la Sociedad de la Información, a finales de 1999, con el objetivo de establecer un nuevo modelo del sector audiovisual dónde las productoras de contenidos constituyen un papel relevante en el desarrollo regional. Así, un año después, se desarrolla la Ley de Creación de la Radiotelevisión pública para Extremadura, esto es, la Ley 4/2000, que permite servir de cauce para el afianzamiento de la identidad extremeña a través de la difusión, conocimiento y desarrollo de sus valores históricos y culturales. En este sentido, la propia ley manifiesta que la radio y la televisión no son sólo medios de comunicación de masas, sino el motor de una industria cultural, siendo el desarrollo de la misma el objetivo último. Por tanto, nace como un instrumento para la generación de riqueza y como un elemento fundamental de la estrategia de desarrollo regional basada en la incorporación de Extremadura a la sociedad de la información. Además, la expansión del mismo podría verse favorecida con la formación de alianzas con otras empresas, tales como las productoras portuguesas que están interesadas en tal mercado, lo cuál podría permitir su entrada en un mercado limítrofe e internacional.

Por ello, se crea la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA), como entidad de derecho público para la gestión de los servicios de radiodifusión y televisión.

No obstante, aún existen algunas incertidumbres acerca del modelo que se aplicará en esta nueva televisión regional. En este sentido, la creación de un sector audiovisual regional que conlleve un importante incremento de deuda en la empresa pública de televisión y las productoras independientes y, por tanto, una elevada dependencia de los fondos públicos, parece que no será aceptado (Vacas, 2001). Asimismo, existen importantes discrepancias políticas acerca de la creación de una televisión analógica digital con la consiguiente incertidumbre en el desarrollo de la producción independiente regional en Extremadura.

En definitiva, podemos establecer que los escasos presupuestos, a inicios de los ochenta, junto con los elevados costes han impedido el desarrollo de una televisión autonómica en Extremadura. La ausencia de la misma ha condicionado el desarrollo de un sector audiovisual poco consolidado, evitando las posibles ganancias del mismo en términos de empleo y para la actividad económica en general. Actualmente, se ha desarrollado un nuevo impulso en la creación de la televisión autonómica aunque aún sigue habiendo importantes incertidumbres acerca de su implantación.

## 6. La actividad de las productoras

Desde 1994 el audiovisual gallego lleva experimentado un notable crecimiento tanto en número de empresas como en volumen de negocio y empleo. Los datos del año de constitución de las empresas delatan la juventud de esta industria dentro de la estructura económica gallega siendo, el sector de la exhibición cinematográfica, el de mayor antigüedad. La edad media de las empresas se aproxima a los 8 años produciéndose el mayor número de incorporaciones, en la segunda mitad de la década de los noventa, con un ritmo, en ese quinquenio, de 11,4 nuevas empresas por año. También se observa una cierta ralentización en el número de incorporaciones a partir del 2000. La [Tabla 70](#) recoge las principales magnitudes de la industria audiovisual en Galicia.

Empresas	226
Facturación	97.740.244
Resultado	3.565.514
Empleados	1.705

**Tabla 10: Principales magnitudes de la industria audiovisual en Galicia. Año 2001.**

El subsector de la producción se caracteriza por tener una estructura fragmentada y atomizada. El 79% de las empresas (para una muestra de 150) obtienen, para el 2001, unos ingresos de explotación menores a los 600.000 euros, de las cuales, el 62% no llegaron a 100.000 euros. El 17,7% generaron una facturación entre 600.000 y 3.000.000 de euros y, solamente, un 2,7% (3 empresas) superaron los 3.000.000 de facturación<sup>10</sup>.

Los índices de concentración no son excesivamente elevados ya que las 5 empresas de mayor facturación alcanzan una cuota de mercado del 37,7% y si, se extiende esta agrupación a las 10 mayores, se obtiene una cuota del 51,6%.

