

Entrevista con Carlos Rosado, director de la Fundación Audiovisual de Andalucía Panorama audiovisual de Andalucía: Primer aniversario de la Fundación AVA

Francisco Flores Soler

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación

Aunque oficialmente la Fundación Audiovisual de Andalucía como tal empieza a funcionar en el año 1995, su actividad no se relanza hasta principios de 1998, momento en el que «la Radio Televisión de Andalucía (R.T.V.A.) asume el patrocinio por entero de esta institución, en tanto que antes había sido una coparticipación entre el sector público y el privado», según reconoce su director, Carlos Rosado.

No obstante, el nacimiento de la Fundación AVA hay que enmarcarlo en un contexto concreto que propicia su llegada. La evolución experimentada en los últimos años en este sector ha provocado un cambio en los planteamientos en comunicación. En este sentido anotamos que «las demandas de la nueva sociedad de la comunicación, gracias al incremento de las opciones tecnológicas a disposición de los ciudadanos, necesitan ser satisfechas por un número de horas de productos audiovisuales cada vez más amplio».

El mercado europeo, pese a que dispone de un gran potencial de crecimiento, no ha conseguido progresar en una proporción correspondiente al incremento de la demanda. Al tiempo que las actividades audiovisuales se han convertido en un sector estratégico para cualquier comunidad política que desee salvaguardar su propia identidad cultural y participar de forma activa en el concierto de países y regiones que buscan posicionarse en su condición de productor y comercializar su propia producción audiovisual.

En Andalucía se encuentran todavía, a un año vista de la creación de la Fundación AVA, tanto las potencialidades del sector como los problemas para su desarrollo.

El director de la Fundación Audiovisual de Andalucía y motivo de esta entrevista, Carlos Rosado Cobán, es un abogado malagueño licenciado en Derecho por la Universidad de Sevilla, con una larga trayectoria en el sector audiovisual, y un sólido papel en la consolidación de la Autonomía andaluza. En este sentido es preciso destacar su participación en la Comisión Redactora del Estatuto de Autonomía para Andalucía. Y una vez aprobada ésta fue ponente en el Parlamento de Andalucía de la Ley de Creación de la R.T.V.A. Posteriormente formó parte del equipo que redactó las normas que regulan el ente autonómico.

Carlos Rosado ha aplicado a lo largo de su vida profesional sus conocimientos sobre el mundo del Derecho en el campo audiovisual. Estos conocimientos le han valido para que en la actualidad ocupe el cargo de Presidente de la Asociación Andaluza de Especialistas en Derecho Audiovisual (A.A.E.D.A.) y sea miembro del Consejo Asesor de la R.T.V.A.

En el apartado de publicaciones y ponencias, Rosado es autor de múltiples informes sobre el sector audiovisual y de las políticas donde se desarrolla. Entre los libros cabe destacar Andalucía y su proceso autonómico 1981, publicado por la Fundación Humanismo y Democracia. Y en relación más cercana al tema que nos ocupa, la ponencia "El Marco Jurídico y político de la Televisión Pública" (1989), publicada en Las Radiotelevisiónes en el Espacio Europeo, editado por R.T.V.V. (1990). Está en posesión de la Medalla de Oro de Andalucía.

PANORAMA AUDIOVISUAL ANDALUZ

¿Cómo está el sector audiovisual andaluz en estos momentos?

En la actualidad no está dibujado en su totalidad. Es preciso incidir en el área de la evaluación, de la integración del análisis estadístico y económico.

¿Cuáles son las características del panorama audiovisual andaluz?

En los 10 años de funcionamiento de la RTVA (Emisor público regional), el panorama audiovisual andaluz se ha transformado radicalmente, aunque este cambio no ha venido aislado, sino que también ha evolucionado el sector audiovisual nacional e internacional. La transformación ha obedecido a la aparición de otros operadores de televisión, tanto públicos como privados, de otros ámbitos territoriales, y en varios soportes, principalmente el satélite y el cable. También es preciso tener en cuenta la aparición de una red de televisiones locales, la llegada de operadores de televisión por cable y la puesta en marcha de la televisión digital terrestre. En definitiva, el cambio ha sido radical.

¿Cuáles son los cambios principales?

El cambio se ha producido en todo el sector audiovisual de Andalucía. Se ha pasado de ser un sector muy reducido, que en parte todavía lo es, y muy desarticulado, que en parte también lo está, pero cautivo de la RTVA, a un sector que está mucho más abierto y con unas posibilidades mucho más amplias.

¿Cuáles son esos elementos que componen la realidad audiovisual de Andalucía?

