

Introducción



I. INTRODUCCIÓN

I.I O LIBRO BRANCO COMO FERRAMENTA PARA A PLANIFICACIÓN ESTRATÉXICA

O audiovisual ten unha dobre natureza: por unha banda é un medio de expresión artística e cultural, pero por outro lado constitúe unha industria que se rexe polas pautas empresariais¹. Resulta incuestionable a súa implicación na evolución cultural dun país, un feito estreitamente relacionado coa irrupción da chamada sociedade da imaxe, na que o produto audiovisual ou multimedia cobra relevancia de primeira orde na transmisión de coñecementos. Do mesmo xeito, ninguén discute que se trata de unha nova fonte de riqueza, que se encarna no que o Consello da Cultura Galega denominou en 1996 “as factorías do futuro”.

Principais feitos acontecidos no audiovisual galego nos últimos anos	
Feito	Data
Inicio das emisións de TVE dende Galicia	1971
Creación do Arquivo da Imaxe	1984
Inicio das Xornadas de Cine e Vídeo en Galicia (XOCIVIGA) do Carballiño	1984
Creación da Televisión de Galicia (TVG)	1985
Estrea das primeiras longametraxes galegas: <i>Sempre Xonxa, Urxa e Continental</i>	1989
Creación da Escola de Imaxe e Son da Coruña	1991
Creación do Centro Galego das Artes da Imaxe (CGAI)	1991
Celebración do I Congreso do Audiovisual Galego	1992
Constitución de AGAPI	1994
Inicio das emisións de <i>Pratos combinados</i> , a serie galega de televisión máis antiga	1995
Primeira edición dos Premios AGAPI do audiovisual galego	1996
Nacemento do Festival Internacional de Cine Independente de Ourense	1996
Inicio das emisións de <i>Mareas vivas</i> , a serie da TVG que chegou a alcanzar audiencias do 40%	1998
Lei do audiovisual galego	1999
Estrea da longametraxe de animación <i>O bosque animado</i>	2001
Constitución de AEGA	2001
Creación do Consorcio Audiovisual de Galicia	2002
Elaboración das Cualificacións profesionais do sector audiovisual en Galicia	2002
Obtención por parte de <i>O bosque animado</i> de dous premios Goya: á Mellor longametraxe de animación e á Mellor canción	2002
Constitución do Clúster do Audiovisual Galego	2003
Obtención por parte de <i>El Cid, a lenda</i> do premio Goya á Mellor longametraxe de animación	2003
Obtención por parte de <i>P3K Pinocho 3000</i> do premio Goya á Mellor longametraxe de animación	2004

Fonte: Elaboración propia

Nos últimos anos, o sector audiovisual percorreu en Galicia un longo camiño tanto no ámbito da ordenación como no do desenvolvemento industrial. O nacemento da TVG, a creación da primeira escola de imaxe e son, a posta en marcha do Consorcio do Audiovisual ou a promulgación de unha Lei do audiovisual son algúns dos fitos que marcan o treito avanzado nas dúas últimas décadas.

Paralelamente o audiovisual experimentou un notable desenvolvemento en todos os seus indicadores, tanto nos de impacto ou resultados (como o volume de facturación, beneficios, emprego), como nos de produción.

¹ Por iso, no mercado audiovisual conviven produtos de consumo con outros de contido artístico e cultural.

Actualmente, o sector audiovisual en Galicia está integrado por 352 empresas cunha facturación total de 161,5 millóns de euros e 2.320 empregados, cun beneficio agregado de máis de 12 millóns de euros. Isto inclúe as empresas de produción (de cinema, televisión, vídeo, multimedia e animación), as de servizos auxiliares á produción (provedoras de equipos, estudos de dobraxe e sonorización, casting e localización, posproducción, etc.), as operadoras de televisión (locais, autonómica e nacionais con espazo de desconexión), exhibidoras e distribuidoras. Os datos de facturación anteriores supoñen un crecemento de 13,7% con respecto ao ano anterior e do 145,6% sobre a facturación de 1997.

Así mesmo, a importancia do sector non se traduce unicamente na dimensión económica, senón tamén na dimensión sociocultural e na proxección exterior con que xa conta a nosa produción audiovisual. Por outra parte, a dinámica de cambios constantes na que se desenvolve esta activiade formula novos retos para as empresas e institucións, que deben aproveitarse nos próximos anos.

Galicia audiovisual:

- ✓ 352 Empresas
- ✓ 161,5 m € Facturación
- ✓ 2.320 Empregados
- ✓ 12 m € Beneficio

Os obxectivos que se perseguen coa realización do Libro branco son os seguintes:

- Dotar ao sector audiovisual galego de un diagnóstico sobre a súa situación actual, que lles permita aos axentes que nel operan tomar as súas decisións estratéxicas en base a unha información obxectiva, actualizada e cunha perspectiva temporal ampla.
- Detectar as principais tendencias xerais do sector que, conxuntamente coa información propia de cada axente implicado, permitan definir as liñas de futuro, que consoliden e potencien o noso audiovisual.
- Definir as actuacións públicas e privadas que lle permitan a Galicia posicionarse como unha das comunidades autónomas de referencia en materia audiovisual no ámbito nacional e internacional.
- Reforzar o compromiso da Administración para acadar a máxima eficiencia tanto dende o punto de vista económico e do emprego, coma no aspecto social e cultural.

O enfoque que se seguiu na elaboración deste *Libro branco* baséase fundamentalmente en catro premisas:

- En primeiro lugar contouse coa participación directa das empresas e axentes que integran o sector, e co seguimento do propio Consello Asesor, a través da Comisión Sectorial correspondente. Este nivel de participación foi un aspecto clave para lograr un axeitado consenso, sobre todo no que se refire aos contidos estratéxicos do Libro branco, é dicir, aqueles que permiten establecer as políticas e liñas de futuro para o desenvolvemento deste sector.
- A segunda das premisas deste Libro branco foi aproveitar ao máximo o nivel coñecemento xa existente sobre a realidade sectorial. Son moitas as actuacións que se foron desenvolvendo tanto dende a iniciativa pública como dende a privada para potenciar o sector. En paralelo, foron tamén diversos os estudos que se levaron a cabo de cara a unha diagnose actualizada e rigorosa sobre unha actividade que cada vez ten unha maior importancia tanto dende o punto de vista económico e do emprego, como no eido cultural e de proxección exterior.
- A terceira premisa é a perspectiva histórica, que posibilita fundamentar as conclusións nos feitos e nas tendencias obxectivas nos distintos aspectos que se analizan. Para iso foi necesario realizar un importante esforzo de actualización da información, na que colaboraron abertamente as partes implicadas.
- Finalmente e xa dende o seu deseño, perseguíuse que o Libro branco sexa doadamente actualizable no futuro. Este é un aspecto sobranceiro, tendo en conta o dinamismo deste sector que require información permanentemente actualizada para un axeitado funcionamento. Neste sentido, hai que indicar que a clave do

deseño baséase na propia estrutura do documento e na sistematización dos seus contidos, o que permitirá que, alén da súa edición en soporte papel, os datos sectoriais, permanentemente actualizados, estean dispoñibles na Internet, na páxina web do Observatorio do Audiovisual. Este observatorio ofrecerá os axentes do sector unha información completa sobre os principais indicadores numéricos e un cadro de mando, que permita manter o diagnóstico permanentemente actualizado e sirva como base para reformular as actuacións e adaptándoas as necesidades de cada momento.

Cadro de mando do sector audiovisual galego					
Variable		Data	Galicia	España	CMI 1998-2003 en Galicia
Facturación	Produción	2003	64.321.669,72	n.d.	25,20%
	Servizos auxiliares	2003	31.903.996,03	n.d.	11,49%
	Distribución e exhibición	2003	20.376.922,32	n.d.	16,49%
	Televisión	2003	44.925.207,86	n.d.	13,94%
Emprego	Produción	2003	1.002,92	n.d.	18,61%
	Servizos auxiliares	2003	270,40	n.d.	3,91%
	Distribución e exhibición	2003	193,55	n.d.	29,09%
	Televisión	2003	853,32	n.d.	4,37%
Número de empresas	Produción	2003	208,00	n.d.	16,04%
	Servizos auxiliares	2003	66,00	n.d.	10,16%
	Distribución e exhibición	2003	37,00	n.d.	7,05%
	Televisión	2003	41,00	n.d.	6,11%
Facturación total		2003	161.527.795,93	n.d.	14,58%
Resultado total		2003	12.296.126,25	n.d.	26,07%
Emprego total		2003	2.320,19	n.d.	4,72%
Número de empresas		2003	352	n.d.	10,24%
Facturación media		2003	819.938,05	n.d.	6,73%
Facturación por empregado		2003	69.618,35	n.d.	7,94%
Resultado medio		2003	34.932,18	n.d.	3,83%
Resultado por empregado		2003	5.299,62	n.d.	19,94%
Plantilla media por empresa		2003	6,59	n.d.	-4,55%
Recadación nas salas de exhibición comercial		2003	24.623.029,27	639.431.184,27	8,81%
Espectadores nas salas de exhibición comercial		2003	5.576.827	137.472.001	1,79%
Número de cines		2004	57	1.135	-4,64%
Número de pantallas		2004	202	4.388	3,61%
Butacas		2004	32.716	1.468.473	n.d.
Recadación por pantalla		2003	121.896,18	145.722,69	5,24%
Recadación por cine		2003	431.982,97	563.375,49	19,27%
Habitantes por pantalla		2004	14.403,06	9.888,00	-2,07%
Pantallas por cine		2004	3,54	3,89	11,46%
Recadación por buta		2003	752,63	435,44	n.d.
Asistencia media		2004	29.188,10	31.923,10	-0,63%
Gasto medio per cápita en cine		2003	8,95	15,40	8,57%
Frecuencia anual per cápita		2004	2,10	3,35	2,25%
Precio medio da entrada		2003	4,42	4,65	6,33%
Consumo diario medio de TV		2004	189,00	218,00	-0,26%
Fogares con recepción da TV a través de cabo		2004	12,33	10,84	45,92%
Fogares con DVD (%)		2004	36,26	46,36	144,32%
Acceso a Internet (usuarios do último mes) (%)		may-05	27,20	33,60	141,14%
Acceso a Internet por ADSL (%)		2004	22,11%	34,27%	17,24%
Audiencia da TVG		2004	17,30		-0,63%

Fonte: Elaboración propia

Nota: Para os datos disponibles no 2004 ou o 2005 o crecemento medio interanual (CMI) está calculado sobre 2004/1998 ou 2005/1998, según o caso.

O dato de crecemento de Fogares con recepción da TV a través de cabo é de 2004/2003

O dato de crecemento de Fogares con DVD é de 2004/2002

O dato de crecemento do Acceso a Internet por ADSL é de 2004/2003
A recadación por butaca é orientativa, por ser o dato de butaca do 2004

I.I.I Principais liñas de futuro

No *Libro branco* establécense as grandes liñas de actuación nos aspectos clave para a competitividade deste sector:

- **Ámbito normativo e ordenación do sector:** regulación das novas canles televisivas, medidas para a protección da propiedade intelectual, posta en marcha do Observatorio do Sector Audiovisual, o rexistro de empresas, a regulación dos contidos e a posible posta en marcha dun Consello do Audiovisual de Galicia.
- **Medidas para a promoción do sector e o achegamento á sociedade.**
- **Comercialización e acceso a novos mercados:** potenciar as ferramentas para contar cunha análise de mercado adaptada ás necesidades empresariais, potenciar a imaxe de marca do sector audiovisual galego ou accións para o acceso a novos mercados.
- **Fomentar o consumo do audiovisual utilizando este medio como canle para a educación e a cultura,** con especial énfase na preservación da nosa identidade cultural e lingüística.
- **Dotación de infraestruturas, servizos e coñecemento estratéxico para o sector;** mediante actuacións, como a Cidade da Imaxe, actividades de observación para a optimización dos medios xa existentes ou a ordenación das redes de telecomunicación.
- **I+D+I e novas tecnoloxías;** fomentando a innovación en procesos e produtos, con especial énfase nas novas tecnoloxías, como Internet, ou as relacionadas coa televisión dixital.
- **Capital humano;** con medidas para axear oferta e demanda neste mercado laboral ou plans de formación continua e reciclaxe profesional orientadas ao persoal que xa integra o sector.
- **Financiamento e política de axudas,** para apoiar as empresas na busca do financiamento máis axeitado a especificidade do produto audiovisual, mantendo e potenciando o esforzo que a Administración xa ven realizando.
- **Apoio á creación de obras e produtos audiovisuais,** incidindo en aspectos como as coproducións, medidas para fomentar a creación audiovisual en xeral e, de modo moi especial, o fomento de contidos multimedia e multiplataforma.
- **Políticas para potenciar a animación e multimedia,** no que Galicia está a alcanzar significativas cotas de especialización, obtendo resultados no ámbito nacional e internacional.
- **Medidas para a potenciación da difusión das obras audiovisuais,** en especial das televisións autonómica e locais.

I.I.II Estrutura do Libro Branco

O *Libro branco* está integrado por 10 capítulos. No documento, ademais da parte introdutoria e de presentación, inclúense dous grandes bloques de apartados: os capítulos 2, 3, 4, 5, 6 e 7 dedícanse á análise de situación e os capítulos 8 e 9 ao diagnóstico e establecemento das principais liñas de actuación.

Análise do sector audiovisual

O capítulo 2 do Libro Branco aporta unha visión xeral de cales son as principais tendencias do mesmo a nivel tecnolóxico.

No capítulo 3 inclúese a análise económica, a partir dos datos oficiais correspondentes aos últimos nove anos, información que foi recompilada de forma específica para este traballo e como base para as actualizacións que se pretenden realizar a partir de agora. Así mesmo, completouse a información oficial, mediante realización de

enquisas ás empresas, para poder presentar información de carácter analítico en función do tipo de actividades que desenvolve cada unha delas ou dos subsectores que integran o audiovisual galego.

Nos capítulos 4 5 e 6 ofrécese a panorámica descriptiva dos diferentes subsectores: cine, televisión e outros ámbitos da produción entre os que destaca, pola súa importancia actual, a produción de animación.

A análise do cine en Galicia abórdase no capítulo 4, coa perspectiva da cadea de valor, incluíndo a produción de longas e curtametraxes, a distribución e a exhibición. O capítulo 5 dedícase ó ámbito da televisión, analizando a oferta de canles televisivas tanto no eido autonómico como local e a actividade de produción orientada ó medio televisivo, incluíndo a referencia ás tendencias que marcarán o futuro. O capítulo 6 abrangue o resto dos ámbitos da produción audiovisual: multimedia, animación, produción de vídeo, publicidade e servizos de apoio á produción, tales como localización e *casting*, posprodución, sonorización e dobraxe ou subministración e aluguer de equipos.

Tamén dentro deste bloque descritivo se considerou necesario facer referencia ao nivel de ordenación existente no sector, incluíndo no capítulo 7 unha descrición das institucións e asociacións que o artellan, o ámbito normativo, formativo e financeiro ou as actividades de promoción.

Diagnóstico e liñas de futuro

O capítulo 8 contén o diagnóstico do audiovisual galego. Nel recóllese, a xeito de síntese, unha recompilación dos principais feitos e tendencias analizados nos capítulos anteriores. Con base na devandita información e nas contribucións ao longo do traballo dos axentes implicados, a diagnose estrutúrase arredor dos principais eixos temáticos de interese para o sector e preséntase unha síntese en forma de DAFO.

No capítulo 9 resúmense as principais propostas formuladas polo sector de cara ó futuro.

I.II METODOLOXÍA: UN ESFORZO PARTICIPATIVO

Detrás de cada un dos aspectos tratados ao longo do *Libro branco* existe un fundamento metodolóxico que se apoia na existencia dun enfoque ou modelo conceptual para a análise e un proceso de traballo fundamentalmente centrado na obtención e tratamento da información necesaria para o desenvolvemento dos distintos apartados.

Dende un punto de vista global, o rasgo que caracteriza o *Libro branco* no seu conxunto é a participación de tódalas instancias relacionadas co audiovisual en Galicia e o manexo de moitas e variadas fontes de información, tal como se recolle na bibliografía. Polo que antinxe á participación, os feitos máis significativos son os seguintes:

- Seguimento do traballo pola Comisión Sectorial do Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual de Galicia.
- Validación da metodoloxía por parte da Comisión Especializada.
- Presentación da metodoloxía ante o Pleno do Consello Asesor.
- Presentación das conclusións parciais do Libro branco no Congreso do Audiovisual.
- Realización de enquisas para recoller aspectos relativos ao diagnóstico e ás liñas de actuación.
- Convocatoria de mesas de traballo abertas á totalidade do sector, coa participación dos principais axentes e empresas de todos os subsectores.
- Celebración dunha derradeira mesa de traballo, de validación das conclusións do Libro branco.

As fases seguidas no desenvolvemento do traballo móstranse no seguinte cronograma:

Cronograma de actividades do Libro Branco do Audiovisual en Galicia (2004/2005).												
Actividades	Ago	Set	Out	Nov	Dec	Xan	Feb	Mar	Ab	Mai	Xuñ	Xul
Revisión bibliográfica e análise dos traballos previos	█											
Deseño e avaliación da metodoloxía	█	█										
Actualización da base de datos			█	█	█							
Elaboración e avaliación do prediagnóstico			█	█	█	█						
Recompilación dos datos económico-financeiros			█	█	█	█	█					
Definición dos indicadores			█	█	█	█	█					
Actualización dos indicadores			█	█	█	█	█	█				
Enquisas e entrevistas aos axentes do sector					█	█	█	█				
Mesas de traballo para o deseño das liñas de actuación					█	█	█	█				
Redacción de contidos do Libro Branco			█	█	█	█	█	█	█			
Revisión do borrador do Libro Branco			█	█	█	█	█	█	█	█		
Maquetación											█	█
Edición de contidos na web do Observatorio do Audiovisual											█	█

Velaquí os aspectos máis destacables da metodoloxía que se empregou en cada área das que integran o Libro branco:

Estudo económico

O presente estudo pretende obter unha encadre xeral do audiovisual galego dende o punto de vista económico e unha visión de detalle das distintas actividades empresariais que o integran, incidindo nos factores determinantes da súa competitividade.

Cómpre advertir sobre a falla de estatísticas fiables: sectores tan atípicos como a televisión local, indicadores tan complexos como a facturación por venda e aluguer de películas de vídeo, ou os confusos e interesados datos das empresas de produción e servizos, así como as diferenzas existentes na elaboración dos presupostos das canles de televisión, esixiron un gran esforzo na labor de busca e contraste desa información.

O estudo está, xa que logo, condicionado pola dispoñibilidade de datos estatísticos. As limitacións, neste caso, son fundamentalmente de dous tipos: as derivadas do atraso na dispoñibilidade das informacións, que obriga en ocasións a deterse en 2003 ou mesmo en 2002; as que se refiren ao detalle da desagregación sectorial e espacial e os escasos datos dispoñibles no ámbito da empresa, sobre todo cando revisten a forma de empresario individual.

Para tentar paliar alomenos en parte estas deficiencias, os datos económico-productivos de cada unha destas compañías proceden das contas que anualmente remiten ao Rexistro Mercantil correspondente e recabáronse a través de Informa. Delas extraéronse datos de facturación, resultado, emprego, capital social, fondos propios e activo total, aínda que só foi posible nos casos en que revisten a forma de sociedades mercantís e cumpren ademais coa obriga de depositar as contas. Por esta vía obteríanse os datos económico-empresariais entre 1996 e 2003.

A maiores, confeccionouse un cuestionario para as empresas, co obxecto de recompilar, por unha parte, a información das que non teñen obriga de depositar contas no Rexistro Mercantil (empresarios individuais e outras formas de sociedade), e ademais dalgúns datos que non aparecen reflectidos na información contable das mesmas (destino xeográfico das vendas ou grao de temporalidade do emprego)². Ao peche do prazo marcado para a recepción de cuestionarios recibíronse 98 doutras tantas empresas e entidades do sector.

Para a confección da listaxe de axentes que conforman a poboación obxecto do estudo partiuse da *Guía de recursos do audiovisual* confeccionada polo CGAI, na súa última actualización dispoñible na Rede. Os datos desta

² Este cuestionario foi validado polos membros da Comisión Sectorial do Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual.

guía contrastáronse coa información achegada pola Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo. Ademais, tamén se rastrexaron outros ámbitos, como as listaxes de membros das asociacións AGAPI, AEGA ou o Cluster, os directorios de empresas Ardán ou Informa, a Film Comission de Galicia, palmarés de premios en festivais, noticias en prensa, etc.

A partir de toda esa información, elaborouse unha completa base de datos de empresas, así como de institucións, asociacións, entidades formativas, salas de exhibición ou cineclubes. Para o posterior tratamento dos datos, procedeuse á catalogación das 352 empresas detectadas segundo a actividade desenvolvida, de xeito que se confeccionou unha primeira clasificación como produtora, exhibidora e distribuidora, televisión e auxiliar. Ademais, quedou establecida outra clasificación posterior distinguindo tres categorías na produción (produtoras de cine, vídeo e televisión, de animación e de multimedia), dúas de servizos auxiliares (dobrax e sonorización e outros servizos), dúas de televisión (locais e autonómicas ou nacionais con espazo de desconexión), distribución e exhibición cinematográfica.

A cada unha destas empresas fíxoselle chegar a mediados de decembro de 2004 e por correo postal un sinxelo cuestionario co obxectivo de lograr a maior cantidade de información co menor custo en tempo e esforzo para a empresa enquisada. Co mesmo propósito puxéronse á disposición das empresas distintos medios para cubrir os datos —por vía postal, a través de fax, correo electrónico ou mesmo por vía telefónica—. Os datos solicitados eran dos dous últimos exercicios dispoñibles naquel momento (2002 e 2003).

Finalmente procedeuse polo equipo redactor á explotación estatística dos datos, de maneira que de entrada se elaboraron series temporais dende 1994 a 2003, malia que as carencias nalgúns casos obrigaron a desbotar os dous primeiros anos. Hai, sen embargo, algúnhas magnitudes, como os fondos propios ou o activo total, das que só se obtivo información a partires do ano 2000. Ademais, procedeuse á elección dunha mostra de empresas baixo o único criterio de selección da capacidade para completar a serie dos seus datos económicos dende 1996, que se utilizou para a estimación das taxas de crecemento global do sector.

Estudo do cine, televisión e outros ámbitos de produción

Dende o punto de vista dos produtos finais, na industria audiovisual existen, a grandes trazos, tres subsectores nitidamente diferenciados: o cinematográfico, o da televisión e vídeo e o da multimedia e a animación. Estes grupos de actividade manteñen entre eles relacións de interdependencia, polo que se di que conforman o que inicialmente se definiu como o sector audiovisual.

Entenderase por subsector cinematográfico o conxunto de empresas que producen, distribúen e exhiben longametraxes e curtametraxes de ficción. Polo tanto, este grupo estará conformado por empresas produtoras, distribuidoras e exhibidoras de cinema. Ademais, dentro da industria auxiliar do cine -entendendo como tal aquela infraestrutura empresarial especializada en ofrecer servizos ligados á produción cinematográfica- consideraranse incluídas tanto a sonorización e a dobraxe como o aluguer de equipos e outros servizos á produción e posprodución.

Por outro lado, entenderase por subsector de televisión o integrado por empresas que producen e/ou emiten sinais de televisión ata o usuario final, xa sexa en aberto ou codificadas e de pagamento. Polo tanto, están incluídas nese apartado as produtoras de programas e as cadeas ou redes de televisión que emiten en aberto, xa sexan nacionais con espazo de desconexión, autonómicas ou locais.

As fontes manexadas na recompilación de datos para estes capítulos foron, pola parte do cine, o *Boletín informativo* do ICAA, do Ministerio de Cultura, que ofrece abundante información tanto de espectadores e recadación como de pantallas e cines e, así mesmo, a *Base de datos de películas* confeccionada polo mesmo

departamento ministerial. De outra banda, os *Informes de comunicación* ou o *Libro branco da cinematografía e artes audiovisuais en Galicia* do Consello da Cultura Galega ofrecen unha información moi útil nos aspectos de distribución e exhibición en Galicia.

Para a parte da televisión, tomáronse datos tanto dos *Anuarios das artes escénicas, musicais e audiovisuais* da SGAE como das distintas edicións do *Anuario audiovisual* de EGEDA ou do *Anuario de Televisión* de GECA, ademais dos achegados pola medidora de audiencias Sofres. Na epígrafe de multimedia utilizáronse, por unha parte, as enquisas de uso das tecnoloxías da información e a comunicación (TIC) nos fogares do INE; os estudos de Rede.es sobre o emprego das novas ferramentas tecnolóxicas por parte dos españois, e os resultados do *Estudio General de Medio*. Para a publicidade, a principal fonte de información foi Infoadex. E ademais, en toda a parte descritiva do documento, aparecerá a Internet como medio acaído para acceder ás novidades na produción, ás aperturas de novos centros de exhibición, aos principais proxectos das empresas, etc. Tamén se tivo moi en conta a *Memoria do audiovisual galego 2003* da Consellería de Cultura.

Ordenación sectorial

Para a recollida de información sobre as asociacións e institucións do sector audiovisual galego e co obxecto de que esta fose o máis homoxénea posible, elaboráronse uns formularios que se lles fixeron chegar aos interesados a través de correo electrónico.

