



ENTREVISTA CON OSCAR LÓPEZ, MINISTRO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

“El audiovisual es mucho más que cine o televisión. Es tecnología. Es industria. Es creatividad.”

D.P.

El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública apoya por primer año al Departamento de Industria del Festival de San Sebastián. ¿En qué consiste este apoyo y por qué lo considera estratégico para el desarrollo del audiovisual español?

El Festival de San Sebastián es mucho más que una gran cita cinematográfica. Es uno de los principales puntos de encuentro de la industria audiovisual europea, un lugar donde se cruzan talento, creatividad, innovación, inversión y capacidad empresarial. Aquí nacen proyectos, se cierran acuerdos, se descubren nuevos creadores y se debate sobre el futuro del sector.

Por eso hemos querido apoyar por primera vez a su Departamento de Industria. Porque creemos que fortalecer espacios como este significa fortalecer todo el ecosistema audiovisual español.

Además, San Sebastián se ha consolidado como un escenario privilegiado para el diálogo internacional sobre los grandes retos del audiovisual. La jornada que impulsamos en 2021, en el marco de la Presidencia española de la Unión Europea, y que continuamos haciendo desde entonces, es un buen ejemplo de esa vocación: reunir a los principales actores europeos para reflexionar conjuntamente sobre cómo construir una industria más competitiva, innovadora y preparada para los desafíos que tenemos por delante.

Nuestro objetivo es claro: que España no solo destaque por la calidad de sus películas, series o videojuegos, sino también por su capacidad para liderar las conversaciones que marcarán el futuro del audiovisual europeo. Y en ese camino, San Sebastián es un aliado estratégico de primer nivel.

¿Qué hitos destacaría desde la creación de Spain Audiovisual Hub en 2021?

Cuando lanzamos Spain Audiovisual Hub en 2021 teníamos una ambición muy clara: convertir a España en uno de los grandes centros audiovisuales del mundo. Había talento, creatividad, empresas y profesionales extraordinarios. Lo que necesitábamos era una estrategia de país que entendiera el audiovisual como una industria estratégica. Necesitábamos un gobierno que creyera en el audiovisual como lo ha hecho este. Cinco años después, los resultados hablan por sí solos. Hemos movilizado más de 1.600 millones de euros en una primera fase que ha impulsado la producción, la innovación tecnológica,

los videojuegos, la internacionalización y la atracción de inversiones. El empleo en el sector audiovisual prácticamente se ha duplicado desde 2020. España lidera la Unión Europea en inversión de plataformas en contenido original europeo. Nueve de las once series europeas más vistas en plataformas en toda Europa son españolas. Y nuestro país se ha convertido en el principal mercado de producción cinematográfica de la Unión Europea. Y las inversiones de la primera fase del Hub han creado centros de producción por todo el territorio, han impulsado las ayudas a la producción, y han multiplicado la visibilidad de nuestro audiovisual por todo el mundo.

Pero más allá de las cifras, hay algo especialmente importante: hemos conseguido que la industria audiovisual española gane confianza en sí misma y piense a una escala mucho más ambiciosa. Cuando viajamos a mercados internacionales, hablamos con inversores o mantenemos reuniones con grandes compañías globales, hay una expresión que escuchamos cada vez con más frecuencia: España es *'the place to be'*. Y creo que resume perfectamente el momento que vive nuestro audiovisual.

¿Qué aspectos cree que han sido claves para impulsar tanto la internacionalización del audiovisual español como la atracción de ro-

dajes internacionales, más allá de la inyección de fondos públicos?

Los recursos públicos han sido importantes, pero el verdadero éxito ha venido de la combinación de muchos factores. España cuenta con los mejores profesionales del mundo, una enorme diversidad de localizaciones, empresas cada vez más competitivas y una extraordinaria capacidad creativa. A eso hemos sumado una estrategia coherente basada en la colaboración público-privada, la promoción exterior, los incentivos, la simplificación administrativa y una visión integral de toda la cadena de valor audiovisual.

También hemos entendido algo fundamental: hoy competir en audiovisual significa competir globalmente. Por eso hemos reforzado la presencia de España en festivales y mercados internacionales, hemos impulsado la labor de ICEX y Spain Film Commission y hemos trabajado para que nuestro país sea percibido como un entorno estable, fiable y atractivo para invertir.

El resultado es que España ha dejado de ser simplemente un gran lugar para rodar. Hoy es un lugar para invertir, para crear empresas, para desarrollar tecnología, para producir contenidos y para construir proyectos internacionales de largo recorrido.

¿Cuáles son las líneas maestras de apoyo a las empresas y startups que impulsan nuevos desa-

rollos tecnológicos aplicados al audiovisual?

Una de las grandes aportaciones de Spain Audiovisual Hub ha sido ampliar la mirada sobre lo que entendemos por audiovisual. Hablamos de cine y televisión, por supuesto. Pero también de videojuegos, animación, efectos visuales, inteligencia artificial, realidad extendida, experiencias inmersivas o nuevos formatos digitales. Queremos acompañar a las empresas que están explorando esas fronteras tecnológicas y ayudarles a crecer. Por eso hemos apoyado ecosistemas digitales, proyectos innovadores, desarrollos vinculados a nuevas tecnologías y, en esta segunda fase del Hub, hemos puesto el foco en facilitar financiación para que nuestras empresas ganen dimensión y capacidad competitiva internacional.

El principal reto es precisamente ese: escalar. Tenemos mucho talento, pero necesitamos empresas más grandes, más internacionalizadas y con mayor capacidad para competir en mercados globales. Nuestro objetivo a medio y largo plazo es construir un ecosistema que no solo genere contenidos, sino también tecnología, propiedad intelectual e innovación. Queremos que España sea reconocida no solo por las historias que cuenta, sino también por las herramientas y soluciones tecnológicas que ayudan a contarlas.

¿En relación con el Zinemaldia Startup Challenge, cuál es la importancia de este tipo de actividades en el marco de festivales de cine?

Es enorme. El audiovisual del siglo XXI se construye cada vez más en la intersección entre creatividad y tecnología. Por eso tiene todo el sentido que un gran festival como San Sebastián se haya convertido también en un punto de encuentro para emprendedores, startups, inversores y empresas innovadoras. El Zinemaldia Startup Challenge permite detectar talento emergente, acelerar proyectos prometedores y conectar innovación con industria. Y eso es esencial para garantizar la competitividad futura del sector. Vemos una conexión enorme entre lo que desarrollamos en nuestro ministerio y la visión de Zinemaldia: el Plan Spain Audiovisual Hub está alojado en el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública porque digitalización y audiovisual van de la mano, como demuestra también el Zinemaldia Startup Challenge. Muchas de las herramientas, modelos de negocio y tecnologías que transformarán el audiovisual en los próximos años están naciendo precisamente hoy en pequeñas empresas emprendedoras. Darles visibilidad, acompañamiento y acceso a inversión es apostar por el futuro del sector.

¿Qué legado le gustaría que permaneciera de Spain Audiovisual Hub?

Me gustaría que el legado fuera haber cambiado para siempre la escala de ambición del audiovisual español. Que dentro de unos años podamos mirar atrás y decir que España dejó de pensar en pequeño y decidió liderar. Que entendió el audiovisual como una industria estratégica capaz de generar empleo, innovación, cohesión territorial y proyección internacional.

También me gustaría que permaneciera una idea que considero fundamental: que el audiovisual es mucho más que cine o televisión. Es tecnología. Es industria. Es creatividad. Son videojuegos. Son experiencias inmersivas. Es economía digital. Es empleo, es crecimiento, es marca y orgullo de país. Y, sobre todo, me gustaría que quedara una certeza: que España puede competir con cualquiera cuando apuesta por su talento. Si conseguimos que nuestro país siga siendo ese lugar al que el mundo mira para producir, invertir, crear e innovar, si seguimos siendo *'the place to be'* para el audiovisual internacional, entonces podremos decir que Spain Audiovisual Hub habrá cumplido plenamente su misión.

