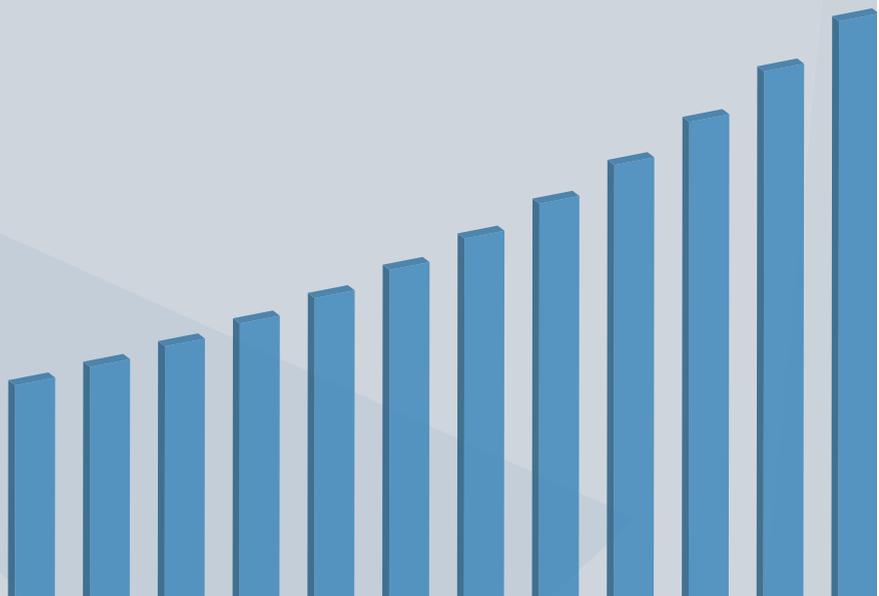


COMPROMISO AUDIOVISUAL
URUGUAY 2015-2020



COMPROMISO AUDIOVISUAL

URUGUAY 2015 - 2020

COMPROMISO AUDIOVISUAL 
U R U G U A Y 2 0 1 5 - 2 0 2 0

A continuación se presenta el documento consensuado entre todos los agentes vinculados al sector audiovisual desarrollado desde el 28 de mayo hasta el 28 de agosto de 2014 y firmado el 4 de setiembre del mismo año.

Este documento no es el final del proceso, sino un plan de trabajo para un desarrollo efectivo del sector.

Montevideo, agosto de 2014

Equipo redactor

Florencia Abbondanza, Gustavo Buquet, Fernando Epstein, Marta García, Adriana González, Luis González, Gonzalo Hernández, Rodrigo Márquez, Inés Peñagaricano, Gisella Previtali, Esteban Schroeder, Sabrina Silva

Corrección

Gabriela González

Compilación

Marta García

Diseño y diagramación

Beatriz Pérez

Coordinación General Compromiso Audiovisual 2015-2020

Adriana González, Inés Peñagaricano (ICAU),
Gisella Previtali (OLM),
Esteban Schroeder, Mariana Secco (ASOPROD)

Coordinación ejes

Javier Palleiro, Inés Peñagaricano, Martín Ubillos (Producción)
Fernando Epstein, Gonzalo Hernández, Gabriel Massa, (Distribución, exhibición y circulación de contenidos)
Ricardo Casas, Sabrina Silva (Formación de públicos)
Mariel Balás, Julio Cabrio, Inés Peñagaricano (Patrimonio)
Florencia Abbondanza, Gonzalo Hernández (Formación técnico-profesional)
Luis González, Gisella Previtali (Posicionamiento internacional)

Coordinación y comunicación

Marta García

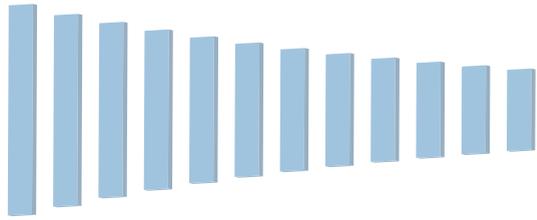
Producción

Bruno Antúnez, Tatiana Burgos, Andrea Franzini,
Gabriela González, Eliana de Santis, Alejandro Seijas

Diseño gráfico

Ángela Viglietti

1. Prólogo	9
2. ¿Por qué el Compromiso Audiovisual?	11
3. Proceso de trabajo	15
4. Ejes estratégicos	
4.1- Distribución, exhibición y circulación de contenidos	21
4.2- Producción	36
4.3- Posicionamiento internacional	49
4.4- Formación de públicos	62
4.5- Formación técnico-profesional	76
4.6- Patrimonio	84
5. Proyectos transversales	
5.1. Observatorio Audiovisual	93
5.2. Promoción del Audiovisual Nacional	97
6. Fortalecimiento institucional	
6.1. Fortalecimiento del ICAU	101
6.2. TV pública	111
7. Cinemateca Uruguay	121
8. Programas	123
9. Conclusiones	139
10. Compromiso Audiovisual 2015-2020	143
11. Anexos	
Plan de trabajo de Patrimonio	147
Cinemateca 2020	155
Glosario de siglas	167



1. PRÓLOGO

Desde la Coordinación General de Compromiso Audiovisual 2015-2020 queremos hacer explícito aquí nuestro agradecimiento por la participación y el compromiso mostrado durante estos tres meses, en los que se ha llegado a consensos concretos para ser desarrollados desde hoy y durante los próximos cinco años, los cuales supondrán un verdadero crecimiento de la actividad audiovisual.

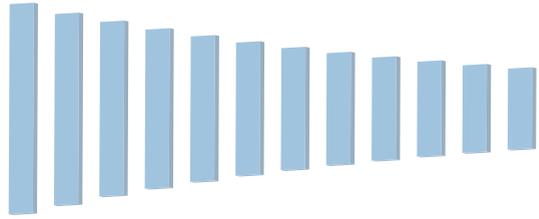
Les ofrecemos aquí el resultado del esfuerzo y el trabajo de 300 participantes pertenecientes a la sociedad civil y entidades vinculadas al sector: 14 programas que abordan los seis ejes estratégicos —producción, distribución, exhibición y circulación de contenidos, patrimonio, posicionamiento internacional, formación de públicos y formación técnico-profesional. Estos 14 programas se han propuesto la tarea de mirar lejos y se proyectan con el 2020 como primer horizonte, pero es necesario focalizar en el camino, y en ese recorrido la urgencia manda. Si bien habrá que esperar para la concreción de algunas metas, el plan de contingencia no puede posponerse y ya comenzó.

A la vez, agradecemos especialmente a las autoridades que nos han abierto sus despachos para escuchar y validar las propuestas que se consensuaban en las mesas de trabajo. El sector también precisa de una confianza política para impulsarse en sus dos dimensiones —cultural e industrial— y sus múltiples incidencias en la sociedad. Una confianza que trace un camino hacia una política pública sectorial específica, reconociendo la actividad audiovisual como trascendental para el desarrollo social del país.

No obstante, el resultado de este proceso no son solo los 14 programas: el proceso en sí mismo es un resultado. En estos tres meses nos hemos fortalecido: nos hemos encontrado nuevamente, algunos nos hemos conocido, hemos compartido las debilidades, colectivizado las amenazas, intercambiado las fortalezas y analizado las oportunidades. Nos hemos proyectado, hemos debatido, hemos discutido, hemos dialogado y hemos sabido encontrar estrategias comunes. Y un sector proactivo y dispuesto al diálogo no puede tener otro destino que el crecimiento.

A continuación encontrarán los documentos generales de todo este proceso que ha sido refrendado por los Ministros y todas las autoridades y entidades participantes del proceso, así como adherida por todas aquellas personas y organismos que así lo han querido.

Gracias y sigamos trabajando por el Compromiso Audiovisual Uruguay 2015-2020.



2. ¿POR QUÉ EL COMPROMISO AUDIOVISUAL?

El proceso del Compromiso Audiovisual 2015-2020 surge como respuesta al momento que atraviesa la actividad audiovisual nacional y lo concebimos como una forma de asumir la responsabilidad y los desafíos de nuestro tiempo. Nos enfrentamos hoy a dos realidades audiovisuales. Por un lado existen indicadores que dan cuenta del crecimiento y el enorme potencial de desarrollo del sector. La sociedad uruguaya ha logrado tener su propio cine haciendo realidad un sueño que para algunos parecía una quimera y que en la actualidad es una realidad innegable; forjada del encuentro de esfuerzos públicos y privados, en Uruguay se ha venido generando una incipiente industria audiovisual que además de creaciones produce cultura, genera empleo, brinda servicios, exporta talentos y posiciona internacionalmente al país. Pero frente a este buen estado de salud, son varias las preocupaciones que se abren ante las señales que muestran las dificultades para consolidar estos logros y favorecer un mayor crecimiento. Son esas dificultades a las que respondemos desde aquí con propuestas consensuadas y efectivas.

La producción audiovisual nacional creció en la década de los noventa a partir de algunas herramientas como la creación del FONA, Tevé Ciudad, Oficina de Locaciones Montevideanas (OLM) y Programa Montevideo Socio Audiovisual, así como la participación uruguaya en el Programa Ibermedia. Cada uno de estos logros tuvo un gran significado para los productores del audiovisual nacional y constituyó un antecedente para la confirmación de la Ley de Cine y Audiovisual (Ley 18.284), creada en el año 2008, con una partida de 25 millones de pesos al año para apoyar proyectos en distintos eslabones de la cadena audiovisual.

Desde la creación de la Ley de Cine se han implementado otro tipo de medidas de desarrollo del sector, como el Cluster Audiovisual, la creación de la Uruguay Film Commission & Promotion Office (UFCPO) y el decreto de exoneración de IVA para algunas actividades: coproducciones de cine y televisión y exportación de servicios de producción publicitaria. Asimismo, más recientemente, la implementación del Consejo Sectorial TIC por iniciativa del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), donde ha tenido relevancia la inclusión del sector audiovisual, la integración a los consejos de salarios y un creciente acercamiento de la televisión pública al fomento de la producción de contenidos.

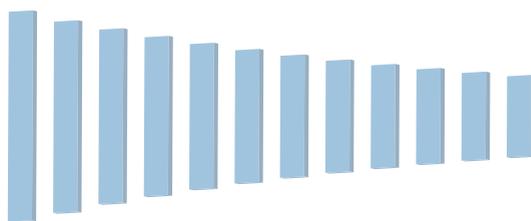
Todos estos antecedentes representan los primeros pasos para el desarrollo de la actividad audiovisual en su dimensión cultural y económica. En nuestras manos está el seguir construyendo para que ese progreso sea efectivo.

El proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) supuso una fértil instancia de debate en la sociedad uruguaya a través de un modelo participativo donde todas las voces tuvieron la oportunidad de ser escuchadas. La sola existencia de este debate tuvo una importancia insoslayable en la participación y la reflexión ciudadana sobre estos temas. La necesidad de una normativa que se ajuste a las nuevas condiciones de la comunicación audiovisual en un Uruguay que pretende estar a tono con los cambios locales y globales que ocurren en este ámbito de la vida social, es cada vez más fuerte.

Si bien el mencionado proyecto aporta en cuatro áreas bien definidas, que son el derecho de los ciudadanos y el derecho de las empresas de servicios de comunicación audiovisual, un nuevo diseño institucional, las obligaciones de las empresas de servicios de comunicación audiovisual y la promoción de contenidos nacionales, es en esta cuarta área en donde la aprobación de la Ley permitiría potenciar el alcance de las propuestas desarrolladas en el Compromiso 2015-2020.

El establecimiento de un marco normativo que permita condiciones que favorezcan el espacio de desarrollo de la industria audiovisual resulta importante para el sector en particular, pero también para el país en general en virtud del aporte cultural y económico de esta actividad.

Nuevos estímulos a la producción televisiva, especialmente a la ficción, creando condiciones favorables para permitir el crecimiento de los productos audiovisuales televisivos que promuevan la identidad y la cultura propia, son elementos relevantes en el fortalecimiento de la televisión nacional, que es uno de los temas trabajados en este Compromiso Audiovisual 2015-2020. La aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sería un hito histórico hacia el desarrollo de una industria nacional competitiva y posicionada internacionalmente.



3. PROCESO DE TRABAJO

El proceso Compromiso Audiovisual 2015-2020 se inició el 28 de mayo de 2014 a iniciativa del Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU), la Oficina de Locaciones Montevideanas (OLM) y la Asociación de Productores y Realizadores del Uruguay (ASOPROD) en un acto de apertura en la Sala de Actos de la Torre Ejecutiva de Presidencia de la República. Este evento contó con la participación del Ministro de Educación y Cultura, Ricardo Ehrlich, la Ministra de Turismo y Deporte, Liliam Kechichián, y el subsecretario del Ministerio de Industria, Energía y Minería, Edgardo Ortuño. Todos ellos coincidieron en la necesidad de continuar impulsando el sector audiovisual.

El acto tuvo una amplia concurrencia —unas 160 personas vinculadas al sector desde el ámbito público y privado— y fue el puntapié inicial para el desarrollo del proceso de trabajo. Puesto que se pretendía construir un proceso verdaderamente participativo, en esa instancia de apertura se habilitó un espacio para que personas interesadas pudieran integrarse incluyendo sus datos de contacto para recibir las informaciones y convocatorias. De esa manera, se consiguió convocar a un núcleo transdisciplinario e intergeneracional para asegurar la diversidad y enriquecer los encuentros, que incluía a toda la cadena: instituciones públicas, agentes decisores, productoras, técnicos, estudiantes, docentes, exhibidores, distribuidores, críticos, periodistas especializados, gestores de muestras y festivales, canales de televisión y nuevas plataformas.



Para proponer un desarrollo integral del sector y para facilitar el proceso, se identificaron seis ejes temáticos: producción; distribución, exhibición y circulación de contenidos audiovisuales; formación de públicos; posicionamiento y ampliación de mercados; formación técnico-profesional; patrimonio. Para coordinar cada uno de ellos se formó una dupla público-privada, y una comisión de trabajo de doce personas que lideró el desarrollo de los seis ejes. Por su parte, el núcleo de coordinación general, integrado por cinco personas en representación de las entidades convocantes, se encargó de articular los avances desde una fotografía general, apoyado por un equipo de comunicación.

- **Trabajo por ejes**

Las primeras plenarios se desarrollaron durante seis días en el Salón Azul de la Dirección Nacional de Industrias (DNI) del MIEM. Cabe destacar la participación activa que hubo en todos los encuentros, no solo por la presencia de 300 participantes de unas 150 instituciones, sino también por el diálogo e intercambio de propuestas con el objetivo de construir nuevas vías para el desarrollo del sector. Con el objetivo de facilitar dicha participación, la disposición de la sala se organizó de tal manera que la dinámica de interacción fuera factible. La concurrencia fue alta y heterogénea.



Durante estos primeros encuentros se propuso realizar un diagnóstico participativo por cada eje. Se prestó especial atención a las debilidades y las vías para su transformación en fortalezas, teniendo en cuenta el contexto general de oportunidades y amenazas. Se trataba, una vez más, de un espacio de intercambio colectivo del sector audiovisual nacional en torno a sus políticas públicas. Un común denominador estuvo presente en todas las reuniones: había consenso en la identificación de las debilidades. De esta forma, cada dupla propuso algunos puntos de partida y se discutieron las opiniones y propuestas en torno al estado de situación y las posibilidades efectivas a corto, mediano y largo plazo para el desarrollo del sector.

Finalizadas las plenarias, cada comisión desarrolló un plan de trabajo propio y continuó convocando a participantes interesados y necesarios para el proceso. Así, desde el 12 de junio, fecha en que finalizó la última plenaria, se realizaron al menos dos encuentros de trabajo generales y diversos bilaterales por eje, así como reuniones semanales de coordinación para avanzar en el diseño del documento final. Durante siete semanas, agentes públicos y privados trabajaron en torno a las fórmulas planteadas en las plenarias, mientras que la coordinación general hilaba las conexiones y validaba las propuestas en reuniones internas y encuentros bilaterales para su inclusión en el documento final, que a su vez estaba siendo diseñado. Así, se coordinaron encuentros con los Ministerios de Educación y Cultura (MEC), Industria, Energía y Minería (MIEM), Turismo y Deporte (MINTURD), y Economía y Finanzas (MEF), Dirección Nacional de Cultura (DNC), Consejo de Educación Secundaria (CES), Cinemateca Uruguaya, canales públicos y privados de televisión, e instituciones como la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) o Uruguay XXI, para revisar y evaluar la incidencia y perspectiva de las propuestas del proceso.



Entre el 4 y el 11 de agosto de 2014 se realizaron en el MEC las segundas plenarias por eje, en las que se analizaron los avances y acuerdos definidos en el proceso con miras a diseñar los planes de trabajo a incluir en el documento final, haciendo los respectivos ajustes que legitimaran las propuestas consensuadas. Durante las plenarias y hasta el 28 de agosto, el equipo redactor integrado por la coordinación del proceso desarrolló el documento final que incluye los acuerdos validados en las mesas de trabajo de cada eje y en las reuniones bilaterales con instituciones y autoridades. Dicho documento es un plan de trabajo para el próximo quinquenio y del mismo se extrajo una síntesis con el objetivo de que sea firmada simbólicamente el 4 de setiembre en el acto de cierre del proceso, en el Salón de Actos de la Torre Ejecutiva de Presidencia. Esa firma es un reflejo del compromiso de los agentes con el sector audiovisual nacional y da inicio a una nueva etapa.



- **Actividades paralelas**

En el marco del proceso se concretaron otras actividades y articulaciones, como fue el Taller Marca País orientado al sector audiovisual, que se desarrolló el 20 de agosto en la Sala Horacio Arredondo del MINTURD, a cargo del Grupo de Trabajo Marca País (CIACEX), o la presentación de los avances del eje de patrimonio audiovisual en el Encuentro de Archivos para la Historia Contemporánea y las Conferencias Ciudadanas Sumar celebradas los días 2 y 3 de setiembre de 2014 en la Sala Hugo Balzo del Auditorio Nacional del SODRE.

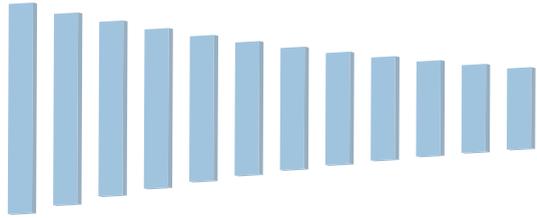
Por otro lado, Compromiso Audiovisual ha dialogado y se ha fortalecido con otro ámbito tripartito, el Consejo Sectorial TIC¹ y Audiovisual. Este proceso ha complementado el enfoque productivo de dicho Consejo con el abordaje cultural de la actividad audiovisual y ha redundado en enriquecer y profundizar ambas instancias. Durante el desarrollo del Compromiso, el MIEM anunció la instalación de un Consejo Sectorial específico para el Audiovisual.

Con el objetivo de socializar el proceso en el entorno audiovisual regional, la coordinación de Compromiso Audiovisual 2015-2020 realizó dos presentaciones, una el 29 de julio en el marco de la sexta edición del Doc Montevideo, encuentro documental de las televisoras latinoamericanas; y otra el domingo 17 de agosto durante el Festival Internacional Piriápolis de Película. En la primera instancia se desarrolló también una exposición sobre el balance y las perspectivas de los canales de televisión públicos nacionales TNU y Tevé Ciudad a cargo de sus directores Virginia Martínez y Martín Papich, respectivamente. Asimismo, durante todo el proceso se realizaron otras acciones de comunicación segmentadas, haciendo foco en las personas participantes. En este sentido, cabe destacar que la plataforma creada como contenedor de información fue visitada en más de 1.700 ocasiones en los tres meses de trabajo, no solo desde Uruguay sino también desde otros territorios (Venezuela, Argentina, Brasil, Chile Bolivia, Paraguay, México, Estados Unidos, Alemania, España), lo que señala el interés por el proceso especialmente a nivel regional, donde se viven de forma simultánea iniciativas similares ajustadas a cada contexto.

1. Los Consejos Sectoriales son ámbitos tripartitos de coordinación entre gobierno, trabajadores y empresarios para la definición de políticas sectoriales, enmarcados en el Gabinete Productivo.

300 PARTICIPANTES DE ENTIDADES PÚBLICO-PRIVADAS

A+ ESCUELA DE ARTES VISUALES	CINE MIRAMAR PIRIÁPOLIS	ENEC	MIEM	Red Salas MERCOSUR
AGESIC	CINE UNIVERSITARIO	ESTUDIO 9	MIGGEL E SUN	SALA SOC. AGROPECUARIA MELO
AGU	CINEDUCA	FONDOS FI	MINTURD	Salado Cine TV
ANI-SODRE	CINEMATECA URUGUAYA	GIRO	MONTELONA CINE	SEACUATICO
ANTEL	CÍRCULO URUGUAYO DE LA PUBLICIDAD	GREMIOCINE	MOVIE	Sede Salto UDELAR
ANTÍDOTO FILMS	CLACKTRACK	GRUPOCINE	MOVIECENTER	SHOPPING CENTRO
ARANER FILMS	CLAEH	GUAZÚ MEDIA	MRREE	SIGNIS URUGUAY
ASOCIACIÓN DE CRÍTICOS	COMISIÓN DIRECTIVA AMPLIADA DE LA FILM COMMISSION	HOPPE FILMS	MUESTRA DOCUMENTALES EN LA FRONTERA	SODRE
ASOPROD	COMPLEJO CULTURAL 2 DE MAYO	HTV3	MUSITELLI FILM & DIGITAL	SUA
BUENCINE	COMUNA CANARIA	ICAU	MUTANTE CINE	SUEKOFILMS
CADU	COOPERACIÓN INTERNACIONAL MEC	IENBA	NEPAL FILMS	TARKIO FILMS
CANAL 4	CORAL CINE	INTENDENCIA MALDONADO	OEI	TEATRO SOLIS
CANAL 10	CORDÓN FILMS	INTENDENCIA CANELONES	OLM	TEVE CIUDAD
CANAL 12	COYOTE	INTENDENCIA DEPARTAMENTAL FLORES	OMBÚ MEDIA	TNU
CANAL U	CUADRO FILMS	LA PRODUCTORA FILMS	ORIGAMI	TODOTV
CARMELO CINECLUB	DINAPYME	LA SUMA CINE TV	PLAN CEIBAL	UDELAR
CENTROS MEC	DINATEL	LATAM CINEMA	PLAN DENI	UDELAR
CEPPU	DIVERCINE	LAVORÁGINE FILMS	PNET - CECAP	UNESCO
CERO A LA IZQUIERDA	DOCMONTEVIDEO	LIFECINEMA	POZO DE AGUA	UNIVERSIDAD CATOLICA DEL URUGUAY
CES-BACHILLERATOS ARTISTICOS	ECU	LOCACIONES CANARIAS	PROANIMA	URUGUAY XXI
CFE- CINEDUCA	EFEECTO CINE	CFE	PROARTE	UTEC
CIDDAE	EGEDA URUGUAY	MEC	PROEXPORT	UTU
CINE DOLORES	EL ANDÉN	MEDIO & MEDIO FILMS	PUNTES	
CINE MERCEDES	EL CAMINO FILMS	MEF	RAINDOGS CINE	



4. EJES ESTRATÉGICOS

4.1. Distribución, exhibición y circulación de contenidos

4.1.1. Proceso de trabajo

La primera plenaria del eje distribución, exhibición y circulación de contenidos se realizó el 12 de junio en el Salón Azul de la DNI del MIEM, con una concurrencia alta y diversa. Esta reunión plenaria contó con la asistencia del Ministro de Educación y Cultura Ricardo Ehrlich, quien ofreció unas palabras de felicitación por la convocatoria y la alta participación del proceso, y animó a generar respuestas a la nueva etapa de desafíos para transformarlas en oportunidades.

Participaron agentes del ámbito de la distribución, exhibición y circulación de contenidos: Centro Cinematográfico del Uruguay, salas de cine del interior del país, plataformas itinerantes, canales de televisión públicos y privados, Cinemateca Uruguaya, Cine Universitario; agentes públicos: MEC, MIEM, Administración Nacional de Educación Pública (ANEP), ANTEL, intendencias, RECAM.

En este primer encuentro se propuso trabajar en torno a tres temáticas: circuito comercial de exhibición y nuevos espacios competitivos para el cine uruguayo, circuitos alternativos para la distribución y exhibición, y circulación de contenidos.

El circuito comercial de exhibición y nuevos espacios competitivos para el cine uruguayo se enmarca en un momento muy concreto de la historia de la exhibición: la implementación del pago del *virtual print fee* o tasa por copia digital (VPF). Paralelamente al desarrollo del proceso de trabajo, dicha implementación se estaba negociando entre las partes interesadas, por lo que se presentó y se explicó el nuevo panorama de cambio pero se decidió no continuar trabajando en la comisión en torno al tema, ya que trascendía su ámbito de decisión. En ese sentido, el escenario planteado fue de apertura y diálogo, ya que partes integrantes del Centro Cinematográfico del Uruguay decidieron aceptar el plazo solicitado por la coordinación de Compromiso Audiovisual para aplazar el cobro del VPF a las películas uruguayas hasta la determinación de posibles soluciones que no impactaran negativamente en el cine nacional.

En cuanto a los circuitos alternativos a la distribución en salas, se planteó la necesidad de coordinar la circulación de contenidos uruguayos y regionales en todo el territorio nacional. La distribuidora Buen Cine presentó un proyecto en marcha de exhibición

de cine nacional y regional en el circuito cultural de Montevideo (Cinemateca y Cine Universitario) otro lado, el ICAU explicó el proyecto de circulación de contenidos en salas a nivel nacional, que está previsto poner en funcionamiento en el segundo semestre de 2014. Esta iniciativa se ha fortalecido con la experiencia del ICAU como Coordinador de Programación Regional de la Red de Salas del Mercosur, dependiente del Programa Mercosur Audiovisual de la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM), que ya se viene implementando.

El 15 de julio se realizó una segunda reunión en la que se explicitaron las debilidades y fortalezas de la circulación de contenidos a nivel nacional y se estudiaron las posibilidades que aportaría una puesta en marcha coordinada de los distintos proyectos en carpeta.

Posteriormente, desde la coordinación de este eje se hizo circular un borrador de proyecto entre todas las partes implicadas, para recibir devoluciones. En forma paralela, las empresas promotoras del cine itinerante (Efecto Cine y Medio & Medio) plantearon una propuesta conjunta basada en su experiencia de llevar cine nacional a aquellos puntos en los que no existen salas de cine, que se enmarcaría en esta coordinación de circulación de contenidos. Las dos plataformas itinerantes hicieron referencia a los lugares del país en los que no existen espacios formales de exhibición de carácter cultural ni comercial.

Además de la circulación en salas, y atendiendo al estado del debate del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se optó por hacer foco en la circulación de contenidos en las diferentes ventanas (canales de televisión, nuevas plataformas). En este sentido, se desarrolló un diálogo entre las diferentes partes (canales de televisión privados y públicos, nuevos adjudicatarios, productores, ANTEL) en el que se propuso revisar la generación automática y exclusiva de derechos de emisión en los fondos públicos.

En cuanto a la circulación de contenidos en televisión, por la amplitud de las líneas de trabajo y su variedad de contextos, el tema se focalizó en el eje de producción y se trabajó de forma transversal, para lo que se realizaron encuentros concretos con las productoras de contenidos televisivos y canales de televisión para acercar las miradas y encontrar los puntos de conexión.

En la segunda plenaria, realizada el 5 de agosto en el MEC, se compartieron y ajustaron los avances. A esa fecha, la negociación en torno al VPF continuaba y no había un acuerdo cerrado, por lo que no se avanzó en el tema en esa instancia. Se decidió continuar trabajando en el proyecto de circulación de contenidos, integrando el circuito cultural de Montevideo, que definió su estrategia de tratar de forma privilegiada al cine uruguayo. Asimismo, se hizo referencia al capítulo transversal de promoción del cine nacional, para el que se plantearon, en las diferentes mesas de trabajo, propuestas sobre las que se debe continuar trabajando. Al tratarse de un ámbito en el que existen divergencias y conflictos de intereses, se decidió instaurar una mesa permanente de distribución en la que estuvieran todas las partes representadas para favorecer y coordinar el funcionamiento del escenario y sus reglas de juego.

4.1.2. Objetivo del eje

La distribución de cine y obras audiovisuales es el eslabón de la cadena que establece el vínculo entre el productor de contenidos audiovisuales y, entre otras, las salas de exhibición cinematográfica. El distribuidor diseña una estrategia e invierte en marketing y publicidad, elemento esencial para posicionar el producto de manera de atraer espectadores a las pantallas.

El cine nacional, y en general el cine independiente, compiten en desigualdad de condiciones con películas de alto presupuesto producidas por los estudios de Hollywood² y distribuidas por sus filiales, las que acaparan salas, disponen de las mejores fechas de estreno y están respaldadas por corporaciones que pueden efectuar altos gastos de promoción, lo que habilita a las políticas de protección y fomento que tienden a equilibrar esa desigualdad, en concordancia con los objetivos planteados en la Ley 18.068: Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO.

Por tanto, el objetivo de este eje es analizar la situación actual de la distribución de contenidos audiovisuales en Uruguay, profundizar en particular en la situación del cine nacional y el cine independiente, y buscar instrumentos que puedan posicionar a estas expresiones cinematográficas en las prioridades de los espectadores uruguayos.

4.1.3. Antecedentes y contexto actual

El mercado audiovisual uruguayo, tanto el cinematográfico como el televisivo, presentan una gran concentración en lo que hace a la distribución de contenidos, lo que conspira contra el derecho ciudadano de acceder a contenidos diversos y establecer sus opciones de consumo cultural.

El mercado de cine está fuertemente concentrado en un número pequeño de empresas, que privilegian la distribución de cine comercial estadounidense, concentrándose así también las opciones de la cartelera. A eso se le suma la centralización territorial de la exhibición en Montevideo, donde se encuentra la mayor cantidad de salas comerciales.

Una situación similar se observa en el mercado televisivo, con unas pocas empresas privadas que emiten en su mayoría contenidos extranjeros y una ausencia casi absoluta de ficción televisiva nacional, y una televisión pública resurgiendo pero con pocas herramientas para convertirse en una alternativa de peso en el mercado. En lo territorial, esa concentración también se da cuando limitantes tecnológicas impiden un acceso igualitario a los contenidos, lo que es especialmente grave en lo que hace a la emisión de televisión pública. Aun no existe regulación ni inversión que den certezas de que esta situación vaya a revertirse con el advenimiento de la televisión digital terrestre (TDT).

2. Columbia Pictures (Sony Pictures), 20th Century Fox (Fox Filmed Entertainment), Walt Disney Pictures (Buena Vista Motion Pictures Group), Warner Bros. Pictures (Warnes Bros. Entertainment), Paramount Pictures (Paramount Motion Pictures Group), Universal Studios (NBC Universal).

Todo eso redundando en una ausencia de hecho de oferta de contenidos de producción nacional en las distintas ventanas, ya que encuentran difícil su inserción competitiva en grillas y carteleras, y en la escasa o nula presencia de estos en localidades del interior del país.

El Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual de ICAU cuenta con un fondo de lanzamiento para películas nacionales apoyado económicamente por el BROU, pero que no llega a todas las películas, por lo que cada estreno nacional tiene enormes dificultades para su lanzamiento, y no se ha logrado insertar el cine nacional en el circuito comercial y en otros circuitos de forma sólida y sostenible. No se ha perseguido hasta el momento la construcción de una imagen de marca en un proceso acumulativo. Uno de los aspectos que no cuenta con financiación nacional es el marketing; los fondos destinados a lanzamiento no contemplan un porcentaje destinado exclusivamente a publicidad y estrategias de promoción.

Es difícil lograr que el espectador no perciba a las producciones nacionales como algo marginal o anecdótico en los circuitos de exhibición, cuando a las dificultades antedichas debemos sumar que las salas no siempre otorgan a las películas nacionales espacios centrales en la programación y en la ubicación de afiches, banners y trailers que permitan la suficiente visibilidad pública de estos productos.

A continuación se intentará ahondar y analizar esta situación de concentración a la que hacemos referencia.

En relación con el contexto actual de la distribución, exhibición y circulación de contenidos audiovisuales, es de orden detenerse en un conjunto de elementos claves: 1) el circuito comercial (conformado por los complejos multisalas, fundamentalmente ubicados en Montevideo, y una cantidad de unisalas que se encuentran distribuidas mayoritariamente en el interior); 2) el circuito cultural o circuito no comercial (conformado por algunas salas privadas y públicas distribuidas en Montevideo e interior, las llamadas pantallas itinerantes y la Red de Salas del Mercosur); 3) la situación de los fondos públicos con destinos vinculados a la exhibición; y 4) la televisión nacional considerada como espacio de exhibición de productos audiovisuales nacionales.

a. Circuito de distribución comercial

El llamado circuito comercial es un circuito orientado a la exhibición, distribución y circulación de contenidos cinematográficos con características de conformación que redundan en una muy fuerte presencia de productos cinematográficos de Hollywood.