En nuestra región se dan todos los elementos de identificación de un espacio audiovisual propio con todos los condicionantes estructurales del mismo: un universo de audiencia real potente, uniforme; un emisor público regional, R.T.V.A.; un conjunto heterogéneo de televisiones locales que emiten por vías terrestres o por cable, todavía pendiente de regulación; algunas empresas constituidas para explotar los servicios del cable; un conjunto significativo de empresas productoras de televisión y multimedia con fuertes desequilibrios entre ellos; dos facultades de Ciencias de la Información; varios centros de Formación Profesional públicos y privados; varias organizaciones empresariales de compañías productoras y una recién nacida Fundación Audiovisual de Andalucía. El sector audiovisual privado que surge, básicamente bajo la capacidad de arrastre que tiene la necesidad de producción de la RTVA, es un sector frágil en este momento. Los primeros análisis por parte de la Fundación AVA detectan un crecimiento desordenado de agentes que inciden sobre el sector audiovisual, lo que ha traído como consecuencia una dispersión de las actuaciones, y por lo tanto una merma de eficacia. Esto es, se ha detectado que en Andalucía nos encontrábamos con una dimensión empresarial insuficiente para poder competir con el exterior. Una escasa debilidad de sus mecanismos de distribución y como consecuencia una escasa circulación transfronteriza de los programas. También se ha observado un déficit estructural del sector. Y una incapacidad para crear estrategias estables con productos foráneos.

Tampoco está identificado por algún tipo de registro público que permita la homologación de empresas y profesionales que eviten situaciones de ausencia de viabilidad, o de mínimos parámetros técnicos de funcionamiento. Pero es un sector potencial, puesto que la demanda se ha multiplicado. Constituye un vector básico de los logros, de los objetivos de independencia y viabilidad de un sector audiovisual propio como es el andaluz

¿En qué ha afectado al contenido?

Se ha notado en la demanda de programas y de contenidos audiovisuales, que se han modificado sustancialmente. De haber un único proveedor de contenido hace 10 años, un único emisor público, hay ahora una pluralidad enorme de emisores públicos.

¿Y qué propone la Fundación AVA?

Una producción propia que analice la realidad, tanto propia como ajena, desde la óptica de lo andaluz para que no se produzca una colonización cultural y empresarial. Si Andalucía no tiene quién provea de contenido su propio espacio audiovisual vendrán otros que lo hagan, pero esto supondría la pérdida del valor añadido que esta actividad genera, la ausencia de generación de riqueza, y la pérdida de dominios sobre los contenidos, que es lo que debe garantizar un sector audiovisual propio. Es por ello que debemos aprovechar esta situación actual, que es de transición.

¿En esta situación existen carencias?

Algunas, pero subsanables. Existe un vacío normativo importante, por ejemplo, carecemos de una ley del audiovisual como tienen otras comunidades autónomas y países europeos. Tampoco hay registros homologados de todos los medios audiovisuales que funcionan en Andalucía. Hasta ahora no ha habido una política de incentivos de carácter fiscal para el sector audiovisual, como tampoco de ayudas al fomento de las inversiones o a la renovación tecnológica. No podemos hablar de un sector estructurado y tutelado para que se desarrolle. En todo caso, en los últimos meses los poderes públicos empiezan a estar sensibilizados de la necesidad de un sector audiovisual potente, propio, y se está actuando en este campo.

¿La carencia legislativa frena el desarrollo?

No se puede decir propiamente que lo frena, pero si existiese una legislación propicia se contribuiría a una ordenación sistemática mucho más fiable de lo que hay ahora. Sería un desarrollo mucho más estructurado, mucho más homologado y evitaría las situaciones de inestabilidad que se producen ahora. La falta de una legislación impide actuar en el sector audiovisual con una postura sistemática ya que no tiene instrumentos de evaluación de cuál es la realidad del sector. Las normas de ordenación son necesarias para disponer de un sector productivo como es el audiovisual, en condiciones de competitividad por un lado, y de viabilidad técnica por otro.

¿Con qué medidas?

Se están poniendo en marcha documentos planificadores, documentos de análisis estratégicos de las capacidades actuales y necesidades futuras, y en esos términos se están dando pasos gigantes para poseer un sector potente. En este sentido está avanzando Andalucía, y con ello demuestra un grado de madurez.

¿Cómo se concretan?