Los ingresos del sector de la producción se obtienen de la televisión, el cine, la publicidad, el multimedia o los servicios de producción. El 63,5% de las empresas productoras alternan dichas actividades o realizan incorporaciones esporádicas sin ánimo de continuidad en otros campos, ocasionando con esto un escaso índice de especialización (36,5%). La [Tabla 71](#) indica la composición de dichos ingresos destacando los correspondientes a la actividad

---

<sup>10</sup> El subsector de la distribución presenta 4 empresas en 2001 con una facturación de 9.346.641 euros dando empleo a 15 trabajadores. El subsector de la emisión consta de 32 empresas, factura 29.527.425 euros y emplea a 669 trabajadores. El subsector de la exhibición está compuesto de 40 empresas, factura 7.448.554 euros y trabajan en él 111 personas.

televisiva. Casi el 80% de la misma, se alcanza, en 2004 por la venta de series televisivas. El motor económico del sector son las series mientras que el cine, sólo es un escaparate.

<b>Subsectores</b>	<b>Facturación</b>
Cine	5.118.576
Televisión	19.411.166
Publicidad	6.093.529
Multimedia	4.916.791
Servicios de Producción y Postproducción	15.877.562
<b>Total sector producción</b>	<b>51.417.624</b>

**Tabla 11: Facturación del sector de la producción. Año 2001.**

Las productoras audiovisuales obtuvieron beneficios de 3,8 millones de euros dando empleo a 910 trabajadores. Principalmente, se hayan establecidas en la zona occidental de la Comunidad que aglutina el 90%. La *Tabla 7* muestra la localización de las 150 productoras.

A Coruña	94
Lugo	8
Orense	8
Pontevedra	40

**Tabla 12: Localización de las productoras. Año 2001.**

El 27% de las mismas, tiene como único mercado el gallego y este es uno de los problemas endémicos del sector que aún no ha sido corregido. La inversión media de un largometraje gallego para cine se sitúa en tres millones de euros. Tanto el cine como las series televisivas *made in* Galicia son entre dos y tres veces más baratos que la media española del sector. El rendimiento sitúa al audiovisual gallego en un plano muy competitivo para intentar colocar sus productos en las principales cadenas de televisión con audiencia en toda España (La Voz de Galicia, 2005b).

Al problema del minifundismo se le empiezan a buscar posibles soluciones. En la actualidad, ya se han configurado 6 grupos audiovisuales interesantes, atendiendo a su cifra de negocio y a su capacidad de inversión. Las empresas más importantes ya están cuajando alianzas que, en algún caso, podrían derivar en las primeras fusiones empresariales. Filmanova, Voz Audiovisual, Continental, Filmax o Dygra, tienen proyectos en marcha para multiplicar por diez su volumen de negocio en los próximos años. Es por ello que, aunque la rentabilidad del negocio aún sea discutible, algunos de los principales inversores de Galicia ya han empezado a comprar acciones en el cine gallego. Es el caso de Caixanova, de Caixa Galicia, de la

empresaria Rosalía Mera, del grupo Constructora San José y de algunos fondos de inversión (La Voz de Galicia, 2005a).

Francisco Campos, director general de la Compañía de Radio Televisión de Galicia, señala que en los últimos años se han producido más de 300 horas de series de ficción, se han coproducido más de 40 películas de cine y se han desarrollado 80 obras documentales. De cara a 2004, a través del Plan de Cine, Tv-movies, Series y Programas, se prevé realizar seis nuevas series de ficción, seis películas y doce tv-movies, así como documentales (Cine por la Red, 2003).

La Xunta de Galicia, a través de la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, respalda el crecimiento del sector otorgando más de 3,62 millones de euros para el desarrollo y la producción de proyectos audiovisuales en la convocatoria de 2004. La [Tabla 7](#) muestra el reparto.

	<b>Nº de productoras beneficiarias</b>	<b>Nº de proyectos beneficiarios</b>	<b>Importe concedido</b>
Desarrollo	21	40	907.644,57
Producción	28	36	2.719.823,43
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>76</b>	<b>3.627.468,00</b>

**Tabla 13: Ayudas a la producción audiovisual gallega de la Xunta de Galicia.**

**Año 2004. Elaboración propia.**

El grueso del montante de ayudas a la producción se lo reparten 18 largometrajes, 3 tv-movies, 4 series de televisión, 4 documentales, 1 serie documental, 1 videocreación y 5 producciones multimedia.

