



ODA

OBSERVATORIO DO AUDIOVISUAL GALEGO

Informe sobre o sector audiovisual en Galicia no bienio 2001 - 2002

Directora: Margarita Ledo Andión



Universidade de Santiago de Compostela

O ODA

O Observatorio do Audiovisual, ODA, ten por obxecto o seguemento sistemático da produción, modo de financiamento e circulación das obras cinematográficas e audiovisuais galegas, a súa catalogación, e a actualización permanente dunha base de datos e documental arredor desta ponla da industria da comunicación e da cultura.

ODA é un dos resultados prácticos da liña de investigación sobre política audiovisual europea que a partires de vectores lingüísticos, tecnolóxicos, de mercado e nacionais, se desenvolve no seo do Departamento de Ciencias da Comunicación da USC. O estudo da integración sectorial trans-rexional Galiza-Norde de Portugal e máis a elaboración e publicación de informes bianuais sobre o estado do audiovisual é outra das súas aplicacións.

ODA funciona como centro de referencia para outros emprendementos parellos en Universidades e Insitucións do Estado español e da Europa, abríndose dende xa á consulta directa dos seus arquivos, proxectos en curso e servicios. Dende a súa posta en marcha mantén como parceiros a Compañía de Radiotelevisión de Galicia, CRTVG e ó Consello da Cultura Galega, CCG.

Equipo de investigación

Dirección: Margarita Ledo Andión

Comité científico: Manuel Martínez Nicolás e Xosé Ramón Pousa

Equipo de investigación: Carmen Ciller Tenreiro, Silvia López Ben, Ana Isabel Rodríguez e José Pereira

Datos de contacto

Observatorio do Audiovisual Galego

Departamento de Ciencias da Comunicación - Facultade de Ciencias da Comunicación

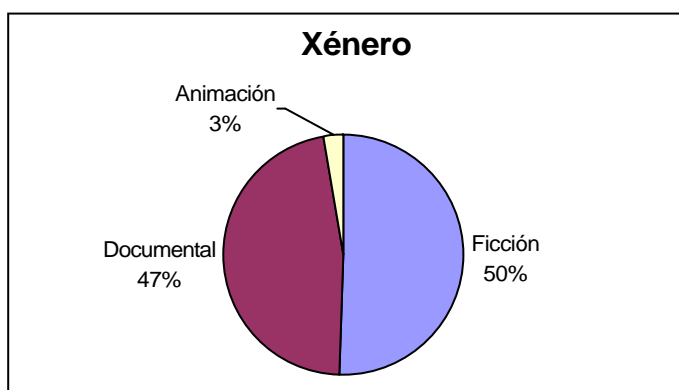
Avda Castelao s/n - 15782 - Santiago de Compostela

URL: <http://www.usc.es/oda>

E-mail. observa@usc.es

Producción audiovisual galega no bienio 2001-2002

No bienio 2001-2002 realizáronse en Galicia 75 produtos audiovisuais de stock, dos que 38 pertencen ó xénero da ficción, 35 ó xénero documental e 2 á animación. Dentro do grupo da ficción, o produto máis numeroso son as curtametraxes (12), seguidas polas series de ficción para televisión² (10), as longametraxes (7), os filmes para televisión (7) e tan só unha mediametraxe. En canto ós produtos documentais, rexistráronse 27 documentais e 8 docuseries nos últimos dous anos. O conxunto da animación merece unha mención aparte, xa que nel atopamos dous produtos ben diferenciados; unha curtametraxe de 11 minutos e a longametraxe de animación, *O Bosque Animado*, unha superproducción sen precedentes en Galicia.

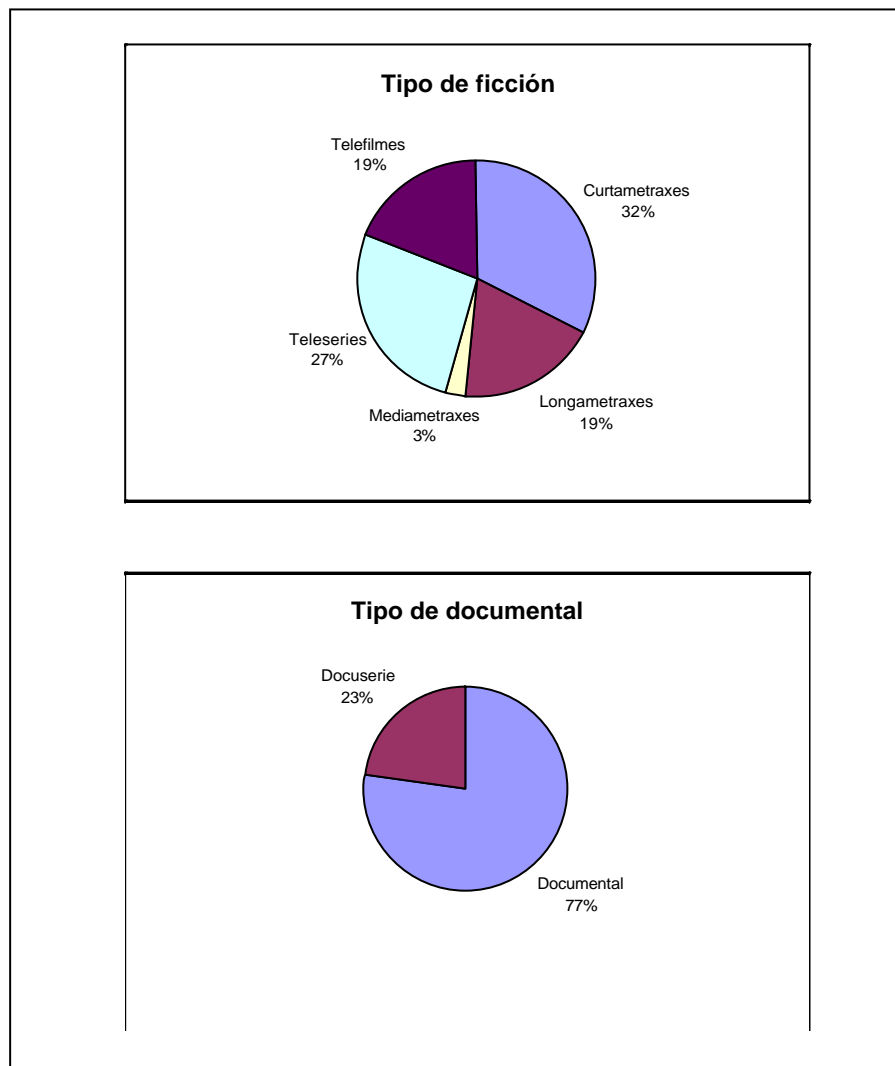


Fonte: Elaboración propia

En vista destes resultados, parece que en grandes liñas os formatos de documental e ficción manteñen un certo equilibrio a nivel cuantitativo, aínda que é lixeiramente superior o número de produtos pertencentes á ficción. Perde, polo tanto, o xénero documental o papel principal que ocupaba ata o 2001 na produción audiovisual galega, descendendo de 35 a 27 a obra única e de 20 a 8 o produto seriado. Mentres que, a nivel individual, segue a ser o documental o produto máis numeroso neste bienio, con 27 obras, seguido pola curtametraxe, con 12, e a teleserie, con 10. Tampouco cómpre descooidar o fenómeno dos telefilmes que ocupan un lugar importante dentro da ficción.

1. O produto de televisión *Apaga a Luz* foi contabilizado como serie de ficción de televisión mesmo se non segue unha trama, polo seu carácter seriado, sen embargo non existe un formato que se axuste exactamente ó formato de contacontos para televisión.

2. O Informe confeccionase a partires dos produtos de stock xa finalizados e en circulación, amáis de dar conta dos proxectos en fase avanzada de finalización e dos que están iniciados. Falta a confirmación dalgúns datos da TVG. As obras que se califican como galegas son aquelas nas que o capital é maioritariamente galego. Exclúense, polo tanto, co-produccións como por exemplo *Los lunes al sol* ou o documental *Machín, toda una vida*. A participación galega, porén, aparece contabilizada en diferentes apartados tocante a modos de produción, investimentos, etc. Chámase a atención para determinados índices estabilizadores como o aumento da co-produción, a consciencia dos escearios da sociedade da información e o desenrolo normativo. Alértase, tamén, para a falta de visibilidade en circuitos de exhibición comercial ou mesmo en festivais e outros espazos de intercambio.



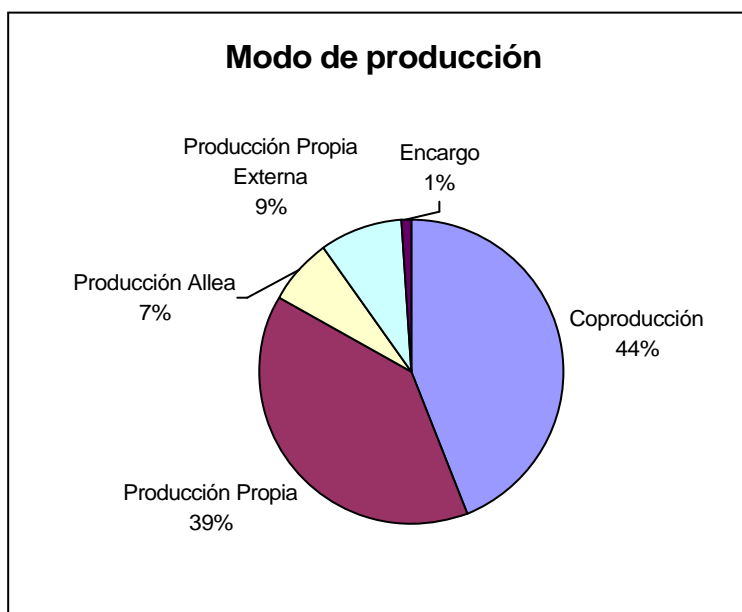
Fonte: Elaboración propia

Dentro da gran categoría ficción, o xénero predominante é o drama e a temática social, aínda que dentro do drama rexístranse multiplicidade de subgéneros; o drama social, o drama político, o melodrama, etc. A maioría das longametraxes realizadas nestes dous últimos anos pertencen a unha destas dúas categorías. En cambio, entre as curtametraxes, abonda a comedia, aínda que é un grupo moito máis heteroxéneo que o anterior. Por outra banda, entre as teleseries seguen a producirse sitcom, comedias e dramedias.