- **Multisalas**

En Uruguay, tanto el circuito de la exhibición como el de la distribución son mercados con un alto nivel de concentración, y en general existe integración vertical entre exhibidores y distribuidores.

Así, los grupos de distribución son Life y Jelsi que distribuyen Fox y Columbia respectivamente, además de películas independientes; RBS que distribuye BVI (Disney) y Paramount/Universal; y Dispel que distribuye Warner. Por otra parte se encuentran ENEC, distribuidor de cine independiente, y Buen Cine, también distribuidor de cine independiente con menor cantidad de películas.

A su vez, Jelsi y Life son propietarios de los principales complejos de salas de exhibición. El primero tiene los cuatro complejos Movie, con 28 salas en total, y Life Cinemas es propietario de seis complejos con 23 salas en total. Por su parte, Grupocine tiene cuatro complejos con 11 salas en total.

Cuota de pantalla según película de Hollywood, independiente o nacional (año 2013, en miles de espectadores y USD)

Origen	Espectadores	USD	Estrenos
USA	2391104	14079133	143
Otros países	432453	2428088	52
Uruguay	75463	358587	11
TOTAL	2899020	16865808	206

Fuente: ICAU

Como se puede observar, la situación del mercado de la distribución y de salas dificulta la visibilidad del cine nacional, que no ha podido superar el 5% de los espectadores en los últimos años. Desde hace unos años la producción viene creciendo constantemente y uno de los principales problemas que tienen hoy las películas uruguayas es la falta de ofertas de canales de distribución y exhibición adecuados a las propias características de cada film.

Cuota de pantalla según película de Hollywood, independiente o nacional (año 2013, en % sobre el total)

Origen	Espectadores	USD	Estrenos
USA	82,00%	83,00%	69,00%
Otros países	15,00%	14,00%	25,00%
Uruguay	3,00%	2,00%	5,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: ICAU

También dentro del cine comercial, en el interior se encuentran dos pequeños grupos que poseen entre ambos siete salas. Además, existen 15 pantallas individuales situadas en diferentes localidades.³

3. Ver circuito de unisalas en el siguiente ítem.

Salas comerciales de exhibición cinematográfica según complejo

Grupo Cine	Complejos	Salas
Movie	4	28
Life Cinemas	6	23
Grupocine	4	11
Salas del interior	2	22
TOTAL	16	84

Fuente: ICAU

• VPF

Los principales complejos multiplex en Uruguay iniciaron el proceso de digitalización de las salas con inversiones propias. Pero luego, a partir de la propuesta global que los grandes estudios de Hollywood impusieron en la mayor parte de los países del mundo, implementaron un acuerdo de financiamiento de parte de la inversión realizada por el proceso de cambio tecnológico. Bajo esta propuesta, los grandes estudios financian parte de la inversión de la digitalización de las salas, y estas pagan un canon denominado VPF a través de sus distribuidoras. Pero al mismo tiempo se estaría obligando a las salas a cobrar el mencionado canon a todas las distribuidoras independientes que programaran películas en sus salas.

Esta situación plantea un cambio drástico en las reglas de juego para el circuito comercial tradicional que sin duda afectaría la circulación de contenidos nacionales y extranjeros independientes. La aplicación de estos contratos en Uruguay encarecería los estrenos de las películas nacionales, al tiempo que dificultaría la circulación de obras independientes de terceros países.

La dificultad para acceder a los contratos por parte de los distribuidores (previa firma de confidencialidad) no permite saber si los contratos ofrecidos a los independientes no son diferentes en cuanto a sus valores y condiciones generales. El tratamiento inequitativo podría generar mayores desigualdades de las existentes hasta el momento.

Se plantea que para que haya un ambiente comercial más saludable, se tendría que manejar toda la información existente sobre los contratos entre todas las partes del negocio. Y también se discute si la distribución de cine nacional debe ser reconocida como una situación particular por las majors y los exhibidores, y las condiciones y los valores del VPF deberían contemplarla.

En este sentido, hubo avances concretos durante los meses del proceso del Compromiso Audiovisual. El ICAU convocó a todas las partes involucradas y se inició una mesa de trabajo específica que finalizó con el acuerdo de no pago de VPF por parte del cine nacional. Paralelamente el Estado, representado por el ICAU y la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (Dinatel) del MIEM, y las empresas exhibidoras firmantes del acuerdo, continuaron trabajando en las condiciones

de llegada del cine extranjero independiente durante la vigencia del VPF. En ese sentido, se acordó que un cupo de tres películas por año y por distribuidor no paguen VPF (aproximadamente un 20%) así como tampoco se cobrará a las películas que se exhiban en los festivales organizados por el Estado. http://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/56629/1/carta_vpf.pdf

Por otro lado, y para mejorar el diálogo entre productores, distribuidores y exhibidores, y así optimizar la llegada del cine nacional a los uruguayos, se instala una instancia de trabajo entre los exhibidores, los distribuidores, los productores de cine y el ICAU, que pretende convertirse en una mesa permanente de diálogo para avanzar en los temas de la distribución de películas nacionales en el circuito comercial de las multisalas.

- **Unisalas**

Las unisalas pertenecientes al circuito de distribución cinematográfico comercial se ubican fundamentalmente en el interior del país. Son salas de cine que exhiben habitualmente estrenos de los estudios de Hollywood. Muchas de ellas fueron teatros o grandes cines que se reconvirtieron en microcines de proyección 35 mm. Son pequeñas empresas no afiliadas a ninguna de las grandes compañías exhibidoras. Las mismas, según un relevamiento primario, son las que aparecen en la tabla 1.

TABLA 1. UNISALAS

Cine	Pantallas	Butacas
Cine Mercedes (Mercedes)	1	150
Cine Paz y Unión (Dolores)	1	160
Cine Beta (Tacuarembó)	1	150
Cine Nuevo (Florida)	1	250
Cine Visión (Fray Bentos)	1	215
Cine Teatro Uamá (Carmelo)	1	400
Cine Helvético (Nueva Helvecia)	1	100
Cine Atlántida (Atlántida)	1	60
Sociedad Agropecuaria (Melo)	1	160
Cine Doré (Minas)	2	208
Cine Plaza (Trinidad)	1	141
Cine Gran Prix (Montevideo)	1	742
Cine Norte (Bella Unión)	1	347
Cine Teatro Municipal (Treinta y Tres)	1	980
TOTAL	15	4963

Actualmente estas salas se enfrentan al inminente apagón analógico, ya que a mediados del 2014 las distribuidoras de cine mayoritariamente americano casi no importan copias 35 mm para los estrenos. El conjunto de responsables de las salas que integran el listado se presentó ante la Comisión de Cultura del Parlamento Nacional y ante las autoridades del ICAU para solicitar apoyo y facilidades para la compra e importación de estos equipos sin los cuales —alegan— se verán ante la obligación de cerrar definitivamente. Algunas ya han comprado los equipos digitales a su riesgo mientras otras no están en condiciones de hacerlo sin apoyo estatal.

En cualquier caso, estas pantallas son sumamente importantes para que la proyección del cine nacional pueda llegar por esta vía a todo el país; y de hecho, muchas de ellas se han ofrecido para formar parte de un circuito que incluya el cine uruguayo. Se identificó como un problema la dificultad de acceso a los estrenos, la falta de interés o de coordinación para que las películas lleguen a estos cines.

Actualmente se encuentra en proceso la aprobación de un decreto para exonerar las importaciones de equipos digitales destinados a la actualización tecnológica de las salas.

La distribuidora Buen Cine, junto a Cinemateca Uruguaya y Cine Universitario, están trabajando en un espacio de distribución comercial de estrenos de cine independiente. Se busca aprovechar la experiencia previa, y de hecho se han empezado a estrenar películas uruguayas y latinoamericanas, equiparando las salas en cuanto a calidad técnica con un estándar medio imprescindible.

Este circuito convive con el circuito de las multisalas y busca abrir un espacio que dé lugar a contenidos que no logran integrarse a la lógica voraz de los estrenos de los estudios de Hollywood y generar una oportunidad para espectadores dispuestos a disfrutar de otros relatos o contenidos.

Por su parte, la Cinemateca Uruguaya, que ha formado a varias generaciones en las mejores tradiciones del cine, se enfrenta a un importante desafío de reconversión tecnológica. Hoy cuenta con Cinemateca 18 (719 butacas), Sala Cinemateca (386 butacas), Sala 2 en el local de Lorenzo Carnelli (57 butacas) y Cinemateca Pocitos en la calle Alejandro Chucarro (230 butacas). En el 2013 le fue adjudicado un espacio para tres salas en el edificio que será sede de la Corporación Andina de Fomento, antiguo Mercado Central, en la Ciudad Vieja de Montevideo.

b. Circuito de difusión cultural

El circuito no comercial se propone como alternativo a la distribución y exhibición comercial, orientándose por criterios de programación que integran la diversidad cultural y el ejercicio de los derechos culturales, y no por criterios vinculados al volumen de recaudación o taquilla. En este circuito, si bien la exhibición cinematográfica de largometrajes tiene un alto impacto, se dan condiciones para potenciar la distribución, exhibición y circulación de otros productos audiovisuales.

En lo que hace a la exhibición cinematográfica, se identifica una red compuesta por espacios culturales en Montevideo y departamentos del interior del país, capacitados para la exhibición de películas con un mínimo estándar de calidad. En algunos casos se trata de cineclubes, en otros casos se trata de espacios culturales donde la exhibición de contenidos audiovisuales es a veces una más en la lista de actividades. En todos los casos, su existencia depende de la gestión cultural local enfocada a los intereses propios de la comunidad en la cual se enmarcan.

TABLA 2. ESPACIOS CULTURALES CAPACITADOS PARA LA EXHIBICIÓN

Cine	Pantallas	Butacas
Auditorio Municipal (Artigas)	1	260
Ojo Blindado (Canelones)	1	50
Sala Sur (La Floresta)	1	90
Cineclub 23	1	96
Sala Roja (Santa Lucía)	1	100
Sala Juan Carlos Arch (Nueva Helvecia)	1	50
Sala Juan Antonio Lavalleja (Durazno)	1	120
Micros Cines (Trinidad)	1	141
Cineclub Game Center (Sarandí Grande)	1	38
Cine Miramar (Piriápolis)	2	156
Casa de la Cultura (Maldonado)	1	40
Cine Libertador (Maldonado)	1	600
Cine Cantegril (Maldonado)	1	550
Cine Universitario (Montevideo)	2	320
Sala Zitarrosa (Montevideo)	1	531
Nelly Goitiño (Montevideo)	1	501
Cine Teatro Atenas (Young, Río Negro)	1	280
Casa Cultural Juan Carlos Barrios (Chuy)	1	163
Cineclub Rocha (Rocha)	1	108
Centro Cultural La Paloma	1	120
Centro Cultural Lascano	1	60
Complejo 2 de Mayo (Castillos)	1	140
Club Social la Pedrera	1	
Regional Norte – UdelaR (Salto)	1	300
Andén, Espacio Kalkañal (Salto)	1	100
Sala Elder Silva (Colonia Lavalleja)	1	40
Sala Manuel M Cobas (Museo) (San José)	1	130
Espacio Cultural Ignacio Espino (San José)	1	70
Centro Cultural Serafín J. García (Vergara, Treinta y Tres)	1	150
TOTAL	31	5304

A estos espacios se agregan los Centros MEC, que son espacios educativos y culturales creados con el fin de facilitar el acceso a la educación, a la innovación científica y tecnológica y a servicios y productos culturales, llevando a cabo así políticas de democratización y descentralización para todos los uruguayos. Buscan favorecer la igualdad de oportunidades entre los ciudadanos, promoviendo la integración social y la participación ciudadana. Dentro de su política de acceso a la cultura, los Centros MEC han desarrollado redes para generar espacios para la proyección de cine nacional y cine independiente. En total son 123 Centros MEC existentes en todo el territorio nacional.

Por otra parte, en este circuito cultural debe integrarse la exhibición de cine itinerante generado y explotado por empresas privadas que exhiben películas en todo el país, en general de forma gratuita en espacios públicos. Esta actividad ha sido fuertemente apoyada y financiada por distintos organismos del Estado. Las empresas son Efecto Cine y Medio & Medio. Además de contar con un catálogo de títulos adquiridos, ambas empresas son también productoras de cine y por tanto cuentan con contenido propio que también incorporan en sus programaciones. Surgieron a fines de la década pasada como alternativa para proyectar películas en aquellos lugares en donde no hay salas de cine o donde el cine no comercial no tenía llegada. Utilizan pantallas inflables y proyectores de *high definition* logrando un *standard* aceptable en cuanto a la calidad de proyección y sonido. Cada empresa tiene su propia cartera de negocios compuesta por giras, circuitos y eventos particulares en todo el Uruguay (festivales de cine, muestras especiales de películas, actividades en escuelas y liceos, concursos, estrenos especiales).

Las exhibiciones en las pantallas itinerantes juegan un papel relevante para llevar el cine nacional al interior del país y entran en la cadena de recursos de venta de derechos de las productoras, a veces generando a las películas mayores retornos económicos que salas comerciales.

Las plataformas itinerantes han exhibido 71 largos uruguayos, han realizado 1.529 funciones de cine a las que se estima asistieron más de 550 mil personas de forma gratuita, además de que generaron derechos para productores uruguayos.

- **Red de Salas Digitales del Mercosur (RSD)**

También en este circuito orientado por una lógica no comercial se encuentra la RSD, que es el resultado de un programa de cooperación del Mercosur con la Unión Europea: Programa Mercosur Audiovisual, que tiende a fomentar la circulación de contenidos propios de la región en todo el Mercosur. Consiste en el funcionamiento de 30 salas en red localizadas en distintas ciudades. Actualmente las salas están siendo equipadas con servidores y proyectores digitales financiados a través del Programa. La programación — así como la red en su conjunto— será gestionada por una Coordinadora de Programación Regional (CPR) que será operada desde Montevideo. Para llevar a cabo esa tarea el ICAU⁵ ha creado una oficina y conformado un equipo de trabajo.

5. El ICAU es el organismo nacional que integra la RECAM, que asesora al Mercosur en temáticas de cine y audiovisual.

La función principal de la unidad de gestión será coordinar las funciones ejecutivas, administrativas y técnicas así como la programación. En una primera etapa, la Red estará compuesta por cinco salas en Uruguay, cinco en Paraguay, diez en Brasil y diez en Argentina. Las películas a ser exhibidas serán adquiridas y programadas en coordinación con los gestores de cada sala.

Los contenidos serán enviados y recibidos a través de sistemas de envío de grandes archivos por medio de internet, encriptados con un sistema antipiratería incorporado en los servidores. Desde la CPR se podrá controlar la cantidad de emisiones de cada película en cada servidor. El tipo de equipamiento aprobado y que se está instalando consiste en un servidor de fabricación argentina para las salas de Brasil y Argentina, mientras que las salas de Uruguay y Paraguay recibirán además del servidor, proyectores de calidad *high definition*.

Al momento de cierre del Compromiso Audiovisual ya se habían instalado todas las salas de Uruguay y la oficina de la CPR que opera en Montevideo. Las cinco salas uruguayas elegidas para ser parte de la Red están distribuidas por todo el país, algunas pertenecen al circuito de distribución comercial de unisalas y otras al circuito de difusión cultural. Estas son: Cine Visión de Fray Bentos, Sala 2 de Mayo de Castillos, Cine Florida, Auditorio Municipal de Artigas y Sala Zitarrosa de Montevideo.

Todas las salas que integran la Red mantendrán su programación habitual y se les sumarán o intercalarán las funciones programadas para la Red.

c. Televisión y redes digitales

Durante el proceso del Compromiso Audiovisual, la discusión sobre televisión estuvo centrada en cine y televisión y por otro lado en la producción desde y para televisión. De todas formas, es necesario seguir profundizando en el análisis de la producción nacional audiovisual televisiva y el vínculo entre la televisión —pública y privada— y los contenidos realizados tanto por los propios canales de televisión como por productoras independientes.

La situación de las películas nacionales en la pequeña pantalla ha mejorado por la mayor participación de TNU y Tevé Ciudad programando cine uruguayo en diferentes ciclos.

TNU ha generado varios espacios de cine en los cuales el canal destina unos 100.000 dólares anuales en concepto de compra de derechos de exhibición de las películas programadas. Estas películas registran un rating de entre 1 y 2 puntos. Está claro que el acceso al total potencial de espectadores hace necesaria también la participación de los canales comerciales en la emisión de cine nacional.

Por ejemplo el FONA, que gestiona la Intendencia de Montevideo y cuenta con participación de los canales privados de televisión abierta (Canal 4 Montecarlo, Canal 10 Saeta y Canal 12 Televisora Larrañaga), establece que dichos canales se quedarán con los derechos de emisión de televisión de las películas apoyadas por dicho Fondo. Sin embargo los canales, salvo contadas excepciones, no han exhibido las más de 70 películas premiadas.

También es importante tener en cuenta otras señales como VTV y Giro TV que se integrarán a las pantallas. Giro TV ha manifestado su disposición a cumplir un rol diferente al que han cumplido los canales comerciales tradicionales en cuanto a la producción de ficción nacional, tanto cine como televisión.

Un elemento central en la emisión de cine en la pequeña pantalla sería la aprobación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El mismo impone una cuota de emisión de una película por año, al mismo tiempo que incentiva la emisión de mayor cantidad de películas. Asimismo, dicha Ley crearía condiciones para potenciar la producción de ficción televisiva.

La televisión nacional configura un espacio clave para productos audiovisuales no cinematográficos. Si bien en este último tiempo se pueden destacar algunas exitosas experiencias de las televisoras privadas, especialmente de la ficción, es en las pantallas de la televisión pública donde la producción audiovisual nacional ha encontrado mayor receptividad para poder tener un espacio de llegada al público.

Desde otra perspectiva, los productores de cine organizados en ASOPROD generaron en el 2013 un proyecto de desarrollo de una plataforma de cine nacional digital para ver vía *streaming*, que permitiría crear el primer banco de cine nacional digital con las producciones desde el año 2000 al año 2013, que incluye 50 documentales y 50 ficciones, con un alto estándar de calidad. Este proyecto aún está pendiente de financiación.

Paralelamente, en el ámbito iberoamericano⁶ donde se diseñan e impulsan políticas públicas audiovisuales regionales, se prevé que para marzo 2015 estén disponibles más de doscientos títulos para centros culturales y educativos adheridos. Además, Uruguay participa de una plataforma digital de películas latinoamericanas, apoyada por el BID, que está en desarrollo.

6. El ICAU integra la Conferencia de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales de Iberoamérica que lleva adelante los siguientes programas: Ibermedia (fondo de apoyo a desarrollo y coproducción de películas), Ibermedia TV (52 películas anuales que fueron apoyadas por Programa Ibermedia integran sección especial en las televisoras públicas adheridas), Doctv Latinoamérica (serie de 17 capítulos, una por país de la red, que se televisa en 35 televisoras de la región) y a partir de marzo 2015 Ibermedia Digital (catálogo de películas apoyadas por el Programa Ibermedia que estarán disponibles para centros culturales y educativos adheridos).

4.1.4. Fortalezas y debilidades

Debilidades

- Escaso poder de mercado de las empresas que distribuyen cine nacional.
- Escaso acceso del cine nacional a salas de exhibición comerciales.
- Asignación de fechas, días y horarios en peores condiciones al cine nacional.
- Escasa visibilidad del cine nacional en la cartelera del cine comercial.
- Situación económica inestable de salas comerciales en departamentos del interior del país.
- Dificultades del circuito comercial del interior del país para la transición digital.
- Salas de circuitos de cine independiente de exhibición sin los estándares de calidad técnica mínima.
- Circuito de difusión cultural existente en la actualidad limitado en infraestructura, disperso y descoordinado.
- Dificultades en los circuitos de exhibición de cine independiente para la transición digital.
- Escaso apoyo de fondos públicos para el lanzamiento de los largometrajes.
- Ausencia de cine nacional en las pantallas de televisión comercial.

Fortalezas

- Experiencia acumulada en lanzamientos de cine nacional.
- Circuito de cine alternativo en formación.
- Existencia de dos empresas de cine itinerante.
- Implementación del sistema Red de Salas del Mercosur.
- Participación activa de TNU en la emisión de largometrajes y audiovisuales nacionales.
- Participación de Tevé Ciudad en la emisión de largometrajes y audiovisuales nacionales.

4.1.5 Objetivos estratégicos

- En un proceso a mediano plazo, aumentar sustancialmente la cantidad de espectadores uruguayos para el cine nacional en el circuito comercial teniendo como horizonte los parámetros internacionales en donde los cines nacionales registran el 10% del público.
- Ampliar el circuito comercial para los estrenos uruguayos, incorporando en este circuito salas comerciales del interior que estén en condiciones técnicas adecuadas.
- Difundir el cine y el audiovisual nacional y de la región en todo el país.
- Incluir los productos de la actividad audiovisual nacional en la programación de la mayor cantidad de espacios posibles de forma constante, planificada y organizada, estableciendo un estándar mínimo de calidad de proyección que compita con las opciones privadas disponibles.
- Lograr una mayor concurrencia del público a todo circuito exhibidor.
- Lograr una mayor audiencia de contenidos nacionales en la televisión.
- Formar nuevos públicos para un tipo de producción que desafíe la capacidad crítica del espectador.
- Generar un diálogo fluido y constante con las salas exhibidoras de todo el país.
- Lograr mayor espacio y preponderancia del cine nacional en la televisión.
- Fortalecer el vínculo de la producción audiovisual independiente con la televisión pública nacional, regional, local y privada.
- Desarrollar programas que integren a las televisoras públicas regionales a semejanza del Programa Doctv Latinoamérica.

4.1.6 Acciones a implementar

- Creación de un sistema nacional de distribución y exhibición de los contenidos audiovisuales nacionales que se articule a través de ámbitos de coordinación específica para cada circuito de distribución comercial (multisalas y unisalas) y difusión cultural.
- Para el segundo semestre de 2014, instalación de una Mesa de Distribución integrada por representantes de los circuitos de salas de exhibición cinematográficos comerciales de Montevideo, por los productores de cine, los distribuidores, ICAU y otras instituciones públicas involucradas. Este ámbito se proyecta como espacio permanente de trabajo y consulta que permita planificar acciones conjuntas y analizar la marcha de las mismas así como el funcionamiento de las herramientas de promoción y lanzamiento de cine nacional.
- Del mismo modo, creación de ámbitos de coordinación con representantes de las salas del interior del país, cineclubes, salas culturales, intendencias, Centros MEC y plataformas itinerantes.
- Fortalecimiento de los circuitos de exhibición complementarios alternativos, promoviendo un sistema que garantice la difusión de contenidos audiovisuales en todas las instituciones culturales del Estado como Centros MEC, instituciones educativas, etc. Que el sistema garantice que se pueda acceder al cine nacional desde cualquier localidad de todo el territorio nacional.
- Ampliación de los fondos públicos y otros apoyos institucionales destinados a la distribución del cine y el audiovisual nacional.
- Generación de líneas de crédito para el lanzamiento de películas nacionales.
- Promoción de un sistema que integre a la ficción nacional en la programación de los canales de televisión abierta. Esta reivindicación de los productores se recoge en el Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, todavía no aprobado.
- Desarrollo de un plan de promoción de cine y audiovisual nacional.
- Creación de un fondo de promoción, actualización de los recursos y ajuste de los procedimientos del fondo actual para el lanzamiento de películas que financia el BROU.

4.2. Producción

4.2.1. Proceso de trabajo

El trabajo en el eje de producción se inició en la primera plenaria desarrollada el 9 de junio en el Salón Azul de la DNI-MIEM con la participación de unas 40 entidades vinculadas a la actividad audiovisual, entre las que se encuentran instituciones públicas (MIEM, ICAU, OLM), canales de televisión (TNU, Canal 10 y Canal 12), asociaciones gremiales de productores (ASOPROD, CADU, PROANIMA), productoras de cine, televisión y publicidad (Seacuático, Salado Media, Nepal Films, Antídoto Films, Mutante, Sueko Films, Lavoragine Films, Origami, Coyote, El Camino Films, entre otras) y organismos internacionales (UNESCO).

Más allá de la necesidad consensuada de aumentar los fondos públicos para la producción, se propuso analizar las especificidades de cada sector (televisión, cine, publicidad) para el diseño de dichos fondos así como encontrar otros mecanismos que favorezcan la producción, como puede ser la coordinación de los diferentes sistemas de financiación de la producción o la adaptación y apropiación por parte del sector de herramientas financieras existentes en el país. En este sentido, se decidió trabajar en torno a dos órbitas: aumento y diversificación de los fondos de fomento y desarrollo de herramientas financieras diversas que aseguren la producción audiovisual.

Debido al momento tecnológico en el que el país se encuentra, y teniendo presente el debate en simultáneo que se desarrolla a nivel político sobre el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se torna necesario conversar sobre la producción y circulación televisiva, tema en el convergen diversos ejes. En este sentido, se convocó desde la coordinación a un *focus group* con productoras de contenidos para televisión, en la que se abordaron las debilidades y posibilidades del sector desde los diversos ejes. El tema se abordó también en el segundo encuentro de trabajo de la mesa de producción, en el que quedó patente la necesidad de desarrollar un fondo específico para televisión, adecuado a sus necesidades, así como establecer mecanismos de diálogo y relacionamiento con los canales.

Con tal fin, quedará implementada una mesa en la que participen los canales, productores y organismos públicos.

La segunda plenaria del eje tuvo lugar el 6 de agosto en el MEC, en la que se presentaron y ajustaron los consensos trabajados durante todo el proceso, concluyendo en dos programas: ampliación y diversificación del fondo de fomento en tres líneas (cine, televisión, nuevos formatos) y desarrollo de herramientas financieras.

4.2.2. Objetivo del eje

Consolidar y ampliar un Sistema Nacional de Fomento Audiovisual que contemple la estabilidad de lo construido, los nuevos desafíos y sus posibilidades de crecimiento.

4.2.3. Antecedentes y contexto actual

Si bien los antecedentes del cine en Uruguay pueden rastrearse hasta la filmación de la Carrera de Bicicletas en el Velódromo de Arroyo Seco en 1898 por Félix Oliver, y es probable que el primer largometraje filmado en el país se haya producido un par de décadas después (Pervanche, de León Ibáñez, en 1919), es cierto que la producción de cine como un actividad estable y coordinada es un fenómeno muy reciente. País de críticos y creadores, se dice que el Uruguay persiguió durante un siglo el sueño del “cine propio” como una aventura casi imposible. Rodeado de dos grandes países con cinematografías estables y florecientes desde el nacimiento de la industria, nuestro país debió conformarse durante décadas con el mito de la “refundación” de un cine que nunca llegaba a existir como tal.

En Apuntes Críticos para una Historia del Cine Uruguayo⁷ se daba cuenta de este fenómeno por el cual “nunca en ningún país el cine nació tantas veces” y se contaba en unos 50 los largometrajes producidos hasta ese momento.

Lo que sí es cierto y fácilmente rastreable es el origen, hace algo más de un par de décadas, de herramientas públicas de fomento a la producción audiovisual independiente y un camino sólido de construcción de la política pública de fomento del sector. En estos veinte años de camino el sueño del cine nacional se ha convertido en una realidad pujante y comprometida. Prendida a esa vanguardia, en un fenómeno más tardío, la producción independiente de televisión evoluciona más rápido, buscando enfrentar los nuevos desafíos.

4.2.4. Fortalezas y debilidades

En un proceso acelerado y corto, a partir de mediados de los noventa nuestro país hadado pasos importantes que lo sitúan hoy en un escenario, para muchos, inusitado.

De la producción esporádica, la práctica inexistencia de apoyos públicos y privados, y la falta de proyección internacional, una serie de conquistas han permitido que nos encontremos hoy ante un mapa completamente distinto, que incluye:

7. Martínez Carril, M; y Zapiola, G. 2002. *Apuntes Críticos para una Historia del Cine Uruguayo. 1898-2002.* <http://www.cinematca.org.uy/PDF/La%20historia%20no%20oficial%20del%20cine%20uruguayo.pdf>

- Una sostenida estabilización de la producción de cine, que asegura una decena de estrenos comerciales por año.
- Una clara proyección internacional para proyectos y productos que se insertan fluidamente en eventos internacionales de prestigio, amplían las redes para la coproducción y distribución fuera de fronteras.
- El surgimiento de un nuevo y pujante núcleo de empresas de producción independiente de televisión.
- Un proceso de formalización de las empresas de producción y creación de la institucionalidad del sector, y un sistema primario pero coordinado de fomento y ayudas directas e indirectas que inciden positivamente en el proceso.

Con un promedio estable de más de una decena de estrenos de cine nacional por año, una paulatina diversificación de la oferta (que hoy incluye productos para distintos públicos, géneros y formatos) y la existencia de empresas que superan la producción única y encadenan la generación de proyectos, construyendo perfiles y acumulando experiencia, antecedentes y contactos, podemos afirmar que la producción cinematográfica en el Uruguay ha dejado de ser un sueño o un capricho, para convertirse en una realidad concreta y pujante, que plantea nuevos desafíos.

La selección de proyectos y películas uruguayas en los eventos y festivales internacionales de mayor prestigio es una constante. Ha ampliado horizontes y contribuido a generar lazos entre los productores locales y distribuidores, productores y agentes de venta extranjeros. La presencia en foros de coproducción, encuentros e instancias de formación específica pone en el mapa a las nuevas empresas, que buscan en el mundo las alianzas que les permiten crecer y afianzarse.

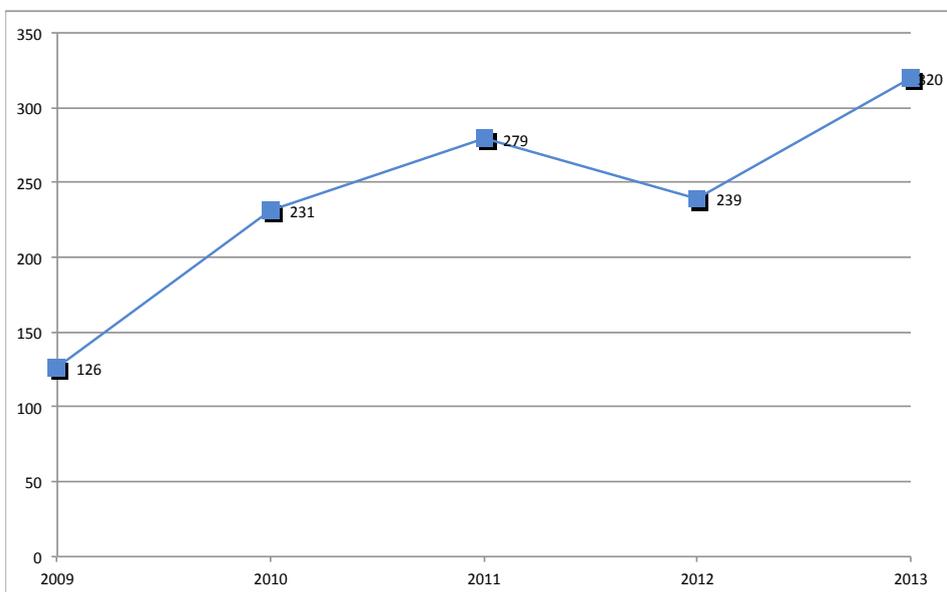
Este marco de crecimiento se da, fundamentalmente, alimentado por un repertorio de mecanismos y ayudas públicas, fuertemente basado en concursos que, desde la creación del FONA en 1994 se han ido multiplicando y complementando de manera de asistir a cada paso en la cadena de valor. El Fondo de Fomento Cinematográfico creado por la Ley de Cine en 2008 es la herramienta más compleja, intentando abarcar desde las ayudas al desarrollo hasta la producción de cine y televisión, la coproducción, el posicionamiento internacional y el lanzamiento de productos de cine, la formación de públicos y el patrimonio, con llamados que aumentan en número de inscriptos en todas las líneas año a año, entre los que se encuentran muchos nuevos y jóvenes creadores y productores. La multiplicación de ofertas de formación y el surgimiento de incipientes polos de producción en el interior explica también este fenómeno.

