

Año LXXXV. urtea

290 - 2024

Septiembre-diciembre
Iraila-abendua



Príncipe de Viana

SEPARATA

La industria audiovisual en Navarra, sector estratégico

Beatriz Blasco Felipe

Sumario / Aurkibidea

Príncipe de Viana

Año LXXXV • n.º 290 • septiembre-diciembre de 2024
LXXXV. urtea • 290. zk. • 2024ko iraila-abendua

EL AUDIOVISUAL EN NAVARRA / IKUS-ENTZUNEZKOAK NAFARROAN Ana Herrera Isasi (coord./koord.)

Presentación / Aurkezpena Ana Herrera Isasi

659

Productores y cambios en la industria: Morena Films y el cine español en la era del *streaming* Christopher Meir

679

LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN NAVARRA / IKUS-ENTZUNEZKO EDUKIEN EKOIZPENA NAFARROAN

Una historia de la producción cinematográfica en Navarra (1960-2000) Natalia Ardanaz Yunta

723

La producción cinematográfica en Navarra en el siglo XXI Andrés García de la Riva

755

Navarra, producción audiovisual y Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) Gaizka Aranguren Urroz

793

LA EXHIBICIÓN. SALAS DE CINE Y TELEVISIONES / EDUKIAK EMATEA. ZINEMA-ARETOAK ETA TELEBISTAK

Los cines parroquiales en Navarra Alberto Cañada Zarrazn

831

Golem: de la misión al legado José Félix Collazos

867

La financiación de las televisiones privadas navarras, del presente austero al futuro incierto Carlos Campo Ustároz

899

Sumario / Aurkibidea

FESTIVALES DE CINE EN NAVARRA / NAFARROAKO ZINEMALDIAK

Muestra Internacional de Cine y Mujeres de Pamplona/Iruña

Elena San Julián Resano, Nerea Madariaga Rodríguez

915

De la Muestra de Vídeo / Festival de Creación Audiovisual de Navarra al Festival Punto de Vista: un recorrido por la historia de dos festivales pioneros

Miguel Zozaya Fernández

939

El Festival de Cine Ópera Prima Ciudad de Tudela. Una mirada histórica

Julio Mazarico Soria

969

POLÍTICAS AUDIOVISUALES PÚBLICAS /

IKUS-ENTZUNEZKOEN ALORREKO POLITIKA PUBLIKOAK

Fundación pública INAAC, nacimiento de Navarra Film Commission y Filmoteca de Navarra (2009-2014)

Ion Stegmeier

985

Los incentivos fiscales en la Comunidad Foral de Navarra a la inversión en producciones cinematográficas

Juan Carlos Orenes Ruiz

1019

La industria audiovisual en Navarra, sector estratégico

Beatriz Blasco Felipe

1053

Navarra Film Industry: la marca del sector audiovisual navarro

María Rodríguez Abad

1063

TESTIMONIOS / LEKUKOTZAK

NAPAR: quince años impulsando el audiovisual navarro

Juan San Martín

1081

De la cultura a la economía: la consolidación industrial del audiovisual navarro

Miguel Iturralde

1085

Curriculum

1089

Analytic Summary

1093

Normas para la presentación de originales / Idazlanak aurkezteko arauak /

Rules for the submission of originals

1099

La industria audiovisual en Navarra, sector estratégico

Ikus-entzunezko industria Nafarroan, sektore estrategikoa

The audiovisual industry in Navarre, a strategic sector

Beatriz Blasco Felipe
Técnica de Desarrollo de Estrategia Regional
bblasco@sodena.com

DOI: <https://doi.org/10.35462/pv.290.14>

Recepción del original: 12/09/2024. Aceptación provisional: 13/06/2025. Aceptación definitiva: 16/06/2025.

RESUMEN

La estrategia de especialización inteligente de Navarra incluye entre sus prioridades la industria audiovisual. Esto implica una apuesta por el desarrollo de este sector al considerarse que cuenta con capacidades y fortalezas suficientes para abordar las oportunidades de futuro que brinda el mercado.

Palabras clave: industria audiovisual; estrategia de especialización inteligente de Navarra.

LABURPENA

Nafarroako espezializazio adimenduneko estrategiaren lehentasunen artean ikus-entzunezko industria dago. Horrek esan nahi du sektore hori garatzearen aldeko apustua egin behar dela, merkatuak eskaintzen dituen etorkizuneko aukerei heltzeko gaitasun eta indar nahikoak dituela uste baita.

Gako hitzak: ikus-entzunezko industria; Nafarroako espezializazio adimenduneko estrategia.

ABSTRACT

Navarre's smart specialisation strategy includes the audiovisual industry among its priorities. This implies a commitment to the development of this sector, as it is considered to have sufficient capacities and strengths to address the future opportunities offered by the market.

Keywords: audiovisual industry; Navarra's smart specialisation strategy.

1. LA ESTRATEGIA Y EL SECTOR AUDIOVISUAL. 2. DE LA S3 A LA S4.

Navarra cuenta con una Estrategia de Especialización Inteligente desde 2016 como agenda de desarrollo económico que permita alcanzar mayor calidad de vida, mayor prosperidad, y garantizar un crecimiento sostenible.

Hablar de «especialización inteligente» supone concentrar los instrumentos de desarrollo en unas pocas áreas competitivas, aquellas en las que la Comunidad Foral es más fuerte y tienen potencial de crecimiento, lo que supone priorizar unas áreas frente a otras a la hora de dirigir los recursos existentes. Decisión, siempre delicada.

Las Estrategias de Especialización Inteligente o S3 (por las siglas en inglés Smart Specialisation Strategy) están alineadas con la Estrategia Europa 2020¹que promueve un crecimiento económico «inteligente, sostenible e integrador». Y consiste en poner mayor énfasis en la innovación y en concentrar los recursos de I+D en las áreas en las que se es más competitivo.

Como toda estrategia, las S3 requieren una visión de futuro compartida y ambiciosa pero alcanzable teniendo en cuenta las capacidades existentes en la región. Son estas «capacidades» las que permiten seleccionar las áreas a priorizar. Entendiendo que la capacidad se mide no solo por las fortalezas existentes, sino por las oportunidades que se pueden generar.

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52010DC2020>

En Navarra se definió la S3 en 2016 (como continuidad del plan Moderna) y se actualizó en 2021 con una ambición mayor, ya que se incorporó la cuarta «S» de sostenibilidad, estando en vigor en este momento la S4².

1. LA ESTRATEGIA Y EL SECTOR AUDIOVISUAL

Tras el diagnóstico realizado y análisis de la especialización de los diferentes sectores económicos, la S3 apostó por seis áreas temáticas como se puede ver en la ilustración que representa la estrategia diseñada en 2016.

Esta imagen (una evolución de la que se diseñó para el plan Moderna) representa las seis prioridades temáticas en forma de «hoja» en un árbol. En las raíces se encuentran los recursos o instrumentos que deben alimentar y hacer crecer esas «hojas».

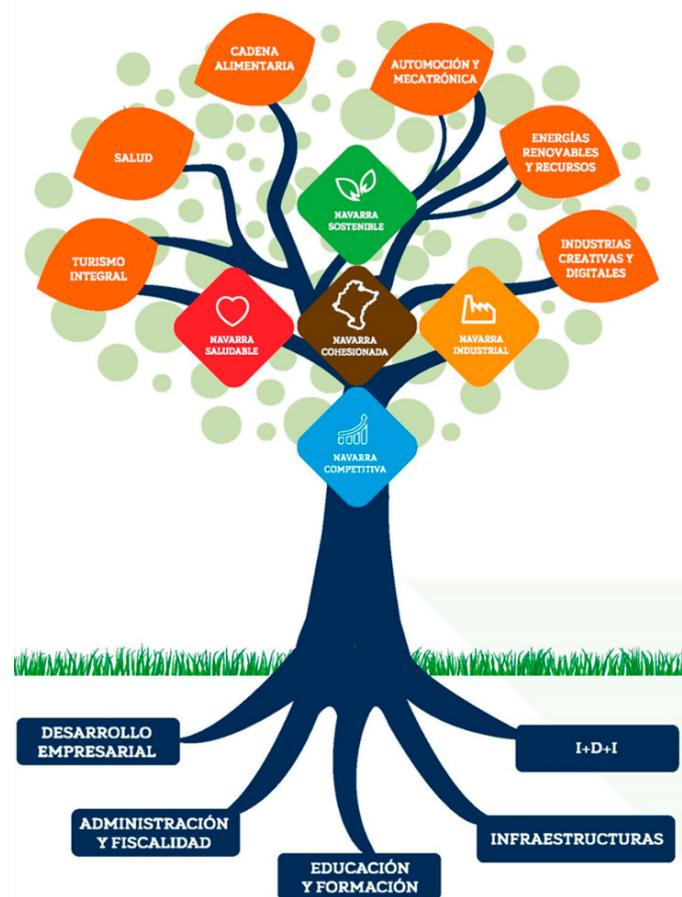


Figura 1. Figura representativa de la estrategia S3. Sodena.

2 <https://s4navarra.es/>

Navarra es una comunidad eminentemente industrial y fuerte en algunos sectores en los que cuenta con empresas tractoras, empresas innovadoras, alto volumen de exportación y todo un ecosistema de innovación alrededor. No sorprende por tanto que aparezcan seleccionadas áreas como Automoción y mecatrónica, Energías renovables, Cadena alimentaria y Salud. Asimismo, se prioriza el sector del turismo que, aun no siendo industrial, tiene un impacto muy importante en el objetivo de cohesión territorial y además consigue atraer muchos recursos exteriores.

La última área priorizada es la de Industrias creativas y digitales. ¿Cómo se justifica la apuesta por un sector que supone un pequeño porcentaje del PIB y representa un número pequeño de empresas?

En el diseño de la estrategia se consideró que las industrias creativas, especialmente en su faceta digital y audiovisual, son un sector emergente; relevante en la puesta en valor del territorio, patrimonio y tradiciones; y tecnológico, de futuro y en crecimiento. Un sector que, por su creatividad, puede tener impacto positivo en otras cadenas de valor industriales y con gran potencial de creación de empleo juvenil pudiendo facilitar la retención de talento joven en Navarra.

La realidad es que se identificaban nichos de negocio y oportunidades alrededor de plataformas de intermediación, una tendencia clara de formatos audiovisuales en la comunicación y marketing digital, posibilidades de digitalización del mundo audiovisual, crecimiento del cine de animación y videojuegos, y otras oportunidades que pueden ser aprovechadas en Navarra que ya cuenta con agentes relevantes en el ecosistema audiovisual.

La elección del sector venía avalada por varias fortalezas en la región que ya había empezado a apoyarlo. Por un lado, la región contaba con una fuerte apuesta en educación en estas disciplinas, tanto en formación en superior como en estudios de formación profesional. Y sobre todo la producción audiovisual, ya se estaba impulsando desde el Departamento de Cultura de Gobierno de Navarra.

En particular, se había creado en 2009 el Instituto Navarro de las Artes Audiovisuales y Cinematografía (INAAC), que comenzó a dinamizar e impulsar la actividad audiovisual, facilitar su presencia en eventos internacionales y que promovió Navarra como lugar de rodaje, albergando la Navarra Film Comission, una oficina para facilitar el trabajo a las empresas y profesionales que quisieran rodar en Navarra. La iniciativa logró posicionar a Navarra en el mapa cultural y cinematográfico del país. Estos servicios se siguen prestando bajo el paraguas de otra entidad (Nicdo) tras una reestructuración de las entidades públicas en 2014.

Otro de los hitos importantes fue la Ley de Mecenazgo Cultural³ para facilitar la colaboración entre el sector público y el sector privado en la financiación de los proyectos culturales. Y destacable la aprobación de una deducción fiscal en el impuesto de sociedades para

3 <https://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=33853>

los gastos de producción siempre que se realice en el territorio el gasto mínimo establecido⁴. Este incentivo en el que Navarra junto con Canarias fue pionera, ubicó a la Comunidad Foral en una posición privilegiada para albergar rodajes y tuvo un impacto muy positivo.

La inclusión del sector en la S3 en este período supuso entre otras actividades la inversión en proyectos de Apolo Film o The Think lab Media, por parte de Sodena; la construcción de un plató en Lecaroz y la organización de eventos como Conecta Fiction.

2. DE LA S3 A LA S4

Con todos estos precedentes, la apuesta por la industria audiovisual se mantuvo en la revisión de la estrategia que en 2021 dio paso a una nueva versión S4 que ha incorporó la Sostenibilidad como cuarto eje.

Ahora, las prioridades no corresponden estrictamente a sectores, sino que se convierten en retos en sí mismos. Por ejemplo, no se trata únicamente de apoyar la industria agroalimentaria sino avanzar hacia una alimentación saludable y sostenible. Conservando cierta similitud con la estrategia previa, el gráfico representativo de la S4 sufrió una evolución y es el siguiente:

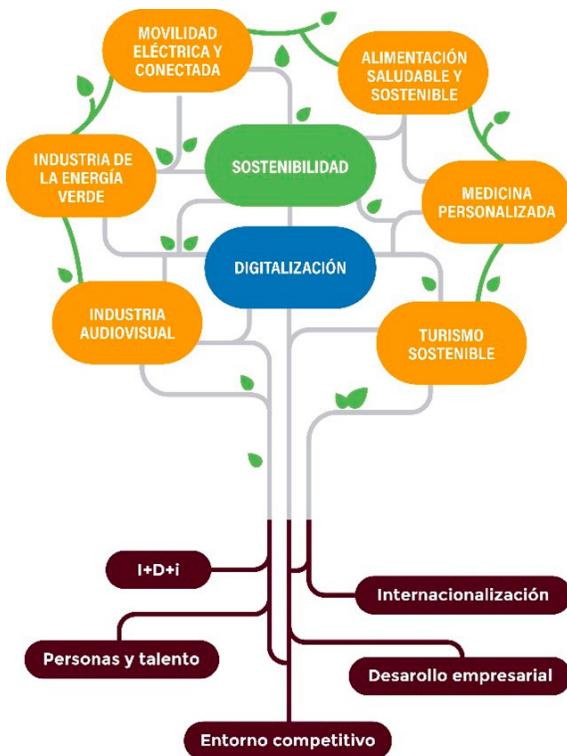


Figura 2. Figura representativa de la estrategia S4. Sodena.

4 Ley Foral 26/2016 del Impuesto de Sociedades de Navarra, artículo 65.

En esta nueva estrategia, junto con las seis prioridades identificadas, se definen dos áreas transversales que impactan en todas las demás y adquieren especial relevancia. Se trata de la transición ecológica y la transición digital. Las prioridades seleccionadas responden a criterios denominados las tres «ces»: Coherencia con la visión marcada (y con los objetivos estratégicos europeos), existencia de Capacidades empresariales y tecnológicas de la región, y Compromiso de las instituciones participantes en trabajarlas en el medio plazo. Y en definitiva, también con una cuarta «c» de consenso.

En el caso de audiovisual, se consensuó la siguiente visión de futuro:

En esta actualización de la estrategia se ha llegado a una mayor concreción en las líneas a desarrollar dentro de cada prioridad. En el caso de la Industria audiovisual se detallan como principales áreas de desarrollo las siguientes:

- Fortalecimiento de las empresas navarras con capacidad para grandes proyectos.
- Mejora del posicionamiento del territorio para la atracción de rodajes y actividad audiovisual.
- Nicho de animación digital y videojuegos.



Figura 3. Visión 2030 para la industria audiovisual definida en la S4. Sodena.

Las dos primeras líneas están muy relacionadas entre sí, ya que, en definitiva, es interesante atraer rodajes a Navarra que, por un lado, contribuyen a la visibilidad del territorio y, por otro, pueden traccionar las empresas locales. Pero al mismo tiempo es necesario el fortalecimiento de las empresas, para que estén capacitadas a la hora de prestar servicios a grandes productoras.

Precisamente uno de los problemas es que el sector está atomizado y el tamaño de las empresas es pequeño, características que no favorecen la contratación de servicios especializados por parte de grandes empresas.

Además de estas grandes áreas de desarrollo, se definió un mayor despliegue de líneas de trabajo.

Seleccionada la industria audiovisual como uno de los ejes de desarrollo ¿qué instrumentos de apoyo impactan en el sector? Y ¿cómo impactan en el avance de las empresas?

Uno de los logros de la Estrategia ha sido la definición de la política de *clusters*, por la que el Cluster Audiovisual de Navarra (CLAVNA) recibe apoyo.

Tabla 1. Líneas de trabajo definidas para la industria audiovisual en la S4. Sodena

	Líneas de trabajo	OE	TE	TD
01	Fortalecer el tejido empresarial para afrontar proyectos de mayor calado: empresas de mayor tamaño o alianzas entre empresas	•		
02	Captación de grandes <i>players</i> atraídos por nuestro ecosistema de servicios, variedad de entornos de rodaje y el marco regulatorio	•		
03	Creación de empresas especializadas: empresa de servicio («service internacional») que compita con los cinco grandes <i>players</i> existentes; empresa de comunicación especializada en explotación de producciones	•		
04	Desarrollo de la industria de animación digital y videojuegos	•		
05	Producir contenidos que pongan en valor el paisaje natural y cultural, que favorezca el posicionamiento de Navarra y la atracción de turismo	•		
06	Aplicación de la creatividad y productos audiovisuales en otros sectores (formación, marketing, en cultura, turismo, patrimonio, gamificación...)	•	•	•
07	Explotación del dato (Big Data) y aplicación de la IA en toda la cadena de valor, desde el análisis de audiencias, generación de contenidos hasta conectar con espectadores (captura de emociones, conocer preferencias...)	•	•	•
08	Utilización de nuevas tecnologías para generar contenidos de mayor impacto (realidad virtual, realidad aumentada, hologramas y dispositivos de grabación más sofisticados...)	•	•	•

OE: Oportunidad Empresarial; TE: Transición Ecológica; TD: Transición Digital.

Los *cluster* son una de las herramientas de implementación de la estrategia. Son las entidades que aglutinan una cadena de valor y cuyo rol es dinamizar proyectos fundamentalmente innovadores para afrontar retos colaborativos que permitan avanzar a las empresas hacia una posición más competitiva en un mercado global. El *cluster* está realizando una importante labor a la hora de posicionar el territorio como un destino ideal para rodajes. Navarra cuenta con unos paisajes muy atractivos y muy diversos, pero no es suficiente, sino que es necesario disponer de una oferta de servicios audiovisuales sostenibles. Precisamente la sostenibilidad, eje destacado de la estrategia, está favoreciendo el posicionamiento de Navarra como punto diferenciado de otras comunidades.

Además de la política de *clusters*, el apoyo público dirigido a esta prioridad es alto.

Por un lado, para la atracción de rodajes: asesoramiento y acompañamiento a empresas de rodajes interesadas en la región; creación de una marca y una plataforma que aglutina todos los recursos (Navarra Film Industry)⁵, incentivo fiscal, asistencia para acudir ferias en promoción de la región y la organización de festivales, entre otras.

Por otro lado, apoyos dirigidos a las empresas locales: organización de formaciones especializadas para profesionales del sector, subvenciones a la producción de contenido audiovisual, financiación a empresas de producción...

⁵ <https://www.navarrafilmindustry.com/es/>

Y todo ello de una manera coordinada para contribuir al avance de esta prioridad. La constitución de una mesa audiovisual en la S4, dinamizada por Sodena, es un factor que está permitiendo trabajar de manera coordinada en la misma dirección a todos los agentes del ecosistema audiovisual.

También se están obteniendo algunos resultados en proyectos de digitalización audiovisual, destacando el desarrollo de proyectos que han incorporado la Inteligencia Artificial en la producción cinematográfica y donde proyectos de este sector han podido optar a convocatorias tecnológicas, a las que normalmente concurren empresas con un perfil más industrial.

Como evidencia del crecimiento del sector, se puede observar un incremento del número de empresas que ha alcanzado las 144 empresas en 2022 con un crecimiento sostenido a lo largo de los años.

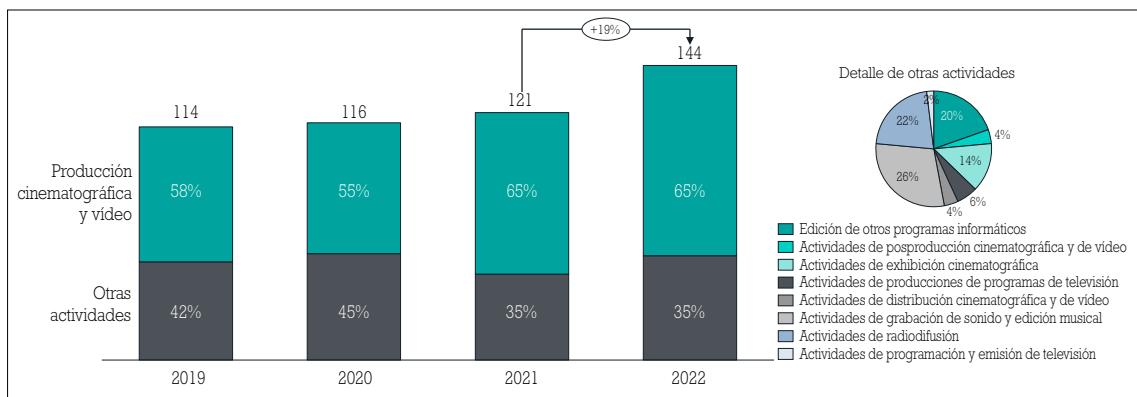


Figura 4. Gráfico de la evolución del sector audiovisual. Dirección General de Cultura de Gobierno de Navarra.

Analizando estrategias de otras regiones españolas, no es posible encontrar una apuesta tan clara como la que hay en Navarra por la industria audiovisual. En varias estrategias aparece la cultura y el ocio como prioridad, pero no el sector como tal. En nuestra región, la identificación de la Industria Audiovisual como prioridad está contribuyendo indudablemente a su desarrollo, aunque son caminos de largo recorrido. Todavía se puede avanzar más, no hemos llegado al final de esta película.