El Consorcio Audiovisual de Galicia, dentro del Plan de Internacionalización del Audiovisual Gallego, destina para el 2005, 143.000 euros a fomentar la presencia de filmes gallegos en mercados y festivales. Concretamente, 120.000 euros pretenden financiar la asistencia a los principales mercados, a misiones comerciales y a foros de coproducción. Los 23.000 euros restantes, se van a utilizar para la presencia de obras audiovisuales en festivales de relevancia internacional. Además, el Plan de Actividades de dicho organismo, contempla en el 2005, la segunda convocatoria de ayudas para la promoción de producciones audiovisuales a través de Internet. El presupuesto total asciende a 60.000 euros.

Además de las instituciones anteriores y con motivo de lo que se recoge en la Ley 6/1999, ha proliferado la creación de un consorcio de diversas administraciones, autonómica, local e institucional, y de instituciones y empresas que unen los esfuerzos para la potenciación de la

industria audiovisual gallega. Entre otras, cabe destacar la Academia Galega do Audiovisual, el Consello da Cultura Galega, el Cluster do Audiovisual Galego, el Centro Galego de Artes da Imaxe, el Observatorio Galego do Audiovisual o el Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual de Galicia.

Además de lo anterior, debe tenerse en cuenta el papel realizado por la Galicia Film Commission y la Compostela Film Commission para facilitar el rodaje dentro de la Comunidad de Galicia.

El origen de las empresas de producción audiovisual en Extremadura, se remonta a mediados de la década de los 80 con la aparición de dos pequeñas empresas radicadas en Mérida (Iris Eyex) y Cáceres capital (Libre Producciones). La salida de esta particular travesía del desierto empresarial se produjo paulatinamente mediante una serie de hitos localizados en el tiempo. En primer lugar, en 1989 la apertura del Centro Territorial de TVE en Mérida, supuso la apertura de un pequeño mercado ligado a la publicidad regional en televisión. En segundo lugar, como consecuencia de lo anterior, se empiezan a consolidar las productoras existentes, que además extienden su mercado a otras Comunidades. En tercer lugar, a lo largo de los años 90, las instituciones públicas, sobre todo la Junta de Extremadura, aumentan la demanda de este tipo de productos, con destino a sus distintas consejerías y departamentos. En el año 2000 se puede describir el sector en torno a diez empresas, cuatro de las cuales están consolidadas al llevar una media de 10 años de actividad en diferentes ramas, destacando, principalmente, la publicidad, el diseño gráfico y multimedia, los documentales, el vídeo industrial e institucional, la ficción y la animación cinematográfica. En dicho año, la facturación de las cuatro principales productoras se estima en 1.803.036 euros y el empleo fijo asciende a unas 30 personas. La producción media anual fue de unas 30 horas siendo una cifra modesta que se compone, mayoritariamente, de spots de 20 a 30 segundos y de producción de vídeos institucionales que no sobrepasan los 3 minutos (Vacas, 2001).

La llegada de la televisión regional va a permitir el desarrollo del sector audiovisual extremeño. La Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA), establecerá un acuerdo marco con las productoras en donde se regirán las relaciones entre ambas partes y los criterios básicos de actuación. Durante la reunión celebrada en febrero de este año por dicha corporación y la APECA (Asociación de Productoras Extremeñas de Contenidos Audiovisuales), ésta pidió concreción sobre los porcentajes de programación que podrían corresponderles tanto en la radio como en la televisión pública autonómica (Diario Hoy, 2005a). Todo ello permitirá la estabilización y desarrollo de los futuros profesionales del sector, ampliando la oferta de formación en todos sus niveles y ciclos.

El director general de CEXMA, Gaspar García Moreno, está estudiando la posibilidad de presentar al Consejo de Administración la propuesta de poner en marcha la radio antes que la televisión autonómica (Diario Hoy, 2005b).