CUADRO 1. PRINCIPALES FONDOS CONCURSABLES ESPECÍFICOS CINE Y TV *

			\$		SUB
F FOMENTO ICAU	LARGO FIC	3	2702500	USD 120.111	USD 360.333
F FOMENTO ICAU	LARGO DOC	2	1175000	USD 52.222	USD 104.444
FONA	LARGO FIC	2	2400000	USD 106.667	USD 213.333
FONA	LARGO DOC	2	1200000	USD 53.333	USD 106.667
MVD SOC FIN	LARGO FIC	2		USD 45.000	USD 90.000
MVD SOC FIN	LARGO DOC	3		USD 25.000	USD 75.000
MVD FILMA	FIC	2		USD 35.000	USD 70.000
MVD FILMA	DOC	4		USD 10.000	USD 40.000
	Subtotal global Concursos Largometraje Cine				USD 1.059.778

* Otros fondos y ayudas directas e indirectas: Fondos Concursables, Procultura, Fondos de Incentivo, IVA 0 a las coproducciones y servicios. El FONA, si bien es un fondo originalmente concebido para televisión, y así se consigna en la tabla, se utiliza para la producción de películas con destino a salas.

CUADRO 2. EVOLUCIÓN DE INSCRIPTOS – FONDO DE FOMENTO ICAU



Este escenario venturoso se sitúa en un nuevo contexto, incierto y cambiante, donde se identifican amenazas a lo construido y su potencial de crecimiento:

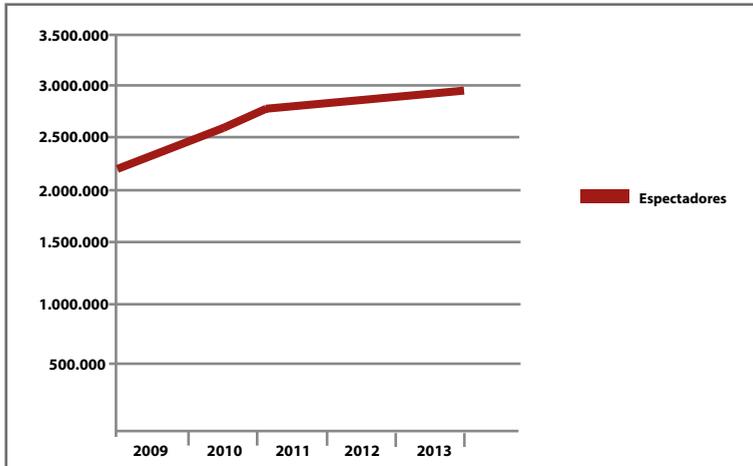
- Un contexto de cambio tecnológico que potencia el dominio hegemónico en la distribución, cuando el cine nacional aún no ha encontrado un lugar de peso en las decisiones de consumo del espectador a nivel local, y una distribución independiente débil y con pocas herramientas que incide escasamente en las decisiones del mercado interno y que no constituye una fuente relevante de ingresos para el productor.
- Un contexto de cambio de las formas tradicionales de consumo de entretenimiento, cuando el cine y el audiovisual nacional no han encontrado un lugar, por diversas causas, en las ventanas tradicionales (salas, tv) y no han abierto caminos en las nuevas e inciertas ventanas y formas de exhibición.
- Un contexto económico desfavorable para la competitividad y la ausencia de herramientas financieras genuinas, sumados a un aumento no correlativo de los recursos públicos destinados al fomento de la actividad.
- Una serie de limitaciones y nuevos compromisos que la formalización de la normativa, controles, y obligaciones imponen a empresas aún demasiado débiles en su conformación y sin garantías de sustentabilidad acordes.

Aún creciendo en número, calidad y reconocimiento internacional, el cine y el audiovisual nacional no se han encontrado de manera sostenida y sólida con su destinatario natural: el ciudadano uruguayo, por diferentes razones.

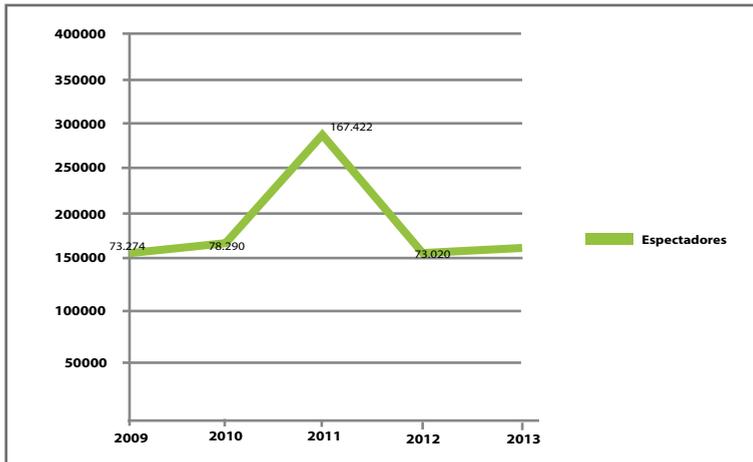
- **Cine**

Con casi tres millones de espectadores anuales en el Uruguay, el cine nacional llega en promedio a unos 100.000 espectadores en salas comerciales de cine, con pocas posibilidades de competencia con el cine hegemónico, que colma salas y horarios. Este escenario no mejorará con el advenimiento de la proyección de cine digital en formato DCP, que tenderá a cristalizar esa hegemonía. Si bien se ha buscado llegar al público de otras maneras (mediante el circuito cultural, proyecciones gratuitas al aire libre, Centros MEC) el cine nacional no toma contacto natural y establemente con su público, y el ingreso por taquilla, por su entidad, no es un objetivo primordial en los planes de las empresas de producción. Esa brecha no ayuda a la hora de planificar e invertir en promoción, tarea y fase en que naturalmente deberían incidir los distribuidores, que no se involucran en el financiamiento de los proyectos, lo que cierra un círculo del que es difícil salir sin intervención externa.

CUADRO 3 – EVOLUCIÓN DE ESPECTADORES DE CINE



CUADRO 4 - EVOLUCIÓN DE ESPECTADORES CINE NACIONAL



La digitalización amenaza con socavar, además, las salas de exhibición más débiles y con menos posibilidades de conversión: las que integran el circuito cultural y las emplazadas en el interior del país.

La otra ventana tradicional que debería incidir en ese círculo, la pantalla televisiva, no se ha abierto a los contenidos nacionales de cine y, si bien en los últimos años ha dado pasos importantes hacia un mejor relacionamiento con la producción independiente de contenidos de televisión, está muy lejos de incidir de manera gravitante en el financiamiento de la producción.

Sin la taquilla, la distribución o una televisión precompradora o coproductora incidiendo favorablemente en los planes financieros y de negocios, y sin otras herramientas financieras genuinas a su alcance (préstamos y créditos bancarios adaptados, por ejemplo), la viabilidad de los proyectos está fuertemente atada al financiamiento por fondos públicos (en su mayoría concursables y por ende, con un grado importante de imprevisibilidad), a la coproducción y a la venta internacional.

Esto incide desfavorablemente en el crecimiento sostenible de las empresas, que si bien se han ido formalizando y han ido estabilizando su producción, hoy se ven ante los desafíos que la misma formalización les impone (inspecciones de BPS, consejos de salarios) sin grandes garantías de estabilidad.

Por otra parte, los buenos nexos con otros productores, principalmente de la región, que les abren la puerta al armado de coproducciones de otros rangos, aun con participación minoritaria, ven en la falta de escala de las posibilidades nacionales de financiamiento un escollo que es necesario saltar.

Si atendemos al número y la calidad de las producciones nacionales, y los enormes logros conseguidos a nivel internacional, y las ponemos en relación con el grado de inversión pública y su escala presupuestaria podremos apreciar cuán extraordinario ha sido el camino que se ha recorrido en estas dos décadas en lo que hace a nuestra proyección internacional. Si entendemos que es necesario aprovechar las oportunidades que este camino abre para nuestras empresas productoras, en lo que hace la participación minoritaria en proyectos de presupuestos promedio en la región y el armado de coproducciones para proyectos de mayor escala a las que hoy podemos aspirar, podremos concluir que esa falta de relación pone un freno a nuestra capacidad de crecimiento.

Por otra parte, no se puede descuidar y es necesario redoblar los esfuerzos para fortalecer los proyectos desde el desarrollo.

CUADRO 5. FONDOS CONCURSABLES PARA PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES

			\$		SUB
F FOMENTO ICAU	LARGO FIC	3	2702500	USD 120.111	USD 360.333
F FOMENTO ICAU	LARGO DOC	2	1175000	USD 52.222	USD 104.444
FONA	LARGO FIC	2	2400000	USD 106.667	USD 213.333
FONA	LARGO DOC	2	1200000	USD 53.333	USD 106.667
MVD SOC FIN	LARGO FIC	2		USD 45.000	USD 90.000
MVD SOC FIN	LARGO DOC	3		USD 25.000	USD 75.000
MVD FILMA	FIC	2		USD 35.000	USD 70.000
MVD FILMA	DOC	4		USD 10.000	USD 40.000
	Subtotal global				USD 1.059.778

CUADRO 6.
FONDOS CONCURSABLES PARA DESARROLLO DE CONTENIDOS CINE Y TV.

			€		
F FOMENTO ICAU	GUION	3	50000	USD 2.222	USD 6.667
F FOMENTO ICAU	LARGO FIC	3	105500	USD 4.689	USD 14.067
F FOMENTO ICAU	LARGO DOC	2	70500	USD 3.133	USD 6.267
F FOMENTO	SERIE FIC	2	105500	USD 4.689	USD 9.378
F FOMENTO	SERIE DOC	1	70500	USD 3.133	USD 3.133
MVD SOC FIN	PILOTO TV	1		USD 20.000	USD 20.000
F FOMENTO	PILOTO TV	1	234500	USD 10.422	USD 10.422
	Subtotal global				USD 69.933

Mientras se hace sólida una forma de producción que depende en gran medida de las relaciones externas de nuestro cine, los grandes vecinos redoblan su apuesta hacia el audiovisual multiplicando acciones y recursos para alcanzar “todas las pantallas”. Así reza el nombre del programa brasileño de julio de 2014,⁸ definido como una amplia acción gubernamental para transformar el país en un centro relevante de producción y programación de contenidos audiovisuales, con una inversión inicial de más de mil millones de reales (cerca de 450 millones de dólares).

CUADRO 7.
FONDOS NACIONALES CONCURSABLES PARA COPRODUCCIÓN MINORITARIA

			\$		
FFOMENTO ICAU	LARGO MIN	1	800000	USD 35.556	USD 35.556
PROTOCOLO BRASIL		1		USD 100.000	USD 100.000
	Subtotal global				USD 135.556

8. Brasil de Todas as Telas. Ver: <http://ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/programa-brasil-de-todas-telas-vai-investir-r-12-bilh-o-no-setor-audiovisual>

• **Televisión**

La producción televisiva, rezagada pero pujante, en un estado de evolución que podría equipararse al de la producción de cine en los años noventa, pide espacio para financiar, producir y exportar, en consonancia con el desafío que el advenimiento de la TDT y la ineludible regulación de los servicios de comunicación imponen.

Con una gran efervescencia creadora, nuevas empresas de producción generan proyectos, con énfasis en el entretenimiento y en el área documental, que van entreabriendo las puertas de los canales privados y son naturalmente bien recibidos en las pantallas de televisión pública.

En un fenómeno sin precedentes, canales privados y públicos establecen llamados abiertos para coproducir y precomprar contenidos de producción independiente. Mientras, la ficción televisiva sigue siendo una utopía, luego de varios intentos aislados que no logran el impacto que se busca o el equilibrio entre este y el costo de producción.

Por otra parte, algunas empresas pioneras han establecido en los últimos años importantes lazos en el exterior y participado en eventos internacionales especializados de renombre, empezando a tejer redes para la venta de productos y formatos. Es de destacar que esto ha sido impulsado por mecanismos público-privados hoy comprometidos, que es necesario ampliar y fortalecer.

CUADRO 8 – FONDOS CONCURSABLES NACIONALES PARA TV

			\$		
F FOMENTO ICAU	SERIE DOC	1	1000000	USD 44.444	USD 44.444
F FOMENTO ICAU	SERIE FIC	1	2760000	USD 122.667	USD 122.667
MIEM DINATEL	CON INT	1	1500000	USD 66.667	USD 66.667
DOCTV LAT	DOC	1		USD 70.000	USD 70.000
	Subtotal global				USD 303.778

La falta de regulación, marco normativo, fuentes de financiamiento genuinas y contacto con el público local son los principales obstáculos de un subsector que busca crecer apostando fuertemente al exterior.

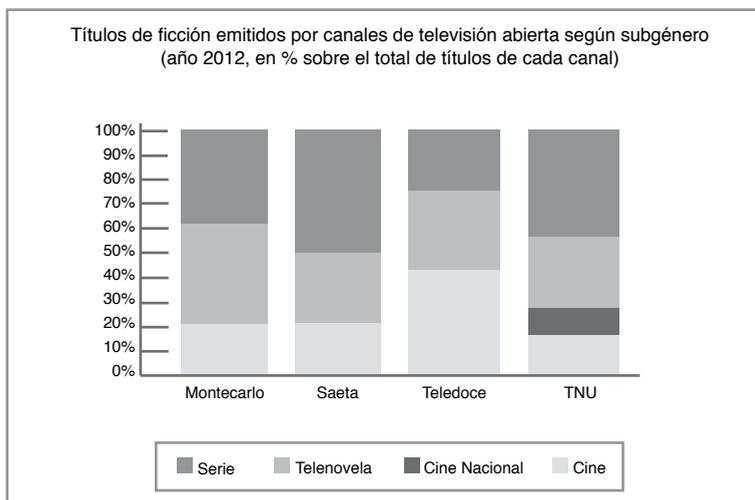
La televisión pública, más cercana y con fuerte voluntad de incluir en su pantalla contenidos de producción independiente local, también está limitada por la falta de regulación y autonomía presupuestaria.

Los canales privados, que han hecho esfuerzos aislados pero sostenidos por producir ficción televisiva nacional, carecen de argumentos suficientes para no ceder terreno al entretenimiento y la ficción extranjera que hoy domina claramente la pantalla.

Mientras tanto, el Fondo de Fomento Cinematográfico, un monto fijo de 25 millones de pesos destinados por la Ley de Cine para el fomento de la actividad, intenta crecer mediante la firma de convenios, como los vigentes con ANCAP y BROU, y atender una demanda creciente desde los proyectos externos, a la continuidad de los proyectos generados en ICAU (en su mayoría dirigidos a la democratización del acceso y la formación de públicos) y a los desafíos que la falta de estructura y presupuesto de funcionamiento provocan a la interna.

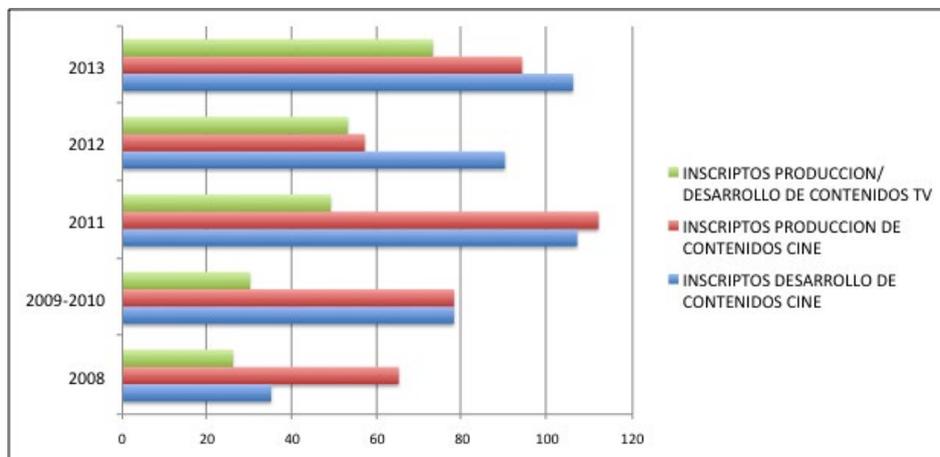
En ese contexto es que se diseñan y ejecutan las líneas de desarrollo y producción de contenidos televisivos del Fondo (en el marco de convenios vigentes con Dinatel-MIEM y los canales de televisión pública TNU y Tevé Ciudad) que hoy solo adjudican seis premios por año entre todas las líneas. Aún así, si atendemos a la evolución de inscriptos podemos observar que el campo televisivo es en el que crece más rápidamente la demanda de fomento a la producción.

CUADRO 9 - TÍTULOS DE FICCIÓN EMITIDOS POR LOS CANALES DE TV (AÑO 2012)



Si atendemos a la cantidad y calidad de los proyectos presentados a las líneas de desarrollo de proyectos de serie de televisión, la experiencia de los procesos de tutorías en producción ejecutiva y guión orientados por expertos extranjeros, los avances de los proyectos presentados en ese marco, y a la evolución en la presentación a las líneas de producción de contenidos de televisión, podemos tomar la existencia casi anecdótica de esas líneas de fomento, como el “plan piloto” del impacto que podría tener una política de fomento más amplia y coordinada para el subsector en este momento.

CUADRO 10 – EVOLUCIÓN COMPARADA DE INSCRIPTOS DEL FONDO DE FOMENTO 2008-2013



- **Nuevos formatos**

No es posible desconocer el contexto de convergencia digital en el que nos encontramos y las nuevas formas de consumo de contenidos audiovisuales que este impone y que se proyecta con fuerza hacia el futuro.

Desconocer el crecimiento de las tecnologías móviles e internet, cuando nos encontramos en un país con el porcentaje más alto de América Latina de hogares conectados y con más de un millón de computadoras entregadas a escolares desde la implementación del Plan Ceibal, no parece un camino razonable si se pretende establecer políticas de desarrollo sustentable, aún cuando identificamos importantes debilidades en las ventanas tradicionales.

En Uruguay se han llevado adelante con éxito proyectos por y para los medios digitales, en general a partir del impulso y la iniciativa aislada de nuevos y jóvenes creadores que no encuentran en el mapa de herramientas de apoyo existentes ayudas específicas, oportunidades o certezas. Instancias como los Fondos Concursables para la Cultura o los talleres transmedia del Doc Montevideo, son aprovechadas en algunos casos. Pero es la mayoría la que surge desde la simple voluntad de explorar y crear, sin garantías de sustentabilidad y sin modelos de negocios de respaldo.

El rápido avance y las enormes oportunidades que abre esta realidad exigen la inversión y la puesta en relevancia de acciones que aseguren alternativas de consumo audiovisual para los nuevos nativos digitales.

4.2.5 Objetivos estratégicos

- Fortalecer a las empresas para garantizar una producción sostenida y permitir su crecimiento, y así aprovechar las condiciones favorables y eliminar los riesgos.
- Asegurar y ampliar, en forma urgente, las actuales herramientas de fomento con énfasis en el fomento de las coproducciones, creando condiciones de equilibrio con nuestros potenciales socios externos.
- Atender e impulsar nuevos focos de producción en el interior del país.
- Fortalecer la televisión en tanto actor ineludible como ventana, como fuente financiera y como socio activo de la producción independiente nacional, que se encuentra en un momento fermental y de nuevos desafíos.
- Desarrollar un marco regulatorio específico para la televisión pública, aliado natural de la producción nacional, que delimite sus competencias, organice su funcionamiento, garantice su independencia y su viabilidad técnica y económica para cumplir con sus objetivos.
- Establecer un marco regulatorio general para los servicios de comunicación audiovisual que ordene y permita este crecimiento.
- Fomentar la creatividad de los nuevos talentos, los emprendimientos de vanguardia y la investigación, y asegurar la producción de contenidos adaptados a la realidad de la convergencia digital y los nuevos modos de consumo audiovisual que esta impone, así como la exploración de nuevos modelos de negocios.

4.2.6 Acciones a implementar

- Definición de un mecanismo para el ajuste y actualización del Fondo de Fomento previsto en la Ley de Cine, para evitar su depreciación y escalar su rendimiento.
- No obstante esto, puesta al día de la cifra global del Fondo, para escalar los montos de las ayudas de desarrollo y producción, ampliar y crear nuevas líneas de coproducción y hacer viables proyectos de diferentes escalas. Se intentará instrumentar el ajuste en tres niveles: 1) Actualización del Fondo: se propone actualizar la cifra global en pesos, calculando su devaluación tomando como índice a la inflación. 2) Ajuste del Fondo: se propone adaptar las líneas existentes a las exigencias de escala que los nuevos desafíos imponen, y permitir la creación de nuevas líneas. 3) Mantenimiento del Fondo: se propone implementar un mecanismo que impida la depreciación hacia delante, ajustando el monto fijo en forma anual, tomando como índice la Unidad Indexada.

- Creación de nuevas herramientas fiscales y financieras para fortalecer la actividad empresarial.
- Puesta en marcha de un nuevo Fondo de Fomento específico para contenidos de televisión que impulse el crecimiento del subsector e integre líneas de desarrollo, producción, coproducción, posicionamiento internacional y formación, adaptadas a la estrategia de crecimiento, del mismo modo que ha sucedido con las líneas para contenidos de cine.
- Promoción de una acción articulada, complementaria y sistémica entre las herramientas públicas de fomento a la producción independiente de televisión.
- Creación de líneas de apoyo y herramientas que favorezcan el vínculo de las televisoras públicas y privadas con la producción independiente, ampliando sus posibilidades de impacto a nivel local.
- Diseño en conjunto de mecanismos de fomento que favorezcan la presencia de producción nacional independiente en las señales públicas.
- Establecimiento de nuevos acuerdos para hacer viables las producciones nacionales de ficción televisiva en coproducción nacional e internacional.
- Realización de llamados y concursos desde las señales.
- Creación de un nuevo marco regulatorio para la televisión pública.
- Creación de una mesa de trabajo conjunta entre las instituciones, los canales privados y públicos y las productoras independientes para la definición de estrategias y prioridades.
- Creación de un nuevo Fondo de Fomento para la formación, desarrollo y producción de nuevos contenidos y formatos para la convergencia digital y el apoyo a los nuevos talentos.

4.3. Posicionamiento internacional

4.3.1. Proceso de trabajo

El eje de posicionamiento internacional comenzó con una primera plenaria el día 11 de junio, a la que asistieron 28 personas en total, entre las que se encontraban representantes de ICAU, MIEM, Ministerio de Relaciones Exteriores (MRREE), TNU, Uruguay XXI, OLM, Locaciones Canarias, UFCPO, productores vinculados a las asociaciones ASOPROD, Cámara Audiovisual del Uruguay (CADU) y Cámara Uruguaya de Empresas Productoras de Publicidad (CEPPU), y miembros de algunos eventos internacionales que tienen lugar en el país, como son Doc Montevideo y Puentes.

Partiendo de algunas premisas de diagnóstico (la ampliación de mercados en el sector es un condicionante para la capacidad de producción en toda la cadena de todos los subsectores -cine, tv, publicidad-, son necesarias herramientas sustentables y sostenidas para el desarrollo de la estrategia, que debe ser público-privada), se compartieron necesidades concretas de cada subsector y se consensuó seguir profundizando en esa vía.

Asimismo, se contempló la creación de una nueva institucionalidad para la Film Commission, iniciativa en la que ya se venía trabajando de forma previa al proceso a través de la Comisión Directiva ampliada de la UFCPO. En el marco de Compromiso Audiovisual se convocó una nueva reunión de dicha Comisión Directiva para redefinir la institucionalidad y concretar próximos pasos, atendiendo al nuevo escenario de contingencia que es necesario atender.

El 25 de junio se realizaron sendas mesas de trabajo por subsectores (cine y televisión y publicidad), identificando en ambos encuentros los eventos prioritarios internacionales así como los instrumentos relevantes respectivos para el posicionamiento.

De forma paralela, y con el objetivo de avanzar sobre la articulación y generación de nuevas herramientas, la coordinación del eje convocó reuniones concretas con instituciones y autoridades para concretar las peticiones de los subsectores que precisaran de articulación o medidas concretas, entre las que se encuentra el Banco de Seguros del Estado (BSE), la Dirección Nacional de Aduanas, el MEF, el MINTURD y Uruguay XXI.

La segunda plenaria, que se celebró el 7 de agosto en el MEC, sirvió para compartir los avances a los que se llegó durante el proceso y ajustar el plan de trabajo, priorizando herramientas en el corto plazo.

4.3.2. Objetivo del eje

Consolidar una estructura de promoción y posicionamiento internacional para la ampliación de mercados del sector audiovisual. Se propone, a través de la gestión de un programa anual de acciones, incrementar la presencia del cine y el audiovisual uruguayo en festivales y mercados internacionales y continuar impulsando a Uruguay, a través de su marca país, como plaza fílmica para diversidad de proyectos.

Se propone orientar las acciones para facilitar el acceso a una mayor inversión extranjera en coproducciones de películas y contenidos audiovisuales nacionales. Asimismo, se plantea priorizar el desarrollo de un plan de acción que haga frente a las necesidades más urgentes para la competitividad del Uruguay en la oferta de servicios de producción a nivel internacional. Por otro lado, se pretende mejorar e incrementar las herramientas que fomentan la presencia de realizadores y productores a nivel internacional que resultan en una mayor profesionalización de nuestros talentos y oportunidades de inversión y desarrollo de nuevos proyectos.

4.3.3 Antecedentes y contexto actual

En el año 2008, en el marco del Programa de Apoyo a la Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC), se creó el Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC1) como herramienta para lograr dinamizar el Cluster Audiovisual uruguayo. A partir de este Plan, se constituyeron tres grupos de líneas estratégicas con actividades concretas para potenciar y fortalecer el desarrollo del Cluster: mejora del entorno, desarrollo de capacidades y ampliación de mercados.

El desafío, a lo largo de estos cinco años, ha sido dinamizar el Cluster y potenciar el capital social, el marco de confianza, la cooperación, las redes y la asociatividad, para que el conjunto de empresas e instituciones públicas y privadas puedan desarrollar proyectos que tengan como consecuencia la mejora de la competitividad del conjunto empresarial.

En ese contexto, en el año 2009 se creó la UFCPO con el objetivo de posicionar el audiovisual uruguayo internacionalmente, a través de la promoción del territorio nacional como escenario para producciones extranjeras, así como la promoción de la producción audiovisual nacional en el mercado internacional. El cine uruguayo, tanto de ficción como documental, ha adquirido un reconocimiento y prestigio fuera de fronteras que ha posicionado a Uruguay en el escenario internacional.⁹

La necesidad de ampliar mercados para los productos nacionales es algo compartido con la mayoría de los sectores productivos del país, pero en el caso del cine y del audiovisual, lograr un buen relacionamiento internacional es también una condicionante para la capacidad de producción.

9. Uruguay Film Commission & Promotion Office, Informe de actividades, mayo 2009-mayo 2014

El modelo de negocios vinculado al cine, la publicidad y cada vez más a la televisión, se basa en una fuerte inversión extranjera para la coproducción o para la contratación de servicios. Dicha inversión extranjera es fundamental para lograr que la cadena productiva esté activa. Luego de producida la obra, el ciclo virtuoso se completa con una nueva instancia de internacionalización para licenciar los productos o para captar nuevas inversiones para una siguiente producción o servicio.

Hoy, la identificación de una misión compartida por diferentes organismos públicos y privados determina un contexto propicio para potenciar las acciones comunes en el área de posicionamiento internacional y ampliación de mercados del sector audiovisual.

Sin embargo, la internacionalización que el país ha logrado en esta materia carece de herramientas sustentables y sostenidas para el desarrollo de la estrategia y acciones definidas oportunamente.

4.3.4. Fortalezas y debilidades

- **Cine y televisión**

Debilidades

- El nuevo escenario de la Film Commission obliga a repensar el cofinanciamiento de las misiones y presencia de las PYMES del sector en el exterior.
- Los fondos para coproducción en cine son calificados como insuficientes por parte de los productores con experiencia en acuerdos a nivel internacional.
- No hay formación específica para los realizadores y productores de contenidos para televisión. Las carencias más notorias son en el área de guión y de producción. Se destaca la necesidad de actualización y capacitación continua.
- No existen fondos específicos para coproducción de televisión, ni fondos genuinos para la realización de pilotos que habiliten la exploración de otros mercados. En el caso de la realización de pilotos, es necesario sistematizar los procedimientos y explorar las posibilidades de financiamiento conjunto con canales de televisión.
- Se desconocen las características y dinámicas de los mercados internacionales de televisión. Falta conocimiento y contactos de los canales y cadenas que adquieren contenidos: ¿cómo se programa, qué tipos de acuerdos, qué es y cómo funciona una preventa, cómo deben presentarse los pilotos?

Fortalezas

- Luego de años de presencia sostenida, sobre todo en festivales internacionales de cine, existe un acumulado de experiencia en la promoción de la producción nacional, contactos con programadores y colaboradores y conocimiento de las posibilidades de promoción de Uruguay y sus locaciones, de acuerdo con sus características e incentivos.
 - Si bien el cine uruguayo tiene un recorrido propio y goza de un gran prestigio, es necesario potenciar y profesionalizar su proyección internacional.
 - Fue positiva la experiencia de tutorías para series de televisión en los premios del Fondo de Fomento del ICAU, lo que evidencia la necesidad de instaurarlas en forma sistemática.
 - Ya se comenzó a trabajar en una consultoría para una Guía de Formatos que terminará en un mapeo de mercados para minimizar riesgos y hacer foco entre los que se programa en el mundo.
 - Existe interés en explorar mercados internacionales de televisión.
 - Están detectadas las capacidades que la internacionalización debería fortalecer en nuestros actores: desarrollo de proyectos, entrenamiento para pitching, guión, comercialización.
- **Productoras publicitarias**

Debilidades

- Para las empresas que brindan servicios de producción y contenidos publicitarios, la presencia conjunta en mercados y festivales no es una prioridad.
- Las leyes proteccionistas de países como Brasil, Ecuador y Venezuela han redundado en la pérdida de esos mercados, que fueron muy importantes en el pasado.
- Es una dificultad estar lejos de los centros de decisión y la escasa conectividad aérea no facilita la llegada de grandes producciones.

Fortalezas

- La herramienta más valorada para presupuestar es la exoneración impositiva y para captar clientes, la facilidad de los permisos y la flexibilidad, característica que se ha ido resintiendo con el crecimiento del sector.
- Se han detectado los grandes mercados de servicios a ser estudiados para mejorar la competitividad en el área publicitaria (Argentina, Sudáfrica), así como sus características y ofertas, políticas de incentivo que se practican y el impacto de las mismas para atraer clientes (por ejemplo: devolución al cliente de porcentajes de lo gastado en certificados).

4.3.5. Objetivos estratégicos

- Lograr un buen posicionamiento del audiovisual uruguayo y de la marca país en festivales y mercados internacionales.
- Acceder a una mayor inversión extranjera en coproducciones de películas y contenidos audiovisuales nacionales (cantidad y montos).
- Ampliar las ventas de productos y servicios del sector mejorando su competitividad (incentivos).
- Posicionar a Uruguay como plaza fílmica generando sinergias con otros actores estatales, departamentales y sectores de servicios.
- Mejorar e incrementar las herramientas que fomentan la presencia de realizadores y productores de nivel internacional, que resultan en una mayor profesionalización de nuestros talentos y oportunidades de inversión y desarrollo de nuevos proyectos.
- Consolidar una red de oficinas de locaciones departamentales y de las áreas de fomento de la producción audiovisual en cada intendencia.

4.3.6. Acciones a implementar

Se resolvió implementar dos programas:

1. Nueva institucionalidad de la Film Commission
2. Valija de herramientas

- **Nueva institucionalidad de la Film Commission**

Consolidación de una estructura de promoción y posicionamiento internacional para la ampliación de mercados del sector audiovisual responsable del diseño y la gestión de un programa anual de acciones.

Como se mencionó, la UFCPO fue creada en 2009 en el marco del Programa PACC con el objetivo de posicionar el audiovisual uruguayo a nivel internacional a través de la promoción del territorio nacional como escenario para producciones extranjeras, así como la promoción de la producción audiovisual nacional en el mercado internacional. Desde su origen trabajó en conjunto con el ICAU y la OLM.

La UFCPO cuenta con una Comisión Directiva conformada por representantes de ICAU, OLM, CADU y representantes privados de los subsectores de cine, publicidad y televisión. Hasta mayo de 2014, la UFCPO contó con un equipo de gestión. Los recursos humanos rentados consistieron en una coordinadora y una asistente. La falta de financiamiento provocó que una vez vencidos los contratos no hubiera renovación de los mismos, asumiendo el ICAU las tareas de la Film Commission hasta que no se viabilice el nuevo convenio que dé continuidad a las acciones.

Se trabaja en un plan de contingencia para el segundo semestre de 2014 y primer semestre del 2015. La integración de la Comisión Directiva se amplía hasta la versión definitiva de su nueva institucionalidad y el ICAU pasa a coordinar una Mesa Directiva integrada por Dinatel del MIEM, Dirección de Turismo del MINTURD, Uruguay XXI, Oficinas de Locaciones de Montevideo y Canelones, CADU, CEPPU y ASOPROD.

Se trabaja la sostenibilidad y el estudio de formas de financiamiento, estableciendo que la Mesa Directiva de la Film Commission sea un espacio de coordinación y colectivización de ideas.

