

## Editorial 3

**Dr. Francisco-Javier GÓMEZ-PÉREZ**

Universidad de Granada. España. frangomez@ugr.es. <https://orcid.org/0000-0001-7539-1681>

**Dr. Domingo SÁNCHEZ-MESA-MARTÍNEZ**

Universidad de Granada. España. dsanchez@ugr.es. <https://orcid.org/0000-0003-2242-4421>

### Hibridaciones de la industria cinematográfica y el hipersector audiovisual-TIC [Editorial]

#### *Hybridisations of the film industry and the audiovisual-ICT hypersector [Editorial]*

#### 1. Introducción

El presente monográfico queremos dedicarlo *“in memoriam”* al Catedrático en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Granada, el Dr. D. **Jordi Alberich-Pascual**, fallecido el pasado 6 de febrero de 2023, quien dedicó gran parte de su investigación al estudio de la hibridación del audiovisual y las tecnologías de la comunicación audiovisual. Él, junto al Dr. D. Francisco-Javier Gómez-Pérez, había lanzado el *call for papers* del presente monográfico, dentro de las actuaciones de transferencia de conocimiento del proyecto financiado por la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía y por FEDER, Una manera de Hacer Europa / Proyecto (B-SEJ-370-UGR20) “La industria cinematográfica andaluza en el hipersector audiovisual-TIC: retos y oportunidades (CINATIC)”. Dicho proyecto ha financiado la traducción al inglés de los artículos de este monográfico, el cual ha sido coeditado junto al Dr. D. Domingo Sánchez-Mesa-Martínez.

El campo expandido de los medios de comunicación audiovisual -en especial el cinematográfico- se enfrenta, en la actualidad, a una larga serie de retos y oportunidades en los que están en juego su propia identidad histórica como tal (Gómez-Pérez, Higuera-Ruiz y Pérez-Rufí, 2022), por su integración en lo que se ha venido denominando en la última década el “hipersector audiovisual-TIC” (Gómez-Pérez, 2015). Ya no puede abordarse el cine contemporáneo si no es desde su hibridación plena con las tecnologías de la información y la comunicación (en adelante, TIC) en el marco de la nueva economía digital, que va más allá de lo que Castells (1998) vaticinaba como “sociedad de la información”, para convertirse en lo que hoy denominamos “sociedad red” o “sociedad digital” (Alberich-Pascual, 2015). En este contexto se constata cómo dicho modelo de sociedad-red constituye sin lugar a dudas uno de los pilares estratégicos para el impulso presente y futuro del propio sector audiovisual integrado de pleno en todos los niveles de la economía digital, que ha originado a su vez un nuevo modelo económico y social basado en la sostenibilidad y la productividad que nos ofrecen las TIC (Uriarte y Acevedo, 2018; Castells, 1998).

Los cambios aportados por la tecnología digital han roto las barreras entre los productores y los consumidores (Alberich, 2015), dado el crecimiento exponencial del número de emisores y receptores, cada vez más fragmentados y especializados, resultando una audiencia menos masiva y a la vez más proactiva, selectiva y crecientemente participativa (Jenkins, 2006) que demanda a la narración una experimentación en primera persona e incluso una participación en la construcción misma del relato (Sánchez-Mesa, 2019), en ocasiones de modo colaborativo (*crowdsourcing*) (Alberich-Pascual y Sánchez-Mesa, 2022); tendencia que viene a unirse a la emergencia de un nuevo paradigma

transmedial con la proliferación de narrativas distribuidas en distintos medios y la intensificación de la hibridación intermedial a través de adaptaciones múltiples que han implicado al cine, el *webdoc*, el teatro, la realidad virtual (RV) y aumentada (RA), la novela y la literatura electrónica, las series de televisión, el periodismo, los juegos de rol, los videojuegos... y un largo etcétera de géneros y medios, en su creación, producción, distribución y consumo (Sánchez-Mesa y Alberich-Pascual, 2022).

## 2. Retos y oportunidades de la industria cinematográfica en el hipersector audiovisual-TIC

Este monográfico, *Hibridaciones de la industria cinematográfica y el hipersector audiovisual-TIC*, recoge 4 artículos de las 13 propuestas que llegaron inicialmente, de las que 9 pasaron a revisión por pares. El resultado es la publicación de diferentes estudios que analizan algunos profundos cambios en curso que la creciente hibridación de la industria cinematográfica y el hipersector audiovisual-TIC ha promovido en los procesos de producción, distribución, exhibición y comercialización cinematográficos como consecuencia de la omnipresencia del *software* en la cultura mediática contemporánea (Manovich, 2013).