La Junta de Extremadura anualmente convoca ayudas a la producción audiovisual. Las subvenciones son a la producción de películas en formato de cine o vídeo cuya duración no exceda de 60 minutos. Pueden beneficiarse de las mismas las empresas de producción cinematográfica y/o audiovisual cuyo domicilio social esté registrado en el ámbito territorial de Extremadura, con un período mínimo de dos años de actividad profesional o que acrediten haber producido, al menos, una producción. Asimismo, pueden concurrir, las empresas que, teniendo su domicilio social fuera de Extremadura, oferten proyectos de interés cultural para la Comunidad Autónoma, bien por su temática o por los autores; aquellas otras que, habiéndose formado en el año 2003, sus componentes tengan una actividad profesional suficiente acreditada en los tres años anteriores a la formación de la empresa y que, además, cumplan los requisitos de territorialidad pertinentes; o las Uniones Temporales de Empresas, siempre que las compañías que las compongan cumplan los requisitos establecidos. La **Tabla 7** recoge la resolución de la convocatoria del 2004.

	<b>Nº de productoras beneficiarias</b>	<b>Nº de proyectos beneficiarios</b>	<b>Nº de proyectos desestimados</b>	<b>Importe concedido</b>
Producción	13	13	19	179.500,00

**Tabla 14: Resolución subvención producción audiovisual. Año 2004. Elaboración propia.**

Por otra parte, la Fundación Extremadura de Cine, creada por iniciativa de la Fundación Los Santos de Maimona y la Agencia Audiovisual Freak en Diciembre de 2003, con el apoyo de la Consejería de Cultura de la Junta, ha puesto en marcha una Film Commission para atraer rodajes de todo tipo de producciones audiovisuales a la región extremeña.

Otra medida para la internacionalización, es la presencia de siete empresas pertenecientes a APECA, en el MIP-TV de Cannes en abril de 2004. Su participación en dicho mercado se fundamenta en la necesidad de que el audiovisual extremeño se dé a conocer como sector, siendo la primera vez en la historia del mismo que Extremadura tiene presencia a través de un stand. La misión comercial pretende tomar el pulso al mercado internacional de programas de televisión así como ofrecer a los potenciales clientes una variada oferta de formatos, programas, películas, documentales y dibujos animados.

## **7. Conclusiones**

Dado que las conclusiones ya han sido recogidas, en su mayoría, en el cuerpo central de este trabajo, en este epígrafe sólo haremos referencia a las que se consideran más relevantes.

Así, en primer lugar, cabe destacar que el sector audiovisual y, en particular, la televisión han experimentado unos profundos cambios derivados, fundamentalmente, del proceso de desregulación y privatización vivido. Más aún, el cambio tecnológico, la digitalización y el auge de espacios locales y regionales también han contribuido a dicha transformación.

La regulación puede actuar de freno a la expansión del sector, dado que se suele caracterizar por ser dispersa e, incluso, incongruente. El Gobierno y demás organismos públicos y privados juegan, en este sentido, un papel decisivo en la gestación y posterior desarrollo de un sector audiovisual pujante.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Galicia la existencia a partir de 1999 de la Ley del Audiovisual gallego unido a las cuantiosas subvenciones de distintos organismos de esta Comunidad ha propiciado una industria en expansión que intenta consolidarse. El gobierno extremeño todavía no ha apostado de manera sólida por el desarrollo y la producción, tal y como se desprende de los datos obtenidos de las resoluciones de las ayudas públicas otorgadas.

La existencia de cadenas de televisión autonómicas, regionales o locales sirve de motor para las empresas auxiliares del sector audiovisual y cinematográfico. La creación en 1985 de la Televisión de Galicia permitió el nacimiento de las productoras que la dotaban de contenidos tal y como sigue pasando en la actualidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BARRIOS, F. (2001): “Televisión autonómica como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

CAMACHO, R. (2001): “Televisión autonómica como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

CAMPOS, G. (2001): “Televisión autonómica como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

CILLER, C. (2004): “Contextualización e análise da televisión de Galicia no ámbito europeo de televisións rexionais”, *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. VI, nº 3, pp. 173-183.