Agentes vinculados

Actores públicos: ICAU-MEC, Dinatel-MIEM, Asuntos Culturales-MRREE, Dirección Nacional de Turismo-MINTURD, Uruguay XXI, Congreso de Intendentes, OLM. Actores privados: CADU, ASOPROD, CEPPU, realizadores y productores no asociados.

Proyectos

- Firma de un acuerdo marco que permita el trabajo interinstitucional y la asignación de recursos humanos y financieros en la etapa de desarrollo del proyecto.
- Elaboración de un Plan Estratégico a cinco años para la promoción y el posicionamiento internacional del sector audiovisual.
- Elaboración de guías para aplicar a los diferentes modelos de subsidio de posicionamiento internacional y de protocolos para lograr un accionar interinstitucional coordinado.
- Fortalecimiento de los festivales internacionales en Uruguay, procurando la incorporación de un nuevo mercado con área de formación e industria

Actividades

- Consultoría para evaluación 2009-2014.
- Planificación y confirmación de una nueva estructura de la Film Commission.
- Desarrollo del Plan Estratégico de la Film Commission y un nuevo presupuesto.
- Estandarización de la operativa a través de la redacción de protocolos de gestión de proyectos internacionales que llegan a Uruguay así como de participación en eventos internacionales.
- Evaluación, actualización y mejora de los materiales desarrollados para la promoción de los contenidos audiovisuales (catálogos, reels) e innovación en sus formas de presentación.
- Estudio de las capacidades internas para presupuestar proyectos con participación extranjera, análisis de las incidencias por rubros, comparación estricta de precios para identificar y valorar qué fomentar. Mostrar el impacto económico con estudios estadísticos para implementar incentivos.
- Mapeo de la infraestructura del país, actualización de la lista de empresas y talentos. Retomar el análisis de impacto de un estudio de grandes dimensiones en el país y la concreción del proyecto de polo audiovisual.
- Desarrollo de herramientas de marketing.
- Mejora de la oferta para capacitación con énfasis en la formación en idiomas.

- Seguimiento de las medidas de exoneración impositiva con el MEF.
- Actualización de los convenios bilaterales y exploración de posibilidades de nuevos acuerdos.
- Trabajo con el BSE para mejorar la cobertura del sector.
- Trabajo con la Dirección Nacional de Aduanas en las facilidades para el ingreso de equipos y productos. Estudiar la experiencia del carnet ATA.
- Colaboración en la conformación de un observatorio para el sector para la obtención de datos y la elaboración de estadísticas que permitan la evaluación del impacto de las políticas implementadas y el diseño de nuevas.
- Priorización de la inteligencia competitiva para identificar nichos y mercados como por ejemplo promoción de los servicios postproducción.
- Desarrollo de la herramienta de viajes de familiarización (fam trips) para el 2015: identificar clientes, productores y locacionistas e invitarles a conocer las locaciones y servicios que ofrece Uruguay.
- A iniciativa del MINTURD, acuerdo con la asociación de hoteles y restaurantes.
- Desarrollo de un paquete de medidas conjuntamente con el MIEM para transporte (ANCAP) y telefonía (ANTEL) que mejoren la competitividad de las empresas

Plan de contingencia 2014

- Seguimiento de proyectos presentados a la Comisión Especial Permanente del Fondo de Fomento Cinematográfico (CEP).
- Participación en los siguientes eventos:
- Festival de Cine de Locarno: participación en la edición 2014 del Festival de Cine Locarno acompañando la participación de la película uruguaya Los enemigos del dolor.
- Festival Internacional de Cine de San Sebastián: participación en la edición 2014 del Festival de San Sebastián acompañando la participación de la película uruguaya Una noche sin luna en la sección competitiva Nuevos Directores.
- Ventana Sur: fortalecer la presencia de Uruguay en la edición 2014 de este mercado a través de un stand, un cóctel, screenings, catálogos de producción audiovisual nacional.

- Trabajo específico con los canales públicos de televisión: TNU y Tevé Ciudad.
 - Asegurar y mejorar su participación en el Doc Montevideo y Río Content Market.
 - Intensificar vínculos con redes regionales como TAL.
 - Para TNU incorporar además MIPCOM y BBC Screenings.
 - Pensar en mecanismos de presentación conjunta de los canales de televisión pública sumados a productores independientes.
 - Estudiar otras ventanas (web series, formatos).
 - Colaborar en la internacionalización de los canales para facilitar acuerdos de compra, subtítulo y doblaje.
 - Fortalecer lazos de coproducción en la región.

Actividades

- Mapeo, estado de situación de la producción de ficción y documental para televisión.
- Estudios de mercado y formatos.
- Formación específica para el desarrollo de proyectos y tutorías.
- Formación con foco en producción, guión y dirección de actores.
- Búsqueda de acuerdos para internacionalización.
- Acuerdo para trabajo estratégico conjunto con los canales públicos y privados.
- Registro de proyectos, elaboración de un banco de trailers y pilotos.
- Catálogos categorizados.
- Elaboración de Plan de Trabajo: 2015-2016 y 2016-2020.

PRESENCIA Y FOCO EN MERCADOS Y FESTIVALES 2015- 2020:

FICCIÓN	DOCUMENTAL
Toronto	IDFA
Locarno	Hot Docs
San Sebastián	
Berlín	
Festival de Rio	
BAFICI	
ANIMACIÓN	TV
Chilemonos-MAI!	MIPCOM
Animamundi	Brasil Rio Content
MICSUR	

La Film Commission debería tener flexibilidad para ser capaz de instrumentar una misión conjunta en los casos en los que, en un festival relevante, son seleccionadas más de dos películas nacionales, y para incluir eventos en la planificación estratégica de acuerdo al perfil de las películas y contenidos audiovisuales identificados con proyección internacional.

- **Valija de herramientas**

Desarrollo de un plan de acción que haga frente a las necesidades más urgentes para la competitividad del Uruguay en la oferta de servicios de producción a nivel internacional. Este plan se inserta en el Programa 7 de Compromiso Audiovisual (Paquete de instrumentos financieros).

A continuación se presentan las actividades a trabajar desagregadas por institución:

DINATEL- MIEM

- Articulación y coordinación con empresas públicas para diseño de paquete de medidas tendientes a mejorar la competitividad de empresas locales en la captación de rodajes internacionales en Uruguay.
- Estudio de grandes dimensiones inserto en una política de mejora y acondicionamiento de las infraestructuras necesarias para la atracción de nuevos proyectos.

MEF

- Estudio de exoneración impositiva.

ICAU-MEC / CEP

- Incremento de aportes.
- Más oportunidades para proyectos en desarrollo.
- Simplificar la presentación.

Dirección Nacional de Aduanas

- Punto focal dentro de Aduanas (interlocutor con el sector)
- Publicación de prototipos

URUGUAY XXI

- Programa Smart Services y sus posibilidades de apoyo y asesoramiento
- Consultorías específicas, planes de internacionalización, estudios de mercado a través del Fondo de Diversificación de Mercados (FODIME).
- Aumento de planes de capacitación.
- Trabajar la sostenibilidad y la competitividad de Uruguay como plaza fílmica.
- Adaptación Pro Export (experiencia previa PROTIC al sector)
- Generación de estadísticas del sector.
- Solicitar a Inteligencia Competitiva el diseño de nuevos instrumentos
- Acompañamiento a misiones, desarrollo de agenda de negocios. Trabajar en el armado de un protocolo de misiones haciendo un fuerte trabajo en la preproducción de las mismas con el objetivo de coordinar una agenda previa de reuniones y una sinergia de acciones con el RREE y el MINTURD.
- Red Iberoamericana de agencias de promoción: presentar la Film Commission.
- Taller sobre Finishing Schools para empresas uruguayas.

MINTURD

- Taller específico para el sector audiovisual sobre marca país, estudiar la arquitectura de marcas y la posibilidad de desarrollar una marca sectorial.
- Convenios de uso la marca país.
- Uruguay Natural TV: acuerdo por banco de imágenes para web y materiales para la Film Commission.

RREE

- Antecedentes del *showcase* Muestra de cine uruguayo: valorar la importancia del trabajo en conjunto y la apuesta a la consolidación de una modalidad de trabajo público-privada para potenciar la actividad audiovisual uruguayana.
- Trabajar en hacer foco de Uruguay en un festival internacional al año. Decidir estratégicamente los festivales a priorizar, ofrecer catálogo de estrenos del año en curso y proyectar presencia en su festival al año siguiente con cinco películas que el festival escoja. Organizar misión con cinco realizadores y/o cinco productores, propiciando encuentro con productores locales.

BSE

- Estandarizar un piso viable para seguros para el sector y controlar que los seguros cumplan con este piso. Para poder hacer esa estandarización se requiere partir de las estadísticas del sector (memoria descriptiva de un año tipo).
- Estudiar seguros por uso del espacio público.
- Trabajar en la celeridad en los trámites y dar a conocer el formulario online.
- Se trabajará con ellos a partir de estos datos para llegar a definir ese protocolo.
- Estudiar con Jurídica del BSE la validez de los seguros del exterior y estudiar la posibilidad de traducir las pólizas.
- Instrumentar la exigencia de un fronting local para los seguros del exterior, para que estén homologados a nivel local y eso asegure su validez.

Resultados

1. Estatutos de consolidación de una estructura de posicionamiento.
2. Concreción de las misiones y evaluación de las mismas.
3. Acuerdos logrados con Aduana, BSE, exoneración impositiva.
4. Mapa de institucionalidades departamentales vinculadas al audiovisual.

En relación a los objetivos propuestos al inicio es necesario verificar anualmente:

- Lista de festivales y mercados donde se tuvo presencia y valoración de la misma.
- Cuantificar la inversión en coproducciones.
- Cuantificar el monto de las ventas, preventas, de contenidos y formatos.
- Visualizar en cada caso los *players* y los territorios.
- Cuantificar la inversión en servicios de producción.
- Cuantificar la presencia de profesionales uruguayos en actividades de formación en el extranjero, así como conferencistas, *decision makers*, jurados, dada su importancia por su efecto replicador y multiplicador.

4.4. Formación de públicos

4.4.1. Proceso de trabajo

La formación de públicos audiovisuales se trabajó desde la transversalidad que abarca multiplicidad de agentes y esferas, y así se mostró en la alta y diversa participación de las plenarias participativas, desarrolladas el 10 de junio en el Salón Azul de la DNI del MIEM y el 8 de agosto en el MEC.

La participación fue amplia. Actores de la educación: ANEP, Codicen, Consejo de Educación Inicial y Primaria (CEIP), Consejo de Educación Secundaria (CES), Instituto Normal de Magisterio, Consejo de Formación en Educación (CFE), Cineduca, UTU, Plan DENI, Plan Ceibal, Proarte, Universidad de la República (Udelar), Facultades de Información y Comunicación (FIC), de Humanidades y de Ciencias Sociales, Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes, Prodic, universidades y escuelas privadas (Universidad de Montevideo, ECU). Agentes públicos, entidades y programas vinculados: Direcciones del MEC (Ciencia y Tecnología, Educación, Cultura, Centros MEC), TNU, Comisión Honoraria de Educación y Arte, Consejo Sectorial TIC, Instituto de Derechos Humanos, ANTEL, Red USI, Agencia para el Desarrollo del Gobierno de Gestión Electrónica y la Sociedad de la Información y del Conocimiento (AGESIC), Congreso de Intendentes, Intendencia de Montevideo, OLM, Tevé Ciudad, Intendencia de Canelones, Usinas de la Cultura, Cecap. Organismos Internacionales: OEI, Egeda, Unesco, Unicef, CPR-RECAM. Organizaciones relacionadas activamente en la formación de públicos: Teatro Solís, SODRE, Cinemateca Uruguaya, Asociación de Críticos Cinematográficos del Uruguay (ACCU), Divercine, Cine Univeritario Carmelo Cineclub, Efecto Cine, Muestra de Documentales en la Frontera, Atlantidoc, Tenemos Que Ver, Detour, Festival de Cine Nuevo, Giro. Asociaciones de empresas y productores audiovisuales: CADU. Productoras privadas: Tarkio Film, Pozo de Agua, HTV3-Tajam, entre otras.

Dada la diversidad del panorama y la multiplicidad de visiones, se decidió enfocar la formación de públicos desde dos ámbitos: el sistema educativo y la ciudadanía audiovisual.

Además de las debilidades y amenazas detectadas en ambos escenarios, el diagnóstico inicial fue compartido: coexisten diversas iniciativas trabajando con el mismo objetivo que no están dialogando adecuadamente y se torna imprescindible su articulación para un impacto efectivo. A su vez, es necesario fortalecer las herramientas para la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje a lo largo de toda la vida, garantizando el derecho de las personas y colectivos al disfrute, producción y distribución de los bienes y servicios audiovisuales, en una sociedad digital que exige trabajo en red. Así, se decidió fortalecer lo que ya existe y generar nuevos espacios de actuación teniendo en cuenta los desafíos que el lenguaje audiovisual plantea en la actualidad.

Con esa máxima se inició el trabajo en el ámbito de ciudadanía audiovisual, para lo que se realizaron diversas reuniones en las que se socializaron las iniciativas en marcha y aquellas que podrían implementarse en el marco de una coordinación efectiva, mediante la creación de un Programa de Ciudadanía Audiovisual. Se convocó a dos reuniones de redacción en las que se hizo hincapié en fortalecer el circuito de exhibición y circulación audiovisual para asegurar la diversidad de los contenidos, la necesidad de incentivar el compromiso de la televisión para con la formación de públicos, con énfasis en la infancia, la adolescencia y la juventud, el posicionamiento de las muestras y festivales como lugares de encuentro y reflexión, la sensibilización y difusión de la cultura audiovisual uruguaya para recuperar el espacio público en una sociedad digital, las publicaciones y todos aquellos agentes que motiven la reflexión y participación ciudadana, considerando la importancia de lo trabajado en el proceso de gestión del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En este sentido, la coordinación de la Mesa participó en las plenarios de los demás ejes del Compromiso Audiovisual, logrando articular las necesidades concretas de los diversos ámbitos del quehacer audiovisual desde un enfoque de derechos humanos.

En el ámbito educativo se planteó un cruce con el eje de formación técnico-profesional en la órbita de la formación terciaria, y desde este eje se asumió la iniciativa de diseñar un sistema de educación audiovisual especializada en dos vías: una que favorezca la adquisición de competencias audiovisuales por parte de los/as educadores/as y otra orientada a la obtención de herramientas pedagógicas por parte de profesionales del sector que participen en educación. Además de atender a los estudiantes con propuestas integradas de formación audiovisual, luego de la sistematización y la institucionalización de la Mesa Permanente de Cine, Audiovisual y Educación.

De forma paralela, se convocaron diferentes reuniones con autoridades públicas de algunas Instituciones vinculadas a la formación de públicos, como Celsa Puente (CES), Edith Moraes (CFE), Luis Garibaldi (Dirección de Educación del MEC), Hugo Achugar (DNC-MEC), Roberto Elissalde (Centros MEC), Alfredo Fernández (Congreso de Intendentes), para validar las propuestas trabajadas en la mesa.

En la segunda plenaria se repasaron los consensos y avances concretos a los que se llegó durante el proceso y se determinaron dos comisiones de redacción específicas para escribir los programas vinculados al eje.

4.4.2. Objetivos del eje

La Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2005) sostiene que las políticas culturales deben generar condiciones propicias para producir y difundir bienes y servicios culturales diversos, y que su visión no debe recaer solamente en el Estado y las instituciones que la promueven, sino que también deben darse desde las organizaciones de la sociedad civil. Nuestro país, que ratifica esta Declaración, afirma en el Artículo N° 71 de la Constitución que es necesario promover la educación en todas sus etapas, mediante el perfeccionamiento y la especialización de saberes y conocimientos.

La formación de públicos, además de vincularse con la creación de audiencias, implica brindar a los individuos un conjunto de instrumentos que favorezcan su comprensión y desempeño como espectadores, favoreciendo la ampliación de su horizonte cultural. Así, se vincula con la construcción de ciudadanía y, por lo tanto, con los objetivos propios de las políticas públicas.

Uno de los desafíos de este eje es la generación de estrategias que permitan potenciar la formación audiovisual en la niñez y adolescencia. En este sentido, la posibilidad de desarrollar productos culturales está directamente ligada a la existencia de públicos que puedan incluir dentro de sus estrategias sociales el gusto por ese consumo. Ser espectador es también un aprendizaje. Un largo y permanente aprendizaje que, en tanto actividad individual y social, tiene múltiples dimensiones y variados ámbitos de desarrollo. La enseñanza y el aprendizaje dirigidos al público como espectador crítico implica el descubrimiento, disfrute y análisis de las imágenes que comunican.

Actualmente, el encuentro entre la oferta cultural y los públicos está dominado por estructuras de poder e inequidad en el acceso, desigualdad tanto en la formación y extracción social del público, como territorial, ya que la oferta cultural y audiovisual está fuertemente concentrada en Montevideo.

Por consiguiente, una de las acciones a desarrollar sería la de profundizar en el sistema educativo la formación audiovisual, atendiendo las desigualdades, promoviendo el trabajo en red, poniendo a los centros educativos y los niños, niñas y adolescentes como difusores y multiplicadores del lenguaje audiovisual, aprovechando a la vez todas las ventanas existentes para potenciar la convergencia de medios (tv digital, salas, internet, pantallas, etc.) y el vínculo entre los diversos públicos. También se debería profundizar el uso del Plan Ceibal para llevar adelante estas iniciativas. En una sociedad digital donde generar y publicar contenido de manera asincrónica en tiempo real es algo constante, la formación en lenguaje audiovisual se vuelve un imperativo.

Esto supone tanto favorecer las acciones formativas (formales y no formales) como los espacios de reflexión acerca de la cultura audiovisual en todas sus expresiones (circuitos de exhibición de cine comercial, cultural e independiente, medios masivos

de comunicación, festivales internacionales, muestras nacionales y locales, nuevas ventanas de exhibición, internet, etc.). También es necesario fortalecer los circuitos de consumo cultural audiovisual, integrando productos diversos en las variadas ventanas de exhibición, empezando por las gestionadas por la administración pública.

La formación de públicos en el marco de este Compromiso Audiovisual significa el diseño de una ruta de sensibilización, mediante el trabajo multisectorial basado en dos pilares fundamentales que se convierten en ejes de acción: el audiovisual como medio de comunicación educativo y la construcción de una ciudadanía audiovisual que garantice la participación de personas y colectivos en el disfrute, producción y distribución de los bienes y servicios cinematográficos y audiovisuales.

4.4.3. Antecedentes y contexto actual

- **Antecedentes**

La histórica fortaleza del circuito cultural independiente y la fuerte influencia de la crítica cinematográfica, ubicaron durante varias décadas a nuestro país en un lugar destacado en la región y en el mundo. A partir de 1940, con su apogeo en los años cincuenta y sesenta, los cineclubes (Cineclub del Uruguay, Cine Universitario, Departamento de Cine Arte del SODRE, entre otros) ocuparon un lugar fundamental en la formación de públicos, siendo los responsables tanto de la exhibición de películas difíciles de acceder en las salas del circuito comercial como de la conservación del patrimonio, la promoción de concursos (Cine Relámpago), publicaciones (Cineclub, Cuadernos del Cineclub, Film, Nuevo Film) y la gestión de festivales y muestras (Festival de Punta del Este, Festival de Cine Documental y Experimental del SODRE), produciendo generaciones de espectadores críticos y forjando una cultura cinematográfica uruguaya. “Durante los años 50 Montevideo contaba con 100 salas de cine y había otras 219 dispersas por todo el país, calculándose que cada uruguayo asistía a 22 funciones de cine anuales promedio”.¹⁰

Estas organizaciones, junto con la Cinemateca del Tercer Mundo (C3M) y Cinemateca de Marcha, eran también las responsables de la descentralización audiovisual en coordinación con los cineclubes locales, que existían en todos los departamentos. Entre sus fundadores e integrantes se encontraban los principales referentes de sucesivas generaciones de periodistas y críticos cinematográficos, creadores activos de análisis y reflexión sobre las imágenes en movimiento. En los años setenta, la dictadura frenó el posicionamiento de estos actores, quienes más allá de la resistencia impuesta por algunas organizaciones, perdieron espacios significativos para la construcción de nuestra cultura cinematográfica y audiovisual. La Cinemateca Uruguaya, sin embargo, en estos

10. Tzvi Tal. *Cine y revolución en la Suiza de América. La Cinemateca del Tercer Mundo en Montevideo*. En: *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*. Año 4, N° 9 Primer semestre de 2003. ISSN 1575-6823. Recuperado de: <http://www.scribd.com/doc/19701917/La-Cinemateca-del-Tercer-Mundo-Montevideo-60-s-70-s>

tiempos se posicionó fuertemente en el desarrollo audiovisual, “siendo un referente a nivel latinoamericano, ejerciendo una acción crítica, desafiante, creadora de una cultura de espectadores activos, sensibles a las propuestas de un cine identificador culturalmente, renovador y vital, un aporte fundamental en la formación de públicos” (Manuel Martínez Carril, 2014).¹¹ En ese sentido, en 1977 surgió la Escuela de Cine del Uruguay (cerrada al año siguiente y reabierta recién en 1995), en 1981 la Escuela de Cine para Niños y en el 1992 el Festival Internacional de Cine para Niños y Adolescentes Divercine. La década de los noventa también marca el afianzamiento de los centros de educación formal profesional respecto al cine, audiovisual y comunicación.

De todas formas, desde los años sesenta se encuentran proyectos de promoción del cine en el aula (el Maestro Soler, que llevaba cine a las escuelas de todo el país, con un proyector de 16 mm) y la creación del Plan DENI para la formación docente en audiovisual en la órbita de Educación Primaria, entre 1968 y 1973, retomando en los años ochenta, así como el Plan Nimeco, desarrollado en coordinación con organismos internacionales para la descentralización de la educación audiovisual.

Por su parte, en 1963 comenzó a emitir la Televisión Nacional del Uruguay, creada en 1955, que desde sus comienzos dispuso de ciclos de cine clásico todos los viernes por la noche, promoviendo los contenidos diversos y su difusión.

A mediados de los años ochenta se creó el Departamento de Cultura en la Intendencia de Montevideo, que junto a la División de Prensa han otorgado una ayuda importante al audiovisual nacional. En 1995 surgió el FONA, fondo de apoyo al audiovisual, y en 1996 la Oficina de Locaciones, espacio de gestión para apoyar el desarrollo del sector audiovisual. En 1994 se creó el Instituto Nacional del Audiovisual (INA) dentro del MEC, orientado al desarrollo de políticas de fomento del audiovisual. Simultáneamente surgió el Fondo Ibermedia, gestionado en Uruguay por el INA. En 2008, el INA pasó a ser el ICAU mediante la Ley de Cine y Audiovisual y su Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, que tiene entre sus cometidos la formación de públicos como objetivo fundamental. La creación de los Fondos de Incentivo Cultural (FI), los fondos para las infraestructuras en el interior del país y proyectos de recreación en el ámbito de la Dirección de Cultura del MEC, también son un aporte fundamental para la formación de públicos desde la ética de derechos humanos.

A partir del año 2006 se incluyó la enseñanza audiovisual en el plan de estudios escolar, luego se creó Cineduca para la formación docente a nivel de primaria y secundaria, el proyecto Proarte de ANEP, así como el Bachillerato Artístico de Secundaria, el Bachillerato Tecnológico y la Tecnicatura en Audiovisuales de UTU, la Licenciatura en Lenguaje y Medios Audiovisuales y la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la UDELAR.

11. Entrevista realizada por Sabrina Silva en el marco de un proyecto académico para la Licenciatura en Educación, Tiempo Libre y Recreación de la UCU, realizada el 8/6/2014. La misma se puede consultar en el archivo de Cinemateca Uruguay.

En 2010 se impulsó desde el ICAU la firma del Compromiso por la Promoción del Cine y Audiovisual del calidad para la infancia y la adolescencia, firmado por más de 100 instituciones nacionales, internacionales, públicas y privadas, desde Presidencia de la República hasta agentes de la sociedad civil preocupados por el asunto. Se creó el Programa Formación Audiovisual Nacional (FAN) en la órbita del ICAU, que tiene entre sus proyectos el Curso Crea FAN virtual de realización audiovisual para niños de 10 a 12 años, en coordinación con el Plan Ceibal. Este curso fue compartido desde Uruguay con algunos países de la región (Argentina, Chile, Paraguay) con excelentes resultados y marcó una experiencia innovadora a nivel mundial. Bajo el mismo concepto se creó el Proyecto de Cine Accesible, con el objetivo de llegar a poblaciones vulnerables. Acciones como traducción en lengua de señas uruguayas (LSU), Cortos 4x4, cine móvil en hospitales, Servirme un corto, Semana Nacional del Cine, concursos de cortos con temáticas concretas, entre otras, integran el área de proyectos del ICAU. Otros antecedentes son la promoción del cine a través de las pantallas itinerantes y la creación de las Usinas de la Cultura.

- **Contexto actual**

Actualmente, los aspectos que eran atendidos por los cineclubes, Cinemateca y por la crítica cinematográfica han perdido significativamente la potencia de los años dorados; el movimiento cineclubista está en crisis aunque continúa con alguna actividad tanto en Montevideo como en el interior (Nueva Helvecia, Canelones, Maldonado, Carmelo, entre otros). Esto llevó al ICAU a impulsar, en 2010, la creación de una red de circulación de contenidos audiovisuales, con el objetivo de posicionar los espacios independientes de exhibición y promoción audiovisual; pero sin recursos destinados de forma específica a este cometido, la red perdió articulación en 2012. Ese mismo año se firmó el convenio entre CEIP, ICAU y BROU para la ejecución del programa Los escolares van al cine. En 2013 se creó la Mesa de Cine y Educación, integrada por representantes del sistema público y privado de educación junto a actores del sector audiovisual. A esto se suman la tarjeta social de Cinemateca Uruguaya y la del Socio Espectacular, ambas iniciativas privadas. Recientemente se agregó la tarjeta Montevideo Libre, a iniciativa del Departamento de Cultura de la Intendencia de Montevideo, que facilita la concurrencia de liceales al cine, entre otros eventos.

El Plan DENI continúa funcionando y Cineduca también, pero sería interesante llegar a más docentes. El estudio de televisión de Educación Primaria podría ser un buen proveedor de contenidos educativos, sobre todo para los canales públicos, pero haría falta una reestructura funcional para utilizarlo a pleno. El Plan Ceibal tiene a la formación de públicos como una de sus principales responsabilidades, ya que llega a todos los hogares y todas las generaciones, buscando adaptarse al uso de las TIC y facilitar el alcance a las nuevas plataformas que permiten contenidos interactivos, desde la narrativa digital y la historia del cine. En este sentido, surge la posibilidad de entender al ciberespacio como un nuevo ámbito de encuentro. Proarte incorpora la experiencia artística como parte del proceso educativo en el ámbito de la educación formal.

El Bachillerato Artístico expresa excelentes resultados. En UTU están comenzando con éxito los cursos de audiovisual, a varios niveles, incluso con equipamiento y clases prácticas para jóvenes. A nivel universitario no hay cursos de capacitación docente, si bien hay varias carreras de audiovisual. También sería un avance el postgrado de nivel terciario.

Por su parte, la FIC desarrolla líneas de investigación relacionadas con la formación de públicos, como por ejemplo el proyecto actualmente en curso con Tevé Ciudad sobre el estudio de audiencias adolescentes y jóvenes para analizar formas de construir según su propia visión y sus estéticas. A esto se suman las recientes investigaciones sobre cultura, consumo y creatividad audiovisual, actualmente dedicadas al consumo de cine nacional reciente, realizadas por el PRODIC de la Udelar. La Licenciatura en Lenguajes y Medios Audiovisuales de la Udelar¹² integró en 2014 el área de videojuegos, en 2015 posiblemente animación y viene trabajando con la sociedad civil en el proyecto de extensión con la comunidad.

Los festivales y las muestras han evolucionado hacia nuevos recursos para mantener su vigencia y llegada a la sociedad, básicamente en dos áreas: mercado y formación, pero es necesario su posicionamiento e incorporación en la agenda cultural nacional. Hoy se celebran más de 20 festivales y muestras a lo largo del año en Montevideo y en los departamentos de Salto, Maldonado, Canelones, Rocha, entre otros. Diversos concursos tienen resultados exitosos en cuanto a participación (Animate, Tenemos Que Ver, Reto, etc.). La Semana Nacional del Cine se está posicionando en la agenda cultural nacional, involucrando a diversas organizaciones de todo el país.

La Intendencia de Montevideo lleva adelante diversas actividades a través del Departamento de Cultura, como por ejemplo el Programa Esquinas de la Cultura.

El interior del país casi no cuenta con salas de cine funcionando todos los días, pero los Centros MEC y las pantallas itinerantes vienen cubriendo desde 2007 esta debilidad, exhibiendo películas nacionales en localidades rurales, suburbanas y urbanas de todos los departamentos. Actualmente, con la iniciativa de una Red de Salas Digitales del Mercosur promovida por la RECAM y la Red de Salas de Uruguay promovida por el ICAU, y en conjunto con el Congreso de Intendentes, se busca organizar la descentralización de los contenidos audiovisuales nacionales y de la región. En Montevideo, Cinemateca Uruguaya prevé estrenar tres salas de cine en el complejo de la Corporación Andina de Fomento (CAF) mediante un convenio con la Intendencia de Montevideo.

La televisión, sobre todo la pública, está produciendo contenidos, aunque escasos por falta de recursos económicos, sobre todo obras para niños y jóvenes.

12. Ubicada en Playa Hermosa, Maldonado.

Por otra parte, en 2010, cuando se discutió el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se incluyó un capítulo específico dedicado a la educación y comunicación. De aprobarse este proyecto de Ley, el Instituto Nacional de Derechos Humanos tendrá a su cargo la defensoría del público, que incluirá entre sus cometidos la promoción del ejercicio de la ciudadanía para la comunicación y la información; y entre sus facultades, la coordinación de un plan de educación para la comunicación.

La TDT ofrece una nueva ventana para el sector, al igual que la creación de nuevos canales abiertos de televisión.

4.4.4. Fortalezas y debilidades

Debilidades

- Aisladas y escasas acciones de formación de públicos en instituciones educativas de nivel primario y secundario.
- Escasez de fondos públicos destinados a formación de públicos.
- Escasa coordinación entre las diferentes organizaciones que se dedican a formación de públicos.
- Escasa producción cinematográfica y televisiva con contenidos para niños y adolescentes.
- Falta de contenidos educativos para todas las ventanas de exhibición.
- Falta de sistematización y evaluación de experiencias en el territorio nacional.
- Disminución, en los últimos años, del número de salas de cine cultural y de cineclubes.
- Dificultades económicas para la subsistencia de las salas culturales no estatales y de los cineclubes.
- Dificultades técnicas de las salas culturales y los cineclubes para adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos y poder sostener los estándares de calidad.
- Inexistencia de una agenda anual de festivales y muestras en el territorio nacional.

Fortalezas

- Existencia de proyectos públicos orientados a la formación de públicos.
- Existencia de experiencias de permanente vinculación entre lo público y lo privado.
- Inclusión de lo audiovisual como un elemento central en las estrategias en algunas áreas educativas curriculares, como carreras técnicas en UTU y bachillerato artístico.
- Existencia de la red de Centros MEC.
- Existencia del Plan Ceibal.
- Existencia y acumulación de experiencia en la realización de festivales y muestras dirigidas a la formación de públicos.
- Existencia de un Código de la Infancia y la Adolescencia que enfoca especialmente la protección de esa población.
- Posible aprobación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que contempla la formación de ciudadanía audiovisual.
- Llegada de la televisión digital.
- Existencia de convenciones internacionales que velan por los derechos de participación ciudadana.
- Experiencias exitosas de coordinación público-privada

4.4.5. Objetivos estratégicos

- Fortalecer la formación de públicos en los circuitos culturales de todo el territorio nacional.
- Fomentar el vínculo de la formación audiovisual con las nuevas tecnologías y el ciberespacio.
- Mejorar la vinculación entre el público y los contenidos audiovisuales de calidad.
- Favorecer políticas de formación de públicos que atiendan al valor de la diversidad en todas sus manifestaciones.

- Buscar la implementación de estrategias que permitan la integración de productos audiovisuales variados (con foco en la infancia y la adolescencia) en los canales de televisión, especialmente en los canales públicos.
- Promover políticas que garanticen el acceso de niños y adolescentes a los bienes culturales.
- Promover estrategias que permitan incentivar la producción audiovisual, especialmente destinada a niños y adolescentes.
- Generar instancias coordinadas que fomenten el intercambio y la reflexión sobre los productos y la producción cultural audiovisual.
- Sensibilizar a las autoridades educativas para incluir el lenguaje audiovisual en el currículum de sus estudiantes y sus docentes buscando potenciar las herramientas audiovisuales como herramienta educativa.
- Generar la coordinación necesaria de las distintas instituciones, acciones y políticas vinculadas a la formación de públicos como forma de racionalizar el uso de recursos y maximizar su uso.
- Sensibilizar a los organismos públicos y las empresas privadas sobre el importante papel que les compete en la sostenibilidad de las posibles estrategias de formación de públicos.