En el primero de los artículos, Milagros Expósito-Barea y Luis Navarrete-Cardero presentan la investigación **La Realidad Aumentada como herramienta turística. Caso de estudio de la aplicación CulturAR de Priego de Córdoba**, donde ponen en valor el uso de la RA en la difusión del patrimonio cultural y el impulso del turismo digital, centrándose en cómo esta hibridación audiovisual-TIC ofrece a la cadena de valor turística el poder de la "experiencia" simulada o aumentada, algo que puede hacer crecer el número de visitantes de estos entornos patrimoniales. El segundo de los trabajos, **Diseño, realización y postproducción de webdoc**, escrito por Juan-Ángel Jódar-Marín y Mario de-la-Torre-Espinosa, aborda el reto de hacer una propuesta metodológica de introducción académica a la producción de *webdocs*, donde los autores del trabajo desarrollan, desde la propia experiencia profesional y docente, una guía para la creación y producción de *webdocs* con toda una serie de especificaciones técnicas y creativas de enorme utilidad tanto para futuros creadores como para el análisis y valoración crítica de estas producciones. **El cine de no ficción en Andalucía: revisión y análisis de la producción contemporánea de largometrajes cinematográficos documentales (2018-2022)**, de Juan-José Feria-Sánchez, ofrece un mapeo de la producción de largometrajes de no ficción en Andalucía, en un período muy concreto, marcado por los cambios legislativos en materia audiovisual, mostrando una "foto fija" a través de gráficos y mapas que permiten geolocalizar los nodos de producción de documentales en la región. Por último, Antonio Castro-Higueras y José-Patricio-Pérez Rufí, con **Canal Sur como motor de la producción de cine en Andalucía: evolución hasta la era de las plataformas de vídeo bajo demanda**, presentan un estudio donde cuantifican la posible dependencia del sector de la producción de cine andaluz respecto al operador público. Si Canal Sur, en casi cuatro décadas de historia, se había convertido en el principal motor de la producción de cine andaluz, en los últimos años hemos asistido a un cambio de tendencia donde se ha reducido el número de títulos producidos por la televisión pública, a favor de otros operadores y plataformas OTT privadas.

Concluimos con el convencimiento de que los trabajos aquí recogidos son aportaciones interesantes sobre los retos y oportunidades que el hipersector audiovisual-TIC tiene por delante. Agradecer a la *Revista Mediterránea de Comunicación* que haya permitido al Proyecto CINATIC abordar la edición de este monográfico que, de algún modo, viene también a reivindicar **el legado investigador de nuestro compañero Jordi Alberich-Pascual**.

## 3. Referencias bibliográficas

Alberich-Pascual, J., y Roig-Telo, A. (eds.) (2005). *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. UOC.

Alberich-Pascual, J. (2015). Del sector audiovisual al sector multimedia: retos y oportunidades. En F. J. Gómez Pérez (Coord.). *Políticas de impulso a las industrias audiovisuales*. Editorial Comunicación Social.

Alberich-Pascual, J., y Sánchez-Mesa Martínez, D. (coords.) (2022). *Transmedialización y Crowdsourcing en la cultura mediática contemporánea*. Editorial Universidad de Granada.

Castells, M. (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Alianza.

Gómez Pérez, F. J. (Coord.) (2015). *Políticas de impulso a las industrias audiovisuales*. Editorial Comunicación Social.

Gómez-Pérez, F. J., Higueras-Ruiz, M. J. y Pérez-Rufí, J. P. (2022): El hipersector audiovisual-TIC como vector de la economía digital: el caso andaluz. En VV.AA. *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente*. Dykinson.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. A&C Black.

Sánchez-Mesa, D. (ed.) (2019). *Narrativas transmediales. La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*. Gedisa.

Sánchez-Mesa Martínez, D., y Alberich-Pascual, J. (eds.) (2022). *Transmedialización & Crowdsourcing*. Tirant lo Blanch.

Uriarte, L. M. y Avecedo, M. (2018). Sociedad Red y transformación digital: hacia una evolución de la consciencia de las organizaciones. *Economía industrial*, 407, 35-49.