A partir de este análisis, la Fundación Audiovisual de Andalucía se plantea actuar en unas determinadas orientaciones, en el área de la administración pública. El primero de todos estos campos es la Educación con la coordinación de las facultades de CC de la Comunicación andaluzas, la realización de planes específicos de tercer ciclo con la Universidad Internacional de Andalucía y la participación con instituciones de formación especializada: E.O.I., Media Business School. El segundo es la Cultura donde se pretende poner en marcha un Plan de fomento a la creación audiovisual, la coordinación con los festivales de cine andaluces y medidas incentivadoras de las nuevas tendencias audiovisuales. El tercero se refiere a la Industria con el apoyo para el acceso a mercados externos, la puesta en marcha de líneas financieras para el desarrollo de proyectos (I.F.A.) y líneas de apoyo para estudios de viabilidad empresarial. El cuarto es Presidencia con la elaboración de convenios con operadores, donde se analizará aparte la actividad a realizar con R.T.V.A. y se buscará una coordinación general de todas las políticas de fomento. El quinto es el Turismo con la creación de la Film Commission de Andalucía. Y el quinto hace referencia a las Corporaciones locales con el establecimiento de convenios para el asesoramiento, desarrollo de iniciativas audiovisuales en sus respectivos campos territoriales.

¿La Fundación es en su totalidad pública?

Sí. Aunque está sometida a la Ley de las fundaciones privadas en lo referente al ordenamiento jurídico. Pero la titularidad de sus fondos y el patrocinio casi exclusivo de la RTVA le da el carácter público.

¿De dónde nace la necesidad de la puesta en marcha de la Fundación AVA?

Del Plan Horizonte 2000. El Plan Económico de Andalucía Horizonte 2000 dedica un capítulo a los objetivos para la política de infraestructura y servicios de telecomunicación y en el análisis atribuye a la R.T.V.A. un considerable potencial de desarrollo futuro en el que puede y debe aportar sus activos, su capacidad tecnológica y operativa y sobre todo como productor de contenidos y como nexo de unión entre el sector de las comunicaciones y el audiovisual. Es un documento de planificación de la Junta de Andalucía en el que se empieza a catalogar al sector audiovisual como uno de los campos estratégicos emergentes en Andalucía. Es de los primeros documentos de la Junta donde se le otorga a este sector una gran potencia. El documento denominado «Propuesta de Desarrollo del Plan

Estratégico de la R.T.V.A. respecto del fomento de la Industria Audiovisual Andaluza» presentado al Consejo de Administración por el Director General de la Empresa Pública, constituye el texto básico que enmarca y justifica la nueva etapa que inicia la Fundación Audiovisual de Andalucía. En su apartado tercero se realiza un conjunto de consideraciones generales respecto de las áreas de actuación tendentes al logro de una Industria Audiovisual Andaluza viable y en el apartado sexto se concretan las diversas iniciativas que tienen como base la consideración de la R.T.V.A. como motor de la Industria Audiovisual. Las líneas de actuación de la Fundación tenderán a financiarse por el mecanismo de los convenios que puedan suscribirse con organizaciones interesadas, incentivado todo ello por la legislación vigente sobre mecenazgo. Y es en este contexto en el que nace la Fundación Audiovisual de Andalucía como gestora de la tarea encargada a la R.T.V.A. En este camino se ha puesto en marcha el Consejo Audiovisual de Andalucía como órgano asesor y consultivo de la Junta de Andalucía con facultades de vigilancia y control de comunicación.

¿Qué es el Consejo Asesor?

No es un órgano colegiado, sino de agregación de personalidades. Ya está confeccionado el número básico de sus miembros, no tiene una cantidad de miembros máxima. Su presentación se hará en breves fechas.

¿Cómo está compuesto?

Se ha llamado a participar a personalidades de reconocido prestigio del sector audiovisual, básicamente en España y Latinoamérica; y tiene como objetivo el de asesorar al Patronato sobre la política de la Fundación AVA. Su funcionamiento no está reglado a unas normas específicas

¿Qué es exactamente la Fundación Audiovisual de Andalucía?

Es una institución modesta en la medida que es una organización de servicio y apoyo, pero qué duda cabe que se ha encontrado con un vacío que está tendiendo a cubrir. Una célula de reflexión respecto a la situación del audiovisual, que se va a plasmar en el libro blanco del audiovisual andaluz a punto de finalizar, y una guía del audiovisual y un banco de datos exhaustivo.

ANDALUCÍA FILM COMMISSION

Si la Fundación AVA pretende estructurar y rentabilizar el potencial de Andalucía en el campo cinematográfico y audiovisual, según anuncia Carlos Rosado, es claro pues que necesita disponer de los mecanismos adecuados para llegar a buen puerto.