4.4.6. Acciones a implementar

Como resultado de la mesa de formación de públicos se resolvió la creación de dos programas que nucleen y atiendan las diversidades de la formación de públicos:

1. Sistema de Educación Audiovisual (que responde al cine y audiovisual como herramienta de enseñanza y aprendizaje).
2. Programa de Ciudadanía Audiovisual (que responde a la construcción de una ciudadanía audiovisual que garantice la participación de personas y colectivos en el disfrute, producción y distribución de los bienes y servicios audiovisuales).

Sistema de Educación Audiovisual

Se plantea la creación de este Programa para brindar oportunidades de profesionalización, actualización y formación permanente referentes a la integración y uso del lenguaje audiovisual en sus prácticas pedagógicas y técnicas. Con ello se busca favorecer el desempeño de profesionales facilitadores y diseñadores de estrategias de aprendizaje que brinden posibilidades a los estudiantes de ver, crear y producir cine y audiovisual en el contexto de una cultura digital y transmedia.

El Programa abarca diversos proyectos que confluyen en propuestas de formación en cine, lenguaje audiovisual y formación de públicos que tienen por destinatarios a los agentes educativos de la educación pública y privada inicial, primaria, media y superior en los ámbitos formales y no formales de educación, y a sus beneficiarios directos, los estudiantes.

Estarán vinculados a su diseño, implementación y evaluación en forma directa o indirecta, distintos agentes de ANEP y Udelar y aquellos que corresponden al MEC, de acuerdo a las necesidades que se detecten en los distintos proyectos y la viabilidad de los mismos.

Para ello se propone en principio, la creación de cuatro Proyectos:

1. Programa de Formación de Educadores (en coordinación con la Mesa de Formación Técnico Profesional).
2. Consejo Permanente de Cine, Audiovisual y Educación (Fortalecimiento de la Mesa de Cine y Educación).
3. Programa de Sistematización de Experiencias (en el ámbito formal y no formal de la educación)
4. Programa de Lenguaje Audiovisual para estudiantes (de todas las edades)

Para el diseño del Programa con sus respectivos proyectos, se considera fundamental el fortalecimiento de la Mesa de Cine y Educación, mediante la creación de un Consejo Permanente de Cine, Audiovisual y Educación (Copecine).

Se generarán, por tanto, distintas propuestas que podrán tener como resultado la creación de postgrados, maestrías, cursos, diplomas, entre otros, para la formación de docentes y educadores, así como la implementación de talleres y actividades para la capacitación de docentes en servicio y/o la formación permanente.

Se buscarán las estrategias para la sistematización de herramientas y experiencias de alfabetización audiovisual. Se tratará de formar en dos ejes en forma simultánea: producción audiovisual y formación de público considerando a la vez los aspectos disciplinares y didácticos que corresponden, tanto a los educadores como a los estudiantes.

Se considerará la posibilidad de introducir diversas modalidades para su implementación de manera de asegurar la equidad –entendida en el acceso a la igualdad de oportunidades– atendiendo a una población geográficamente dispersa en todo el territorio nacional, posibilitando la permanencia del educador en su medio.

A su vez, se buscará asegurar la calidad académica, optimizando el uso de los recursos humanos calificados del sistema educativo –ANEP, Udelar y aquellos validados por el MEC– integrando los recursos materiales y técnicos generados por el Plan Ceibal, Centros MEC y otros agentes que se integren al diseño.

Algunos de los relevamientos necesarios para el diseño de los programas son:

1. Oferta educativa (Guía de recursos educativos vinculados al audiovisual).
2. Formación técnico-pedagógica de los docentes de educación terciaria de carreras vinculadas al audiovisual.
3. Proyectos audiovisuales en educación formal y no formal.

• Programa de Ciudadanía Audiovisual

El Programa considera que la cultura y sus contenidos constituyen el patrimonio común de la humanidad y es uno de los principales motores de desarrollo sostenible de las comunidades, que se fortalecen mediante la libre circulación de ideas e intercambio de las mismas. A su vez, destaca la importancia del acceso a actividades, bienes y servicios culturales mediante la participación activa de los niños, niñas y adolescentes en la creación y recreación de la cultura. Dentro de sus objetivos específicos se encuentran el establecimiento de políticas coordinadas interinstitucionalmente de formación de públicos, favorecer la equidad en el acceso e incentivar las producciones audiovisuales educativas, con énfasis en los públicos infantiles y juveniles. Para cumplir con tales objetivos, se pretende desarrollar en principio cuatro planes estratégicos en coordinación con todos los ejes del Compromiso Audiovisual:

Plan de fortalecimiento del circuito cultural independiente y alternativo.

En coordinación con la Mesa de Circulación, este plan propone ubicar a los espacios de exhibición en un lugar destacado respecto a la formación de públicos, considerando el rol fundamental que cumplen respecto a la difusión y sensibilización de la cultura audiovisual. A su vez, busca articular los espacios multidisciplinarios que tienen al audiovisual entre sus artes, con el objetivo de generar una constante y potente programación que promueva también las actividades paralelas en todo el territorio nacional. Por su parte, también es necesario fortalecer las infraestructuras de estos espacios, en coordinación con todos los actores involucrados. Finalmente, diseñar y promover una programación de calidad, con foco en la infancia, la adolescencia y la juventud, que esté acompañada de material pedagógico para alentar la reflexión.

En este sentido, la Cinemateca Uruguay posee y está dispuesta a fortalecer su plan de extensión cultural en todo el territorio nacional, mediante la interacción con los actores involucrados en la formación de públicos. Cinemateca tiene un departamento de extensión cultural en funcionamiento desde la década del ochenta. Para fortalecer las actividades de este departamento es necesario encontrar el financiamiento para potenciar el uso de este servicio tanto a nivel de primaria como de secundaria. Cinemateca necesitaría destinar más recursos humanos al mismo, y, por otro lado, el programa debería funcionar institucionalmente a través de organismos formales de educación. La capacidad locativa y ociosa de las salas de Cinemateca en este momento es de unos 3000 espectadores diarios. De modo que las exhibiciones de films para escolares y liceales con una programación pedagógica propuesta por Cinemateca podría alcanzar a muchos jóvenes anualmente y constituirse en una herramienta para todos los docentes del país. Habría que destinar recursos entonces para que Cinemateca lo pueda mantener en funcionamiento y permanentemente ir actualizando la lista de películas disponibles por unidad pedagógica, así como también las guías de trabajo para los docentes, y por otro lado los recursos necesarios para los traslados de los espectadores desde sus escuelas o liceos. En este sentido, también se busca fortalecer el rol de las pantallas itinerantes para garantizar el acceso real en localidades donde no hay salas o espacios audiovisuales.

Plan de televisión e internet educativos.

Además de la llegada de la televisión digital que exige un aumento de la producción nacional, las nuevas ventanas de exhibición, que van desde las disponibles en Internet hasta las ubicadas en diferentes instituciones y espacios educativos de todo el territorio nacional (Red USI, Uruguay Sociedad de la Información), permiten por una parte, la circulación y acceso, y por otra, la posibilidad de crear herramientas inclusivas y educativas de formación audiovisual (ejemplo: CreaFAN). Por otra parte, se planteó la necesidad y posibilidad de realizar contenidos educativos para estas ventanas de exhibición. Es necesario articular y definir las visiones que se tienen de los “contenidos educativos”, si son los meramente didácticos o si se trata de obras creativas que hacen reflexionar sobre temas y principios útiles a la sociedad. Respecto al financiamiento, antecedentes en los países vecinos muestran el camino para la posible creación de una línea de apoyo emergente. En este sentido, a lo largo de proceso del Compromiso Audiovisual se han desarrollado proyectos de organismos internacionales (Ibermedia digital y Egeda) que buscan promover esta línea de acción. Una de las posibilidades es fortalecer la dinámica del estudio de televisión de ANEP.

Plan de fortalecimiento de muestras y festivales en Uruguay.

La instauración en la agenda anual cultural y turística de los festivales y muestras que se desarrollan en nuestro país, que promueva la formación de públicos en todos sus aspectos. Actualmente en Uruguay se desarrollan más de 25 eventos anuales, en diferentes localidades del territorio nacional. Entre ellos se encuentran:

Enero-febrero: José Ignacio International Film Festival (JIFFF), La Pedrera Short Film Festival (LPSFF), Arte XXI, Cine Comunal, giras de verano de Efecto Cine y Medio & Medio.

Marzo-abril: Festival Internacional de Cine de Punta del Este y Festival Internacional de Cine de Cinemateca (Montevideo).

Junio: Festival Internacional de Cortometrajes del Uruguay (FICU) y Festival Internacional de cine y derechos humanos Tenemos que ver (Montevideo).

Julio: Festival de Cine de Invierno de Cinemateca (Montevideo), Festival de Cine Judío (Maldonado), Festival Internacional de Cine para Niños y Jóvenes Divercine (Montevideo), Festival de Cine del Mar (Maldonado) y Doc Montevideo.

Agosto: Salto FEM, Festival Internacional Piriápolis de Película, Festival Internacional de Escuelas de Cine (Montevideo), Servime un corto (en todo el país).

Setiembre: Festival Internacional Llamale H (Montevideo), Arte XXI (itinerante), Festival de Cine Estudiantil y Encuentro de Cine Nacional del SODRE.

Octubre: Festival Internacional de Cine de Montevideo, Festival de Cine Brasileiro (Montevideo).

Noviembre-diciembre: Muestra de Documentales de la Frontera (Aceguá, Cerro Largo), Montevideo Fantástico, Festival de Cine Nuevo Detour (Montevideo), Atlantidoc, Okurelo (Montevideo), Latin UY, Semana Nacional del Cine, Animate.

Plan de divulgación, sensibilización y difusión de la cultura audiovisual.

En coordinación con la ACCU y otros actores involucrados en la difusión del cine y audiovisual, el objetivo del plan es el fomento y sistematización del material cinematográfico y audiovisual en Internet. Siendo conscientes del momento fructífero que atraviesa la producción nacional de cine, la ACCU propone involucrarse proponiendo la renovación de su sitio web, entre otros proyectos de formación de públicos, con la particularidad de contar con la participación de todos los críticos activos. Por lo tanto este sitio reagruparía sus contenidos, logrando así precipitarnos a una posterior tarea de recopilación y organización de los materiales de prensa, como también ser el sitio que centralice las propuestas audiovisuales en todo el territorio nacional. Otras propuestas en esta línea son la circulación de una maleta audiovisual en coordinación con la RECAM y el fortalecimiento de los espacios virtuales educativos disponibles en nuestro país. Se considera importante para este cometido la articulación de actores públicos y privados que se renueven constantemente y acompañen los procesos sociales para el desarrollo de la cultura audiovisual uruguaya.

4.5. Formación técnico-profesional

4.5.1. Proceso de trabajo

La primera plenaria del eje de formación técnico-profesional se desarrolló el 4 de junio de 2014 en el Salón Azul de la DNI del MIEM con la asistencia de 35 personas vinculadas a instituciones del ámbito de formación y del sector, entre las que se encuentran UDELAR, Universidad Católica del Uruguay (UCU), Universidad ORT, CLAEH, UTEC, UTU, A+, Cineduca, Dirección de Educación del MEC, MIEM, Cinemateca, ACCU, Sociedad Uruguaya de Actores (SUA), UNESCO, ICAU, ASOPROD, OLM, Efecto Cine, Musitelli, así como productores y realizadores.

Se partió de las siguientes premisas básicas: incremento de oferta de formación, inexistencia de centros de formación en docencia audiovisual, falta de coordinación eficaz entre oferta educativa y demanda laboral, sistema no articulado de acreditación de saberes, escasos estudios de especialización en el país, ausencia de datos sobre el sector y necesidad urgente en el futuro cercano de mano de obra para las televisiones tras la digitalización. Se establecieron dos subcomisiones de trabajo en torno a dos líneas: a) sistema de acreditaciones y b) sistema de formación de formadores en audiovisual.

Se realizaron ocho reuniones de las subcomisiones (cuatro por línea), en las que se llegó a consensos de forma rápida. Por otro lado, se organizó un plenario de estudiantes audiovisuales que no logró tener buena convocatoria. Ambas subcomisiones llegaron a la segunda plenaria, que se realizó el 4 de agosto en el MEC, con los planteamientos muy definidos. De todo el trabajo realizado se identificó una serie de acciones concretas. Entre ellas, la necesidad de la creación de una Comisión Permanente que dé seguimiento a los futuros desarrollos de los temas tanto de acreditación como de formación de educadores de audiovisual a nivel terciario. La institucionalización de esta Comisión Permanente se hará en coordinación entre el ICAU y la Dirección de Educación del MEC.

4.5.2. Objetivo del eje

El crecimiento de las llamadas industrias culturales y creativas ha sido señalado más de una vez desde organismos internacionales, como la UNESCO, como un factor clave en el crecimiento económico. Por su vinculación con contenidos en intangibles y marcadamente culturales, estas actividades se vuelven claves en el contexto de la sociedad del conocimiento.

Las políticas de desarrollo de las industrias culturales y creativas tienen como uno de sus ejes centrales la formación de recursos humanos que puedan sostener y potenciar ese desarrollo. Esta formación de recursos tiene un fuerte componente de formación técnico-profesional que necesita planificarse en un doble sentido. Por un lado, en relación con la generación de un conjunto de habilidades que permita proveer los recursos capaces de adaptarse a las cambiantes condiciones de producción del mercado. En este sentido

se hace necesario pensar en programas coordinados de formación, tratando de vincular la oferta de esa formación a la demanda, permitiendo al sector productivo contar con los recursos necesarios y promoviendo un ingreso calificado al mercado laboral. Por otro lado, es necesario generar una adecuada capacitación de aquellos que serán los formadores de esos recursos humanos. Para esto es necesario tener en cuenta que muchos de estos campos de estudio y de formación se han desarrollado con personas formadas principalmente a partir de la experiencia brindada por la práctica profesional, anticipándose esa formación a las formaciones académicas.

En el caso uruguayo de la industria audiovisual los elementos antes señalados resultan pertinentes para entender tanto los procesos que se han venido generando desde hace unas décadas a esta parte como para entender los desafíos que deben afrontarse.

En virtud de lo anterior, este eje ha permitido convocar a un amplio conjunto de actores que participan del desarrollo del sector audiovisual desde el ámbito público y privado, tanto desde la perspectiva de la formación como de la perspectiva de la producción. Este eje ha tenido por objetivo atender a la necesidad de mejorar la formación pedagógica de aquellos formadores vinculados desde la educación terciaria con la formación en las distintas dimensiones del audiovisual, generar estrategias de reconocimiento de saberes generados en la práctica profesional y buscar formas de acuerdos que permitan, al menos desde la formación pública, facilitar la formación de recursos para las nuevas competencias que están en el horizonte de las transformaciones que se vienen implementando en el sector audiovisual tanto a nivel local como global.

4.5.3. Antecedentes y contexto actual

En el año 2013, el MEC publicó los datos de un trabajo que llevó por título “Hacia la cuenta satélite en cultura del Uruguay”, donde se realizó el esfuerzo de sistematizar el aporte en la economía nacional de las diferentes áreas de las llamadas industrias culturales. Allí se consignaba que el aporte al PBI nacional por parte de las actividades culturales era de 0,8, de los cuales el 0,45 correspondía al sector audiovisual, que era la de mayor participación económica y doblaba en participación a la que le seguía.

Estos datos corresponden al 2009. Desde esa fecha hasta hoy, resulta claro que el sector audiovisual ha crecido sostenidamente. Si bien no hay datos precisos, sí hay algunos indicadores que permiten sostener esa afirmación. Algunos de esos indicadores que dan cuenta del crecimiento se encuentran explicitados en el documento de trabajo generado por ICAU y ASOPROD. Baste aquí mencionar elementos como el aumento sostenido de los estrenos de cine uruguayo, la constante participación de proyectos, cortometrajes y largometrajes uruguayos en festivales e instancias internacionales, el constante crecimiento del Registro de Profesionales y Empresas que funciona en la órbita del ICAU y el número cada vez mayor de quienes participan en las diferentes líneas del Fondo de Fomento Cinematográfico.

Respecto de la oferta educativa, también es claro que ha habido un incremento notorio en las últimas dos décadas, lo que supone el acceso al mercado de trabajo de nuevas generaciones con una formación más calificada. A lo largo de estos últimos años hemos asistido a la apertura de nuevas carreras y titulaciones tanto a nivel público como privado: FIC y Licenciatura en Lenguaje y Medios Audiovisuales en la Udelar, Tecnicatura en Audiovisuales en UTU, Facultad de la Cultura en el CLAEH, diferentes licenciaturas y diplomas en la ORT, Licenciatura en Ingeniería Audiovisual en la UCU y variedad de diplomas en BIOS. También existe una amplia gama de oferta educativa no universitaria: Escuela de Cine del Uruguay (Cinemateca Uruguaya), Fundación Dodecá (cursos varios de realización y producción), Animation Gym (escuela virtual), Animation Campus (cursos y diplomas diversos sobre animación), escuelas de actuación, cursos de guión, entre otros.

Asimismo se aprecia una creciente preocupación desde el MIEM en lo que hace a la formación. Un ejemplo de ello es la configuración del Grupo 3: Formación y Capacitación, del Consejo Sectorial TIC que ha nucleado, a instancias del Gabinete Productivo, a distintas instituciones y organizaciones cuya actividad esté fuertemente impactada por el desarrollo y el uso de las TIC. En estos grupos han venido participando tanto el ICAU como ASOPROD.

Sin duda el abanico que integran estas convocatorias es demasiado amplio visto desde las necesidades del sector audiovisual que tiene ciertas especificidades que requieren, en algunos casos, medidas y perspectivas particulares sobre el tema. De todas maneras, allí se han registrado un conjunto de objetivos y de recursos que podrían ser rescatados desde el tema que hoy nos convoca. Además, está prevista la realización de un Consejo Sectorial específicamente sobre el sector audiovisual.

Algunos de los objetivos que se han acordado en ese Grupo 3, Formación y Capacitación, del Consejo Sectorial TIC, aunque no siempre parecen recuperables específicamente para el audiovisual, son:

- Incrementar la oferta de personal calificado.
- Incrementar la participación de mujeres en el sector.

En ese ámbito, para abordar el incremento de la oferta de personal calificado, se han postulado algunas herramientas (que pueden ser útiles a nuestro tema) como:

- Creación de una mayor oferta pública en el interior del país.
- Generación de nuevas carreras e incluso la hibridación de carreras.
- Implementar un sistema de acreditación de saberes.

- Funcionamiento de un sistema de becas (orientadas específicamente al sector para posgrados y formaciones específicas).
- Apoyo a acciones para atraer talentos externos.
- Realización de seminarios para jóvenes promoviendo oportunidades laborales en el país (lo que podría incluir participar en actividades de orientación vocacional y sensibilización en Educación Secundaria).

Si bien esos objetivos pueden ser importantes para el audiovisual y suponen etapas de acuerdos y planificación de recursos para su cumplimiento, también hay algunas experiencias que han venido funcionando y que pueden ser de utilidad para lo que hace a la formación del sector:

- Proyecto de Cooperación Técnica BID-DNI/MIEM: vinculación de la diáspora calificada con sectores intensivos en conocimiento, tecnología e innovación en Uruguay. El mismo se dedica a crear vínculos entre lo público y lo privado para generar cursos dictados por uruguayos relevantes en el extranjero. Si bien el recurso se ha pensado para sectores como biotecnología, nanotecnología y energía renovable, se piensa abrirlo a otros sectores.
- Programa “Finishing Schools”, en el marco de Uruguay XXI, donde se prioriza la formación profesional ocupacional orientada a la generación de nuevos puestos de trabajo tanto para empresas instaladas como para nuevas inversiones.
- Línea de Formación del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual del ICAU. Desde aquí se ha registrado una alta demanda de formación en el exterior, lo que denota una falta de formación equivalente en nuestro país.
- Línea de Posicionamiento Internacional de Proyectos del Fondo de Fomento del ICAU. Esta línea no concursable permite, mes a mes, conceder fondos para proyectos audiovisuales nacionales que participen en distintos eventos a nivel internacional y que redunden en una mejora del proyecto y en la capacitación de productores, guionistas, etc.
- Tutorías para proyectos ganadores del Fondo de Fomento del ICAU y Doctv Latinoamérica. Este recurso se enmarca, en el primer caso, en los acuerdos Dinatel/MIEM-ICAU y permite la formación con expertos extranjeros.

- Línea de Formación del Programa Ibermedia. Los candidatos deben pertenecer a escuelas de cine y o televisión, universidades, centros de formación profesional especializados, sociedades privadas pertenecientes a la industria audiovisual y organizaciones o asociaciones profesionales pertenecientes a la industria audiovisual.
- Proyecto “Misiones inversas” del ICAU generado en el marco de Doc Montevideo. En ese marco se han realizado talleres y mesas redondas con productores y expertos nacionales y extranjeros.
- Becas Fulbright. Las mismas se enmarcan en el Programa de Asociación para el Fortalecimiento de Posgrados del Sector Educativo del Mercosur. Las becas no excluyen áreas como el audiovisual.

Existe un conjunto de acciones y de herramientas disponibles que se encuentran orientadas a la formación del sector. También parece claro que se necesita una mayor focalización de algunas de estas herramientas en las necesidades de desarrollo del sector audiovisual y en muchos casos se requiere de un crecimiento de los insuficientes fondos destinados a esas líneas para que su impacto sea más efectivo.

En este contexto de consolidación y crecimiento de la actividad audiovisual, se requiere una mayor coordinación entre la oferta educativa para el sector y las necesidades reales del mercado. Ello supone un conjunto de etapas sucesivas que incluye el relevamiento de las necesidades del sector y el relevamiento exhaustivo de la oferta. Se requieren vínculos de comunicación entre ambos a fin de que los agentes que gestionan formación conozcan mejor las necesidades pensando en su desarrollo a corto, mediano y largo plazo, permitiendo una evolución que no solo dependa de acciones parciales mediante impulsos más o menos esporádicos, como ha sido hasta el momento.

4.5.4. Fortalezas y debilidades

Debilidades

- Escasa coordinación de la oferta educativa con las necesidades reales del sector productivo.
- Escasa o nula articulación entre la oferta educativa, que ha surgido a partir de impulsos puntuales, vinculados en algunos casos a la detección de nichos de rentabilidad económica en el caso privado, y no de planificaciones que tiendan a pensar en el desarrollo de la actividad del audiovisual a mediano y largo plazo.
- Inexistencia de instancias consolidadas de flujo de información entre la oferta y la demanda educativa que permita una mayor planificación educativa en el caso del audiovisual.

- Oferta educativa fuertemente privatizada, lo que supone condiciones de acceso inequitativo entre quienes provienen de diferentes estratos económicos, generando un campo elitizado de actividad.
- Desequilibrio entre la oferta educativa vinculada al audiovisual en el interior y en Montevideo, con una fuerte concentración de recursos en la capital.
- Inexistencia de mapeos que permitan conocer cabalmente la situación de la formación técnica y pedagógica de los docentes de cursos de nivel universitario en el audiovisual.
- No existe ninguna formación pedagógica específica que forme parte del currículum de acceso a la docencia en el sector universitario.
- Dificultades en la generación de acreditaciones de saberes adquiridos en la práctica, lo que restringe el acceso a la formación de posgrado de personas técnicamente calificadas y con innegable idoneidad práctica.
- Dificultades en los procesos de reconocimientos de titulaciones obtenidas en el exterior.
- Escasos fondos públicos vinculados a becas para la formación técnico-profesional en el área audiovisual.

Fortalezas

- Existencia de instituciones de educación universitaria con fuerte consolidación académica.
- Programas y políticas de inversión en distintas fases de la producción audiovisual que, aunque insuficientes, señala el compromiso del estado con esta actividad cultural.
- Existencia de instituciones que desarrollan la formación pedagógica como uno de sus ejes centrales.
- Existencia, tanto a nivel de universidades privadas como públicas, de programas optativos de formación pedagógica para sus docentes.
- Reciente focalización desde la educación pública de la necesidad de generar políticas amplias de certificación de saberes y capacidades, vinculando este tipo de acreditación con un derecho de los ciudadanos.

- Apoyo decidido a nivel ministerial al desarrollo del potencial industrial y económico del audiovisual como industria cultural.
- Crecimiento de un espacio de visibilidad de productos audiovisuales nacionales en el circuito cultural cinematográfico y en las pantallas televisivas públicas, principalmente.
- Reconocimiento en el exterior de la producción audiovisual nacional a través de invitación a participación en muestras, festivales y laboratorios, así como de numerosos y constantes premios a los productos uruguayos.

4.5.5. Objetivos estratégicos

- Sistematizar la oferta educativa vinculada a las necesidades y el desarrollo del sector audiovisual para conocimiento general de todos los actores.
- Implementar estrategias que permitan conocer las necesidades visualizadas desde el sector audiovisual como insumo imprescindible para la generación de acciones eficaces a mediano y largo plazo.
- Conocer las distintas realidades de formación pedagógica y técnica de los educadores vinculados a carreras con temáticas audiovisuales, como forma de diseñar estrategias de mejora de los recursos humanos existentes.
- Generar estrategias coordinadas interinstitucionalmente para la formación pedagógica de los recursos docentes hoy existentes a nivel universitario (en carreras vinculadas a la formación de profesionales en el área del audiovisual), como forma de contribuir a una mejora de la calidad educativa y por lo tanto de la formación de profesionales para el sector.
- Consolidar espacios de coordinación entre diferentes instituciones de educación pública, para generar políticas formativas articuladas respecto del audiovisual.
- Establecer estrategias que permitan el reconocimiento de los saberes adquiridos mediante la experiencia laboral no solo como forma de satisfacer un derecho de los ciudadanos, sino como forma de permitir la reinserción en la educación terciaria y de permitir la posibilidad de acceder a estudios de posgrados.
- Promover acuerdos interinstitucionales que permitan la implementación de estrategias formativas para generar respuestas rápidas del sistema educativo ante la variación de necesidades del sector audiovisual. Estas estrategias deberían evitar duplicar recursos educativos, racionalizando los recursos económicos y flexibilizando las respuestas del sector educativo.

4.5.6. Acciones a implementar

- Desarrollo de un sistema de acreditación de saberes específicamente focalizado en el audiovisual mediante la integración y coordinación de los mecanismos hoy existentes en el ámbito público, dotando de mayor agilidad y efectividad a esos mecanismos de reconocimiento y validación de saberes y competencias.
- Elaboración de pautas y planes para la formación, mediante sistemas de créditos, para aquellos roles o tareas en las que todavía no existe formación sistemática a nivel nacional.
- Mayor agilidad los mecanismos hoy existentes para el reconocimiento de titulaciones extranjeras en el campo del audiovisual.
- Articulación de un sistema nacional de formación pedagógica para docentes de universidades públicas y privadas de carreras vinculadas al sector audiovisual.
- Generación de una Comisión Permanente, en el ámbito del ICAU y en coordinación con la Dirección de Educación del MEC, que tenga como tareas el seguimiento y la elaboración de propuestas sobre acreditación y formación técnico-profesional sobre audiovisual. Entre sus tareas estará la de generar un sistema de becas vinculadas a la formación técnico-profesional en relación a los campos del audiovisual.
- Realización de un censo entre las universidades con formación en audiovisual para relevar la formación técnico-pedagógica de los docentes universitarios.
- Relevamiento de recursos profesionales existentes y necesidades de formación en el ámbito de las productoras del sector audiovisual.
- Coordinación con el sistema de Aulas Virtuales del MEC para la realización de jornadas de educación pedagógica que puedan llegar a todo el territorio nacional.
- Realización de mesas redondas y coloquios de instituciones de formación universitaria para el intercambio de experiencias destacables en la formación audiovisual.

4.6. Patrimonio

4.6.1. Proceso de trabajo

En las sucesivas mesas de trabajo del eje de patrimonio audiovisual participaron representantes de los principales archivos fílmicos y audiovisuales: Archivo Nacional de la Imagen (ANI), Cinemateca, Archivo General del Universidad, UCU, canales de televisión privados y públicos, productores, realizadores y profesionales vinculados al trabajo sobre materiales patrimoniales, representantes de otras áreas del MEC (Cooperación Internacional, Centros MEC) además de ICAU, UDELAR, UNESCO y representantes de la sociedad civil.

El debate en torno al patrimonio audiovisual uruguayo se venía dando en diversos espacios, de los que se generaron antecedentes que se tomaron como punto de partida para el trabajo del eje: el proyecto de Ley de Depósito Legal de Archivos Fílmicos (años 2003 y 2005), el Decreto de Creación de la Comisión de Patrimonio Histórico, la Ley de Creación del Sistema Nacional de Archivos, el Plan Estratégico Patrimonial del Programa Mercosur Audiovisual de noviembre de 2013, los insumos de los informes presentados por Manuel Martínez Carril al ICAU en los años 2009 y 2011 y las consultorías elaboradas a instancias del ICAU en los años 2011 a 2014.

Al inicio del proceso se discutieron las siguientes líneas posibles de trabajo: integración del acervo de obra nacional para su conservación, preservación y acceso; creación o reacondicionamiento de espacios para la conservación de las obras del acervo nacional; implementación de un sistema que permita unificar los formatos existentes en otros que habiliten su acceso para la investigación y exhibición; acreditación de saberes y formación en archivos y preservación audiovisual de quienes hoy llevan adelante las tareas y de futuros profesionales en el área; creación de un sistema de acopio de los materiales recientes y a producirse en el futuro.

En la mesa se coincidió en que el patrimonio audiovisual nacional abarca no solo las obras y documentos de producción nacional sino también el acervo internacional, siendo el primero de atención prioritaria, pero no única. Se trabajó sobre las siguientes ideas fuerza, y tomando como insumo los informes elaborados en la serie de consultorías impulsadas por ICAU, los informes de Manuel Martínez Carril remitidos a ICAU, el proyecto de Ley de Depósito Legal, y las leyes de Cine, de Patrimonio, y de creación del Sistema Nacional de Archivos.

Tras la primera plenaria se sucedieron diversas reuniones en las que se trabajó sobre la identificación de emergencias de conservación del patrimonio y los protocolos de actuación necesarios, en las que se definió la necesidad de implementar un Plan de Rescate. La siguiente instancia de trabajo, desarrollada el 1 de julio en el MIEM, se concentró en el Archivo Integrado de Obra Nacional, focalizando en la integración de archivos existentes,

la normativa jurídica necesaria y la necesidad de generar un plan de sensibilización que favorezca la valorización del patrimonio por parte de la sociedad, incluyendo el propio sector audiovisual —con escasa participación en las convocatorias.

El 28 de julio se desarrolló una tercera reunión para consensuar un plan de trabajo propuesto en base a las conversaciones de los encuentros previos, el cual se ajustó y terminó por consensuarse en la segunda plenaria desarrollada el 11 de agosto en el MEC. En dicha reunión, además de aprobar dicha estructura de trabajo, quedó patente la necesidad de generar un convenio interinstitucional que tuviera en cuenta las fortalezas de cada entidad para seguir trabajando en el plan de contingencia para diseñar los diferentes planes de trabajo propuestos (Plan de Rescate, Plan de Acopio, Plan de Formación, Plan de Acceso) y continuar delineando la normativa jurídica necesaria para todo el proceso con las indicaciones del asesor jurídico del ICAU, Manuel Suárez.

De forma paralela se realizaron sendas reuniones entre las autoridades públicas competentes en el área, promoviendo la incorporación del audiovisual en la Comisión de Patrimonio y concretando que existe la intención de generar un sistema nacional que integre el acervo público y privado, fijando las reglas de trabajo y reservando el derecho de acción. Las ideas fuerza que se trabajaron durante todo el proceso fueron: garantizar en el tiempo la existencia del documento y la obra artística, y asegurar su posibilidad de acceso para la investigación y la formación de públicos; conservar todo lo propio, preservar lo que corresponda y restaurar lo realmente necesario; fílmico para preservar, digital para difundir; y conservar para formar, formar para conservar.

4.6.2. Objetivo del eje

Instrumentar un sistema integrado de rescate, conservación y acopio del patrimonio nacional audiovisual para garantizar su preservación y acceso.

4.6.3. Antecedentes y contexto actual

El acopio, archivo y preservación de la obra audiovisual ha existido gracias al empeño de unos pocos organismos, en su mayoría privados, que resistieron los años oscuros atesorando parte importante de nuestro patrimonio nacional. Otra parte permanece diseminada, perdida o desconocida. Es una deuda creciente de la institucionalidad y los creadores el asegurar la existencia de un archivo de cine y audiovisual nacional, al que puedan integrarse las obras que faltan y las que vendrán, para su preservación y conservación, su puesta a disposición para la investigación y su valorización como bien de todos. Esa deuda también implica la integración de los archivos existentes, en formas de cogestión que reparen las ausencias y que aprovechen y pongan en valor los aportes de las instituciones y personas que llevan adelante hoy la tarea, así como el diseño de un plan que permita el acopio sistemático hacia adelante.

