

Introducción:
*La situación actual de los medios ante las
próximas políticas de ordenación e impulso
del sector audiovisual andaluz*

Francisco Javier Gómez Pérez
Universidad de Granada

El 25 de julio de 2014 la Mesa de Orientación e Impulso del Sector Audiovisual (MOISA) firmaba el documento marco que serviría para la redacción de la futura Ley Audiovisual de Andalucía. Estas «Bases para el anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía», fueron acompañadas por otro documento, «Bases del Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual de Andalucía (POISA)», donde se plantean más de un centenar de medidas para fomentar este sector, ante la implantación de la nueva regulación.

Entre los colectivos representados en la MOISA nos encontrábamos las Facultades de Comunicación de Sevilla, Málaga, Cádiz y Granada, así como otros representantes de este sector. El propio texto deja patente quiénes son considerados integrantes del

«sector/hipersector audiovisual-TIC»: la producción audiovisual (cine, música, publicidad, videojuegos y apps, ebooks, e-commerce), la edición de contenidos audiovisuales (estudios, platós de grabación), la animación, las entidades de gestión de derechos audiovisuales, las entidades promotoras de festivales, las entidades de publicidad (anunciantes, agencias, medición de audiencias, autorregulación), los licenciarios de radio y TV, la distribución y difusión de contenidos (cine, música, videojuegos, operadores de redes de transporte y difusión de radio y TV), los operadores de redes de comunicaciones electrónicas, los fabricantes de equipos, desarrolladores de software, instaladores, los profesionales del Sector (sindicatos, colegios profesionales, asociaciones), las enseñanzas audiovisua-

les (Universidad, Formación Profesional y otras instituciones educativas especializadas), las salas de exhibición, los activos de archivo audiovisual (Filmoteca de Andalucía), las Web-doc, Webseries, Web-TV, la televisión inteligente, segundas pantallas, transmedia, televisión social y cualquier formato comunicativo que pueda surgir en el futuro, entre otras.¹

¹ En concreto la Junta de Andalucía estaba representada por la Consejería de la Presidencia, la Dirección General de Comunicación Social, la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales, la Secretaría General de Consumo, la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empresa, la Secretaría General de Economía, la Secretaría General de Innovación, Industria y Energía, la Secretaría General de Empleo, la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, la Secretaría General de Cultura, la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales y la Secretaría General de Formación Profesional y Educación Permanente. Las entidades públicas representadas fueron: Consejo Audiovisual de Andalucía, Radio y Televisión de Andalucía, Fundación Audiovisual de Andalucía y Andalucía Film Commission. Asimismo se encontraban en la Mesa los operadores de infraestructuras audiovisuales: Axion (Autonómica) y Aber-tis (Estatal). Entre las Asociaciones de operadores de radio y TV se encuentran: Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Locales de Andalucía (Acutel), Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV), Asociación de Radios Universitarias de Andalucía (ARU), Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC) y Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca). La formación e investigación tenía como representantes a las Universidades públicas andaluzas: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz y Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. El sector empresarial audiovisual estuvo presente con: Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España (Ametic), Asociación Andaluza de Empresas Instaladoras de Telecomunicaciones (Faitel), Asociación de Empresas de Producción Audiovisual y Productores Independientes de Andalucía (AEPAA-APRIA), Federación de asociaciones de empresas de publicidad de Andalucía, Asociación Andaluza de Empresas de Comunicación (Aacom), Plataforma de Empresarios y Creadores del Audiovisual Andaluz (Pecaa), Federación de Asociaciones Audiovisuales y Multimedia de Andalucía (Faama), y Asociación de Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía (Eticom). La MOISA no se olvidó tampoco de las asociaciones periodistas representadas por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA) y la Asociación de Profesionales de la Información Digital de Andalucía (APDA). También estuvieron presentes los sindicatos: UGT, Comisiones Obreras y el Sindicato de Periodistas de Andalucía. Por último

La MOISA trabajó, desde diciembre de 2013, en reuniones conjuntas y sectoriales, con sesiones por colectivos, y mediante mesas por áreas temáticas: servicios públicos, industria audiovisual, derechos de los usuarios de servicios audiovisuales, derechos y obligaciones de los prestadores de servicios audiovisuales, y medios audiovisuales de proximidad. Todo este trabajo colectivo propició una revisión de los medios de comunicación andaluces, que expusieron su situación actual ante el interés de la Administración autonómica por regular e impulsar al sector audiovisual, como generador de riqueza económica y cultural, y como instrumento vertebrador de nuestra sociedad.

Teniendo como germen este trabajo de la MOISA, el Departamento de Información y Comunicación y la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada organizaron, con la colaboración de su Vicerrectorado de Política Científica e Investigación y el auspicio de la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía, un encuentro en el que realizar una revisión de la situación actual de los Medios de Comunicación Audiovisuales de nuestra Comunidad, así como plantear los retos de futuro para este sector. Así el 6 de noviembre de 2014, en el Salón de Actos de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada, se celebró la *Jornada Impulso al sector audiovisual andaluz*, en un intensivo horario de mañana y tarde, donde se logró reunir a más de una quincena de investigadores y empresarios que dibujaron un panorama certero de los medios de comunicación andaluces.

La intervención del Director General de Comunicación Social, D. David Javier García Ostos, desgranó los documentos firmados por la MOISA el 25 de julio de 2014 en el Palacio de San Telmo (Sevilla), sede de la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía. Seguidamente, a través de 3 mesas redondas, se dibujó el presente y futuro de nuestro audiovisual, en las que participaron los colectivos que estuvieron representados en la MOISA.

compartían mesa las asociaciones de consumidores y usuarios: Foro Andaluz de Comunicación, Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa (Al-Andalus), Facua-Consumidores en Acción, Unión de Consumidores de Andalucía (UCA/UCE) y Asociación de Telespectadores de Andalucía (ATEA)

La primera mesa, «Panorama actual del sector audiovisual andaluz», acogió las opiniones de Joaquín Durán, Subdirector General de RTVA y Director de Canal Sur TV, Rogelio Delgado, Presidente de AEDAVA (Asociación de Empresas de Distribución Audiovisual de Andalucía), y los profesores de la Facultad de Comunicación y Documentación de Granada, Magdalena Trillo, Luis Arboledas y Eladio Mateos. Sus intervenciones plasmaron el panorama actual de los medios tradicionales (televisión, cine, prensa y radio).

La segunda mesa, «Las TIC's: retos de futuro del sector audiovisual andaluz», se centró en los nuevos medios surgidos en la era digital, así como en los retos y oportunidades que se han creado para el sector audiovisual andaluz. May Silva, Directora de la Fundación Audiovisual de Andalucía, Gustavo Gómez, CEO de Acento Comunicación, Manuel Sicilia, Director creativo de Kandor Graphics, y los profesores Domingo Sánchez Mesa y Jordi Alberich integraron esta mesa en la que se habló de nuevas profesiones, de las *apps*, de la animación y de las producciones transmedia, entre otros temas.

La Jornada terminó dando voz a un colectivo muy importante en el sector audiovisual, los espectadores-usuarios, un colectivo cada vez menos pasivo, que en los últimos tiempos se ha convertido en productor de contenidos. Rita M. Marín, portavoz de ATR-Andalucía (Asociación de consumidores y usuarios de medios de comunicación de Andalucía), Antonio Tejada, portavoz de la Comisión UGRdis y Director General de La Ciudad Accesible, Concha Gómez Maeso, periodista y escritora cinematográfica, y los profesores Estrella Martínez (junto a Anabel Ruiz) y Francisco Javier Gómez debatieron sobre el papel que las personas con discapacidad, la mujer y los espectadores deben desempeñar en los medios de comunicación, en la mesa «Nuevos Medios-Nuevos Receptores».

Fruto de este encuentro es el presente libro, *Políticas de impulso a las industrias audiovisuales. Ley audiovisual y Plan de Ordenación e Impulso al Sector Audiovisual de Andalucía*, donde se recogen gran parte de los textos elaborados por los participantes en las mesas redondas, así como alguna otra aportación, como es el caso del capítulo de José Patricio Pérez Rufí, profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, que ha sido invitado para aclararnos el nuevo papel del usuario en las industrias culturales.

Se hace necesario fomentar el debate sobre la situación actual de los medios ante las próximas políticas de ordenación e impulso del sector audiovisual andaluz. El impulso de un sector generador de riqueza económica y cultural, como es el audiovisual, es de interés para nuestra sociedad; de ahí la importancia de la labor de las administraciones públicas, el mundo empresarial, el académico y de la ciudadanía, que han de fomentar el audiovisual como un instrumento cohesionador de nuestra comunidad, a la vez que una fuente inagotable en el terreno cultural, económico y laboral.