CINE POR LA RED (2003): *“Abiertas las convocatorias de ayudas a la producción audiovisual y becas de estudios de la Junta de Extremadura durante 2004”*. 1 de Marzo.

CINE POR LA RED (2003): *“Francisco Campos presenta el plan de cine, tv-movies, series y programas de la TVG para el 2004”*. 9 de Octubre.

CINE POR LA RED (2003): *“La CRTVG dispondrá de un presupuesto de 118 millones de euros, un 3,2% más que este año”*. 4 de Noviembre.

CINE POR LA RED (2004): *“El ICO abre una línea de crédito de 9 millones de euros para obras audiovisuales gallegas adquiridas por la TVG”*, 22 de Enero.

CINE POR LA RED (2004): *“El sector audiovisual gallego defiende la creación del segundo canal de televisión en Galicia”*. 26 de Enero.

CINE POR LA RED (2004): *“La Asociación de Productoras Audiovisuales de Extremadura (APECA) estará presente en el MIP-TV de Cannes con stand propio”*. 16 de Marzo.

CINE POR LA RED (2004): *“La Xunta de Galicia otorga 3,62 millones de euros en ayudas a la producción audiovisual gallega”*. 13 de Julio.

CINE POR LA RED (2004): *“La Fundación Extremadura de Cine presenta su página web oficial”*. 26 de Julio.

CINE POR LA RED (2004): *“La Junta de Extremadura concede ayudas a 13 producciones audiovisuales en su convocatoria de 2004”*. 12 de Agosto.

COMISIÓN EUROPEA (2002): *Régimen de ayudas a la producción audiovisual en lengua gallega (región de Galicia)*. N 794/2002. Bruselas.

CREMADES, J. (2002): *“Un nuevo sector audiovisual”*, *Nueva Economía*, nº 128.

CUADRADO GARCÍA, M; BERENGUER CONTRÍ, G. (2002): *El consumo de servicios culturales 2002*. ESIC Editorial. Madrid.

DIARIO HOY (2005): *“La televisión regional firmará un acuerdo marco con las productoras extremeñas para fijar su relación”*, 17 de Febrero.

DIARIO HOY (2005): *“El director de la televisión autonómica extremeña estudia que la radio comience a funcionar antes”*, 24 de Febrero.

DIARIO HOY (2005): *“Pallero destaca el interés de otras regiones por la televisión pública extremeña”*, 18 de Marzo.

EL CORREO GALLEGO (2004): “*Televisión de Galicia lanzará su segundo canal en julio de 2005*”, 19 de Diciembre.

GARCÍA, J. (2001): “Televisiones autonómicas como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

GECA (2004): *El anuario de la televisión 2004*. Madrid.

GUTIÉRREZ, J. (2001): “Televisiones autonómicas como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

INSTITUTO GALLEGO DE ESTADÍSTICA.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.

LA VOZ DE GALICIA (2005a): “*Doscientas empresas de película*”, 16 de Enero.

LA VOZ DE GALICIA (2005b): “*La importancia de la TVG*”, 16 de Enero.

LEY 4/2000, de 16 de noviembre, por la que se crea la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales.

LEY 4/2004, de 28 de mayo, de modificación de la Ley 4/2000, de 16 de noviembre, de creación de la Empresa Pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

ORDEN de 14 de julio de 2004, por la que se hace pública la relación de beneficiarios de ayudas a la producción cinematográfica y audiovisual de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

RODRÍGUEZ, T. (2001): “Televisiones autonómicas como motor de desarrollo”. *Foro Creación, consumo e industria cultural y audiovisual*. MEIAC. Badajoz.

VACAS, F. (2001): “La producción audiovisual en Extremadura”, *Zer. Revista de estudios de comunicación*, nº 11.

XUNTA DE GALICIA (2002): *Estudio de necesidades formativas en el sector audiovisual de Galicia*. Consellería de Familia e Promoción de Empleo, Muller e Xuventude.

XUNTA DE GALICIA (2003): *Audiovisual galego*. Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo.