



Producción audiovisual de Netflix en España: la integración en el sistema mediático español como consecuencia de las políticas de protección europeas y españolas

Antonio Castro-Higueras. Universidad de Málaga. España

José Patricio Pérez-Rufí. Universidad de Málaga. España

Francisco Javier Gómez-Pérez. Universidad de Granada. España

Este trabajo tiene como objetivo principal analizar las estrategias adoptadas por la plataforma VoD Netflix en su actividad de producción en España. Para ello queremos identificar las relaciones establecidas en España por Netflix con productoras españolas, televisiones nacionales y, en definitiva, agentes locales, en la planificación de su actividad como productora de contenidos propios o en coproducción.

La producción de contenidos por Netflix en España se inicia de forma previa a la aprobación de la legislación española que adapta la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en 2018, con una voluntad proteccionista de la producción audiovisual europea. Las plataformas VoD en España habrán de adecuarse al nuevo escenario europeo, por ejemplo, en el cumplimiento del porcentaje de producción europea (Aguado y Bernaola, 2019), sirviéndose de la coproducción como estrategia en la creación de producción propia (Hidalgo, 2020). Esta adaptación se hace además en un contexto comercial de extrema rivalidad y de inestabilidad, dado el alto número de operadores implicados (Pérez, Gómez y Castro, 2020).

Este trabajo parte de la hipótesis de que la obligación de inversión en producción española y de inclusión de un porcentaje de su catálogo de obra europea, lejos de ser considerada por Netflix como una medida intervencionista que interfiere su actividad, se ha convertido en una oportunidad para introducirse no solamente en un mercado de consumidores que demandan contenidos en español, sino también para integrarse dentro del sector de la producción cinematográfica en España y así aprovechar las ventajas de un sistema proteccionista en sus políticas de ayudas públicas. Las arriesgadas y ambiciosas estrategias de Netflix en el campo de la producción implicarían así una voluntad de arraigo en los mercados en los que opera, contando además con la ventaja de su naturaleza de ventana de distribución global, con un importante mercado consumidor de contenidos en español.

Con el fin de lograr los objetivos propuestos aplicamos una metodología eminentemente descriptiva y crítica basada en la Economía Política de la Comunicación. Tomamos como muestra la producción española de Netflix para identificar los títulos que produce en España, las productoras y televisiones que colaboran con la plataforma, el posible recorrido comercial en salas de cine (en el caso de los filmes) y las ayudas públicas que ha podido recibir cada producción.

Los resultados nos llevan a concluir que Netflix ha planificado una ambiciosa estrategia de integración dentro del sector de la producción cinematográfica española y que la plataforma/productora está llamada a convertirse, si no lo es ya, en un agente fundamental dentro del sector. Como parte integrante de la industria audiovisual española no solamente ha de regular su actuación conforme a la legalidad, sino que aprovechará las ventajas de las políticas protectoras de la producción europea, incluso si conforma una de las principales empresas de comunicación a nivel global.

Palabras clave: comunicación audiovisual plataformas políticas-audiovisuales Netflix