En esta línea se produce el nacimiento de Andalucía Film Commission. Las experiencias del cine europeo más orientado a una perspectiva industrial, de Canadá y, por descontado, de Estados Unidos «abogan por la figura de una Film Commission como respuesta a la desestructuración de la producción cinematográfica y audiovisual».

«Si en el volumen económico de una producción el dónde y el cómo suponen casi un tercio del coste económico de dicha producción, el control de dichos parámetros se hace necesario».

Según consta en sus estatutos, Andalucía Film Commission, como otras de su género, nace con el objetivo de facilitar el acceso de las productoras locales, nacionales e internacionales a toda aquella información útil y necesaria para la toma de las decisiones relativas a la realización de un rodaje o grabación en un determinado territorio con el fin de optimizar sus recursos humanos, materiales o económicos.

AFC tiene la meta de servir de enlace entre las compañías y las instituciones locales, autonómicas, nacionales y europeas, y por esta razón se debe crear una interactividad entre AFC y las administraciones públicas y privadas, aspecto este que ya ha empezado a gestarse, como veremos más adelante.

AFC pertenece a la Fundación Audiovisual de Andalucía, institución sin ánimo de lucro, cuyo máximo patrocinador es la RTVA. A su vez, Andalucía Film Commission es desde mayo de 1999 miembro de la AFCI (Asociación Internacional de Film Commission), con sede en Los Ángeles. La AFCI nació en 1975, desde entonces su influencia ha ido creciendo por todas partes y en la actualidad agrupa a más de 290 commissions en 23 países. En España hay tres, Barcelona Plató Film Office, Canarias Film Commission y Andalucía Film Commission.

Las Film Commissions afiliadas a la AFCI funcionan bajo la autoridad, el respaldo y sanciones que rigen a los gobiernos del país donde están inscritas. Sin embargo, todos los miembros de la AFCI deben cumplir con los requisitos que se contemplan en los estatutos de esta asociación internacional, entre los que se cuentan el carácter público de las mismas.

¿Cómo está evolucionando Andalucía Film Commission?

Estoy muy orgulloso de esta iniciativa. Primero porque es pionera en nuestro país, ya que antes de la andaluza sólo existía la de Barcelona ciudad y otra parecida a la propuesta andaluza en Canarias, pero la de las Islas está muy vinculada al desarrollo turístico de la zona. Andalucía Film Commission es la primera institución de este calibre en nuestro país que ha creado una red de oficinas distribuidas por una región.

¿Por qué se implanta una Film Commission en Andalucía?

Porque hemos detectado que cuando una producción audiovisual se acerca a nuestra tierra generalmente deja poco valor añadido en la zona, y eso no crea un tejido profesional en la zona. En este sentido se hace necesario la puesta en marcha de una estrategia, como hacen todas las Film Commission del mundo, de difundir todas las posibilidades que ofrece la región, no sólo lo referente a las localizaciones naturales, sino todo lo que se refiere a la industria y la red de profesionales del audiovisual de la que se está dotando Andalucía. La región andaluza tiene una serie de características que le han valido hasta la fecha para forjarse la imagen de

lugar privilegiado para las filmaciones y producciones audiovisuales. En esta espontaneidad productiva la Comunidad ha jugado un papel pasivo, es decir, las producciones que han llegado hasta la fecha lo han hecho atraídas por la orografía o climatología, no por la infraestructura disponible. La mejora de las comunicaciones terrestres y del sector audiovisual andaluz, cada vez más cualificado, han llevado a la Fundación Audiovisual de Andalucía a apostar por la Film Commission.

¿Cuáles son las funciones de una Film Commission?

Esta Film Commission pretende captar producciones cinematográficas, televisivas, publicitarias, vídeo clips musicales, para que se rueden en Andalucía y se use la infraestructura del sector audiovisual y anexos que hay aquí. En líneas generales todas mueven lo mismo. Concretamente, Andalucía Film Commission está ayudando a promocionar Andalucía fuera de su delimitación regional. Es sabido de la potencia que supone desde el punto de vista de la difusión de un territorio el que aparezca en el cine. Las Film Commission tienen un valor añadido de carácter turístico. Si bien todas las Film Commission tienen un punto en común, Andalucía Film Commission debe ofrecer una serie de funciones, algunas de ellas ya se están cumpliendo. AFC debe dar a conocer la potencialidad de Andalucía para ser la base física de una producción audiovisual a través de una exhaustiva base de datos editada en diversos soportes físicos y virtuales para que la información pueda ser transmitida electrónicamente o en formatos multimedia, bien sea vídeo, internet o CD-ROM. También es tarea de AFC agilizar la ejecución de rodajes así como los diversos servicios de apoyo. En definitiva, Andalucía Film Commission ofrece internacionalmente los servicios de localización, meteorología, etnológico y de costumbres, de empresas productoras y servicios técnicos necesarios para una filmación. Así como servicios logísticos, artísticos, jurídico y financiero, las funciones de oficina de prensa y comunicación o los de antecedentes cinematográficos de la Región. Todos los elementos juegan un papel importante cuando se trata de buscar producciones para Andalucía. Un ejemplo de una gestión bien hecha lo ofrece Manitoba Film and Soud/Canadá, que ofrece a las productoras una devolución de parte de los gastos de contratación de personal si se elige el local. La experiencia canadiense revela que las Film Commission de diversos estados de Canadá capturaron durante 1998 el 12% de las producciones que anteriormente se realizaban en Estados Unidos, lo que supuso una inversión de 240.000 millones de pesetas. Otro ejemplo lo encontramos en Nueva York, una ciudad que aparece con bastante frecuencia en las producciones norteamericanas. Además del atractivo propio de la ciudad, el motivo por el cual se produce este resultado es que la Alcaldía de dicho lugar creó la New York State Governor's Office for Motion Picture & TV Development, una film commission que ofrece los servicios de la ciudad de forma gratuita (policía, cuerpo de bomberos, etc.) además de una gran rapidez y agilidad en la gestión de cualquier solicitud de

rodaje. Con este tipo de ayudas los productores ven facilitada su gestión y reducen sus costos directos e indirectos, disponiendo en el territorio donde se vaya a rodar de interlocutores especializados y cualificados en la industria audiovisual, una confianza que se hace necesaria para un mejor trabajo por parte de los directores y productores tanto del mundo del cine, la televisión o el sonido.

¿Sevilla será su única sede?

En este marco conceptual de las utilidades, estamos implantando una red provincial de film comisión mediante acuerdos que estamos alcanzado con diputaciones provinciales básicamente, y algún municipio con tradición cinematográfica como es el municipio de Carmona y Jerez, con los que hemos firmado acuerdos de colaboración, lo que nos permitirá disponer de la red de film commission más potente de toda España. Y captar con la estrategia adecuada de gestión empresarial, la mayor demanda de rodaje que se produzca en España. En menos de un año de funcionamiento, Andalucía Film Commission se ha convertido en una red de oficinas situadas en distintos puntos de la geografía andaluza, con una sede principal cuya misión es coordinar el funcionamiento de todas las otras oficinas. Las «commissions» como Sevilla Film Commission o Jerez Film Commission constituyen sedes independientes conectadas y coordinadas con AFC. Las «offices», como Carmona Film Office, están conectadas con la Film Commission de la que dependen, y actúan con autonomía dentro del marco de una institución local como un ayuntamiento o una diputación. Su estructura física es la de un despacho y su gestión está incorporada en la actividad habitual del personal de esta institución. Sevilla Film Commission nació el 4 de marzo de 1999 tras la firma de un convenio entre la Diputación Provincial de Sevilla, a través del Patronato Provincial de Turismo, y la Fundación Audiovisual de Andalucía. Carmona Film Office, que forma parte de la estructura de Sevilla Film Commission, se creó el 28 de mayo de 1999 mediante la firma de un convenio entre el Ayuntamiento de Carmona y la Fundación Audiovisual de Andalucía. Jerez Film Commission se creó el 16 de abril de 1999 también con un convenio entre la Fundación Audiovisual de Andalucía y el Ayuntamiento de Jerez de la Frontera. Pero la pretensión de la Fundación AVA es la de seguir abriendo Film Commission en el resto de provincias de Andalucía. Con tal fin se han establecido las primeras conversaciones con diputaciones provinciales, ayuntamientos y otras instituciones que tengan algo que decir en Andalucía Film Commission.

¿Cuáles serán los efectos de AFC?

Los beneficios previstos de Andalucía Film Commission no están cuantificados sólo en materia económica, sino también en un importante valor añadido que repercutirá en la imagen, cultura y sociedad andaluzas.

Es preciso dar cuenta detalladamente de los efectos que provocará en la Región la Andalucía Film Commission, según se especifica en el estudio de implantación de esta organización. Uno de los sectores más beneficiados será el

de los profesionales del mundo audiovisual, ya que la puesta en marcha de la AFC obliga a una formación más completa y específica. También provocará un aumento de empleo de este sector y una mejor optimización de los medios materiales y técnicos de Andalucía.