No tocante ó xénero documental, sobrancean aqueles de temática etnográfica, histórica e biográfica, tanto no documental como obra única como na serie documental.

Modo de produción

A principal modalidade de produción é a coprodución, fórmula á que se acolle o 44% da produción audiovisual galega do último bienio. A coprodución é o modo de produción de todas as longametraxes, nas que as produtoras galegas buscan o apoio financeiro e loxístico doutras produtoras estatais, é a fórmula tamén dos telefilmes da FORTA, que agrupan a diferentes televisións autonómicas de todo o Estado, e tamén dos documentais e docuseries realizados para TVG por empresas produtoras galegas. En segundo lugar e a escasa distancia da primeira, cun 39% sobre o total, atópase a produción propia. Este é o modo de produción da maioría das curtametraxes, xunto con algunhas series para televisión e un número importante de documentais. Moita menos importancia cobran as restantes modalidades; a produción propia externa, que representa un 9%, a produción allea ,7% e o encargo, 1%.

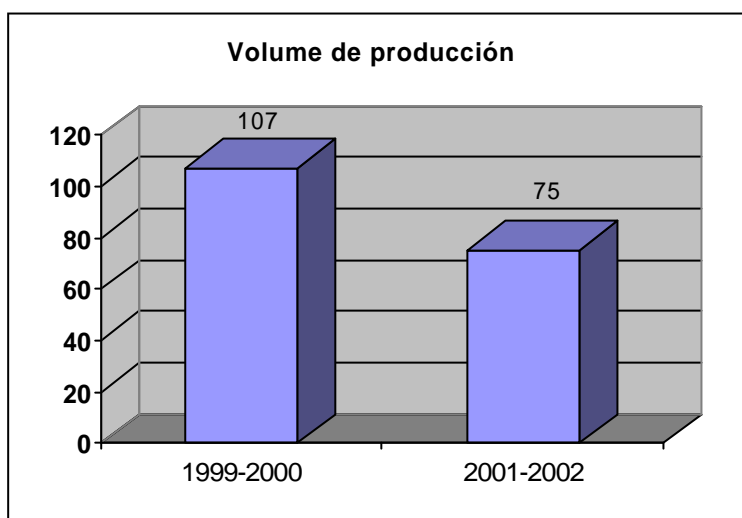


Fonte: Elaboración propia

Comparación co bienio anterior

O volume de produción audiovisual galega do último bienio descendeu considerablemente respecto do bienio 1999-2000. Fronte ós 107 produtos do bienio 1999-2000, no bienio en estudo foron 75 obras. Isto supón un descenso do 30%. Destes 75 pro-

ductos, 38 son de ficción, 35 documentais e 2 de animación. Seguindo estas categorías, aumentou lixeiramente a produción de ficción, de 35 a 38 produtos, e descendeu dun xeito importante a produción documental, de 55 a 35 produtos. Tal vez o baixón máis evidente cuantitativamente correspóndelle á animación, que pasou de 7 produtos a tan só dous no último periodo, pero tan só a longametraxe de animación, *O Bosque Animado*, custa máis que toda a produción documental do bienio en estudio.



Fonte: Elaboración propia

En total suman 470,3 horas de produtos de stock (28.218 minutos), das que 389,07 son para a ficción e 78,8 para o documental e tan só 1,58 para a animación. Isto supón que o tempo invertido na ficción supera case en cinco o tempo invertido en produción documental. Comparando este dato co equivalente no periodo anterior, atopámonos cun descenso no número de horas pronunciado, de 596 horas ás 470,3 horas actuais. Pola súa banda, a produción de horas de ficción caeu de 446 a 389,07, mentres que as horas de documental baixaron de 146,7 a 78,8.

O custe medio da hora de ficción é de 97.257€ (16 millóns de ptas) que oscila en números redondos dende os 674.313€ (112 millóns de ptas) da hora de longametraxe ata 36072€ (6 millóns de ptas) da hora da mediametraxe. No tocante á hora de documental, o custe medio sitúase en 39190€ (6,5 millóns de ptas) con 64.712€ (10,7 millóns de ptas) para a obra única e 30.042€ (5 millóns de ptas) para a hora de obra documental seriada.

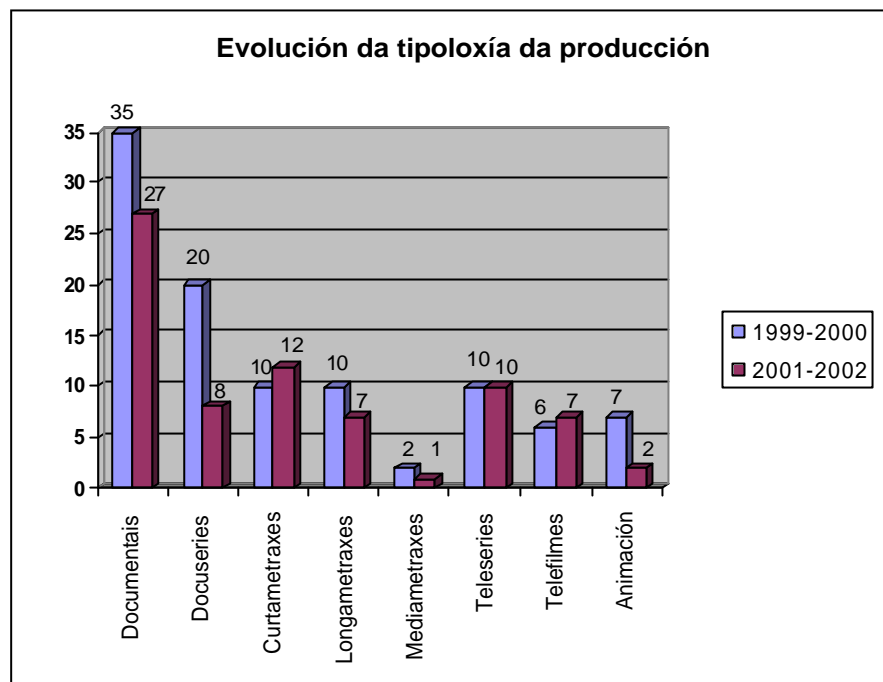
Se comparamos o custe por hora dos produtos do bienio 2001-2002 cos do periodo anterior, atopámonos con que descende levemente o custe medio da hora de ficción, que

estaba no periodo anterior en 17 millóns de pesetas e pasa agora a 16 millóns. No tocante á hora de documental, ascende o custe medio por hora de 4,5 millóns de pesetas ós 6,5 actuais, e suben tanto os custes da obra única de 7,6 a 10,7 millóns de pesetas e da obra seriada de 3,8 a 5 millóns de pesetas. O custe da hora de animación convencional ascende a 392.727€, mentres que o custe por hora do Bosque Animado multiplica por 6 esta cifra, igualándose o custe por hora a 2.645.101 €. O custe total deste último foi de 3.747.227 €.

O custo total da ficción –longametraxe, media e curtametraxe, series e telefilmes- ascende a 40.213.119 € (6.600 millóns de pesetas) mentres que os custes para o documental –único e seriado- representan 3.089.482 € (513 millóns de ptas). Se comparamos estas cifras coas obtidas no periodo anterior obtemos que descende o custe total da ficción, de 7.500 a 6.600 millóns de ptas, así como diminúe o número de produtos, mentres que o gasto total en documental descende lixeiramente, debido ó considerable descenso no número de obras deste xénero. Se a estas cifras lle engadimos o custe en animación, o investimento en produción audiovisual en Galicia nos anos 2001-2002 ascende a 47.124.499 €, o que supón un descenso de 4.500.000 € con respecto ó bienio anterior.

Predominan as obras únicas fronte ós produtos seriados: 12 curtametraxes, 27 documentais, 8 docuseries, 10 series de ficción para televisión, 7 longametraxes, 1 mediametraxe, 7 telefilmes, 1 curtametraxe de animación e 1 longametraxe de animación. Con respecto ó periodo anterior cómpre subliñar o descenso importante no número de series documentais que se gravaron nos últimos dous anos en Galicia, fronte ós vinte do periodo 1999-2000, no bienio 2001-2002 só atopamos 8. Esta diminución tamén afecta ó documental como obra única que experimenta un baixón considerable, de 35 a 27 produtos, mentres que se mantén o número de longametraxes, telefilmes, mediametraxes e series de ficción. A curtametraxe experimenta un pequeno ascenso de 9 a 12 obras.

Consolidase, polo tanto, o formato da longametraxe e da película para televisión, que se mantén numéricamente respecto do periodo 1999-2000 e mesmo se incrementa neste último caso, gracias ás coproduccións da FORTA.



