

Primero de todo **AGRADECER a todos los ponentes y participantes** de esta jornada con motivo de la **Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea y al Ministerio de Cultura y Deporte** y sus miembros por colaborar en este acto

EL OBJETIVO DE LA JORNADA ha sido poner en valor de “**La radio como una gran industria cultural y creativa**” y poner de manifiesto la asimetría tan grande que hay entre la importancia de la Radio para la sociedad y el segundo o tercer plano que ocupa en la atención de organismos y reguladores

Hemos tratado diversos temas de gran importancia, que conceden a la radio el valor que representa como medio y que trato de sintetizar como cierre de la jornada **EN 4 GRANDES CONCEPTOS:**

1. CONSIDERACIÓN DE LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL, CREATIVA Y DE VANGUARDIA. –

1.1 COMO INDUSTRIA CULTURAL, Ya existe un reconocimiento explícito de la radio como industria cultural por organismos internacionales y nacionales como la ONU, la UNESCO, la OMPI, la Unión Europea y por el Ministerio de Cultura y Deporte.

1.2 COMO INDUSTRIA CREATIVA: La Radio en España, somos actualmente los **mayores creadores y generadores de contenidos,**

- **Producimos contenidos originales 24 horas-365 días al año.**
- **Tanto en el ámbito nacional como en local** (tenemos centros de creación de contenidos en cada ciudad de España)
- En una variedad de **formatos adaptados a la demanda de nuestros usuarios:** programas de radio, Podcast radiofónico, contenidos digitales, vídeo.
- Y Además desde la radio **realizamos una labor permanente de apoyo y divulgación del talento y la cultura**

1.3 COMO INDUSTRIA DE VANGUARDIA: La radio es un medio en constante innovación y evolución. Durante casi 100 años de vida, nos hemos ido **adaptando a la distribución teconológica,** a la **Multiplicación de dispositivos,** a la **Multiplicación de plataformas, de consumo** y a los **nuevos formatos** y estamos hoy en día con éxito en todas ellas. Es un medio realmente híbrido.

Demandamos más consideración y Apoyo por parte de las instituciones y organismos

2. LA RADIO COMO TITULAR DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

2.1 **Somos creadores de contenidos y por tanto titulares de derechos:**

- En el ámbito de explotación tradicional de la emisión
- En los nuevos modelos de explotación digital e interactivo
- y en los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos.
- La radio debe ser considerada como obra colectiva al igual que ocurre por ejemplo con los periódicos.

2.2 Aspiramos y defendemos la obtención de un **tratado internacional de la OMPI para la radiodifusión en internet.**

2.3 Respaldamos la importancia de establecer una regulación que nos proteja contra la piratería.

2.3 Con la irrupción de la IA, alertamos y defendemos la necesidad de **autorización previa y remuneración económica a la radiodifusión** como titular de derechos, por el entrenamiento de sus contenidos por parte de las empresas de Inteligencia Artificial. Destacamos aquí el **riesgo específico que supone la clonación de voces y contenidos** sin el consentimiento y control explícitos

3. LA RADIO COMO USUARIA DE DERECHOS DE PI.

Como usuarios de derechos de P.I, **defendemos que el cambio tecnológico o de dispositivo de consumo no tiene que llevar aparejado una subida de los precios de las licencias.** Es decir, reclamamos una suerte de “neutralidad tecnológica”.

Asimismo, para la explotación digital es necesario evolucionar hacia un modelo de gestión colectiva que haga posible el modelo de gestión y explotación.

4. EL COMPROMISO DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y SU DESTACADA APORTACIÓN A NUESTRA SOCIEDAD

4.1 **Contribuimos de una manera relevante a la sostenibilidad democrática.** Somos el medio con mayor credibilidad. Proponemos que la inversión en publicidad en nuestras radios sea considerada a efectos de objetivos de ESG de las empresas que se anuncian.

4.2 **También Somos un medio de acceso UNIVERSAL Y GRATUITO** a la información, entretenimiento, el deporte, la cultura y la música.

4.3 Realizamos una importante **función de integración social** (llegamos a todos los rincones del territorio, afrontando el problema de la España despoblada), **y de compañía** diaria a millones de personas (problema social de la soledad no deseada).

4.4 Contribuimos a la **cohesión y vertebración territorial**, llevando y trayendo las voces a todos los lugares del territorio

Agradecemos de nuevo toda la participación y esperamos que la jornada haya servido para entender mejor la **Radio como la gran Industria cultural y creativa** que sin duda es y pedimos abrir todas estas líneas de trabajo con el Ministerio de Cultura y Deporte, y con los Organismos internacionales y Europeos que lo regulan