Un rodaje promueve la necesidad de alojamiento, el alquiler de vehículos, la necesidad de extras, la contratación de restaurantes, etc. En definitiva, fomenta la utilización de los servicios del territorio en el que se desarrolla. Una película de cine puede dar empleo a una media de 233 artistas y técnicos, una de televisión a 106 y un spot publicitario a 86. Pero las repercusiones no sólo caen en el sector audiovisual, sino también en otros como el hostelero, la administración pública o el hotelero. Después de la filmación de la película de Kevin Costner *Bailando con lobos*, rodada en Fort Hays, Kansas (Estados Unidos), el número de turistas en la zona se incrementó en un 25%.

En febrero de 1997 The Hollywood Reporter publicaba los resultados de una encuesta donde se daba cuenta de los ingresos provenientes de las producciones rodadas y revertidas en los estados norteamericanos representados por sus film commissions correspondientes. Según esta publicación, al menos 5.600 millones de pesetas fueron generados por producciones audiovisuales durante 1996, de los que 480 millones de pesetas los generó la producción de spots publicitarios. Está comprobado que la propia ubicación de la producción repercute en la atracción turística hacia el lugar donde se graba, al producirse un efecto de sinergia entre el encuadre ofrecido y el espectador que lo contempla.

¿Cómo se da a conocer una Film Commission?

La publicitación es básica a la hora de funcionar. En primer lugar hemos iniciado este camino con la anexión a la AFCI con sede en Los Ángeles y que aglutina a todas las Film Commission. En segundo lugar, comenzamos a elaborar una guía básica de los servicios que tiene Andalucía y todas las herramientas virtuales y físicas para difundir nuestras posibilidades. Tenemos un largo recorrido que hacer que no se puede llevar a cabo sin el concurso y el apoyo de los sectores públicos, tanto regionales como locales, en el sentido de que se requieren normas específicas para facilitar a todos los profesionales su labor.

¿A qué se refiere?

Concretamente a instrumentos como la ventanilla única, la existencia de ordenanzas específicas para el tratamiento del audiovisual, la aprobación de tarifas bonificadas para facilitar e incentivar la llegada de productores nacionales e internacionales. Cualquier apoyo público, así como la agilidad en la obtención de permisos o la bonificación de tarifas constituye un elemento de ayuda por parte de los sectores públicos.

**GESTIONES DE ANDALUCÍA FILM COMMISSION
EN EL PRIMER AÑO 1999**

Largometrajes

- *Nadie conoce a nadie* / Maetranza Films y Sogetel (España)
- *Antonio, un chico de Lisboa* / Fábrica de Imágenes y Tráfico de Ideas (Coproducción España-Portugal).

Documental

- Documental sobre la Feria del Caballo / Transatlantic Films (R.U.) para la cadena TV por cable Discovery: *A spanish horseman. Horse tales 2.*

Spots publicitarios

- Spot publicitario para Doporte andaluz, S.A./ V. Punto M. Films, S.L. (Madrid)
- Spot musical / Good Rolling Films (Málaga)

Largometraje para televisión

- *Pleno al quince* / Paso al Sur Producciones para la FORTA (España)

PROYECTOS EN LOS QUE COLABORA AFC

- *Pez Luna* / Mandrágora Films y Gemini Films (Coproducción Francia-Portugal)
- *El silencio de las sirenas* / Cecilia Bartolomé Producciones Cinematográficas, S.L. (España)
- *Tenías que ser tú* / Posible Productora: Caligari Films (Sevilla)
- *El famoso* / Fairbourne Films, LTD (R.U.)
- Proyecto de largometraje rodado en las playas de Cádiz / Christopher Crysafis (R.U.)
- *The Black Knight* / New regency productions, INC. (EE.UU.)
- *Fantastic Boyage* / Twentieth Century Fox Productions LTD (R.U.)
- *Kingdom Come* / Revolution Films (R.U.)

Series de televisión

- Telenovela producida por Sylverick Productions (Suecia)
The Best of Spanish Design, capítulo de una serie estadounidense para la cadena de televisión por cable «Home & Garden Television» / producido por Joseph Ruggiero & Associates (EE.UU.)

FORMACIÓN

Otro de los campos en los que la Fundación Audiovisual de Andalucía ha incidido en este primer año de funcionamiento ha sido en el campo de la formación. Su director, Carlos Rosado lo divide en cuatro áreas diferenciadas:

a) Plan Agrupado de formación continua 1999

Constituye el primer plan de formación agrupado para la industria audiovisual de Andalucía, es la primera iniciativa que se acomete en España como propuesta conjunta de formación por parte de todos los agentes significativos en el sector audiovisual de una comunidad autónoma. En el mismo participa la RTVA, UGT, CCOO, AEPA y APRIA. El acuerdo se firmó en abril de 1999.