Uruguay cuenta con un riquísimo patrimonio audiovisual de diversos orígenes, que se ha ido acopiando en el Archivo Nacional de la Imagen (ANI) del SODRE, derivado del Cine Arte de 1943, que preserva unos 5.000 títulos en fílmico y unos 2.000 en magnético y DVD, la Cinemateca Uruguaya, de 1952, con más de 18.000 títulos en todos los formatos, el Archivo General de la Universidad de la República, fundado en 2002, con unos 680 títulos en fílmico¹³.

Los dos archivos más grandes conservan obras y documentos cinematográficos de producción internacional, obras artísticas y documentos históricos invaluable que han formado espectadores críticos y ávidos, en experiencias colectivas que han marcado épocas.

Los tres archivos contienen, dentro de sus colecciones, además, buena parte de la producción nacional histórica (si podemos llamarle así a la comprendida entre 1898 y el último período dictatorial) y algo de la producción reciente. Pero también buena parte se encuentra dispersa. Este fenómeno de dispersión es mayor en la obra de producción nacional en magnético de los años ochenta y noventa, y se presume que aún mayor en la producción más reciente, la de mayor volumen, de los últimos 20 años.

La lista no se agota aquí: organismos públicos y privados, museos, intendencias, cineclubes, canales de televisión en todo el país poseen obras y colecciones que no en todos los casos están identificadas y catalogadas.

Está probado que los materiales en soporte fílmico (nitratos, acetatos, poliéster) pueden conservarse por más de 100 años en condiciones adecuadas. Los materiales en soporte magnético (U Matic, Betacam) que surgieron en los años setenta y ochenta ya están comenzando a deteriorarse, y no existe todavía un formato de soporte digital que garantice la conservación a largo plazo. Con el advenimiento del cine digital los formatos fílmicos ya no van a producirse, y las moviolas y proyectores van a pasar pronto a ser piezas de museo. Lo mismo ocurre con los aparatos de reproducción magnética.

En ocasión del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual, en 2007, el Director General de UNESCO, Sr. Koichiro Matsuura afirmaba: “Salvaguardar el patrimonio audiovisual es un proceso muy complejo que requiere de una conjunción de soluciones legales, institucionales, técnicas y financieras. No tomar acciones resultará en una pérdida de gran parte de este patrimonio en menos de diez años y conducirá al empobrecimiento irreparable de la memoria humana, la cultura y la identidad”.

13. Fuente: Consultorías ICAU

Condiciones edilicias y tecnológicas inadecuadas o insuficientes, falta de recursos humanos profesionales especializados, fragilidad e inestabilidad de los materiales que se conservan (los nitratos pueden autocombustionarse, los acetatos adquieren el irreparable síndrome de vinagre), son los principales problemas de nuestros archivos audiovisuales hoy. Estos son problemas compartidos con el resto del mundo. La heterogeneidad de los métodos de catalogación y bases de datos, la difusión sin preservación, el acopio asistemático y la falta de normativa específica se agregan a los anteriores.

El proceso de estabilización de la producción de cine y audiovisual, impulsado por fondos y herramientas públicas que financian proyectos y productos, y su horizonte de desarrollo, exigen, además, que se tomen las medidas necesarias para que las nuevas obras sean copiadas y preservadas para ser materia de estudio, investigación y disfrute para las generaciones venideras.

Aunando esfuerzos y preocupaciones, y a partir de un proceso impulsado por el ICAU, que realizó una serie de consultorías entre los años 2010 y 2013, se ha venido trabajando en forma coordinada y conjunta entre las instituciones para identificar problemas y proponer soluciones comunes. La intención es no solo atender a las urgencias y emergencias que la conservación de los materiales de soportes tradicionales suponen, y aprovechar los recursos humanos, técnicos y tecnológicos con los que se cuenta para garantizar su preservación, sino proponer un sistema de colaboración e intercambio del que surjan soluciones a mediano y largo plazo, de manera de garantizar el acopio, guarda, rescate, preservación y acceso de aquí a futuro.

4.6.4. Fortalezas y debilidades

Uruguay cuenta aún con ventajas comparativas en lo que hace a la situación de su patrimonio audiovisual, entre ellas:

- Existencia de archivos vivos con acopio sistemático y permanente de más de 60 años.
- Un número de obras producidas a nivel nacional todavía reducido y la estabilización de la producción como un fenómeno reciente (universo acotado de obras de producción nacional cuya preservación es núcleo de interés).
- Existencia de profesionales y técnicos habituados al trabajo con formatos filmicos abocados a la tarea en los archivos.
- Prestigio y reconocimiento internacional de los archivos, cinemateca y cineclubes, que favorece el intercambio y la cooperación.

Nos encontramos, empero, en un contexto que conlleva algunas **amenazas**:

- Recambio tecnológico que afecta la existencia de equipamiento, soportes y mano de obra formada para procesar los materiales existentes en los acervos.
- Inestabilidad creciente de los formatos de captura, multiplicidad de soportes y falta de formatos estables de guarda o archivo.
- Cambio de formas de consumo cultural y de entretenimiento que agrava la situación de los archivos privados vivos que se sostienen por la exhibición de sus acervos.

Los principales **problemas** que se identifican en los archivos existentes son:

- Dispersión del acervo.
- Heterogeneidad en los métodos de catalogación y bases de datos.
- Condiciones edilicias y tecnológicas inadecuadas o insuficientes.
- Falta de formación especializada y de acreditación y actualización de saberes para los recursos formados en la práctica.
- Acopio asistemático a demanda/oferta (el acopio depende de donaciones o de la adquisición de títulos para las actividades de difusión).
- Difusión sin preservación (la utilización de las copias para difusión sin la producción de copias de preservación degrada los materiales existentes).

4.6.5. Objetivos estratégicos

Teniendo en cuenta que es prioritario atender a las situaciones particulares de cada archivo, pero además poner el acento en los problemas e intereses comunes y potenciar las fortalezas existentes, se propone trabajar sobre el concepto de un Sistema Nacional de Archivos Audiovisuales, en el que tengan cabida tanto los archivos públicos como los privados, de cine y televisión, atendiendo a las necesidades de su normal funcionamiento.

A partir del trabajo en la mesa se elaboró un Plan de Acción que articula seis dimensiones en tres etapas temporales. La primera de las etapas ya está en marcha. He aquí los ejes de trabajo:

- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales, en la órbita pública, amparado en la ley 18.220 y su decreto reglamentario, que asegure la conservación y preservación de nuestro patrimonio audiovisual, con énfasis en los materiales de producción nacional, atendiendo a su valor artístico y testimonial, y garantice su acceso para la investigación y difusión. Este centro contendrá obras y colecciones de archivos públicos y privados, generando condiciones de migración y guarda que den garantías para la preservación de las obras y documentos, integren sus datos y habiliten su uso en forma regulada.
- Plan de Rescate, para identificar prioridades y orientar la búsqueda, preservación, restauración de materiales de interés especial, establecer convenios y protocolos para su guarda.
- Plan de Acopio, para asegurar el acopio sistemático de materiales de interés patrimonial.
- Plan de Formación, para promover la formación permanente y específica de los profesionales que trabajan en los archivos, asegurar la promoción de nuevos técnicos e integrar otras disciplinas.
- Plan de Acceso, para poner a disposición a los materiales y la información necesarios para la investigación, divulgación y formación de públicos.
- Plan de Sensibilización, para acercar a los documentos y obras audiovisuales patrimoniales a la ciudadanía.

Una dimensión transversal de trabajo es la de Jurídica, que debe atender a la adecuación de la normativa existente, para hacer posible todo el proceso.

4.6.6. Acciones a implementar

Sobre esta noción de un Sistema Nacional de Archivos Audiovisuales, se elaboró la base de un plan de trabajo en tres etapas, que se adjunta como anexo a este documento. La primera, inmediata, que ya está en marcha y con límite en 2015, e implementa acciones articuladas en cada campo de interés, con foco, aunque no únicamente, en las urgencias de conservación, y con objetivos concretos que no necesiten de grandes erogaciones presupuestales; una segunda etapa, intermedia, de preparación y puesta a punto de acciones concretas que exigen una inversión presupuestal, puesta a punto de la normativa y una mayor articulación institucional; y una tercera de puesta en marcha plena de las acciones e infraestructuras que propone el Programa.

Los tres momentos son transversales y comunes a los seis ejes de trabajo, y suponen acciones coordinadas que potencian la evolución general del entorno. Un esquema para visualizar la propuesta, desarrollada en el Plan de Trabajo anexo a este documento, podría ser el que sigue:

ETAPA 1

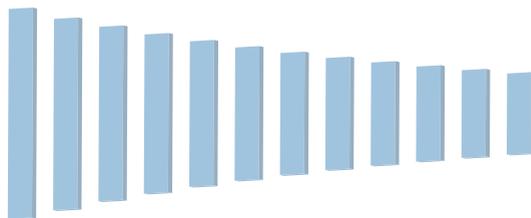
A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Creación de una Comisión técnica interinstitucional para la definición de tareas conjuntas (Convenio ICAU, CU, ANI, UCUDAL, AGU, AGN	Mejora en las condiciones de guarda de los materiales-contenidos en los archivos	Exigencia de depósito para las obras nacionales financiadas por fondos públicos	Creación de instancias de formación e intercambio interinstitucionales	Promoción de proyectos académicos de investigación	Promoción de actividades de sensibilización: preservación de obra propia, archivos domésticos, proyección de obras recuperadas, día del patrimonio audiovisual
Normalización de bases de datos	Identificación de prioridades de conservación, duplicación y para preservación y restauración de materiales nacionales	Identificación y ubicación de materiales históricos dispersos	Promoción de convenios con el exterior		Participación en la Comisión de Patrimonio Históricos
Inventario de equipamiento, materiales y relevamiento de recursos humanos existentes	Traslado y tratamiento adecuado de los materiales de mayor riesgo	Identificación y ubicación de materiales de cine nacional reciente dispersos	Incorporación a las currículas existentes de materias afines		

ETAPA 2

A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Déposito de guarda conjunta de materiales audiovisuales, nacionales hoy dispersos	Rescate de materiales	Integración de materiales dispersos a depósito de obra nacional	Acreditación de saberes para mano de obra formada en la práctica	Integración de datos de Centros de Documentación existentes	Armado de muestras y exposiciones de materiales historiográficos
Adaptación a la normativa- Acuerdo marco institucional ampliado	Migración de materiales priorizados en etapa 1	Adaptación de la normativa acopio	Plan de becas de especialización en el exterior	Identificación y búsqueda de materiales historiográficos	

ETAPA 3

A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Creación de Centro de conservación, prevención y acceso para el Patrimonio Audiovisual Nacional, inserto en el Sistema Nacional de Archivos	Laboratorio de digitalización	Ley de depósito legal	Creación de cursos de Postgrado	Creación de un Centro de Documentación y Acceso	Centro de exposiciones y muestras
	Restauración de materiales priorizados				
	Elaboración de copias de preservación de materiales seleccionados				



5. PROYECTOS TRANSVERSALES

5.1. Observatorio Audiovisual

- **Objetivo**

La iniciativa busca desarrollar y promover la recopilación sistemática de información del sector audiovisual orientada a construir indicadores que permitan evaluar las políticas públicas de forma regular, analizar y difundir información sobre la industria audiovisual, y contribuir a la elaboración de políticas públicas estratégicas desde una perspectiva interdisciplinaria y conocedora del sistema sectorial.

Orientada a generar y estimular instancias de interacción interinstitucionales entre los distintos actores públicos y privados que conforman el sector audiovisual, la propuesta persigue el desarrollo de instrumentos comunicacionales acordes a los nuevos desafíos en cuanto al desarrollo de la producción audiovisual, y al diseño de modelos que permitan la expansión democrática del sector audiovisual en la diversidad y extensión que la sociedad requiere.

La creación de un Observatorio Audiovisual responde a una decisión de crear un ámbito para la generación de conocimiento específico, que integre el trabajo académico-técnico de los investigadores universitarios, con la información y la visión del sector audiovisual.

El Observatorio tiene como meta contribuir a fortalecer el proceso de desarrollo de la industria audiovisual, su producción, la consolidación de su tejido industrial, la búsqueda del posicionamiento internacional de la industria; pero también la democratización de los medios, promover la inclusión social a través de la promoción de la conquista de nuevos derechos audiovisuales, así como ámbitos de debate y reflexión para concebir los nuevos escenarios que permitan mejorar los espacios para las empresas productoras independientes, la competencia entre los canales de televisión, el papel de la televisión pública, y el derecho a la cultura de los ciudadanos. En este sentido es muy importante el aporte que se propone a realizar el Observatorio en torno a la transparencia del mercado.

En definitiva, el Observatorio Audiovisual tiene por objetivo convertirse en un referente de los agentes públicos y privados vinculados a la industria, académicos e investigadores, así como a la ciudadanía en general interesada en información del sector.

- **Fundamentos - Contexto actual**

La información actual del sector audiovisual en Uruguay es escasa y parcial, y se encuentra dispersa entre diferentes instituciones públicas y privadas. Diversas instituciones han hecho esfuerzos por sistematizar de forma parcial información del sector audiovisual, pero los resultados no han llegado todavía a arrojar una base estadística completa.

La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) cuenta con alguna información sobre televisión para abonados; empresas consultoras como Equipos, Ibope y Radar cuentan con estimaciones de audiencia de los diferentes medios e inversión publicitaria y comportamiento de los consumidores en internet; la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (AUDAP) contrata un estudio de CINVE que estima la inversión publicitaria por medio; ICAU lleva registro de películas producidas, recaudación en taquilla, exportaciones de servicios de producción audiovisual, etcétera; el Departamento de Industrias Creativas (DICREA-DNC-MEC) ha terminado de construir la Cuenta Satélite del Sector, la que aporta otra información relevante.

En este sentido es fundamental continuar el camino de investigación y sistematización realizado en el ámbito del MEC que culminara con la publicación en el 2013 del texto “Hacia la cuenta satélite en Cultura del Uruguay.” Este trabajo supuso una amplia medición económica focalizada en seis industrias culturales: audiovisual; música; libros y publicaciones; artes escénicas; artes plásticas y visuales; museos, bibliotecas y formación cultural. Hay ahí un relevamiento de los aportes directos del sector audiovisual a la economía nacional que se hizo para el año 2009. Está en proceso una actualización de esos datos para el año 2012. Se destaca la importancia de no discontinuar con este relevamiento sistemático y periódico cuyos insumos contribuyen a la elaboración de diagnósticos y evaluación de políticas para el desarrollo del sector.

Lo mismo se puede decir sobre información estadística vinculada a las TIC. El Instituto Nacional de Estadística (INE), el Observatorio de la Facultad de Ciencias Sociales (UDELAR), la AGESIC, etc. cuentan con información del sector. A partir de que los operadores de televisión tengan la obligación de presentar los balances y se promuevan la realización de algunos estudios a través de encuestas, sobre todo a las PYMES del sector, el Observatorio tendría condiciones para sistematizar, construir y actualizar una base de datos completa del sector audiovisual.

- **Objetivos específicos**

- Desarrollar una metodología que permita consolidar la información preexistente del sector audiovisual.
- Definir una línea base que permita estudiar los cambios sucesivos que irá experimentando la industria audiovisual.
- Establecer una batería de indicadores que permitan evaluar la diversidad, la competencia y el desarrollo de las políticas públicas del sector.
- Establecer objetivos y acuerdo marco con instituciones que permitan la obtención de información primaria a través de estudios de campo.
- Realizar acuerdos con instituciones de distintos países de la región que permitan la recopilación de información homogénea que pueda servir para realizar análisis comparativos.
- Difundir los resultados a través de diferentes instrumentos de comunicación como ser página web, anuarios, etcétera.
- Promover estudios multidisciplinarios que abarquen diferentes perspectivas de análisis de la industria audiovisual nacional.

- **Metodología**

- Desarrollar un diagnóstico base del sector que facilite la priorización del trabajo del Observatorio
- El equipo del Observatorio deberá realizar una exhaustiva revisión bibliográfica sobre la industria audiovisual, tanto la generada en Uruguay como en el extranjero.
- También se deberá realizar una revisión exhaustiva de publicaciones internacionales vinculadas a la generación de información audiovisual, a partir de la cual diseñar los objetivos de relevamiento de la información estadística en Uruguay.
- Realizar una revisión exhaustiva de la información estadística disponible en Uruguay.
- Determinar un protocolo de acción para generar información imprescindible que actualmente no se genera.

- Realizar acuerdos marco con instituciones públicas y universidades a los efectos de llevar adelante trabajos de campo para obtener información primaria relevante.
 - Realizar un relevamiento, calificación y ordenamiento de información audiovisual generada por instituciones regionales e internacionales.
 - Proponer diversas metodologías cualitativas que permitan complementar dicha perspectiva de análisis con información cualitativa.
-
- **Equipo de trabajo**

El observatorio podría iniciarse con el trabajo de dos profesionales a tiempo completo dentro de alguna de las instituciones públicas existentes vinculadas al sector, aspirando a incorporar personal de forma progresiva hasta llegar a un equipo de cuatro técnicos/as.

5.2. Plan de Promoción del Cine y Audiovisual Nacional

• Objetivo

Este Programa está dirigido a la promoción de la actividad audiovisual en todas sus dimensiones y facetas, atendiendo a generar un mayor conocimiento por parte del público de los productos audiovisuales que permanentemente se generan en nuestro país y también de los diversos roles, las capacidades, la infraestructura y las personas que realizan esa actividad.

La llegada a los espectadores de la información sobre la actividad del audiovisual permitirá una mejor comprensión de la dimensión cultural y económica de este sector y servirá para despejar falsos mitos que suelen generarse, precisamente, por la falta de conocimiento de la opinión pública sobre esta actividad. Reforzar la promoción de los productos audiovisuales uruguayos y del sistema de producción audiovisual también permitirá establecer un mayor involucramiento del público nacional con esta actividad.

Un mercado donde el propio crecimiento supone una fuerte competencia de los productos audiovisuales, generando en el espectador una mayor capacidad de opción, exige comenzar a pensar de manera cada vez más sistemática en políticas de posicionamiento, especialmente de los productos nacionales frente a los productos extranjeros. Este concepto de posicionamiento no puede reducirse al mero acceso a las carteleras o la emisión de información esporádica, generalmente restringida a los momentos de estreno.

El Sistema de Promoción del Audiovisual Nacional debe atender de manera integral la realidad multimedia que conforma el espacio donde los espectadores se involucran con la información y el conocimiento. Son estos espacios donde se generan los insumos para la generación de estrategias de consumo, representaciones del entorno, identificaciones y toma de decisiones.

• Fundamentos - Contexto actual

Existen claros indicadores que muestran que las producciones audiovisuales nacionales logran concitar la atención de un escaso público en relación a las producciones extranjeras. Sin embargo debemos tener claro que a la hora de medir preferencias entre productos audiovisuales nacionales y extranjeros, ambos no se encuentran en igualdad de condiciones. Entre las varias diferencias posibles de ser destacadas, el papel de la promoción también debe ser considerado.

El ejemplo del cine es claro al respecto. Las películas extranjeras que provienen de las majors apelan al *star system* hollywoodense como una forma de generar atracción sobre las películas. Muchas veces la decisión del público está más relacionada a los actores que participan que al conocimiento de la trama o el tema. Si a eso le sumamos

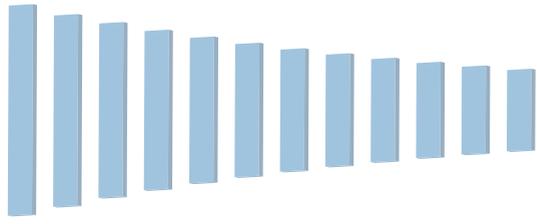
las maneras de generar promoción de las grandes empresas cinematográficas generando expectativa en los posibles públicos mediante la filtración de información específicamente dirigida desde bastante tiempo antes del estreno, basta para ver que en el aspecto promocional los productos nacionales no compiten en igualdad de condiciones con la promoción de productos extranjeros. El público uruguayo, por motivos ligados a la dinámica de circulación de contenidos en los medios de comunicación masivos, tiene más conocimiento de actores, directores y películas de EEUU y de Argentina, que de nuestro propio país. Muchas veces la gente desconoce los premios internacionales que reciben las producciones nacionales o las exhibiciones internacionales que han tenido. Por lo tanto, se hace necesario colocar las producciones nacionales en igualdad de condiciones.

Nuestro país cuenta hoy con un grupo importante de periodistas, críticos e investigadores universitarios fuertemente interesados por el tema del audiovisual nacional y su promoción. Sin embargo son escasos los espacios específicamente dedicados a la promoción audiovisual nacional. Carecemos de programas televisivos sobre estos temas. En el circuito cinematográfico no existe la costumbre de exhibir cortos sobre la actividad del audiovisual nacional, más allá de los tráilers de las películas. Falta, en definitiva, una política de sensibilización pública de la actividad audiovisual, sus realizaciones, sus logros.

- **Objetivos específicos**

- Diseñar y mantener un sistema de difusión y promoción del audiovisual nacional, fundamentalmente orientado al público nacional, en todo país, atendiendo a la diversidad de medios y plataformas existentes, como forma de contribuir a la mejora de la relación entre el público y los productos audiovisuales.
- Promover la realización de proyectos de formación multimedia y transmedia.
- Promover la realización de instancias de talleres, seminarios, master clases, charlas y conferencias cuya temática se considere relevante para la promoción de la actividad audiovisual.
- Contribuir a mantener la Semana Nacional del Cine como espacio de encuentro entre el público y el cine nacional tanto a través de películas que se exhiben gratuitamente gracias a ser cedidas para esa actividad por sus realizadores como a la participación de los realizadores en foros y mesas redondas.
- Realizar un *pool* de cortos mensuales de carácter informativo sobre la actividad audiovisual nacional a exhibirse en las salas cinematográficas de todo el país (comerciales o no), en las funciones de las pantallas itinerantes, en la televisión pública y en la web.

- Generar una página web donde incluir y mantener actualizados diversos tipos de documentos (textos, cortometrajes, audios, etc.) vinculados a la promoción de la actividad del audiovisual. Se establecerán foros que permitan un diálogo de la gente sobre los temas abordados, así como un buzón con sugerencias, opiniones, impresiones y experiencias del público. Uso de redes sociales para difundir las actualizaciones. Se realizará un *newsletter* semanal con un resumen de noticias, que será de suscripción gratuita y se hará llegar a los diversos medios de comunicación.
- Realizar un programa de televisión semanal y un programa radial sobre el cine nacional, priorizando las actividades de los proyectos que han recibido ayudas públicas pero sin excluir aquellas que no han seguido ese camino.
- Coordinar la replicación de materiales de promoción del audiovisual nacional en las diversas plataformas públicas y privadas cuya participación sea pertinente.
- Confección de catálogos (películas, festivales) y anuarios sobre la actividad audiovisual, fundamentalmente para la promoción del sector en el exterior.
- Rescatar la memoria de los actores de la actividad audiovisual.



6. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

6.1. Fortalecimiento del ICAU

- **Objetivo del eje**

El fortalecimiento del ICAU busca dotar de una mayor eficiencia al Instituto haciendo posible que cuente con la estructura y las herramientas necesarias para hacer frente a las tareas que tiene fijadas por la Ley de Cine y Audiovisual, N° 18.248, en un contexto donde la actividad audiovisual ha crecido notoriamente. Se trata de hacer que el ICAU pueda acompañar las exigencias de este proceso de consolidación de la actividad audiovisual.

- **Contexto actual**

Tras décadas de postergación, el cine y el audiovisual uruguayo logran finalmente en 2008 la aprobación de la Ley de Cine y Audiovisual, que da creación al Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay, ICAU, como una continuación de lo que fuera el Instituto Nacional del Audiovisual, proveyéndolo de una estructura mínima y un fondo para el fomento de la actividad, con un marcado acento en la producción cinematográfica. A estos fondos se han ido sumado otros aportes y mecanismos de estímulo surgidos de convenios con otros organismos públicos: CND, OSE, ANCAP, BROU, IMPO y algunos ministerios como el MRREE y el MIEM. Con igual lógica y en el plano internacional se fueron concretando diversos acuerdos como el firmado en el 2011 con Brasil para mejorar la coproducción, los acuerdos de cooperación firmados con Francia y Panamá y acciones puntuales de diversificación de mercados.

En 2009, el audiovisual fue seleccionado como uno de los sectores a impulsar dentro de los conglomerados productivos y se creó el Cluster Audiovisual del Uruguay, generando así un nuevo escenario de asociatividad público-privada, nucleando diferentes referentes e instituciones de las distintas ramas del audiovisual en la CADU.

El Cluster, en tanto ámbito inclusivo, estableció —a impulso del ICAU y con apoyo del BID a través de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), la Intendencia de Montevideo y otros organismos y empresas asociadas— una modalidad de trabajo que permitió y facilitó la articulación público-privada para el desarrollo de todo el conglomerado, mediante esfuerzos coordinados y sostenidos. En ese ámbito se creó la Film Commission

& Promotion Office como herramienta para el posicionamiento internacional de Uruguay Audiovisual.

En estos últimos veinte años, este complejo cultural, económico y social que es el audiovisual ha definido su personalidad institucional a través de un compromiso creciente del Estado que, partiendo de una situación de ausencia, pasó a recomponer un conjunto de herramientas dispersas, y paralelamente a definir una estrategia delineada por dos focos programáticos: la Ley de Cine y Audiovisual y el Plan de Refuerzo de la Competitividad, mediante un puente estable de relacionamiento público-privado.

Hoy se presenta el desafío, como institución pública específica, de asumir y poner en marcha nuevas capacidades que permitan acompasar el desarrollo que se ha impulsado y profundizar la política pública audiovisual.

Desarrollar las líneas de trabajo que se han profundizado en el proceso de este Compromiso Audiovisual 2015-2020 proyecta necesariamente al ICAU hacia su fortalecimiento, a asumir el riesgo de continuar acompañando y promoviendo el crecimiento, afianzando el Uruguay Audiovisual y enfrentando los desafíos futuros.

La evolución de los proyectos presentados a los dos llamados anuales que realiza el Fondo de Fomento Cinematográfico muestra que estos fondos resultan hoy muy pequeños para los requerimientos del sector. Esto también se expresa en el número de producciones anuales que llegan a estrenarse y que no han recibido ayudas del Fondo de Fomento, que tiene una variedad de líneas que intenta cubrir no solo diferentes formatos, sino también diferentes fases de producción.

Por otra parte, un análisis de los fondos destinados para fomento por los distintos países de América Latina y el Caribe muestra que Uruguay es uno de los países que menores fondos destina a esas funciones.

- **Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay**

El Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay implementa los objetivos que le mandata la Ley de Cine y Audiovisual, y en coordinación con otras instituciones públicas, promueve el diseño de las políticas nacionales del sector audiovisual del Uruguay.

Desde su creación en el año 2008, ha diseñado su estrategia trabajando conjuntamente con el sector público y privado, combinando mecanismos directos e indirectos, locales e internacionales.

Entre sus objetivos constitutivos se encuentran:

- Defender la libertad de expresión de la obra cinematográfica y audiovisual en todas sus fases, con arreglo a los principios constitucionales de ejercicio de la mencionada libertad.
- Fomentar, incentivar y estimular la creación, producción, coproducción, distribución y exhibición de obras cinematográficas y audiovisuales uruguayas en el país y en el exterior.
- Fomentar la distribución y exhibición, en forma recíproca y equilibrada, del cine y del audiovisual de aquellos países o bloques regionales con los que se mantengan acuerdos de coproducción y cooperación.
- Monitorear y coordinar sistemáticamente la información que deberán aportar obligatoriamente las empresas audiovisuales como: productoras, de servicios, distribuidoras, importadoras, exportadoras, exhibidoras, canales de televisión y cable que surjan de la implementación de la presente ley.
- Cumplir y hacer cumplir la legislación existente en esta materia, así como promover la aprobación de las normas que se entiendan necesarias para el mejor desenvolvimiento del cine y el audiovisual nacional en sus diferentes dimensiones: cultural, artística, económica, comercial e industrial.
- Llevar un Registro Público del Sector Cinematográfico y Audiovisual, de personas y empresas de producción, servicios, distribución y exhibición instaladas en el país, así como de las producciones nacionales y extranjeras realizadas en el país. Para estar comprendido dentro de los mecanismos previstos en la presente ley será necesario estar inscripto en el registro.
- Trazar las políticas vinculadas a la administración del Fondo de Fomento Cinematográfico creado por la ley.

- Otorgar, de acuerdo a sus posibilidades financieras, incentivos para acrecentar la actividad cinematográfica y audiovisual nacional, en las fases de concepción, elaboración de guiones, producción, distribución y comercialización de acuerdo a un plan anual estructurado mediante concursos, premios, becas u otros medios para el cumplimiento del objetivo.
- Instrumentar convenios de reciprocidad con otros institutos para conceder y obtener acceso preferencial a los respectivos mercados nacionales.
- Celebrar con organismos estatales, personas públicas no estatales y organizaciones privadas convenios tendientes a la instrumentación de los mecanismos de fomento previstos en la ley, empleando los instrumentos jurídicos necesarios (convenios bilaterales, constitución de fideicomisos, etc.).
- Preservar y contribuir a la conservación, mantenimiento y difusión del patrimonio fílmico y audiovisual nacional, procurando evitar la destrucción o pérdida de los filmes de corto y largometraje, mediante su depósito en los archivos fílmicos que existan en el país, cualquiera sea su soporte.
- Fomentar las acciones e iniciativas para el desarrollo de la cultura cinematográfica, tales como la formación de espectadores y la apertura de cineclubes, la formación y perfeccionamiento de técnicos, profesionales, docentes y gestores culturales cinematográficos y audiovisuales, como asimismo el incentivo a la formación de talentos.
- Promover la incorporación del cine y el audiovisual a la educación formal.
- Promover acciones tendientes a la exhibición de mínimos de producción nacional de obras de ficción, documentales y animación en los medios televisivos nacionales y su difusión en el mercado internacional.
- Promover acciones tendientes a la exhibición de mínimos de producción nacional en las salas que componen el circuito de exhibición.
- Extender las certificaciones de nacionalidad, origen o de sello cultural a las obras audiovisuales.

El Plan de Fomento del ICAU, que incluye un fondo, constituye uno de los mecanismos directos de fomento a la actividad audiovisual nacional que prioriza el apoyo, el desarrollo y la producción de proyectos cinematográficos y audiovisuales. Este contempla las diferentes fases de la cadena de valor del sector, con amplitud de miras en los contenidos audiovisuales.

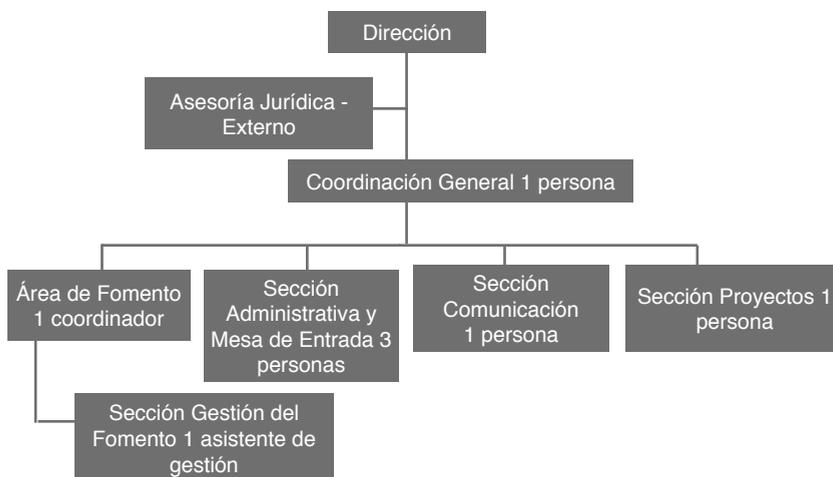
Paralelamente a este Plan anual de fomento de la actividad audiovisual, desde el ICAU se viene promoviendo la preservación y conservación del patrimonio audiovisual y se impulsa un compromiso sobre la promoción y formación audiovisual de calidad, que deriva en acciones con foco en niños, niñas y adolescentes así como en la circulación de contenidos audiovisuales a nivel nacional y el fortalecimiento de una red nacional para estos efectos.

También se organizan acciones de divulgación, charlas, talleres y se organizan eventos anuales, como la Semana Nacional del Cine y Reto 7D, y Servime un Corto en el marco de Boliches en Agosto.

En foros internacionales y regionales, el ICAU representa a la institucionalidad pública nacional sectorial y participa en el desarrollo de políticas públicas audiovisuales regionales que buscan fortalecer las condiciones de los intercambios entre los países. En este sentido integra la RECAM y la Conferencia de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales de Iberoamérica (CACI) y su órgano Consultivo que llevan adelante distintos programas de fomento a la coproducción, a la teledifusión, a la formación, a la conservación de patrimonio y a la difusión de contenidos: Programa Mercosur Audiovisual, Programa Ibermedia, Doctv Latinoamérica, Ibermedia TV e Ibermedia Digital.

En la región, Uruguay coproduce con Latinoamérica en el marco del Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica, además de tener vigente acuerdos de coproducción con Argentina, Canadá e Italia. Además ha firmado acuerdos de cooperación con Brasil, Francia y Panamá.

El Instituto cuenta a la fecha con la siguiente dotación de personal y los siguientes cargos:



No cuenta con sistema de gestión definido ni sistema informático. No posee más sistemas que los del MEC específicos para las gestiones asociadas al ICAU.

- **Fortalezas y debilidades**

- **Fortalezas**

- Instituto que ha logrado establecer una estructura de organización que sostiene la gestión delegada y las funciones que se han venido sumando.
 - Estructura que sostuvo el crecimiento del sector y la complejización de la práctica.
 - Instituto reconocido internacionalmente.
 - Instituto con reconocimiento en el sector audiovisual nacional.
 - Se ha consolidado como una de las instituciones de referencia de la actividad audiovisual

- **Debilidades**

- Institucionalidad con una figura legal débil en estructura para poder accionar y llevar adelante sus cometidos.
 - Instituto con estructura de fondos específica para el fomento de una parte de la producción, pero no para el resto de los componentes relacionados al desarrollo productivo del sector como por ejemplo la internacionalización, la televisión digital, el advenimiento de los cambios tecnológicos, etc.
 - Instituto sin presupuesto propio y específico.
 - Estructura organizacional no adaptada a la realidad del audiovisual ni de su crecimiento.

- **Objetivos estratégicos**

- Acompañar las acciones del resto de los ejes del audiovisual generando la estructura necesaria para poder sostener las acciones propuestas.
 - Fortalecer la institucionalidad del audiovisual para poder sostener las acciones actuales y sobre todo las futuras.

- **Acciones a implementar para la sostenibilidad de lo logrado y la proyección de crecimiento**

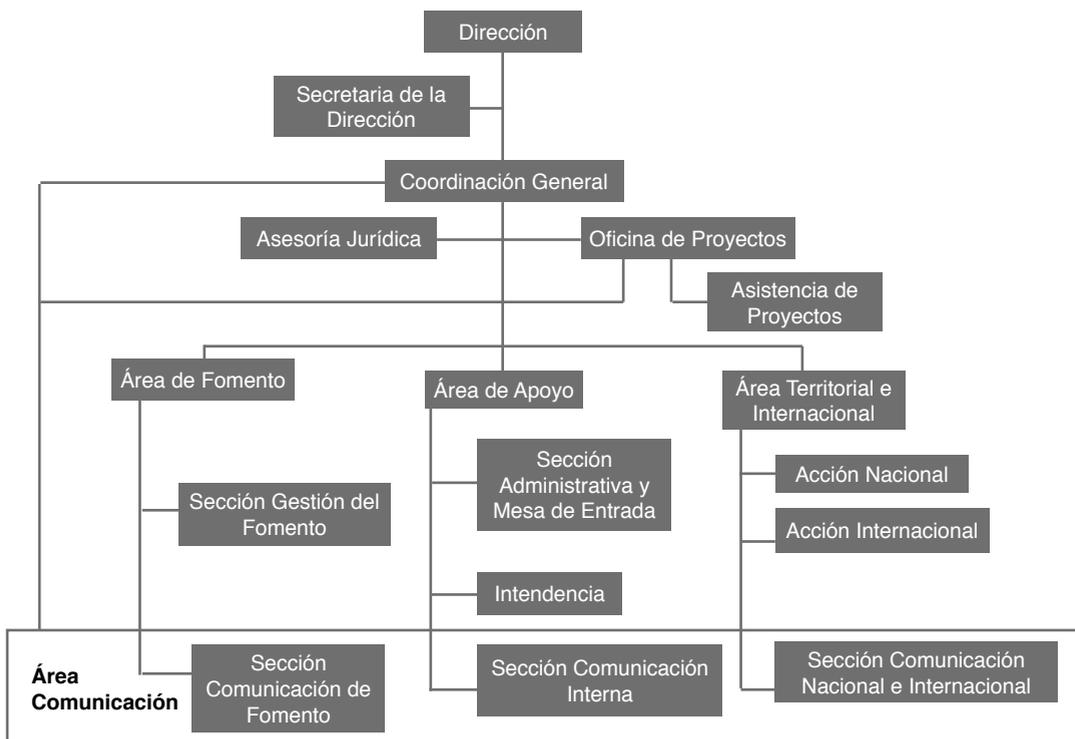
- Generar la infraestructura necesaria

Es necesario poder avanzar en completar el trabajo que ya viene llevando el Instituto en sistematizar, implementar, controlar y digitalizar los procesos de trabajo, como forma de optimizar la gestión en un contexto de aumento del volumen de la documentación gestionada y de las tareas realizadas.

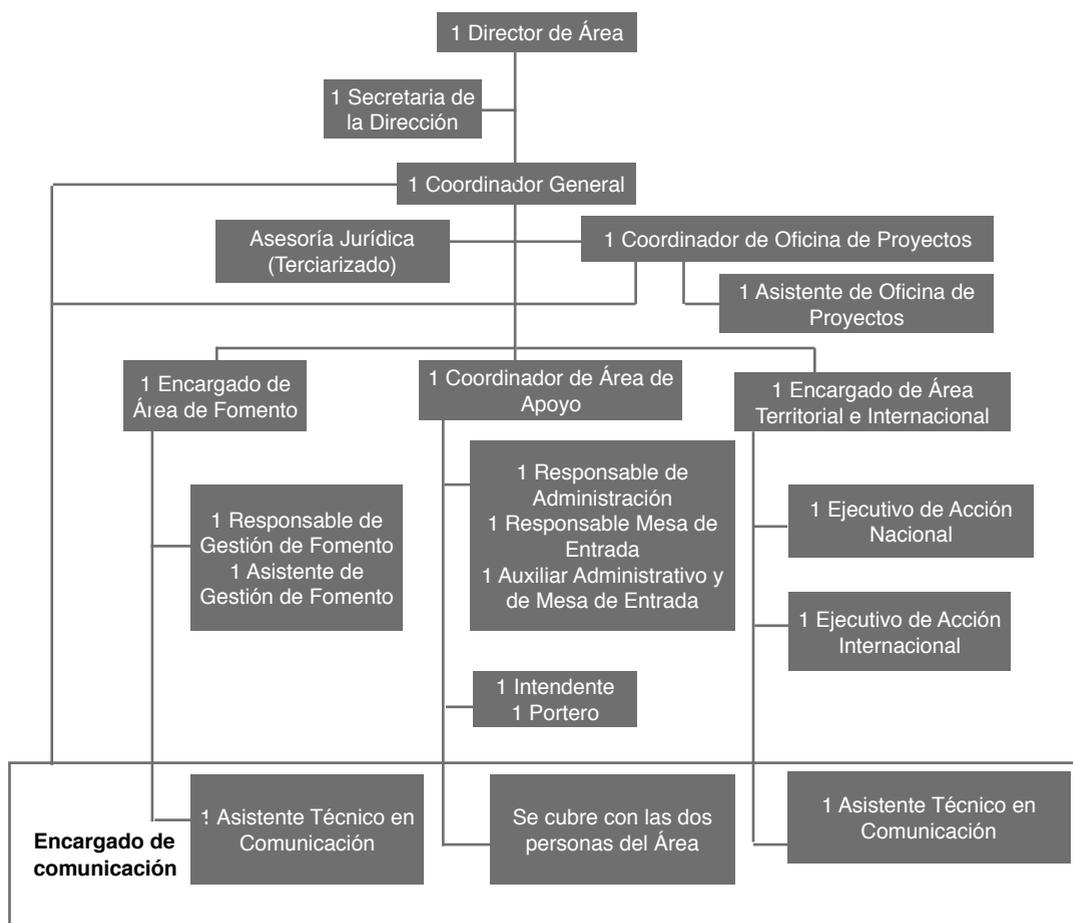
Para ello sería necesario implementar: Sistema de gestión de fondos, Sistema de gestión de proyectos especiales, Sistema de análisis estadístico, Sistema de gestión de mesa de entrada, Sistema de correo institucional, Sistema de gestión de objetivos y acciones institucionales, Sistema de gestión de la comunicación, Sistema ICAU-WEB.

- Generar la estructura de recursos humanos necesaria

La adaptación del ICAU a la implementación de estos recursos de gestión, así como el necesario desarrollo de una optimización del funcionamiento, atendiendo al creciente volumen y al aumento de la complejidad de las tareas desarrolladas, requiere una adecuación de los recursos humanos hoy existentes.

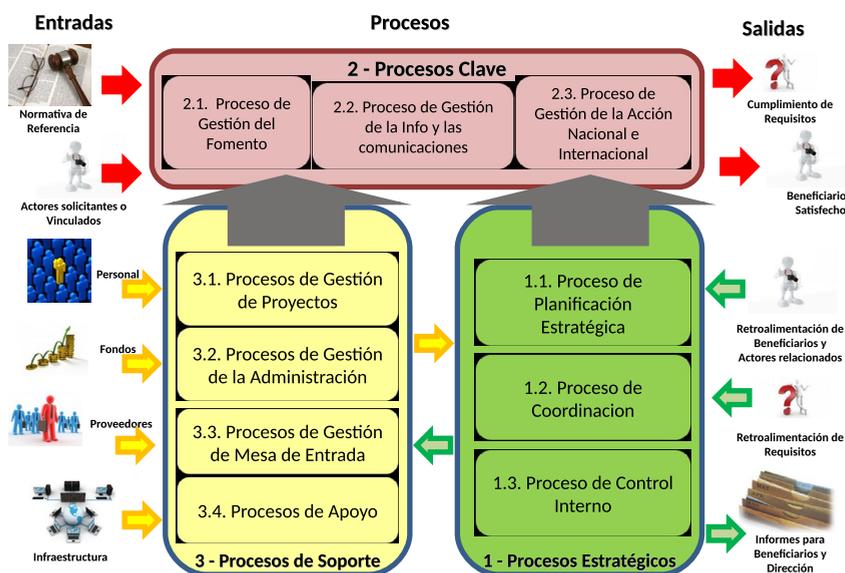


El ICAU tiene a la fecha un proceso integral a desarrollar. Una transformación adecuada y fácticamente viable consistiría en generar la formalización y fortalecimiento de la estructura organizacional del ICAU, con la siguiente conformación por áreas:



Procesos

El Instituto tiene a la fecha un proceso integral a desarrollar que se compone de:



Es necesario poder avanzar en completar el trabajo que ya viene llevando el ICAU en sistematizar, implementar, controlar y digitalizar los procesos de trabajo. Para esto se hace necesario completar el trabajo iniciado con una consultora específica en implementación y digitalización de los procesos de trabajo del Instituto.

Esta adecuación de los recursos humanos a las necesidades operativas resulta clave para la mejora de la gestión. La información que circula al interior del ICAU, producto de su propia gestión, es hoy excesiva para el escaso número de funcionarios con los que cuenta. Al día de hoy hay áreas que realizan más de las funciones que le cabría tener asignadas. Esto hace que ciertos funcionarios se encuentren recargados de tareas o que, para evitar esta situación, se generen desplazamientos internos de funciones que si bien puede optimizar a corto plazo la gestión, puede ser inadecuado a largo plazo y termina por conspirar contra la operatividad del ICAU.

Hay áreas como la de estadística que cada vez tiene más demandas a atender: por un lado demandas internas para la toma de decisiones y para gestiones operativas y por otro lado demandas externas, fundamentalmente de estudiantes, investigadores universitarios y periodistas. Al momento el Instituto no tiene un área específica que atienda estos temas.

- Generar la estructura locativa necesaria

Teniendo en cuenta el uso actual del espacio, es necesario plantearse un espacio físico que pueda albergar el crecimiento del personal asociado al Instituto. Es necesario un lugar que siga siendo no solo un lugar para el ICAU, sino para el audiovisual en general. En la sede del ICAU funcionan también la OLM, los FI y en su momento lo hizo la UFCPO y la CADU. Esto ha permitido generar una serie de sinergias altamente positivas. Pero los espacios de los que hoy se dispone locativamente en el inmueble en que se funciona resultan cada vez más inadecuados.

Se requiere, además, de espacios multiuso que sean adecuados para la diversidad de acciones que se desarrollan de manera continua, tanto con eventos de corte nacional como internacional.

Es además recomendable pensar en un proyecto de ICAU que pueda tener un área de visualización para actividades de jurado, programación de festivales y posibles actividades con estudiantes, evitando que las diferentes actividades compitan entre sí por los mismos espacios.

La posibilidad de que el crecimiento de instrumentos de software necesite un centro de cómputos con el espacio adecuado para sus requerimientos funcionales hace también necesario pensar en el realojamiento en un nuevo edificio.

- Generar la estructura de fondos acorde a los requerimientos funcionales

En lo que refiere a las acciones de fomento, el ICAU cuenta con una estructura de fondos que se desprenden de la ley de cine, que ha fijado montos fijos no actualizables, lo cual lleva a que los fondos se vayan empequeñeciendo en el tiempo ante los procesos de inflación. Esto repercute de manera negativa en las posibilidades de la producción en general y específicamente en las coproducciones donde, en virtud del deterioro del poder real de la moneda, los coproductores uruguayos se encuentran cada vez con mayores dificultades de cumplir con los porcentajes requeridos por los acuerdos internacionales de coproducción. Esto hace que si bien Uruguay es un país que por el nivel de sus profesionales suele ser visto por productoras extranjeras como un socio interesante para coproducir, encuentra una fuente de desestímulo en los aspectos presupuestales. Es necesario avanzar en la definición de una estructura de administración de fondos que contemple las necesidades del audiovisual en su conjunto.

Los fondos establecidos por Ley para Fomento han tenido una importante ampliación hacia áreas necesarias como las líneas de Lanzamiento y Promoción, entre otras, a partir de fondos administrados por el MEC, ANCAP, BROU, etc.

En lo funcional, es imprescindible avanzar en una estructura de administración de fondos que habilite al mejor desempeño de las funciones del ICAU favoreciendo la posibilidad de que el Instituto pueda administrar fondos para sus funciones no asociadas al fomento.

- Revisión de la figura jurídica del ICAU

El ICAU es una organización que además de las funciones inherentes a sus competencias genera e implementa proyectos de gran porte por lo que requiere una estructura jurídica que permita y habilite la gestión de proyectos y sus correspondientes fondos. El ICAU se encuentra comprendido desde 2013 en la nueva unidad ejecutora 024 (UE24), junto al canal oficial de televisión TNU y las radios del SODRE. Desde su creación el ICAU no ha tenido una figura jurídica definida que le permita potenciar su propio desarrollo para cumplir de forma cabal la gestión de las competencias delegadas por la ley.

6.2. Televisión pública

“Ni comercial ni estatal, la radio y televisión pública tiene su única razón de ser en el servicio público. Es la radio y televisión del público; se dirige a cada uno en calidad de ciudadano. Fomenta el acceso a la vida pública y la participación en ella. Desarrolla los conocimientos, amplía los horizontes y permite que cada uno se comprenda mejor al comprender al mundo y a los demás”.

Consejo mundial de radio y televisión¹⁴

Durante el proceso de debate del Compromiso Audiovisual 2015-2020 se confirmó con mucho énfasis la necesidad del fortalecimiento de la televisión pública en el Uruguay como un agente fundamental para el desarrollo social y ciudadano de nuestro país. Desde la perspectiva de profundizar la política pública audiovisual, la televisión pública resulta un socio estratégico para afianzar las sinergias de la creación, producción, acceso y disfrute ciudadano de contenidos definidos por criterios que se orienten a garantizar la diversidad y la pluralidad cultural.

La televisión pública en el Uruguay aún sigue siendo un asunto pendiente de la sociedad uruguaya. Las políticas de desarrollo impulsadas por el Estado todavía no han logrado consolidar un marco adecuado para que la televisión pública se desarrolle y fortalezca sus capacidades ciudadanas¹⁵.

Si bien en Uruguay se está avanzando en ese sentido, la televisión pública carece de rasgos definitivos de servicio público, lo cual se ve expresado en su modelo de organización, de financiación y de programación.

La Televisión Pública es también, sin lugar a dudas, un socio ineludible para generar las condiciones de promoción y difusión de contenidos audiovisuales que sirvan para dinamizar el sector y contribuyan a mejorar la relación entre el público y el audiovisual

14. UNESCO y Consejo mundial de radio y televisión. La radio y televisión pública. ¿Porqué? ¿Cómo? Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058so.pdf>

15. Se toma el concepto de radio y televisión como servicio público definido por UNESCO.

nacional. Para esto se requiere de un marco normativo que favorezca su capacidad de acción atendiendo a su función específica, lo que deberá estar sostenido por un presupuesto acorde que permita sostener su capacidad competitiva.

Seguramente mucho habrá para hacer en términos de la formación técnico-profesional, ya que se necesita también estimular ciertos roles específicos que comenzarán a demandarse más intensamente en este sector. A mayor diversificación de un sector se requiere también una mayor especialización, lo que permite potenciar la experiencia acumulada. Hablar de una reestructura de las reglas de juego de la televisión nacional, y de la televisión pública en particular, no es solo algo que afectará la amplitud del campo de la circulación para los contenidos nacionales sino algo que también transforma el entorno en el que se desarrolla y fortalece la actividad audiovisual.

Pensar en un sistema audiovisual consolidado es también pensar en una televisión pública fortalecida. La televisión aparece como el destino posible y natural para un conjunto de contenidos audiovisuales (series, telefilms, cortometrajes, programas, etc.). Al día de hoy las limitaciones propias del mercado televisivo uruguayo hacen difícil la sostenibilidad de la producción televisiva nacional desde las pantallas y por lo tanto afectan la consolidación de la diversidad del audiovisual uruguayo.

Insistimos en que si bien se ha hecho un camino en este sentido, especialmente desde las señales públicas, aún es insuficiente. La implementación de un marco de acción que potencie el desarrollo de la televisión pública es fundamental para fortalecer el sistema audiovisual nacional. Además, una televisión fortalecida es también una televisión que puede competir internacionalmente. Tenemos el potencial para generar una televisión que exporte contenidos culturales de calidad pero en las condiciones actuales el desafío es muy grande.

La televisión pública, guiada por criterios de programación cultural, atendiendo a la variedad y la diversidad de voces y miradas que conforman la amplia trama de la sociedad, tiene un rol importantísimo no solo en la construcción de la identidad cultural, sino también en garantizar el encuentro entre el público y la producción cultural, especialmente la audiovisual, tomando en cuenta la altísima vinculación del público a la pantalla televisiva en todo el territorio nacional. Libertad de expresión y acceso cultural se encuentran vinculadas en este tema. Se trata de profundizar en la generación de un espacio público sin exclusiones, que construya comunidad y pertenencia.

Se desprende de lo dicho, también, el papel clave de la televisión en lo que hace a la formación de públicos. Es necesario generar más contenidos de ficción para la niñez y la adolescencia, de manera de favorecer que la televisión se convierta cada vez más en un espacio que convoca a niños, niñas y jóvenes hacia el encuentro con productos que dan cuenta de su entorno y su idiosincrasia.

Todas estas señalizaciones permiten entender claramente por qué en Uruguay la televisión como medio de comunicación, y en especial la televisión pública por los principios que la orientan, es una parte clave para el desarrollo cultural de nuestra sociedad.

No es el único factor de desarrollo en la amplitud del sector audiovisual, tal como queda expresado en la diversidad de programas resultantes del Compromiso Audiovisual 2015-2020, pero sin duda la televisión pública tiene un lugar insoslayable en la construcción cultural en Uruguay. Hacia ella miran una y otra vez las voces que demandan más presencia de lo nacional en la televisión. Es precisamente por el lugar que ha tenido, que tiene y que se espera tenga en el futuro, que la televisión pública debía encontrar aquí un lugar de reflexión.

Más allá de todas estas consideraciones generales, parece importante aquí dar la palabra a las autoridades de la Televisión Pública en Uruguay para que puedan expresar su visión sobre los desafíos y las necesidades que deben enfrentarse en dirección a la optimización de la gestión para desarrollo de esa televisión pública que está en el horizonte de la sociedad uruguaya.

- **Televisión Nacional del Uruguay (TNU)**

Televisión Nacional del Uruguay entiende que la migración a la TDT será uno de los principales desafíos de la televisión pública. Exigirá del Estado uruguayo una importante inversión en equipamiento, contenidos y recursos humanos.

En lo técnico requerirá:

- Contar con el presupuesto estimado en el proyecto técnico presentado por TNU a la URSEC como condición para brindar el servicio de Radiodifusión de Televisión Digital Pública en Montevideo y el interior del país.
- Hacer efectiva la presencia de la televisión pública en todo el territorio nacional.
- Disponer equipamiento y los recursos humanos necesarios para cumplir con estándares de excelencia en la generación y emisión de imágenes y de audio y guardar en forma sistemática (ordenada y accesible) lo que produce.
- Disponer recursos técnicos y humanos necesarios para supervisar el cumplimiento efectivo de la obligación de los operadores privados de transportar en forma gratuita (y permanente) la señal de la televisión pública.

En lo institucional:

- La televisión y las radios públicas deberán pasar a ser un servicio descentralizado, el Sistema Nacional de Radio y Televisión Público (SNRTP), tal como lo prevé el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Estudiar y aprobar una estructura acorde a los cambios de la TDT y las nuevas tareas que realiza o debe realizar la televisión pública (web, redes sociales, archivo, ingesta, etc.). Este trabajo deberá realizarse con asistencia profesional externa, con consulta con las actuales jefaturas y las organizaciones de trabajadores: Asociación de Trabajadores de Televisión Nacional (ATTN) y Asociación de Productores y Periodistas de Televisión Nacional (APPTN).
- Discutir, aprobar y divulgar criterios (escritos) que garanticen la transparencia de la gestión: código de ética, criterios de programación y producción, manual de estrategias comerciales, exigencias para la presentación de proyectos, código de conducta de los trabajadores de los medios públicos.
- Disponer en la web de una sección de documentos en la que se incluya la normativa sobre la televisión pública así como los criterios de trabajo del canal.
- Establecer protocolos internos de funcionamiento (técnicos, de emisión, programas en vivo, etc.)
- Creación del defensor del televidente.
- En cuanto a los Recursos Humanos:
- Diagnóstico de las fortalezas y debilidades de los recursos humanos para formular una política adecuada a las nuevas exigencias de la TDT.
- Elaborar y aprobar el Estatuto del Funcionario del Sistema Nacional de Radio Televisión Pública (SNRTP) que deberá comprender una identificación de funciones, descripción de cargos, régimen laboral, forma de ingreso, régimen de ascenso, sistema de retribución, descanso y licencia, etc.
- Estudio y elaboración de contratos tipo específicos para personal artístico, periodístico, etc.

En cuanto a programación:

- El proyecto de TDT de TNU prevé programar una segunda señal digital dedicada a la educación y la cultura con una franja diaria de contenidos de la UDELAR, así como la producción de contenidos para plataformas que incluyen one seg, tabletas, teléfonos inteligentes.

- El canal debe tener soberanía sobre la totalidad de su pantalla. Ello supone finalizar con el régimen de arrendamiento de espacio, decisión que no excluye formas de contratación, coproducción y colaboración con productores privados.
- Trabajar con el ICAU y otras instituciones públicas para la promoción, producción y financiamiento conjunto de contenidos.
- Establecer convocatorias y llamados a propuestas anuales para la programación estable y para ciclos y series.
- Calificar la tarea de programación con la creación de un área de investigación de audiencia.
- Fomentar la producción de contenidos locales para difusión en un departamento o región.
- Desarrollar un área de adaptación y subtítulo que permita ampliar el campo de compra de contenidos extranjeros.
- Establecer como práctica habitual del área de programación la participación en mercados e instancias de exhibición y venta de la industria televisiva.
- Ampliar el uso de la lengua de señas.

Virginia Martínez
Directora de TNU

• **Tevé Ciudad**

Tevé Ciudad transita hacia la transformación en un canal digital abierto. Es el gran hito que permitirá una mayor capacidad de alcance y llegada a la ciudadanía: principal compromiso que se ha establecido en el Plan Estratégico 2013-2017 junto a la definición de tender a un espacio público de comunicación audiovisual, cuyo asunto principal sea la pantalla y las audiencias, apoyándose en un nuevo modelo de gestión.

Los medios de comunicación son hoy un actor central de la vida en sociedad y se han transformado — en particular la televisión— en el ámbito privilegiado de interpretación de la realidad.

La construcción de hipótesis sobre el devenir de la propia sociedad y del mundo, así como las respuestas que a esas hipótesis brinde cada individuo, son momentos cruciales para la construcción democrática, por lo que el Estado y los organismos con vocación de servicio público deben asumir que ese ámbito no puede ser territorio exclusivo de empresas privadas con fines comerciales.

El acceso a la información, la comunicación y los bienes culturales de calidad es uno de los derechos humanos clave para los postulados filosóficos de Tevé Ciudad, por lo que la existencia de una televisión pública debe ser la herramienta del conjunto de la sociedad para el ejercicio de ese derecho: acceso a contenidos veraces y pertinentes socialmente, a bienes culturales de calidad y diversidad artística, a imaginarios múltiples que enriquezcan la interpretación de la realidad, así como a las herramientas idóneas para participar y tomar la palabra.

A la televisión pública de Montevideo le corresponde un rol protagónico en la construcción de una identidad enraizada en lo montevideano, en su doble dimensión de departamento y ciudad, que traduzca el rol de esta última como capital de todo el país, que sea capaz de poner en pantalla la especificidad local, su multiculturalidad y su diversidad de costumbres, y que aporte desde el arte audiovisual elementos para combatir la exclusión cultural que acompaña la exclusión social, económica y territorial.

Un canal público local deberá ser la garantía de la existencia de una televisión para todos, evitando las limitaciones propias al mercado y los intereses particulares, siendo un contrapeso para los procesos de concentración y monopolio en los sistemas de comunicación. Un canal público local no tiene por misión “competir” comercialmente, pero tiene como objetivo conquistar audiencias, ser un referente cultural, marcar agenda de interés social, político y económico, y ser una herramienta privilegiada para el ejercicio de los derechos vinculados al conocimiento, el acceso a la diversidad de bienes culturales y simbólicos, y a la libertad de expresión.

El 98% de la población accede a la televisión, cualquiera sea su nivel socioeconómico y cultural, por lo que el servicio público de televisión debe tener una oferta allí donde la ciudadanía busca los insumos para formar parte de un colectivo, oferta que debe aportar a la construcción de modelos simbólicos de referencia y pertenencia.

El proyecto comunicacional de Tevé Ciudad (<http://www.teveciudad.montevideo.gub.uy/institucional>) abarca definiciones en cuanto la misión y la visión, detalla la audiencia objetivo así como la estructura institucional prevista para el desarrollo de cada una de las señales separadamente. En esa misma estructura, se profundiza en los aspectos más relevantes de la estrategia de programación, su quehacer informativo y cultural, y su relación entre los objetivos de informar, educar y entretener. Se especifican las estrategias respecto a la programación nacional: estrategia informativa, estrategia de programas educativos, culturales, y dirigidos a audiencias infantiles; estrategia de la programación nacional de ficción y otros géneros de entretenimiento; el compromiso con la actividad cinematográfica nacional y su difusión así como contenidos de interés social.

Por la apuesta que tiene el canal también se marca el énfasis en la estrategia de producción propia y producción independiente en la programación nacional; cómo se funcionará en relación a la coproducción; se desarrollará su capacidad de movilización de recursos, propios o de terceros, para la realización de contenidos nacionales para emitir en la

grilla; su estrategia de internacionalización de las producciones locales; su estrategia de programación extranjera y cómo se piensa posicionar en términos de estrategia de diferenciación con las otras señales de TV ya existentes. Se detallan aspectos relacionados a las Pautas publicitarias, así como todo lo relacionado a la innovación que introduce la TDT en relación a servicios interactivos y modalidades no tradicionales.

Se explicita la política de inversiones, así como los costos, presupuesto y otras fuentes de financiamiento y su política de recursos humanos. Finalmente se detallan aspectos relacionados a la autorregulación con temas como las pautas y principios rectores del manual de estilo a utilizar, las líneas generales del código de ética previsto, criterios publicitarios referidos a la infancia, los discapacitados y otras poblaciones vulnerables, la de los reclamos y quejas de la audiencia y la política de transparencia de la gestión.

El proyecto de señal pretende consolidar a Tevé Ciudad como un espacio público de comunicación audiovisual con contenidos plenamente orientados a la ciudadanía, con una oferta televisiva cuya estrategia es convertir a la pantalla en escenario de reconocimiento de las diversas comunidades que componen Montevideo, construida en plena interacción con la población de la ciudad y del área metropolitana.

Visión

“Consolidarse, en un plazo máximo de cinco años, como un espacio de comunicación audiovisual público (digital, de acceso abierto y gratuito) de la capital del país que exprese en forma calificada la diversidad y el latido del conjunto de la población —sin exclusiones— que sea referencia competitiva en el establecimiento de agendas en su rol contributivo para el desarrollo de la sociedad”

Misión

“Somos el canal público gestionado por la Intendencia de Montevideo. Un equipo de trabajo idóneo y profesional especializado en comunicación audiovisual, dedicado a la producción de contenidos televisivos que expresen calidad y diversidad y la generación de acervo, trabajando para la ciudadanía con particular énfasis en las personas del área metropolitana, convencido de prestar un servicio público y contribuyendo al desarrollo de la cultura montevideana y nacional”.

Considerando que la audiencia objetivo afectará enormemente a la decisión del comunicador, sobre lo que será dicho, cómo será dicho, cuándo será dicho, dónde se dirá y quién lo dirá, desde Tevé Ciudad se entiende a la audiencia como parte de la pantalla, como un factor activo y no pasivo, participativo y presente.

La audiencia objetivo, en sí, es concretamente la población de Montevideo y el área metropolitana. Por tanto, el objetivo es embeber a la pantalla de las audiencias más amplias, pero también y sin contradicciones, a aquellos segmentos de la población que no son los que hacen a los lugares comunes por donde transita la oferta televisiva en general.

Asegurar diversidad, generando un verdadero espacio público sin exclusiones y accesible, con calidades atractivas que respeten al ciudadano, a uno mismo como parte de la señal. Ese universo será el más amplio a través de la suma de lo expresado en pantalla, en territorio y en la globalidad de las redes e internet.

Ese vínculo natural se relaciona especialmente por intermedio del valor público de los contenidos y de la ética del relato general de pantalla.

En resumen, una pantalla que pueda:

1. Elevar el nivel de competitividad y posicionamiento del canal como plataforma de contenidos formativos, informativos y culturales
2. Elevar la capacidad de innovación, calidad técnica y audiovisual en la producción, programación y distribución de los contenidos a través de las distintas plataformas”.

El Plan Estratégico define también el cometido del Área de Contenidos: “Esta área tiene como cometido el acopio y repositorio de contenidos que permita al canal tener una dinámica de generación constante y variada, basado en una sistemática de análisis y propuestas —internas y externas— cuyo marco de referencia son los objetivos generales que se definen en la línea estratégica de rediseño con foco en la pantalla.

Asimismo, el Plan Estratégico pauta las definiciones fundamentales que orientarán los contenidos del Canal:

- Responder al espíritu del interés público, al debate, a la confrontación social de ideas.
- Rescatar la memoria política, social y cultural de Montevideo y la región metropolitana.
- Construir una narrativa de “aire” que tenga un comportamiento televisivo reconocible para los ciudadanos, pero a su vez evitar la homogeneización de la televisión abierta.
- Experimentar nuevos formatos y narrativas con criterio de calidad.
- Tomar como escenografía la ciudad y el área metropolitana.
- Potenciar el diálogo con la audiencia a través de los espacios de interactividad y acompañar los procesos y manifestaciones sociales expresando inclusión, diversidad y pluralidad.

Antes que nada, nos interesa destacar los criterios para la generación de contenidos que hacen sustentable y sostenible nuestra grilla, con una sustancial apuesta a la producción nacional, en relación a lo extranjero.

Producción propia

Tevé Ciudad cuenta con la capacidad técnico-operativa (estudio, móvil, equipamiento técnico y recursos humanos) para la generación de una parte importante de sus contenidos, definidos de acuerdo con las estrategias de programación preestablecidas.