Ademais, a través de buscas en Internet ou en distintos boletíns oficiais confeccionáronse as epígrafes dedicadas ao marco normativo, á política de axudas ou ás actividades de promoción.

Diagnóstico e liñas de actuación

Son moitas as actuacións que se foron desenvolvendo nos últimos tempos tanto dende a iniciativa pública como dende a privada para potenciar o audiovisual galego. En paralelo, confeccionáronse diversos estudos para acadar un coñecemento actualizado e rigoroso sobre un sector que cada vez ten unha maior importancia tanto dende o punto de vista socioeconómico como no eido cultural e de proxección exterior de Galicia³.

A iniciativa pública e privada potenciaron o audiovisual galego

A partir da revisión das análises de situación levados a cabo na Comunidade Galega e en España, dispúxose dun primeiro documento de prediagnóstico, que sería validado coa Comisión Sectorial do Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual. Progresivamente, este documento foi avanzando no seu alcance e contidos, incorporando os feitos e tendencias de cada un dos principais subsectores e, sobre esas

bases elaborouse un documento de análise máis profunda e detallada.

Posteriormente, para a celebración das mesas de traballo, que tiveron lugar no hotel Porta do Camiño, en Santiago de Compostela, os días 21 e 22 de febreiro de 2005, establecéronse 4 grupos nos que se integraron os principais axentes sectoriais (empresas, asociacións, institucións, entidades de formación...) co fin de establecer unha dinámica de funcionamento na que se puidesen perfilar as principais liñas que definirán a estratexia de futuro.

Interesaba reunir un número suficiente de integrantes e cubrir as distintas actividades nas que se tiña interese. A ese fin confeccionouse unha lista inicial de asistentes, incluíndo representantes das principais asociacións e institucións, das entidades formativas con maior peso, das principais produtoras e dalgunhas de recente creación,

³ Entre estes traballos, destácanse os informes publicados sobre o audiovisual durante os últimos anos, estudos de necesidades formativas, traballos realizados dende as asociacións do sector e de modo especial a memoria e guía de recursos que periodicamente publica o CGAI.

expertos na a materia, etc. Ao tempo cursábase, por correo electrónico, unha convocatoria aberta a todas as empresas que figuraban na base de datos invitándoas á asistiren ás mesas de traballo.

A configuración dos grupos de traballo de cada unha das 4 mesas axustouse á cadea de valor sectorial, a partir da consideración do binomio mercado/tecnoloxía (cine e vídeo, televisión e multimedia, para incorporar en cada unha destas temáticas unha visión completa). En cada un dos grupos abordáronse os aspectos apuntados no diagnóstico, incidindo con maior profundidade naqueles que máis importancia tiñan para cada unha das actividades estudadas.

As mesas tiveron unha duración aproximada de 3 horas cada unha delas, e en total contou coa participación de 38 persoas, en representación de 36 entidades ou empresas diferentes. Ademais, estes paneis tiñan o carácter de validación de conclusións, para o cal previamente fíxoselle chegar a cada integrante dos grupos un resumo do diagnóstico sectorial e unha proposta de liñas de actuación. Durante a celebración das mesas, pedíuselle ós ponentes que se posicionasen sobre a documentación que previamente se lle fixera chegar de maneira que se constatase o seu grao de acordo co diagnóstico presentado e a súa opinión sobre a proposta de liñas de actuación que cumpriría desenvolver.

Con posterioridade, procedeuse á incorporación das observacións e suxestións dos asistentes e á confección de novas versións dos documentos de diagnóstico e propostas de futuro, que novamente se distribuíron entre os asistentes para unha segunda rolda de validación.

Por fin, tivo lugar unha derradeira mesa de traballo de validación e conclusión, que se celebrou o día 13 de maio de 2004 na Sa de Xuntas da Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, en Santiago de Compostela. Nela se buscaba recoller a opinión do sector en torno ás conclusións xerais que saíran das mesas de traballo, así como a posible achega dalgunha idea adicional que se poidera considerar relevante.

En torno a esas datas, o 18 de maio celebrouse unha mesa institucional cos representantes das Consellerías con competencias no eido audiovisual, a saber: Economía e Facenda; Innovación, Industria e Comercio; Educación e Ordenación Universitaria; Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais e, por suposto, Cultura, Comunicación Social e Turismo. O obxecto da convocatoria era contrastar con eles o alcance do Libro branco e especialmente as propostas de actuación.