Este primer plan supone un coste económico de unos 40 millones de pesetas, donde se prevé la realización de 18 acciones formativas que benefician a más de 350 trabajadores encuadrados en un total de 51 empresas y 17 profesionales autónomos del sector.

El Plan empezó su ejecución, en lo referente a la realización de cursos, con la participación de profesionales de RTVA y de la industria privada en el mes de junio de 1999. En octubre de 1999 se presentó el segundo Plan Agrupado de Formación para la Industria Audiovisual de Andalucía para su realización en el año 2000. En el mismo se prevé la realización de un total de 24 acciones formativas por un coste de 242.314.337 millones de pesetas.

b) Acciones complementarias de la formación continua

Paralelamente a la formación continua, la Fundación AVA busca detectar las deficiencias formativas en el sector audiovisual. Con este propósito, en marzo de 1999 se presentó a la Fundación para la Formación Continua FORCEM un proyecto de Acciones Complementarias de la Formación consistente en la realización de un Estudio de Detección de Necesidades Formativas en la Industria Audiovisual de Andalucía. Estudio que también se ha previsto publicar, así como la realización de unas jornadas afines al tema. La realización de este estudio puede convertirse en un elemento de gran significación como base y referencia para cualquier acción formativa a desarrollar en el futuro.

El proyecto, que fue aprobado en octubre de 1999 por la Dirección General del INEM, tiene prevista su finalización en marzo del 2000 y se hace en colaboración con el Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla.

c) Proyecto formativo en formación profesional ocupacional

Incluido en el marco de la Convocatoria 99 de Formación Ocupacional, el proyecto incluye diferentes acciones. Por una parte nos encontramos la realización de una serie de cursos de formación para el acceso al sector de trabajadores en situación de desempleo, en el que se tendrá cuidado de los colectivos con dificultades especiales a la hora de su inserción en el mundo laboral. La otra parte de este capítulo de Formación Profesional Ocupacional tiene relación con el capítulo de Formación de la Fundación Audiovisual de Andalucía.

d) Acciones complementarias de la formación profesional ocupacional

En este apartado la Fundación Audiovisual de Andalucía ha propuesto realizar un Estudio de Prospección del Mercado de Trabajo y Detección de Necesidades Formativas que cuenta con el apoyo de la Dirección General de Formación Profesional y Empleo de la Consejería de Trabajo e Industria. La celebración de dos jornadas técnicas, una de intercambio de experiencias en este campo en otros países europeos y comunidades españolas y, otra posterior, de presentación de conclusiones y publicación. La publicación de las conclusiones del estudio se presentará acompañadas de un CD Rom de datos.

Se trata en definitiva de identificar las demandas no cubiertas suficientemente en el mercado de trabajo y la formación específica de acceso al sector más adecuada para cubrir dichas necesidades.

¿Está contento por el resultado de esta materia?

Sí. Hemos desarrollado el Primer Plan agrupado de la industria audiovisual de Andalucía, en virtud del acuerdo que alcanzamos con los profesionales del sector, los sindicatos mayoritarios y la propia RTVA, y que ha dado formación a cerca de 1000 trabajadores, lo que supone la primera iniciativa que se ha dado en Andalucía y en España y una experiencia piloto. El segundo plan de formación agrupado que se va a desarrollar en el año 2000. Hemos abierto una línea de formación que nos ha permitido conocer cuál es la realidad de este sector, incluso cuáles son los déficits en materia de formación. En Andalucía hay problemas porque no hay suficientes empresas de formación audiovisual, lo que obliga a depender de empresas externas.

¿Cuáles son esas necesidades formativas?

Estamos haciendo estudios para saber cuáles son las necesidades formativas del sector, tanto de la formación continua como de la ocupacional, desempleados. Se han firmado o se van a firmar convenios con la Universidad Pablo de Olavide, Instituto de Cine Cubano y con la Escuela de Cine de San Antonio de los Baños para hacer un curso de cine sobre la producción de documentales creativos. Todavía queda mucho camino por andar a pesar de lo que se ha recorrido.

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL ANDALUZA

Y según la Fundación AVA, el resultado de una buena estructuración y formación del sector audiovisual andaluz debe ser el proceso de internacionalización, de exportar la materia prima que se produzca aquí.

¿Qué se está haciendo a tal efecto?