Fonte: Elaboración propia

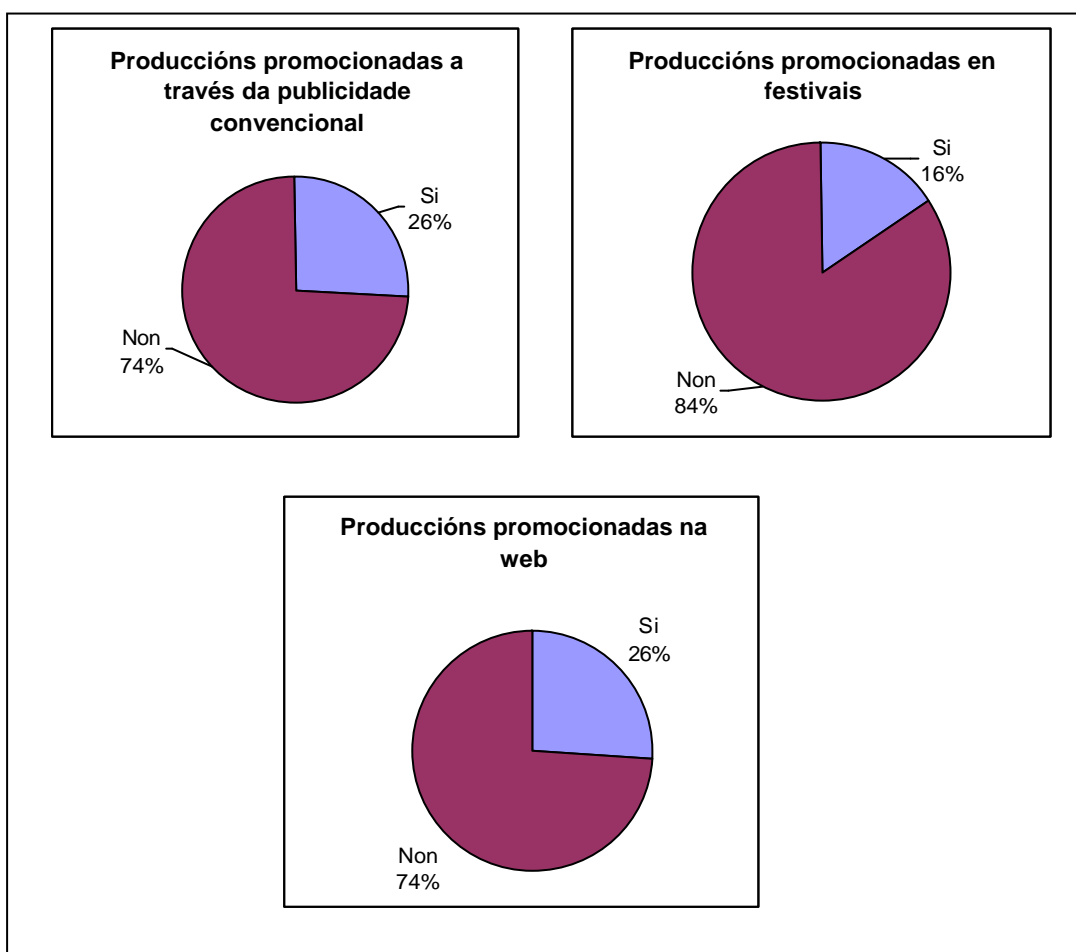
A lingua

Con respecto á lingua, aumenta a porcentaxe de producións que teñen como lingua original o galego (dun 67 a un 68%) nos últimos dous anos, diminúen polo tanto as producións que teñen como lingua da versión original o castelán (dun 32 a un 29%) e aumentan a un 3% as que empreñan como lingua de rodaxe o inglés, entre elas unha longametraxe para cinema.

Cómpre sinalar que diminúe o número de producións que foron dobradas ou subtituladas, o que apunta á pouca saída dos produtos audiovisuais galegos fóra das nosas fronteiras. Descende tamén a porcentaxe de obras dobradas ó castelán (dun 6 a un 3%) e ó galego (dun 14 a un 6%). Tamén descende a porcentaxe de obras subtituladas en castelán (dun 10 a un 9%) e en galego (dun 2 a un 0%).

A promoción

No tocante á promoción, o vehículo fundamental para publicitar as obras audiovisuais galegas segue a ser a publicidade convencional xunto con internet. Sen embargo, a baixa porcentaxe de produtos que se benefician dalgún tipo de promoción pon de manifesto o pouco interese das empresas produtoras en investir en campañas de marketing para dar a coñecer os seus produtos. Esta porcentaxe diminúe aínda máis ó tratarse de produtos audiovisuais galegos promocionados en feiras e festivais, tan só un 17% do total.

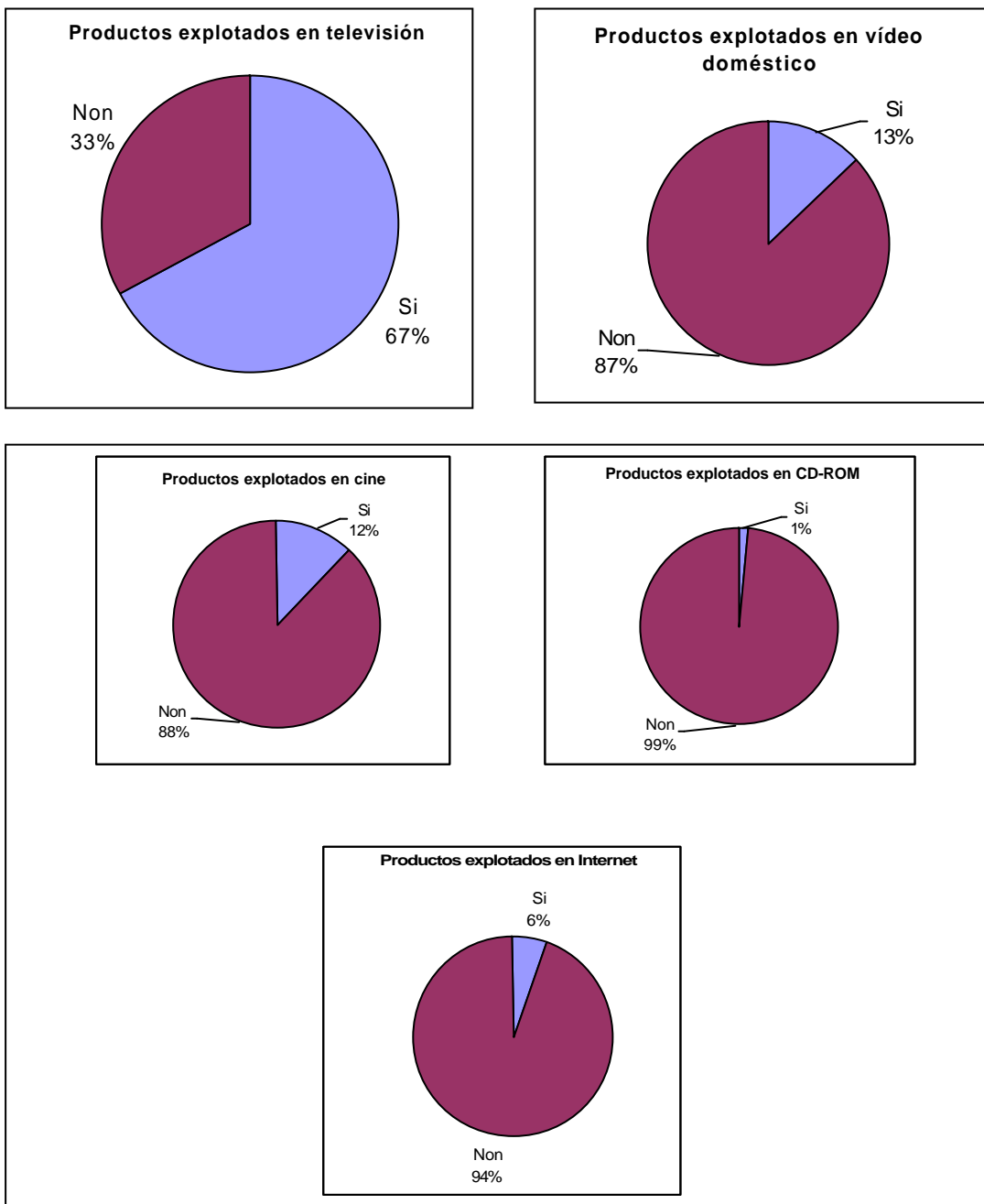


Fonte: Elaboración propia

A explotación

No relativo ás vías de explotación destes produtos, a maioría deles van destinados á televisión (un 67%), que se confirma como principal promotor do sector audiovisual galego. A gran distancia, atopamos as salas de cine, onde se proxecta un 12% do total da

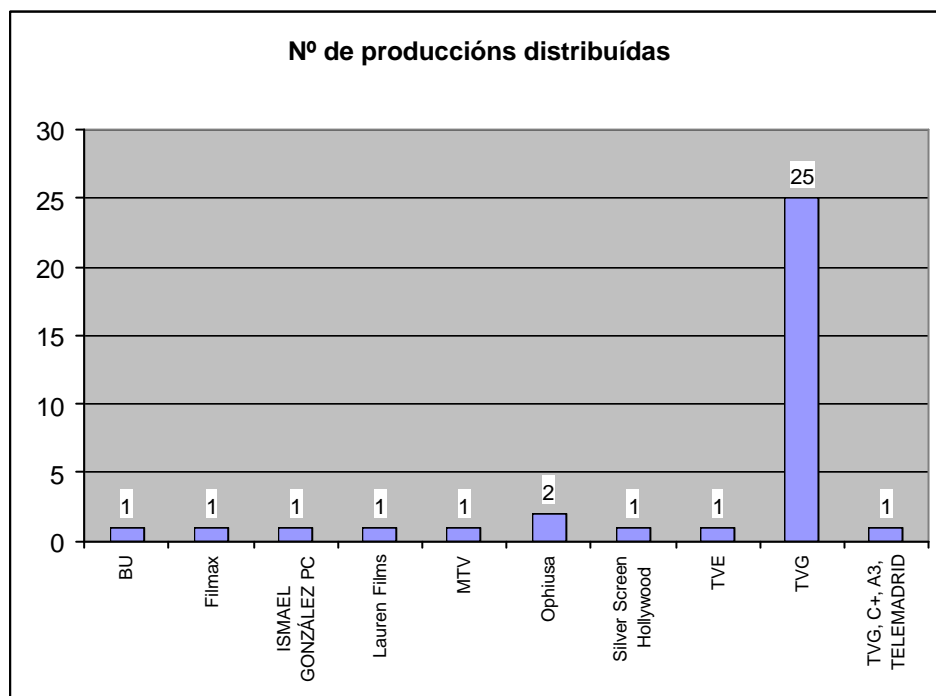
producción audiovisual galega do bienio 2001-2002, pero nas que aínda non se estreou o 50% das longametraxes realizadas neste periodo. Pero estas canles non son exclusivas e así se compaxinan co soporte vídeo doméstico, que representa un 13%. Os produtos destinados á web e ó CD-Rom seguen a ser minoritarios, tan só un 6% son explotados a través de internet e un 1% a través de CD-Rom.



Fonte: Elaboración propia

A distribución

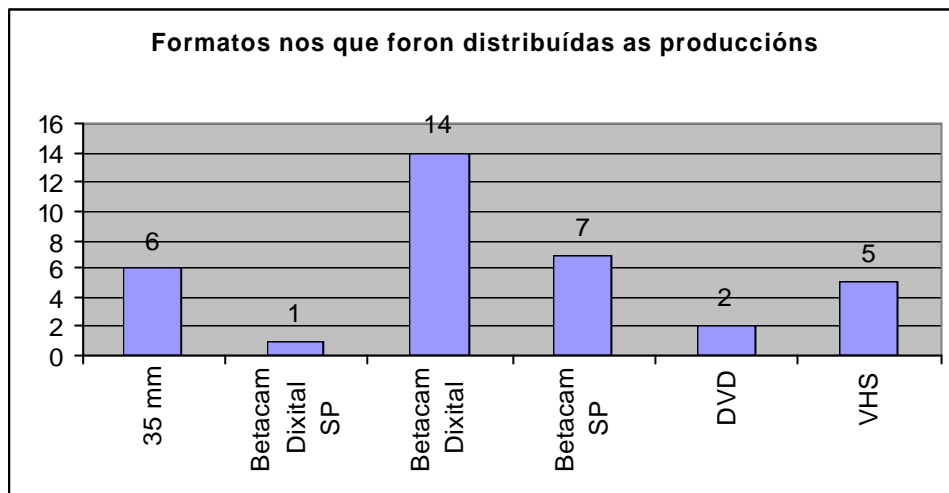
O baixo índice de resposta das produtoras enquisadas á cuestión da distribución obríganos a tomar con certa precaución os resultados que de seguido se expoñen. A TVG convértese na principal distribuidora dos produtos audiovisuais galegos, cun 68%. No resto dos casos, son as propias produtoras quen se encargan do labor de distribución, agás algunhas distribuidoras internacionais como Filmax, Lauren Films ou Silver Screen Hollywood. O papel do resto das televisións autonómicas e estatais neste punto é mínimo.



Fonte: Elaboración propia

Formato de distribución

O formato máis habitual de distribución dos produtos audiovisuais galegos é Betacam Dixital, seguido do Betacam analóxico e o formato cine (35 mm). O DVD non acada un posto significativo polo momento na distribución da nosa produción audiovisual.



Fonte: Elaboración propia

Asistencia a festivais e premios recibidos

Dos 75 produtos audiovisuais contabilizados no periodo 2001-2002 tan só 11 deles foron presentados en feiras ou festivais, isto supón unha porcentaxe da orde do 16%. Deste 16%, cinco son longametraxes, outros cinco documentais e tres curtametraxes. Entre os festivais citados aparecen: o Festival de Cine Independente de Ourense, o Festival de Cine Español de Málaga, o Festival du film et tv celtiques, o Festival de San Sebastián, o Festival Internacional de cinema de Catalunya, Alcances (Cádiz), Incurts (Lleida), Waltrack, Siggraph 2001, Annecy, 3D Copenhague, La Mostra de Venezia e Notodofilmfestival.com. Esta porcentaxe descende aínda máis ó falarmos de producións premiadas ou seleccionadas en festivais e concursos. Soamente un 13%, das que cinco son series de ficción para televisión, tres son documentais e docuseries, un produto de animación e unha curtametraxe. Fundamentalmente falamos dos premios Chano Piñeiro e Goya de cinematografía e audiovisual.

Productos de coproducción

Aqueles produtos de capital maioritariamente non galego pero nos que participa na súa produción algunha productora galega, foron discriminados do conxunto da produción audiovisual galega do bienio pasado para evitar o risco de ver considerablemen-

te alterados os cálculos finais deste informe. En total suman oito produtos, dos que catro son longametraxes, máis unha longametraxe de animación, unha curtametraxe de ficción e un documental. Neste caso atópanse longametraxes coma *Los lunes al sol*, *El Misterio Galíndez* ou *Los Sin Nombre*, documentais como *Machín, toda una vida* ou curtametraxes como *El barbero ciego*. De non ter separado estes produtos do total e telos considerado como un produto audiovisual galego máis, correríamos o risco de ver considerablemente alteradas as cifras xerais do sector neste período.

O sector audiovisual galego e a sociedade da información

A tendencia mundial, tanto dentro da economía coma dos movementos sociais dos pobos, amosa como as distintas comunidades se diríxense pouco a pouco ó ideal da Sociedade da Información e do coñecemento. Nesta nova era que parece que se instala, sen dúbida a gran novidade é que a información pasa a asumir un valor de cambio descoñecido ata o de agora, acostumados a que o valor das cousas se medise polas mercadorías ou polo capital.

Agora ben para analizar a evolución desta tendencia e necesaria a presenza dunha serie de indicadores para ser medida. Falamos duns marcadores que determinan en cada momento o estado no que un colectivo se enfrenta a este novo panorama social, económico e cultural.

Nun país, coma puidera ser Galicia, existen numerosos sectores que argallan o motor da sociedade e cada un deles amosa unha serie de debilidades e fortalezas con respecto a esta tendencia mundial cara a Sociedade da Información que deben ser medidas. Independentemente das características propias de cada un destes sectores, é necesario marcar uns aspectos comúns para facer posible a comparación intersectorial tanto dentro coma fora das fronteiras.

A Asociación Española de Empresas de Tecnoloxías de la Información (SEDISI) propuxo unha métrica certamente interesante para tentar aglutinar os múltiples indicadores que pode determinar a tendencia dun sector industrial determinado. SEDISI fai seis categorías denominadas do seguinte xeito: Industria das TIC, Infraestructuras, Terminais de acceso, servicios, Usos e Contidos. Nestes grandes apartados existen múltiples variables que non ven agora a colación definir unha a unha, pero que en resumo aglutinan o groso dos indicadores tecnolóxicos. Ben é certo que é necesaria unha maior profundización nos aspectos humanísticos da nova “Sociedade”, aspectos estes que fan máis fincapé nos usos sociais que se poden facer da tecnoloxía. Sen embargo este patrón, mellorado con aportacións referidas explicitamente ós produtos culturais que nos ocupan, foi experimentado no estudio desenvolto polo ODA

Como ocorre en calquera análise que se faga sobre un proceso de transmisión de mensaxes, é necesario estudar as ópticas do emisor e do receptor. Neste caso que nos

ocupa agora, centrarémonos nas características dun emisor certamente peculiar. Falamos do sector audiovisual, un sector industrial que fabrica produtos culturais e que está considerado polo máximo poder dun país, o seu parlamento, como sector estratéxico nunha norma con rango de lei (6/1999 do 1 de setembro). Ademais desta consideración, que implica unha teórica especial atención por parte da administración e das iniciativas financeiras, o sector audiovisual é creador de produtos culturais, para moitos, coma Ramón Zallo e Enrique Bustamante¹ ou para o propio Manuel Castells², baluartes dunha sociedade.

Practicamente todos os autores que teñen literatura científica sobre a Sociedade da Información asumen que os mecanismos de produción propostos polos emisores son fundamentais para determinar o grao de implicación dun colectivo no novo *status*.

É por iso, que a situación actual do sector audiovisual galego con respecto á súa presenza no ideal da Sociedade da Información denota moito máis ca situación tecnolóxica dun determinado ramo de empresas. Estamos a falar da situación que teñen estas empresas con respecto ó coñecemento e posesión das ferramentas de produción e difusión polos camiños da Sociedade da Información de boa parte dos produtos culturais elaborados en Galicia. Uns produtos que polo seu propio xénero, o audiovisual, son a referencia das industrias culturais dun país.

Despois da investigación realizada e da resposta de 24 das máis representativas empresas do sector en Galicia, observamos que a situación do sector é alentadora, aproximándose bastante ó que se podería esperar dun sector estratéxico dunha economía.

Os datos son esclarecedores: as empresas do audiovisual de Galicia teñen unhas pautas de comportamentos que van en paralelo a calquera PIME pero existen indicadores que aportan datos certamente interesantes, en especial os referidos ó comercio electrónico, aínda que outros provocan preocupación, como por exemplo as tecnoloxías de conexión utilizadas.

Cómpre agora analizar os datos polo miúdo. Para elo, faremos unha comparación, na medida das posibilidades, cos datos das PEMES en Galicia, estudados polo e-barómetro desenvolvido polo Equipo de investigacións políticas e sociolóxicas da Universidade de Santiago de Compostela.

1 Bustamante, E. (Coordinador) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España* Barcelona, Gedisa, 2002.

2 Castells, M. *La Era de la información : economía, sociedad y cultura*. Madrid, Alianza, 1999.

Un dos marcadores que utilizamos é o do acceso dos traballadores da empresa á rede. Segundo o avance do último e-barómetro, un 82,9% das pequenas e medianas empresas galegas teñen acceso á rede. Segundo os datos do ODA, tan só un 79% das empresas do audiovisual galego teñen acceso a Internet, pero a isto se lle engado que só un 67% das empresas do audiovisual teñen a infraestrutura para que todos os traballadores accedan á rede.

Outro dos indicadores é o xeito no que se accede á rede. Seguindo cos datos do e-barómetro da USC, un 66,6% das PEMES galegas acceden á rede a través de sistemas de banda ancha, coma a ADSL ou o cable. Sen embargo, no sector audiovisual esta cifra redúcese ó 60 %. Fronte a este dato, sorprende que un 40% das empresas audiovisuais accedan a través do tradicional modem de 56 kb ou da RDSI, sistema este que impide a distribución de produtos audiovisuais a través de Internet, intranets ou calquera outro sistema de comunicación electrónica.

Datos de conectividade

Concepto	Media das PEMES	Sector Audiovisual
% de empresas con acceso a Internet	82,9%	79%
% de empresas con acceso de calidade	66,6%	60%
% de empresas con acceso de banda estreita	26,4%	40%

Fonte: Elaboración propia

Pero ademais dos datos referidos á tecnoloxía, é necesario avaliar o interese das empresas por estar nos referentes da Sociedade da Información. A estas alturas resulta obvio dicir que Internet é quizais o referente que máis simboliza a Sociedade da Información. Polo tanto, desde o ODA considerouse que un dato fundamental era coñecer o número de empresas audiovisuais con páxinas e dominios propios na rede. Neste caso temos que dicir que as empresas do audiovisual superan a media das PEMES galegas. Un 58% das empresas do audiovisual teñen dominio propio na web, o que implica un 21% máis que a media galega (un 36,9%). Polo tanto, observamos como existe un interese crecente das empresas do audiovisual galego por estar en Internet.

Ademais, sorprende que boa parte das empresas do audiovisual galego entenden o “estar” en internet como algo máis importante que a simple publicitación. Segundo os datos analizados polo ODA, un 21% da empresas do audiovisual fai comercio electrónico cos seus produtos. Estas transaccións comerciais son fundamentalmente entre empresas (B2B), pero que sen dúbida é un dato alentador se o comparamos coa media das PEMES, que está nun 8,4%.

Pero se analizamos máis polo miúdo os contidos que se realizan pensando na rede coma un mecanismo de distribución e produción de contidos observamos datos interesantes.

Cadro 2. Producción e usos para Internet

Concepto	Porcentaxe
Empresas que crean contidos específicos para Internet	50%
Empresas que promocionan habitualmente os produtos na web	26%
Empresas que crean versións de internet para os seus contidos	46%
Empresas que distribúen os seus produtos por internet	54%
Empresas que transmiten vídeo a través de Internet	29%

Fonte: Elaboración propia

Como se observa, estamos ante datos alentadores que indican que boa parte das empresas son conscientes de que a rede é unha ferramenta moi importante para mello- rar a súa actividade profesional. Sen embargo, un dato é desalentador. Só un 6% das empresas explotan os seus produtos pola rede. É dicir, soamente unha cuarta parte das empresas consultadas confía en Internet para facer os seus negocios, independentemente de que un 21% das empresas afirmen que fan comercio electrónico. A explicación a este dato que a priori parece contradictorio radica na concepción do *e-commerce*. Boa parte destas empresas utilizan as posibilidades de internet para completar xestións realizadas polos camiños tradicionais. En moitos casos, as transaccións que se negocian a través da canle Internet rematan xestionándose a través dos tradicionais medios de pago. É por iso que só un 6% explotan integramente os seus servizos pola rede fronte ó 21% que fai parte dun negocio a través da rede.

Se nos centramos agora no aproveitamento dos recursos que ofrecen as novas tecnoloxías, observamos que os servizos da rede para as empresas son pouco utilizados, Só un 8% das empresas utiliza a telefonía vía IP e só un 13% fai videoconferencias a través da rede.

Se nos centramos máis explicitamente nas posibilidades profesionais que a tecnoloxía ofrece ós produtos audiovisuais, os datos reflicten que as empresas galegas aproveitan en pouca medida estas melloras tecnolóxicas. Só un 13% das empresas afirman que emiten os seus produtos (ou demostracións) en *streaming*, polo cal queda moi reducida a capacidade de emisión dos produtos culturais audiovisuais.

Se nos referimos agora ás inversións que fan as empresas en tecnoloxía, observamos que a renovación de consumibles informáticos (nomeadamente ordenadores e software especializado) supera as mellores previsións. Segundo os datos que manexa o ODA, cada ano e medio as empresas renovan algún dos seus equipos ou o software. Tendo en conta que a Unión Europea estima que a vida media dun ordenador nunha PIME é de 3 anos, observamos coma o sector do audiovisual galego ten preocupación por ter as mellores ferramentas para desenvolver o seu traballo.

A este magnífico dato débémolle engadir que as empresas do audiovisual galego dedican de media un 26% do seu presuposto anual á tecnoloxía, o que supón unha moi importante porcentaxe de inversión.

Un dato que non é tan alentador é o que se refire ó coñecemento das políticas públicas que promoven a renovación de equipos e de tecnoloxía. Tan só un 46% das empresas do sector do audiovisual en Galicia aseguran coñecer que as distintas administracións teñen axudas específicas para a renovación e a ampliación tecnolóxica. Este dato pódese interpretar de dous xeitos distintos. Ben que as empresas non coñecen a burocracia administrativa nin se interesan por este tipo de financiamento ou ben que a política de difusión de axudas públicas para o investimento en tecnoloxía non é a correcta. Todo parece indicar que se trata da segunda das hipóteses se temos en conta que as empresas teñen un interese importante na tecnoloxía, tal e como denotan os indicadores antes expostos.

Como conclusión observamos que o sector do audiovisual galego denota interese por asumir os retos establecidos na Sociedade da Información. Cos datos que manexamos observamos certas debilidades (coma os modelos de conexión ou o acceso a internet dos traballadores) pero existen tamén datos alentadores sobre a actitude que

ten este sector para a cultura e a sociedade galega, fundamentalmente todo o referido ó comercio electrónico, o cal é un indicador que a concepción de “sector estratéxico” establecida pola lexislación non é errada.

A audiencia da produción galega na televisión en Galicia ó longo do 2001

No ano 2001 os galegos pasaron unha media diaria de 190 minutos ante o aparato de televisión, fronte a unha media estatal española situada nos 208 minutos de consumo diario, dous minutos menos que no ano 2000. O maior consumo televisivo no Estado español deuse na Comunidade Valenciana, con 218 minutos diarios, seguida de Andalucía, con 212 minutos; Cataluña, 208; Madrid, 206; Euskadi, 197 e pecha a lista Cantabria, con 186 o que, novamente, coloca a Galicia entre as comunidades con menor consumo televisivo.

Neste mesmo período, a TVG obtivo unha cota media de pantalla do 18,3 %, cunha audiencia -a galega- dominada pola TVE1, cun 28,2%, caseque catro puntos por riba da media estatal (24,8%); seguida por Tele 5, cun 20,5%, e unha penetración a nivel estatal do 21%, e Antena 3, cunha audiencia do 19,3% en Galicia e no Estado do 20,4%. Por debaixo da TVG estiveron TVE-2, cun 7,9%; as Televisións locais, cun 3,2% -acadaron un 6,7% a nivel estatal-, e Canal + en aberto, cun 2,6% de audiencia en Galicia. Estes datos indican que ó longo do 2001 a TVG acadou unha media acumulada de 482.754 espectadores diarios.

As teleseries acadaron o maior éxito de audiencia dentro da produción galega emitida pola TVG, chegando a superar a determinados partidos de fútbol. A produción galega de maior audiencia no conxunto dos 60 espazos emitidos foi a teleserie *Mareas Vivas*, que acadou unha audiencia media do 10,7%, o que representa unha media de 282.266 espectadores en cada programa e unha cota de pantalla do 29,8%, 11,5 puntos máis da cota media de pantalla da TVG. En segundo lugar, *Terra de Miranda* en 11 espazos acadou unha audiencia media do 8,8%, é dicir 232.144 espectadores en cada capítulo e unha cota de pantalla do 24,9%, 6,6 puntos por enriba da media. Por último, a teleserie *Pratos Combinados*, con 160 capítulos emitidos no 2001, acadou unha audiencia media do 8,7% -229.506 espectadores diarios- cunha cota de pantalla do 26,4%, 8,1 puntos por encima da media da TVG.

Cómpre destacar que as teleseries *Mareas Vivas* e *Pratos Combinados* conseguiron ser o programa máis visto en catro dos doce meses do ano, imponéndose ó fútbol. Así a

emisión de *Mareas Vivas* do 14 de maio acadou unha audiencia media do 15,0%, 395.700 espectadores e unha cota do 36,8%; o episodio do 10 de setembro obtivo un 14,3% de audiencia -377.234 espectadores- e unha cota de pantalla do 42,2%; e o capítulo emitido o 26 de novembro acadou unha audiencia do 14,4% -379.872-. Finalmente o espazo de *Pratos Combinados* do 12 de decembro foi o espazo máis visto do mes cunha audiencia do 14,4 -379.872 espectadores- e unha cota de pantalla do 42,4%.

Audiencia obtida pola programación de produción galega emitida na Televisión de Galicia no ano 2001

Programa	Emisións	AM%	Cota	Espectadores
Amemoriacotiá	6	2,5	12,5	65.950
APesca	26	0,1	11,2	2.638
Adegas	5	1,5	11,9	39.570
Aeróbic	79	0,5	9,0	13.190
Avenida de América	1	2,3	14,6	60.674
Camiños de ferro	8	1,4	12,8	36.932
Chunda chunda	24	0,6	13,4	15.822
Cibernatura	9	0,1	6,1	2.638
Comediantes	6	5,3	14,5	139.814
Contacontos	115	2,9	14,3	76.502
Contagotas	66	0,7	12,6	18.466
Educar hoxe	24	0,5	9,2	13.190
Emprego	221	0,3	5,4	7.914
Empresas galegas 2000	53	0,4	9,7	10.552
Especial Series Galegas	2	2,9	16,1	76.502
Especial Letras Galegas	5	0,1	2,7	2.638
Fedevida	8	0,2	4,9	5.276
Festas Populares	3	0,1	14,1	2.638
Festival de cine de Ourense	1	1,1	8,8	29.018
Galicia 2000	53	0,4	9,7	10.552
Galicia de Moda	54	3,1	15,3	81.778
Galicia Enteira	82	1,1	17,1	29.018
Galicia Expres	131	4,8	15,9	126.624
Galiciano tempo	17	0,1	8,1	2.638
Galicias século XXI	20	0,9	9,6	23.742
Galicia visual	60	1,7	12,5	44.846
Ignotus	3	0,1	6,3	2.638
Labranza	50	6,1	28,4	160.918
Mareas Vivas	60	10,7	29,8	282.266
Meigallos, sombra e papas de arroz	1	0,1	10,9	2.638
OMiño, paíderíos	51	0,2	10,1	3.276
Océanos	14	0,1	4,4	2.638
Outra música en Compostela	4	0,7	19,9	18.446
Os difuntos falaban castelán	1	0,1	12,5	2.638
Os viaxeiros daluz	13	0,1	6,6	2.638
Os vixiantes do Camiño	17	0,1	4,5	2.638
Pratos combinados	160	8,7	26,4	229.506
Pequeno Hotel	16	6,6	16,8	174.108
Rías Baixas	55	6,0	21,1	158.280
Seis miradas de Compostela	1	0,4	19,6	10.552
Sendav verde	44	0,9	12,5	23.742
Teatro	41	0,1	10,6	2.638
Terrade Miranda	11	8,8	24,9	232.144
Un mundo de historias	3	0,6	9,8	15.822
Viviren Manhattan	1	0,1	10,9	2.638
Xeografía galega	21	0,2	11,3	5.276

A Audiencia Media da TVG ó longo do 2001 foi:

Ambito Galicia | Target: Individuos 4 + anos | Universo: 2.638.000 | Fonte: Sofres AM, Dpto. Comercial e Marketing TVG e ODA

Programación de produción galega emitida na TVE-Galicia no ano 2001

Programa	Temporada	Día	Emisións	AM%	Cuota	Espectadores
As illas do sur	Outubro	L a V	4	0,8	5,5	21.104
As rías do interior	Marzo	Xoves	1	0,8	3,5	21.104
Crónicas del mar	Xan-Feb	Luns	1	0,9	2,9	23.742
Desde Galicia	Xullo	L a V	5	2,1	7,9	55.398
Espacios arquitectónicos	Nov-Dec.	Mércores	1	1,2	3,8	31.656
Europeos	Nov-Dec.	Martes	2	0,8	2,9	21.104
Feito en Galicia	Xan-Feb	Mércores	1	0,6	1,8	15.822
Galegos en Europa	Maio-Xuño	Luns	4	0,3	1,8	7.914
Galegos nas Américas	Marzo-Maio	Luns	4	0,5	2,4	13.190
Galicia para el mundo	Todo o ano	Sábado	50	1,9	6,1	50.122
Galicia paso a paso	Xan-Feb	Martes	4	1,0	3,6	26.380
Historia fútbol galego	Marzo-Xuño	Martes	4	0,9	4,0	23.742
La transición en Galicia	Nov-Dec.	Xoves	2	0,8	2,6	21.104
Mercelino pan e viño	Marzo-Xuño	Mércores	9	0,5	2,9	13.190
Marcelino pan e viño	Setembro	L a V	7	0,5	3,9	13.190
Sitios	Abril-Maio	Xoves	4	0,6	3,0	15.822
Vidas	Xan-Marzo	Xoves	2	0,9	3,1	23.742

A Audiencia Media da TVG ó longo do 2001 foi:

Ambito Galicia | Target: Individuos 4 + anos | Universo: 2.638.000 | Fonte: Sofres AM, Dpto. Comercial e Marketing TVG e ODA

Informe sobre o desenvolvemento da lei do Audiovisual de Galicia (2001-2002)

A constitución –aínda que morna e tardía- do Consorcio e da Film Comisión, e o desenvolvemento dunha serie de medidas en torno á consideración de sector estratéxico, marcaron o desenvolvemento legislativo e o compromiso institucional co audiovisual galego no bienio 2001-2002.

Inmerso nunha política europea manifestamente predisposta cara a defensa dos valores culturais propios de cada estado ou nación nos que o factor lingüístico ten un peso específico propio, o audiovisual en Galicia segue o seu particular camiñar da man dun texto legislativo que –como xa quedaba de manifesto no anterior informe do Observatorio Audiovisual Galego correspondente a 1999-2000- confire unha relevancia especial á creación do Consorcio¹: un organismo chamado a se-lo elemento vehiculizador e de potenciación institucional do sector. A pesar de que o 26 de setembro de 2001 o conselleiro de Cultura, Comunicación Social e Turismo anunciaba a inminente posta en marcha do Consorcio e da Comisión do Cine durante a presentación de “Audiovisual Galego. Empresas e recursos”, e logo de asinarse ese mesmo ano un protocolo de intencións entre a Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, a Consellería de Economía e Facenda, a CRTVG e as catro deputacións provinciais, estes mesmos entes chegan a constituir finalmente o Consorcio en outubro de 2002² -tres anos, un mes e vintedous días logo da promulgación da Lei-, cun capital inicial de 637.000 euros e continuando “aberto a novas incorporacións de entidades públicas ou privadas sen ánimo de lucro interesadas no potenciamento do sector”³. O acto público de creación deste órgano, así como a presentación do consello de dirección e da comisión executiva, tivo lugar o 21 de novembro de 2002 coincidindo coa celebración do Día Mundial do Audiovisual.

1 Ley 6/1999, de 1 de setembro, do audiovisual de Galicia, artigo 9 do Capítulo II (Actividades de fomento do sector audiovisual)

2 Decreto 294/2002, de 17 de outubro, polo que se constitúe e regula a composición e as funcións do Consorcio Audiovisual de Galicia. Publicado no DOG do 28 de outubro de 2002. Corrección de erros no DOG de 15 de novembro deste mesmo ano.

3 Punto 2 do artigo 1º (Capítulo I) do Estatuto do Consorcio.

Revitaliza-la Film Comission de Galicia –presentada no CGAC o 15 de outubro de 2001 e que aínda non botou a andar- é un dos principais obxectivos deste organismo co fin de acadar-la promoción do país como lugar idóneo para a filmación de producións de ámbito internacional⁴. Ó Consorcio correspóndelle, pois, supervisa-la Comisión do Cine e fixa-las súas principais liñas de funcionamento⁵. Contemplado xa este extremo no punto 6 do artigo 9º (Capítulo II) da Lei do Audiovisual, no recentemente creado Consorcio⁶ estase a traballar na elaboración dos regulamentos internos da Film Commission que se contempla como unha unidade administrativa do propio Consorcio (do que tamén se redactan as normas internas) que ten como principal finalidade desenvolve-las funcións que permitan fomentar e facilita-la rodaxe en Galicia⁷.

Constituí-las áreas de traballo, suscribir convenios de colaboración con fins concretos e integrar asesores en función dos programas de actividades pendentes de deseñar son aspectos prioritarios na posta en marcha do Consorcio que ten nos seus estatutos a principal referencia para o seu desenvolvemento máis inmediato. Unha normativa articulada en seis capítulos estruturados en: disposicións xerais, os órganos de goberno e funcionamento, a estrutura, o persoal, o réxime patrimonial e económico-financeiro, a separación e disolución, que implican o punto de partida deste demandado órgano que –con sede provisional na rúa do Hórreo, 61-1º (está previsto o seu posterior traslado á proxectada Cidade da Imaxe)- ten como principais obxectivos e finalidades o desenvolvemento do sector audiovisual galego a través da produción propia, a coproducción e distribución, o fomento do emprego, da investigación e a formación, a incorporación das innovacións tecnolóxicas, o emprego do galego a través do seu uso nos medios audiovisuais e a súa utilización en salas de exhibición, a divulgación das obras galegas no territorio, en España, Portugal a UE e aqueles lugares con comunidades galegas, e a promoción dun mellor coñecemento da historia, a arte, a literatura, a música e, en xeral, a realidade social e cultural galega⁸. Para canalizar estes propósitos a prol dunha industria audiovisual propia e consolidada como pilar de defensa da cultura, o idioma e a perso-

4 Este compromiso foi posto de manifesto polo presidente da Xunta, Manuel Fraga, durante o discurso do debate sobre o Estado da Autonomía celebrado no Parlamento de Galicia o 8 de outubro de 2002.

5 Así o subliñou o director xeral de Comunicación Social e Audiovisual, da Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, Ignacio José Otero López, o 29 de abril de 2002 durante a súa comparecencia diante dos membros da Comisión sectorial nº 1 (Economía, emprego e sectores productivos) do CES-Galicia no proceso de elaboración do informe-opinión sobre a posta en marcha do Cluster do Audiovisual galego.

6 Da Oficina do Audiovisual de Galicia (Film Commission) fálase no artigo 18º (Capítulo III) dos Estatutos do Consorcio.

7 Entrevista co xerente do Consorcio, Alfonso Cabaleiro, o 16 de decembro de 2002.

8 Artículo 2º (Capítulo I) do Estatuto do Consorcio.

nalidade propia de Galicia concebiuse este Consorcio como “instrumento executivo de esforzo combinado de diferentes entidades co fin de conseguir este anxeio común”, en palabras do xerente Alfonso Cabaleiro na referida entrevista.

Como entidade de dereito público de carácter interadministrativo con personalidade xurídica propia e plena capacidade de obrar para o cumprimento dos seus fins, o Consorcio estrutúrase a través duns órganos de dirección e administración que pasan por un consello de dirección, o presidente, a comisión executiva e o xerente⁹.

Actuando como presidente o conselleiro de Cultura, Comunicación Social e Turismo, integran tamén o Consello de Dirección dous vicepresidentes (o director xeral de Comunicación Social e Audiovisual, Ignacio Otero, e o director xeral da CRTVG, Francisco Campos), sete vocais (Ignacio Varela, pola Consellería de Cultura, e Margarita Rodríguez Rama, do IGAPE, pola Consellería de Economía e Fachenda; Alberto Barciela, en representación da CRTVG; e os catro restantes –Dositeo Rodríguez, Francisco Cacharro, Francisco González e Juan Luis Pedrosa- polas deputacións provinciais de A Coruña, Lugo, Ourense e Pontevedra, respectivamente), e actuando como secretario o subdirector xeral de Telecomunicación e Audiovisual, Enrique González Murga. Das súas decisións depende –ademais da aprobación orzamentaria- a fixación da orientación xeral das actividades do consorcio no marco dos seus obxectivos e dos plans anuais de acción, a aprobación da normativa de rexime interno e o nomeamento dos membros da Comisión Executiva do Consorcio¹⁰ que actúa como órgano permanente de administración e dirección con capacidade para aprobar convenios de colaboración con entidades públicas ou privadas de cuantía inferior ós 60.000 euros ou que impliquen compromisos plurianuais, no marco dos acordos precisos para o seu funcionamento. No desenvolvemento deste aspecto concreto o Consorcio está a dar os primeiros pasos co fin de materializar, se non novas incorporacións, sí convenios de colaboración con entidades financeiras, outros departamentos da Xunta (consellerías de Educación, Familia e Industria), a FEGAMP e o propio sector.

Da xuntanza prevista para finais de xaneiro dependen as que serán as primeiras liñas de acción do Consorcio recentemente constituído. Prevese daquela a aprobación do

9 Artigo 6º (Capítulo II) do Estatuto do Consorcio.

10 Artigos 8º, 12º e 13º (Capítulo II) do Estatuto do Consorcio. Integran a Comisión Executiva o presidente, o secretario e catro vocais do Consello de Dirección xa mencionados (Ignacio Otero e Margarita Rodríguez, pola Xunta; Dositeo Rodríguez en vocalía rotatoria de representación das deputacións provinciais, e Alberto Barciela pola CRTVG.

patrimonio inicial e do cadro de persoal, así como a presentación pública das primeiras cen medidas xa elaboradas para a súa inmediata posta en práctica e que pasan pola promoción, a formación, as axudas e as publicacións; a elaboración do gran portal do audiovisual galego, os convenios de promoción fora de Galicia, a promoción do uso do galego a través dos medios audiovisuais e a divulgación das obras galegas nos distintos planos xeográficos mencionados, en consonancia co disposto no artigo 8º da Lei do Audiovisual en materia de fomento do sector¹¹.

Inmersos nos últimos días de 2002 no proceso de elaboración dos orzamentos que rexirán para o 2003, é tamén obxectivo prioritario dos órganos de goberno do Consorcio o establecemento dun cauce de comunicación fluído co Instituto das Ciencias e as Artes Cinematográficas e co Instituto de Comercio Exterior, no marco tamén do disposto no artigo 6º en canto á adopción de medidas necesarias para a coordinación de accións a nivel español da UE¹².

Concebido como órgano de consenso, ó tempo que propulsor do sector, o Consorcio Audiovisual “será o que queiran os protagonistas do sector”, na opinión do seu xerente, Alfonso Cabaleiro, que incide en que “arranca co diálogo coa administración, asociacións, empresas, centros de formación, críticos e aqueles que sempre defenderon o sono dun audiovisual galego”. Con accións específicas importantes aínda pendentes (séguese a traballar desde a Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo no desenvolvemento legislativo e orgánico do Consello Asesor das Telecomunicacións e do Audiovisual de Galicia¹³, mentras se elaboran dous libros sobre o sector e as súas necesidades de comercialización externa e de promoción, e **se bota a andar o comprometido rexistro** de empresas audiovisuais¹⁴, e logo da xa referida constitución do Consorcio coa materialización a finais de 2002 dos compromisos adquiridos desde a promulgación da Lei e progresivamente reiterados nos anos 2000 e 2001), o bienio 2001-2002 ten outros importantes referentes no referido á declaración prioritaria do sector.

11 Lei 6/1999, de 1 de setembro, do audiovisual de Galicia.

12 Apartado “c” do punto 1 do artigo 6º: Liñas fundamentais das accións institucionais (Capítulo I) da Lei do Audiovisual de Galicia.

13 A él adicase unha atención especial na Lei do Audiovisual a través dos artigos 13º ó 15º do Capítulo IV.

14 O Consello da Xunta aprobou o Decreto de constitución do Rexistro do Sector Audiovisual de Galicia na reunión do 9 de xaneiro de 2003. Terá carácter público, quedará adscrito á Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo (dependendo da Dirección Xeral de Comunicación Social e Audiovisual), estará integrado polas empresas, asociacións profesionais e de usuarios, e grupos de operadores que desenvolven a súa actividade no audiovisual galego, e prevese que permita obter información precisa sobre a situación e evolución do sector que permita definir unha política de fomento.

Ó abeiro do artigo 5º da Lei, en que se recoñece o carácter estratéxico do audiovisual galego¹⁵, desenvolvéronse múltiples iniciativas. Nucleador dos sectores así calificados está o Plan Estratéxico de Desenvolvemento Económico de Galicia (PEDEGA) 2000-2006 que recolle a proposta xeral de política socioeconómica da Xunta constituída en torno a dous eixos fundamentais: unha reflexión dos escearios no que se moverá o sistema económico galego no futuro e unha definición dos grandes fins sociais e económicos para a súa tradución en obxectivos finais orientados á configuración de redes productivas integradas de carácter multisectorial para dar lugar a conglomerados de actividades artellados funcional e territorialmente, potenciando ó mesmo tempo complexos industriais abertos ó exterior. Entre as medidas incluídas no PEDEGA dúas afectan especificamente ó audiovisual: asesoramento e apoio financeiro a proxectos innovadores do sector (cine, televisión, vídeo e multimedia) dun lado, e doutro o desenvolvemento tecnolóxico e da industria que pretende instaurarse como terceiro núcleo productivo estatal, logo de Madrid e Barcelona.

Nesta liña, e de acordo tamén co disposto no artigo 6º da Lei do audiovisual¹⁶, promoveuse o 27 de febreiro de 2002 nas dependencias da Xunta de Galicia unha xuntanza de traballo entre os responsables políticos de cinco consellerías (Cultura, Familia, Economía, Educación e Industria), da CRTVG e de dúas asociacións do sector (Agapi e Aega). Presidida polo titular do executivo autonómico, Manuel Fraga, nesta reunión, ademais de repasa-la situación do sector, sentáronse as bases do compromiso institucional ó sector que se materializaría nunha serie de accións posteriores coordinadas cara as necesidades da produción audiovisual, entre as que figura, en primeira instancia, a presentación do Plan Estratéxico do Audiovisual Galego da Xunta co obxectivo prioritario de aproveitar ó máximo as distintas axudas económicas que xestiona a Xunta, así como as aportacións que procedan dos orzamentos da Administración central e da Unión Europea, ó mesmo tempo que coordina a acción política de apoio ó sector. Cómpre destacar, entre as accións posteriores á presentación deste Plan, a oferta pública do Igape sobre a creación dun fondo para o financiamento da produción audiovisual galega dotado con cinco millóns de euros no ano 2002¹⁷, e incluído no programa

15 Lei 6/1999, do 1 de setembro do audiovisual galego.

16 Prevese, como liña fundamental de acción institucional no marco da designación do audiovisual como sector estratéxico, a coordinación entre os diferentes departamentos da Xunta e organismos dependentes, así como entre as administracións, organizacións empresariais, profesionais e outras entidades relacionadas co sector (a e b do punto 1.A), do artigo 6º (Capítulo I), da Lei 6/1999, de 1 de setembro.

17 Informacións xornalísticas recollidas dos xornais “El Correo Gallego” e “El Progreso” con data de 17 de abril de 2002.

de préstamos deseñado en apoio do sector que foi aprobado o 16 de abril deste ano. Un programa que ten como obxectivo financiar longametraxes, telefilmes, documentais, animación, miniserries e probas pilotos de series televisivas, e a través do que os préstamos poderán cubrir ata un 50% do orzamento dos proxectos e, con carácter excepcional, ata un 70% dos mesmos. Materializado con posterioridade atópase o incremento das axudas anuais (que implica un aumento do 61'24% para un total de 2.993.993 euros¹⁸) para axudas a ó desenvolvemento de guións e a realización de proxectos de produción audiovisual en lingua galega que incorporen novos realizadores, e coas que se poderá cubrir ata o 60% do investimento efectuado.

Outras liñas abertas de financiación institucional pasan polos 902 millóns de euros do convenio CRTVG-Agapi-ICO para a realización de proxectos audiovisuais compartidos coa televisión autonómica e vixente ata xuño de 2003 (o importe do préstamo non poderá supera-lo 75% do precio dos dereitos que adquire a TVG, en tanto que ata o 25% restante será sufragado directamente pola TVG que fixa co produtor a data máxima de estrea comercial e de entrega de materiais), polas axudas a actos de presentación e presenza en mercados e festivais nacionais e internacionais, o incremento sustancial no orzamento da CRTVG destinado ó desenvolvemento do sector, o incremento dos presupostos cara o sector mediante unha vía de préstamos da Consellería de Economía e Facenda xestionada polo IGAPE para proxectos viables, e o programa de axudas para a innovación tecnolóxica do proceso productivo da industria audiovisual a través da Consellería de Industria e Comercio. Comprometido está o lanzamento dun plan de axuda á comercialización e distribución do produto audiovisual galego. Conseguir unha industria audiovisual galega sen necesidade de apoio público nin intervención é o obxectivo fixado a longo prazo, pero que parece imposible de acadar nun futuro próximo.

No contexto de interrelación administrativa atópanse tamén accións encamiñadas á consolidación e incremento da actividade do Centro Galego das Artes da Imaxe (CGAI), sobre todo no que atinxe á xestión de arquivos, recuperación e difusión do patrimonio audiovisual galego, e a política de convenios de colaboración para formación, información, promoción e estudos de interese.

De especial interese resultan tamén os traballos das consellerías de Educación e Ordenación Universitaria, e a de Familia e Promoción do Emprego, Muller e

18 Datos do director xeral de Comunicación Audiovisual facilitados en abril de 2002 ó CES-Galicia.

Xuventude no estudio das necesidades dos ciclos formativos relacionados co audiovisual e a comprometida elaboración do mapa das cualificacións profesionais co que se definirán as competencias precisas para desempeña-los distintos postos de traballo nun proceso sometido a continuas transformacións creativas e tecnolóxicas. O “Estudio das necesidades formativas no sector audiovisual de Galicia” elaborado pola Xunta a través da Consellería de Familia en colaboración con Agapi mediante o convenio suscrito en decembro de 2000, e que foi presentado o 22 de maio de 2002 deixándose constancia da “brecha” de formación que se produce no sector en canto ó nivel desexable e o real de coñecemento dos novos profesionais, enmárcase no desenvolvemento legislativo en canto ó apoio ás iniciativas de carácter educativo contempladas no referido artigo 5^o¹⁹. Esta publicación supón tamén un diagnóstico que o sector recibe como pulo para un futuro “Plan galego de formación audiovisual” que pasaría por reorganiza-la oferta educativa tendente, en última instancia, a complementar políticas de mellora do emprego e das condicións laborais dos profesionais do sector.

Ó abeiro tamén do PEDEGA 2000-2006 –con influencia sobre o audiovisual galego polo seu recoñecemento estratéxico no artigo 5^o da Lei de 1999-, contéplase outra das iniciativas que marcaron o desenvolvemento legislativo do sector neste bienio: o “cluster” do audiovisual. Mellora-las sinerxias e a competitividade das empresas do sector en Galicia mediante a posta en marcha de iniciativas positivas para a industria é a filosofía de partida do Cluster do Audiovisual en proceso de constitución e cunha aportación inicial do Igape de 138.266 euros.

Destacando o carácter positivo da iniciativa, o director xeral de Comunicación Social e Audiovisual da Consellería de Cultura²⁰ considera que para lograr este obxectivo “as empresas deben ter intereses comúns, tanto na creación dos servizos, aplicacións e recursos adicados á mellora na integración, dende o punto de vista horizontal como vertical, na formación, na adquisición de bens, produtos ou servizos, a promoción e comercialización de produtos, a creación de estudos de mercado, de benchmarking, de necesidades, etc”.

Seguindo o procedemento habitual, e no marco das súas funcións de asesoramento ó Goberno galego sobre plans e programas de especial trascendencia, o Pleno do Consello Económico e Social de Galicia (CES) decidiu na sesión plenaria do 2 de febreiro de 2002 emitir un informe-opinión sobre a posible posta en marcha do *cluster*

19 Punto 3 do artigo 5^o da Lei 6/1999, de 1 de setembro do audiovisual de Galicia.

20 Comparecencia do 29 de abril de 2002 no CES-Galicia para a elaboración do correspondente informe-opinión.

do audiovisual en Galicia, para o que se encargou a súa redacción á Comisión Sectorial nº 1: *Economía, emprego e sectores productivos* diante da que compareceron o director xeral de Comunicación social e do audiovisual e o director xeral da CRTVG na sesión 7/02 do 29 de abril deste ano. Tomando como referencia, tamén, o Plan Estratéxico do audiovisual galego 2002-2005 elaborado por Agapi (contempla que a aposta do sector polo Cluster correspóndese coa angueira de madurez do mesmo e o recoñecemento de que a tutela administrativa non pode –nin debe– ser indefinida), e incorporando documentación complementaria sobre o sector²¹, a Comisión Permanente tramitou a proposta de informe-opinión na sesión 3/02, de 27 de maio, aprobándose por unanimidade o texto definitivo no Pleno de 3 de xuño de 2002²².

Entre as consideracións incluídas no informe emitido polo CES cómpre mencionar, en primeiro lugar, a diferenciación entre o subsector de telecomunicacións e o de audiovisual –aínda que recoñecendo a proximidade e complementariedade entre ambos– marcada polo carácter cultural dos produtos do segundo, o que orixina unha especificidade marcada especialmente polo aspecto lingüístico que, según o CES, “non debe ser considerado un punto débil senón que, a través do cluster do sector, ten a posibilidade de transformarse nunha vantaxe competitiva, nun mundo globalizado e uniforme no que a diferenza é un valor engadido”²³.

O rápido desenvolvemento tecnolóxico que convirte, en opinión do CES, ó audiovisual nun sector estratéxico e de futuro, fai necesario o apoio ó cluster que, ademais, podería mitigar os tres problemas fundamentais detectados por este organismo no sector, e que pasan pola fragmentación empresarial, a propia consideración do sector e a continuidade da produción. De ahí que o CES entenda que “a aposta de futuro do audiovisual pasa inevitablemente por establecer unhas relacións laborais de calidade, respectando o principio de estabilidade no emprego, a formación, as condicións económicas pactadas, a xornada e todo aquilo contemplado nos convenios colectivos”, ó tempo que se incentivan as axudas económicas e a formación. E todo no marco do artigo 5.1 da Lei 6/1999, de 1 de setembro, que regula a actividade audiovisual atendendo ó carácter estratéxico e prioritario do sector.

21 Entre os documentos aportados figura unha análise do sector a través de datos das asociacións Agapi e Aega, e outro estudo aportado polo director xeral de Comunicación Social e Audiovisual da Xunta.

22 Sesión 4/02.

23 Informe-opinión 1/02 sobre a posta en marcha do cluster do audiovisual en Galicia. CES-Galicia. Páx. 38. Inclúe unha mención especial á industria de telecomunicacións e actividades afíns recoñecida como industria do coñecemento que está a promover-lo seu propio cluster da información e o coñecemento de Galicia impulsado polo Consorcio da Zona Franca de Vigo co apoio do Igape e a Consellería de Industria e Comercio.

Tendo en conta a opinión do CES, o 24 de xuño de 2002 dase un paso adiante e constitúese o Comité Asesor do Cluster do Audiovisual de Galicia que preside o titular da CEG (Confederación de Empresarios de Galicia), Antonio Fontenla, e integrado polas asociacións de produtores, as televisións, entidades financeiras e a Xunta de Galicia. É o órgano encargado de propiciar que no primeiro trimestre de 2003 se poida materializa-la constitución do Cluster do Audiovisual como complemento a outros órganos en marcha e no contexto de desenvolvemento legislativo vixente. Ademais dos fondos do Igape, o cluster conta con apoio financeiro da Dirección Xeral das Pemes e os fondos europeos Feder. Algúns dos seus obxectivos son aumenta-la capacidade competitiva, potencia-la formación permanente dos recursos humanos, o desenvolvemento de accións de calidade, a búsqueda de novos mercados, a detección de oportunidades de negocio, a dinamización do tecido industrial, e compartir proxectos de innovación, investigación e desenvolvemento do audiovisual.

Logo da súa presentación oficial o 9 de xullo de 2002 no salón de actos da CEG en Santiago de Compostela, e tendo xa o Comité Asesor o diagnóstico do sector elaborado a través da empresa Soluziona, o audiovisual agarda a constitución definitiva do cluster prevista para o primeiro trimestre de 2003, co fin de “pecha-lo entramado organizativo do audiovisual en Galicia”, según os promotores da iniciativa. Nesta dinámica, e co fin de discutir e valida-lo mencionado diagnóstico, ó tempo que se procuran propostas de acción que dean cobertura ás necesidades detectadas, anúncianse unha serie de xornadas de traballo, a primeira delas o xoves, 23 de xaneiro de 2003.