Hemos encargado un plan estratégico de internacionalización de la industria audiovisual andaluza en virtud de un acuerdo que se ha alcanzado con la empresa especializada en este campo. En este estudio, que se presentaría en los primeros meses del 2000 estamos identificando los mercados internacionales donde la industria audiovisual andaluza puede tener algún tipo de competitividad. Y por

último, vamos a hacer un foro de productores latinoamericanos en virtud del análisis realizado, en el que descubrimos que el sector latinoamericano tiene bastantes concomitancias con el nuestro.

¿Cuál es la realidad andaluza en este terreno?

Andalucía tiene muchos déficits, tanto en el sector público como privado. Andalucía vende poco fuera, a pesar de que hay una gran demanda de productos andaluces. Como experiencia, estamos participando en el primer mercado virtual del audiovisual que se está haciendo en la actualidad, éste a su vez organiza el Festival de Cannes, donde los andaluces, bajo el paraguas de Andalucía, podrán vender sus productos, mientras que por solitario no podrían hacerlo. Es un mercado que no sustituye al de Cannes, pero sí se hace necesario para que cuando viajemos allí lo hagamos con una cartera de clientes potenciales. Si se agrupa todo en un mismo catálogo se consigue más que si tenemos varios catálogos. También detectamos en el proceso de internacionalización una falta de canales adecuados para la distribución, que provoca en todas partes una fragmentación del mercado y la limitación de capacidad competitiva. Andalucía, si quiere tener una presencia considerable en los mercados internacionales, debe dotarse de un grupo distribuidor, público o privado, pero que aglutine todos los esfuerzos de comercialización de los productores que ahora están en manos de la voluntariedad de cada uno de ellos.

¿Pero eso se puede hacer ya en Andalucía?

No existe cultura de comercialización de las producciones. Hasta la fecha los productores han operado como mercado cautivo cediendo todos sus derechos al emisor, y por cuenta de éste hacían sus producciones. Esta cultura hay que cambiarla. Nosotros hemos empezado a participar en festivales de cine, en Andalucía asistimos al pasado festival de Huelva, donde presentamos nuestra página web, que pretendemos sea un foro de intercambio de iniciativas.

LIBRO BLANCO

Otra de las iniciativas que tiene en marcha la Fundación Audiovisual de Andalucía es la creación de un Libro Blanco del sector audiovisual de Andalucía. Con esta acción se pretende hacer una radiografía lo más fiel posible de la realidad andaluza, donde se refleje cuál es el presente de la industria y, basándose en esa realidad, detectar cuáles son los déficits y las potencialidades y alumbrar una serie de iniciativas y recomendaciones que después puedan plasmarse en un Libro Verde. Éste debe sistematizar y ordenar las medidas de estructuración y fomento de la industria audiovisual andaluza.

¿Sin ese conocimiento de la realidad no se puede actuar?

No. Para saber cuál es el camino primero es preciso saber cómo está este sector.

¿Se puede saber cuál es el futuro?

Hacer vaticinios de cómo va a ser el futuro audiovisual es puro análisis de aproximación. Lo que ha quedado claro es que el panorama tradicional ha estalla-

do y los hábitos de consumo de la ciudadanía van a cambiar. Y todo ello va necesitar una interacción de los agentes que están interviniendo en este sector. Los avances tecnológicos, el abaratamiento de los costos de la tecnología y transporte de la señal van a permitir la existencia de un conjunto amplio de operadores.

¿Dónde está la compatibilidad de las televisiones locales y el cable?

Todo dependerá de la habilidad de las televisiones locales para buscarse un hueco en las preferencias del público. Pero está claro que no se puede contemplar el panorama audiovisual de Andalucía sin las televisiones locales. Y tampoco la inexistencia de conexión con el cable, entre otras cosas porque la Ley exige que se emitan por él todas las programaciones que se dan en el territorio por ondas hertzianas, tanto de carácter local como regional. La interactividad es evidente, y además obligada por Ley.

¿Qué peso tiene el trabajo de la Fundación AVA?

No somos una actividad representativa, hacemos estudios, propuestas, y es el sector el que se tiene que regular. El sector debe decidir cómo quiere hacer sus cosas y si tiene en cuenta nuestras sugerencias. Estoy seguro que estos documentos serán contrastados como material de referencia imprescindible para la viabilidad y competitividad de la industria audiovisual. Todo lo que no sea seguir las pautas de la industria audiovisual europea está condenado a tener un corto trayecto de vida, ya que no podrá sobrevivir a una dinámica liberalizadora. Con más competencia cada día, unos costos menores y los márgenes de producción más cortos hay que hacer productos más económicos y de mucha calidad.