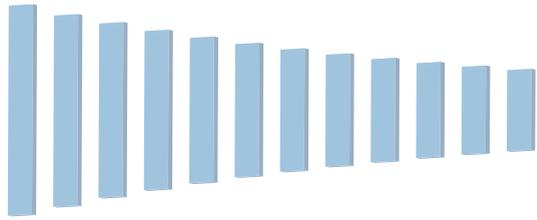
Asimismo, apuesta a sumar a los talentos propios, a productores y realizadores independientes uruguayos. Esta estrategia de generación de contenidos se refuerza con las siguientes iniciativas:

- Llamados internos a presentación de proyectos. Un llamado anual a ideas y proyectos en desarrollo dirigido a profesionales de Tevé Ciudad.
- Llamado externo a presentación de proyectos.
- Un llamado anual a presentación de proyectos dirigido a productores independientes y realizadores.
- Coproducción y producción asociada tanto con el sector de la producción independiente como con la televisión pública nacional, visualizada como socia estratégica.
- Interacción de recursos institucionales promotores de la actividad cinematográfica y audiovisual: FONA, Montevideo Socio Audiovisual, Centro de Fotografía de Montevideo, Propuesta para brindar Servicio de Radiodifusión, Fondos de Fomento para la Actividad Cinematográfica del ICAU, TNU y otros canales públicos, con la mira puesta en un Sistema Nacional de Medios Público, UDELAR y otros centros de formación.

El patrimonio audiovisual es parte de este modelo de televisión pública, del hacer y difundir, nuestro acervo de más de 6.000 horas es Patrimonio Cultural de la Nación. Existen focos específicos en la atención a la infancia y adolescencia y en la accesibilidad. Se entiende la internacionalización como un componente imprescindible para el desarrollo de las capacidades.

También se ha definido la importancia de contar con elementos de medición cuantitativa y cualitativa que permita monitorear y tomar decisiones. Junto a la Facultad de Información y Comunicación, desarrollar un proyecto que facilite estos elementos a nivel nacional e internacional.

Martín Papich
Director de Tevé Ciudad



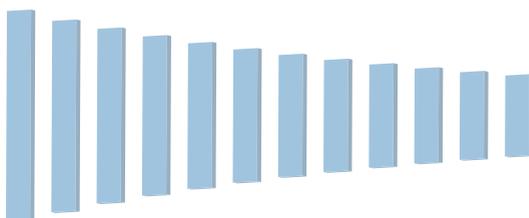
7. CINEMATECA URUGUAYA

La Cinemateca Uruguay es una institución que desde hace décadas ha realizado un trabajo continuado en defensa y promoción de la cinematografía, fundamentalmente independiente, tanto nacional como extranjera mediante la programación regular en sus salas y la realización de festivales internacionales. Su trabajo sobre la construcción de público ha estado fuertemente vinculado a su archivo fílmico, que contiene más de 22.000 películas siendo el mayor archivo de estas características que existe en el Uruguay. También es destacable su aporte a la formación de creadores mediante la Escuela de Cine del Uruguay.

Su accionar la ha convertido en una institución fuertemente reconocida en el paisaje cultural uruguayo y con amplio reconocimiento internacional.

La necesidad de adecuación de sus salas y la necesidad de revigorizarse han encontrado expresión en un nuevo complejo de tres salas que se plantean como un núcleo orientado a la exhibición del cine nacional. Asimismo, la institución se encuentra estudiando la posibilidad de desarrollar un festival cinematográfico con área de mercado, lo que resulta de enorme importancia para productores, creadores y distribuidores.

En este contexto se le visualiza como un actor cuyas acciones convergen con los objetivos planteados en los distintos ejes de este Compromiso Audiovisual 2015-2020.



8. PROGRAMAS

PROGRAMA 1/14: SISTEMA DE FORMACION INTEGRAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Implementación de un sistema de formación que integre la flexibilidad en la currícula para nuevas formaciones y la acreditación de saberes vinculados a las prácticas del sector audiovisual	<p>OG: Mejorar la oferta formativa nacional pública y privada en todos los niveles</p> <p>OE: Integrar y coordinar los mecanismos hoy existentes para acreditación de saberes en el sector público y privado (favoreciendo reinserción en educación terciaria y acceso a posgrados)</p> <p>OE: Facilitar procesos de acreditación para roles que no existen en la educación formal pública</p> <p>OE: Promover una mayor agilización de mecanismos hoy existentes para reconocer titulaciones extranjeras</p> <p>OE: Generar sistema de créditos interinstitucional para nuevas formaciones</p>	<p>2014 (ETAPA 1): Creación Mesa Permanente de Educación y Audiovisual</p> <p>2015-2016 (E2) Puesta en funcionamiento de Mesa. Relevamientos. Plan de trabajo.</p> <p>2016-2020 (E3) Trabajo y actualización de Mesa Permanente hacia el desarrollo del sistema</p>	<p>Plan de trabajo Mesa Permanente de Educación y Audiovisual</p> <p>Relevamiento: recursos profesionales y necesidades formativas del mercado laboral audiovisual</p>	<p>Acreditaciones: asimilado por las instituciones participantes</p> <p>Relevamiento: (a definir)</p>	Formación Técnico-Profesional

PROGRAMA 2/14: PROGRAMA DE EDUCACIÓN AUDIOVISUAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Puesta en marcha de un Programa de Educación Audiovisual</p>	<p>OG: Fortalecer las herramientas técnico-pedagógicas de los recursos docentes para contribuir a mejorar las prácticas de formación-aprendizaje</p> <p>OE: Fortalecer la apropiación y conocimiento de herramientas audiovisuales por parte de los docentes y estudiantes</p> <p>OE: Fortalecimiento de herramientas pedagógicas por parte de los profesionales del sector</p> <p>OE: Articulación interinstitucional para el fortalecimiento y promoción de la formación</p>	<p>2014 (E1): Creación de Mesa Permanente de Educación y Audiovisual. Jornada de formación Jornada de intercambio educativo interinstitucional</p> <p>2015-2016 (E2): Puesta en funcionamiento de Mesa. Relevamientos. Plan de trabajo (fortalecimiento de programas existentes y creación de nuevos) Encuentro interinstitucional de educación audiovisual</p> <p>2016-2020 (E3): Trabajo y actualización de Mesa Permanente hacia el desarrollo del sistema</p>	<p>Plan de capacitación audiovisual a educadores en general</p> <p>Plan de capacitación audiovisual a estudiantes</p> <p>Plan de capacitación pedagógica a docentes de carreras audiovisuales de nivel terciario</p> <p>Promoción de políticas de formación en el exterior (sistema de becas)</p> <p>Relevamientos: oferta educativa (Guía de recursos educativos vinculados al audiovisual) formación técnico-pedagógica de los docentes de educación terciaria de carreras vinculadas al audiovisual proyectos audiovisuales en educación formal y no formal</p>	<p>Política de becas 460.000</p> <p>Reforzamiento de programas existentes: (a definir)</p> <p>Implementación de nuevos planes de formación: (a definir)</p> <p>Relevamientos: (a definir)</p> <p>Gestión de jornadas de formación y actualización (a definir)</p> <p>Diseño e impresión de publicaciones (a definir)</p>	<p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 3/14: PROGRAMA CIUDADANÍA AUDIOVISUAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Programa Ciudadanía Audiovisual promoviendo el ejercicio de los derechos culturales de la población</p>	<p>OG: Promover la plena participación de personas y colectivos en el disfrute, producción y distribución de los bienes y servicios audiovisuales</p> <p>OE: establecer políticas coordinadas interinstitucionalmente de alfabetización audiovisual</p> <p>OE: Favorecer la equidad en el acceso a los productos audiovisuales</p> <p>OE: incentivar la producción de contenidos variados con énfasis en los públicos infantiles y adolescentes</p>	<p>2014 (E1) Identificación de actores y acciones vigentes Identificación de recursos nacionales e internacionales Elaboración de un Programa de Ciudadanía Audiovisual</p> <p>2015-2016 (E2) Implementación del Plan Generación de acuerdos con actores vinculados a la distribución, exhibición y promoción de contenidos audiovisuales</p> <p>2016-2020 (E3) Desarrollo del Programa, Evaluación y actualización</p>	<p>Plan de fortalecimiento del circuito de difusión cultural</p> <p>Plan de Televisión e Internet educativos</p> <p>Plan de fortalecimiento de muestras y festivales</p> <p>Plan de divulgación, sensibilización y difusión de la cultura audiovisual</p>	<p>A definir, en vinculación con los proyectos de los otros ejes</p>	<p>Formación Formación de Públicos</p> <p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p>

PROGRAMA 4/14: SISTEMA DE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Creación de un Sistema Nacional de Archivos Audiovisuales</p>	<p>OG: Generar la articulación permanente entre archivos, potenciar recursos e información y establecer prioridades para la preservación del patrimonio audiovisual común</p> <p>OE: Coordinar el acopio de materiales de valor patrimonial OE: Facilitar el acceso a los materiales de interés patrimonial para la investigación, divulgación y formación de públicos OE: Promover la formación específica OE: Promover modificaciones y adaptaciones de la normativa existente</p> <p>OE: Integrar del acervo patrimonial audiovisual público y privado</p>	<p>2014 (E1) Creación de un una Mesa Técnica de trabajo Mejora condiciones de guarda de materiales Inicio plan de formación (intercambios institucionales, actividades formativas) Promoción de actividades de sensibilización e investigación Convenios internacionales</p> <p>2015-2016 (E2) Rescate e integración de materiales priorizados e identificados Desarrollo plan formación Actividades de sensibilización Adecuación de normativa necesaria</p> <p>2016-2020 (E3) Laboratorio digital Formación terciaria Plan de sensibilización Ley Depósito Legal Creación de posgrados</p>	<p>Archivo Integrado de Obra Nacional que atienda: Plan de Rescate</p> <p>Plan de Acopio</p> <p>Plan de Acceso</p> <p>Plan de Sensibilización</p> <p>Implementación de un Plan de Formación permanente y específico para la conservación del patrimonio audiovisual (que incluya acreditación de saberes y becas)</p>	<p>A definir en función de los Planes</p>	<p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 5/14: CENTRO NACIONAL DE ARCHIVOS AUDIOVISUALES (CNAA)

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Creación de un Centro Nacional de Archivos Audiovisuales, inserto en el Sistema Nacional de Archivos</p>	<p>OG: Garantizar la conservación y preservación de los documentos y la obras artísticas audiovisuales de nuestro acervo y asegurar su posibilidad de acceso para la investigación y la formación de públicos</p> <p>OE: Integrar y optimizar los recursos materiales, técnicos y humanos necesarios para la elaboración de copias de preservación y la conservación de materiales patrimoniales</p> <p>OE: Permitir el uso integrado y el cruce de datos de los distintos acervos</p> <p>OE: Promover políticas de rescate, acopio, formación, sensibilización y acceso, y la creación o adaptación de normativa específica</p>	<p>2014 (E1) Creación de una Comisión técnica interinstitucional</p> <p>2015-2016 (E2) Depósito de guarda conjunta de materiales hoy dispersos</p> <p>Actualización normativa para la implementación del Centro</p> <p>Diseño del Plan estratégico del Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales</p> <p>2016-2020 E3) Creación Centro Nacional de Archivos de Audiovisuales</p>	<p>Plan de trabajo de Comisión técnica</p> <p>Proyecto Estratégico para la creación del Centro Nacional de Archivos Audiovisuales, y sus Áreas de Digitalización, Documentación y Acceso</p>	<p>A definir función de diseño institucional, estructura y Plan Estratégico</p>	<p>Patrimonio</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 6/14: AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS Y RECURSOS DE FOMENTO

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Consolidación y ampliación del Fondo de Fomento a la actividad cinematográfica y audiovisual	<p>OG: Impulsar la transformación de una industria emergente en una industria fortalecida y sustentable para la continuidad de las empresas, profesionales y servicios</p> <p>OE: Generar oportunidades para la continuidad de los talentos emergentes y el impulso de proyectos de mayor escala, para que alcancen otras oportunidades y mercados.</p> <p>OE: Favorecer la creación de formatos que respondan a las necesidades nacionales e internacionales (Tv, nuevos formatos)</p> <p>OE: Propiciar la descentralización de la producción audiovisual</p> <p>OE: Generar nuevos acuerdo de coproducción</p>	<p>2014 (E1) Creación de una mesa de trabajo en torno a la producción</p> <p>Definición de prioridades para nuevos fondos, diseño de líneas y estrategias de actualización de montos</p> <p>2015-2016 (E2) Creación de nuevas líneas de fomento y actualización presupuestal de las existentes</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación y actualización</p>	<p>Aumento del Fondo de Fomento actual para la generación de nuevas líneas y actualización de las líneas de cine ya existentes</p> <p>Creación de un fondo de fomento para contenidos televisivos</p> <p>Creación de un fondo de fomento para nuevos formatos</p> <p>Aumento de los fondos destinados a los lanzamientos cinematográfico</p>	<p>250.000.000 UY\$</p> <p>Desglosados en:</p> <p>100.000.000 Línea cine</p> <p>100.000.000 Línea contenidos televisivos</p> <p>50.000.000 Línea nuevos formatos</p> <p>Fondo para Promoción y Lanzamiento: a determinar</p>	<p>Producción</p> <p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p>

PROGRAMA 7/14: PAQUETE DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Generación de nuevos mecanismos financieros y articulación con los ya existentes</p>	<p>OG: Complementar y fortalecer el sistema de financiamiento del sector, favoreciendo la producción audiovisual, su desarrollo y su posicionamiento internacional</p> <p>OE: Incrementar las vías para la consolidación financiera de los proyectos</p> <p>OE: Creación de herramientas específicas de crédito para la actividad audiovisual</p> <p>OE: Favorecer la vinculación de los productores independientes con los canales de televisión</p>	<p>2014 (E1) Creación de una mesa de trabajo en torno a la producción</p> <p>Diseño de un plan de trabajo para definir el paquete de herramientas internacionales</p> <p>Relevamiento y articulación de herramientas existentes</p> <p>2015-2016 (E2) Coordinación herramientas existentes y generación de protocolos</p> <p>Evaluación y actualización</p> <p>2016-2020 (E3) Ventanilla única Evaluación y actualización</p>	<p>Plan de herramientas financieras de producción (Relevamiento y diseño)</p>	<p>A definir</p>	<p>Producción</p> <p>Posicionamiento Internacional</p>

PROGRAMA 8/14: URUGUAY FILM COMMISSION & PROMOTION- NUEVA ETAPA

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Implementar una nueva etapa de la Uruguay Film Commission&Promotion Office	<p>OG: Profundizar el fortalecimiento del espacio de coordinación de iniciativas y acciones para el posicionamiento internacional del sector, y la promoción de las locaciones y servicios de todo el país en el mundo</p> <p>OE: Mantener e incrementar la presencia internacional del sector audiovisual</p> <p>OE: Implementación de estrategias de posicionamiento articuladas con otras instituciones involucradas en el posicionamiento internacional del país</p>	<p>2014 (E1) Plan de contingencia</p> <p>Desarrollo Plan estratégico</p> <p>Consultoría de evaluación de los pasados cinco años (MIEM)</p> <p>Creación de nuevo presupuesto por misiones 2014-2015</p> <p>2015-2016 (E2) Evaluación y actualización del Plan estratégico</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación y actualización del Plan estratégico</p>	<p>Diseño del Plan de Acciones 2015</p> <p>Realización de consultoría de los últimos cinco años</p> <p>Diseño de Plan estratégico de la Film Commission</p>	4.600.000 UY	<p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p>

PROGRAMA 9/14: SISTEMA NACIONAL DE CIRCULACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Implementación de un programa de circulación de contenidos audiovisuales nacionales en las diversas pantallas de todo el país</p>	<p>OG: Integrar, articular y potenciar la difusión del audiovisual nacional en todos los circuitos, comerciales, independientes e itinerantes, así como en la televisión privada y pública de forma constante y organizada que permita generar nuevos públicos tanto para los contenidos actuales como para nuevos contenidos</p> <p>OE: Ampliar el circuito comercial de los estrenos cinematográficos uruguayos en todo el país</p> <p>OE: Favorecer políticas de diálogo y coordinación entre los diferentes tipos de circuitos para potenciar el mutuo funcionamiento y el impacto de los productos audiovisuales.</p> <p>OE: Ampliación de fondos y otros apoyos institucionales</p>	<p>2014 (E1) Articulación de agentes</p> <p>Mesa permanente de distribución</p> <p>Adecuación de los fondos de promoción y lanzamiento</p> <p>Relevamiento de salas</p> <p>2015-2016 (E2) Implementación de circuitos</p> <p>Evaluación y actualización</p> <p>2016-2020 (E3) Desarrollo, evaluación y actualización</p>	<p>Circuito Comercial (multisalas Montevideo y unisalas Montevideo e Interior)</p> <p>Circuito de Difusión cultural (salas, centros culturales, cineclubes y circuito itinerante)</p> <p>Circuito Televisión</p> <p>Circuito nuevas plataformas</p>	<p>A definir, según los planes de desarrollo de cada proyecto a implementar</p>	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 10/14: PLAN DE PROMOCIÓN DEL CINE Y AUDIOVISUAL NACIONAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Puesta en funcionamiento de un Plan de Promoción del Audiovisual Nacional</p>	<p>OG: Fortalecer los vínculos de la actividad audiovisual nacional y sus contenidos con la ciudadanía</p> <p>OE: Generar acciones para una mejor comprensión ciudadana del aporte cultural y económico de la producción audiovisual</p> <p>OE: Optimizar la promoción de los contenidos nacionales para su mejor posicionamiento en el imaginario del público</p>	<p>2014 (E1) Plan de contingencia</p> <p>Diseño de Plan de Promoción</p> <p>2015-2016 (E2) Implementación del Plan</p> <p>Evaluación y actualización</p> <p>2016-2020 (E3) Implementación del Plan</p> <p>Evaluación y actualización</p>	<p>Pool de cortos informativos</p> <p>Seminarios, talleres, conferencias</p> <p>Semana del Nacional del Cine</p> <p>Web y redes sociales</p> <p>Programas temáticos</p> <p>Catálogos, anuarios</p> <p>Rescate de la memoria de la actividad audiovisual</p> <p>Premiación específica al audiovisual</p> <p>(Otros a definir)</p>	<p>A definir, según el Plan de Promoción a diseñarse.</p>	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 11/14: FORTALECIMIENTO DEL ICAU

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
<p>Fortalecimiento del ICAU, dotándolo de la estructura y las herramientas para hacer frente a las tareas que le son inherentes, en un contexto de crecimiento de la actividad audiovisual</p>	<p>OG: Redimensionar sus capacidades para impulsar y acompañar el desarrollo de la actividad cinematográfica y audiovisual en esta nueva etapa</p> <p>OE: Generar la infraestructura de gestión necesaria para optimizar tareas</p> <p>OE: Incorporación de nuevos recursos humanos</p> <p>OE: Adecuación de la estructura locativa</p> <p>OE: Reformulación de la ley 18.248 y revisión de la figura jurídica del ICAU</p>	<p>2014 (E1) Planificación Estratégica 2015-2020</p> <p>2015-2016 (E2) Preparación de presupuesto para Ley de presupuesto quinquenal (Abril)</p> <p>Implementación de nuevo Plan Estratégico</p> <p>Evaluación y actualización</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación y actualización</p>	<p>Implementación de un nuevo Registro</p> <p>Incorporar herramientas de software de gestión</p> <p>Readecuación de las áreas y su conformación interna</p> <p>Realización de nuevos llamados a funcionarios</p> <p>Consolidar un fondo de gestión propio, acorde a sus funciones</p>	<p>A determinar en 2014-2015</p>	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 12/14: FORTALECIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA NACIONAL

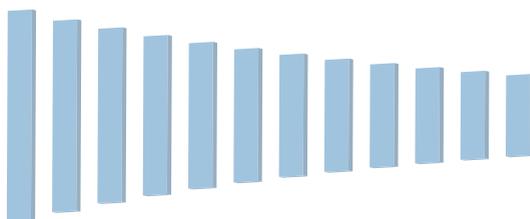
Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Fortalecimiento de la Televisión Pública para potenciar la política pública audiovisual y fortalecer el desarrollo social del Uruguay	<p>OG: Garantizar la, pluralidad, diversidad, independencia y autonomía para ejercer como servicio público a la ciudadanía</p> <p>OE: establecer una normativa que permita el fortalecimiento de la televisión pública nacional</p> <p>OE: favorecer la inserción de la producción nacional independiente de ficción en las señales públicas</p> <p>OE: promover la realización de concursos audiovisuales desde las señales</p>	<p>2014 (E1) Elaboración de propuestas de fortalecimiento</p> <p>2015-2016 (E2) Normativa para el fortalecimiento de la televisión pública nacional. Evaluación y actualización</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación y actualización</p>	A definir	A determinar	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 13/14: CONSEJO SECTORIAL AUDIOVISUAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Puesta en marcha del Consejo Sectorial del Audiovisual	<p>OG: Dar continuidad a la definición estratégica dentro del gabinete productivo como sector priorizado para el desarrollo país</p> <p>OE: diseñar herramientas de desarrollo que se ajusten a la especificidad del sector audiovisual</p>	<p>2014 (E1) Participación del audiovisual en el Consejo Sectorial Tic y Audiovisual proponiendo la identificación de las especificidades del sector audiovisual</p> <p>2015-2016 (E2) Implementación del Consejo Sectorial del Audiovisual dentro del gabinete productivo.</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación y actualización</p>	Implementación del Consejo Sectorial del Audiovisual	A definir, dependiendo de los planes de trabajo establecidos en el Consejo Sectorial del Audiovisual (contemplando los antecedentes generados en el Consejo Sectorial Tic y Audiovisual y en el Compromiso Audiovisual 2015-2020)	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>

PROGRAMA 14/14: OBSERVATORIO AUDIOVISUAL NACIONAL

Descripción del Programa	Objetivo general (OG) y específicos (OE)	Plan de trabajo 2014 2015- 2016 2016-2020	Proyectos	Recursos anuales propuestos (UY)	Ejes que atiende
Creación de un Observatorio del Audiovisual Nacional que provea insumos para la generación de conocimiento específico del sector	<p>OG: Contribuir con insumos a la elaboración de diagnósticos de la actividad que permitan evaluar, redefinir e implementar políticas para el desarrollo del sector</p> <p>OE: Desarrollar una metodología que permita consolidar la información del sector audiovisual y realizar los relevamientos correspondientes</p> <p>OE: Establecer indicadores para evaluar la diversidad, la competencia, y el desarrollo de las políticas públicas del sector</p> <p>OE: Promover acuerdos con instituciones nacionales y regionales para la optimizar los relevamientos</p> <p>OE: Difundir los resultados a través de diferentes instrumentos y plataformas de comunicación.</p> <p>OE: Promover estudios multidisciplinarios</p>	<p>2014 (E1) Diagnóstico base del sector que facilite la priorización del trabajo Revisión bibliográfica sobre la industria y relevamientos Protocolo de acción y plan de trabajo</p> <p>2015-2016 (E2) Identificación de acuerdos interinstitucionales Relevamiento, de información audiovisual regional e internacional. Proponer metodologías cualitativas que permitan complementar la perspectiva de análisis</p> <p>2016-2020 (E3) Evaluación, actualización y desarrollo de proyectos</p>	<p>Anuario con las cifras del sector audiovisual</p> <p>Difusión periódica de informes y reportes sobre áreas de actividad del audiovisual</p>	3.000.000	<p>Distribución, exhibición y circulación de contenidos</p> <p>Posicionamiento Internacional</p> <p>Producción</p> <p>Patrimonio</p> <p>Formación Técnico-Profesional</p> <p>Formación de Públicos</p>



9. CONCLUSIONES

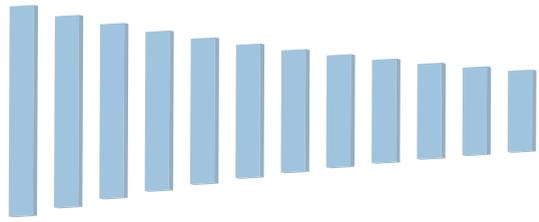
Tras tres meses de proceso participativo de trabajo y consenso de las debilidades y fortalezas del audiovisual uruguayo, se constataron las siguientes conclusiones, que no son sino un fortalecimiento de las premisas por las que este proceso se puso en marcha.

1. El audiovisual es una actividad estratégica para el Uruguay en la medida que abarca dos dimensiones fundamentales para el desarrollo del país: la cultural y la económica.
2. Como ámbito productivo, inserto en un mercado internacional competitivo, el audiovisual requiere de una cadena de formación y especialización que potencie sus capacidades.
3. Para acompañar el desarrollo tecnológico inclusivo es necesario dotar a la ciudadanía de herramientas para la comprensión y creación audiovisual, favoreciendo su ejercer ciudadano.
4. La internacionalización del sector audiovisual uruguayo es indispensable para su crecimiento.
5. El patrimonio audiovisual forma parte del tesoro cultural del país y como tal debe ser protegido y valorizado en tanto bien común.
6. La condición de industria de riesgo, sometida a una constante tensión entre los factores artísticos y comerciales, inserta en un mercado global, donde conviven sectores competitivos y hegemónicos, hacen que la actividad audiovisual nacional requiera de protección y fomento en toda su cadena productiva (creación, producción, distribución, exhibición).
7. En los cinco años de la existencia del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, se estrenaron 51 largometrajes que fueron comercializados o exhibidos en 198 mercados y festivales, lo que permite constatar su beneficioso impacto y visualizar su potencial desarrollo.

8. Es urgente atender también al desarrollo y crecimiento de una televisión nacional, tanto en lo que hace a la creación como a la difusión de contenidos en los canales públicos y privados del país, con énfasis en contenidos televisivos diversos e innovadores de origen nacional.
9. El acelerado desarrollo de las tecnologías digitales exige el diseño de políticas específicas que fomentan la creación y producción de contenidos desde y para los entornos digitales.
10. El desarrollo de la actividad audiovisual demanda una institucionalidad fortalecida en estructura, recursos y marco normativo.

Todas ellas en su conjunto llevaron al diseño de 14 programas que son los que acompañan este documento y son los cimientos que proponen un nuevo rumbo para el próximo quinquenio de la actividad audiovisual. El resultado establece planes de contingencia a ser ejecutados de forma urgente con la ley de presupuestos como inicio de la nueva etapa.

Se insta a que este rumbo sea continuado y tenido en cuenta en la medida que se alcanzó gracias al esfuerzo de 300 participantes públicos y privados vinculados a la actividad audiovisual que dialogaron en pro del desarrollo de la misma durante tres meses. Asimismo, se recomienda que los 14 programas sean sometidos a instancias de evaluación continuas para un desarrollo efectivo.



10. COMPROMISO AUDIOVISUAL URUGUAY 2015 - 2020

Montevideo, 4 de setiembre de 2014

COMPROMISO AUDIOVISUAL URUGUAY 2015- 2020

Los abajo firmantes, en el marco del proceso de trabajo participativo Compromiso Audiovisual 2015-2020, desarrollado entre el 28 de mayo y el 4 de setiembre en Montevideo con el objetivo de analizar la actividad audiovisual nacional y generar líneas para su desarrollo estratégico de forma consensuada entre todos los agentes vinculados al sector, consideran que:

1. El audiovisual es una actividad estratégica para el Uruguay en la medida que abarca dos dimensiones fundamentales para el desarrollo del país: la cultural y la económica
2. Como ámbito productivo, inserto en un mercado internacional competitivo, el audiovisual requiere de una cadena de formación y especialización que potencie sus capacidades
3. Para acompañar el desarrollo tecnológico inclusivo es necesario dotar a la ciudadanía de herramientas para la comprensión y creación audiovisual, favoreciendo su ejercer ciudadano
4. La internacionalización del sector audiovisual uruguayo es indispensable para su crecimiento
5. El patrimonio audiovisual forma parte del tesoro cultural del país y como tal debe ser protegido y valorizado en tanto bien común
6. La condición de industria de riesgo, sometida a una constante tensión entre los factores artísticos y comerciales, inserta en un mercado global, donde conviven sectores competitivos y hegemónicos, hacen que la actividad audiovisual nacional requiera de protección y fomento en toda su cadena productiva (creación, producción, distribución, exhibición)

7. En los cinco años de la existencia del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, se estrenaron 51 largometrajes que fueron comercializados o exhibidos en 198 mercados y festivales, lo que permite constatar su beneficioso impacto y visualizar su potencial desarrollo
8. Es urgente atender también al desarrollo y crecimiento de una televisión nacional, tanto en lo que hace a la creación como a la difusión de contenidos en los canales públicos y privados del país, con énfasis en contenidos televisivos diversos e innovadores de origen nacional
9. El acelerado desarrollo de las tecnologías digitales exige del diseño de políticas específicas que fomentan la creación y producción de contenidos desde y para los entornos digitales
10. El desarrollo de la actividad audiovisual demanda una institucionalidad fortalecida en estructura, recursos y marco normativo

Atendiendo a la riqueza y pertinencia de este proceso de trabajo, se insta a la implementación de los siguientes programas surgidos del diálogo y el consenso de todos los agentes participantes del COMPROMISO AUDIOVISUAL 2015-2020 que se integrarán a las políticas de desarrollo existentes:

1. **SISTEMA DE FORMACION INTEGRAL**, que a través de la acreditación de saberes y la flexibilidad en la currícula optimice y mejore la oferta formativa audiovisual nacional pública y privada en todos los niveles
2. **PROGRAMA DE EDUCACION AUDIOVISUAL**, que fortalezca las herramientas audiovisuales técnicas y pedagógicas en el sistema educativo nacional para contribuir a mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje
3. **PROGRAMA CIUDADANÍA AUDIOVISUAL**, que impulse la plena participación de personas y colectivos en el disfrute, producción y distribución de los bienes y servicios audiovisuales, promoviendo así el ejercicio de los derechos culturales de la población
4. **SISTEMA DE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL**, que garantice la articulación entre archivos, potencie recursos e información y establezca prioridades para la preservación del patrimonio audiovisual común
5. **CENTRO NACIONAL DE ARCHIVOS AUDIOVISUALES**, inserto en el Sistema Nacional de Archivos, que garantice la conservación y preservación de los documentos y las obras artísticas audiovisuales de nuestro acervo y asegure su posibilidad de acceso para la investigación y la formación de públicos

6. **AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS Y RECURSOS DE FOMENTO**, que impulse la transformación de una industria emergente en una industria fortalecida y sustentable que permita la continuidad de las empresas, profesionales y servicios
7. **PAQUETE DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS**, que complemente y fortalezca el sistema de financiamiento del sector
8. **URUGUAY FILM COMMISSION & PROMOTION – NUEVA ETAPA**, que profundice el fortalecimiento del espacio de coordinación de iniciativas y acciones para el posicionamiento internacional del sector, y la promoción de las locaciones y servicios de todo el país en el mundo
9. **SISTEMA DE CIRCULACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES**, que integre, articule y potencie la difusión del audiovisual nacional en todos los circuitos, comerciales, independientes e itinerantes, así como en la televisión privada y pública de forma constante y organizada
10. **PLAN DE PROMOCIÓN DEL CINE Y AUDIOVISUAL NACIONAL**, que fortalezca los vínculos de la actividad cinematográfica y audiovisual nacional con la ciudadanía
11. **FORTALECIMIENTO DEL ICAU**, que redimensione sus capacidades para impulsar y acompañar el desarrollo de la actividad cinematográfica y audiovisual en esta nueva etapa
12. **FORTALECIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA**, que garantice la pluralidad, diversidad, independencia y autonomía para ejercer como servicio público a la ciudadanía
13. **CONSEJO SECTORIAL AUDIOVISUAL**, que dé continuidad a la definición estratégica dentro del gabinete productivo como sector priorizado para el desarrollo país
14. **OBSERVATORIO AUDIOVISUAL NACIONAL**, que contribuya con insumos a la elaboración de diagnósticos de la actividad que permitan evaluar, redefinir e implementar nuevas políticas para el desarrollo del sector

Por todo ello, se comprometen a contribuir a su implementación y ejecución.

Y para que así conste, firman este documento,

ANEXO I

PLAN DE TRABAJO - PATRIMONIO

INTRODUCCIÓN

El siguiente plan fue elaborado a partir de los conceptos recabados y consensuados en la mesa de trabajo del eje Patrimonio del Compromiso Audiovisual 2015-2020.

Pretende delinear acciones tendientes a la puesta en valor, identificación, conservación, preservación y acopio de nuestro patrimonio fílmico y audiovisual, de manera de asegurar su acceso para la investigación y difusión a los ciudadanos de todo el país y para las futuras generaciones de uruguayos, en el entendido de que la memoria audiovisual de un país es indispensable para el ejercicio cabal de la ciudadanía democrática.

Las seis líneas de acción que se plantean confluyen hacia la creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales, fruto de la acción conjunta de actores públicos y privados involucrados en la producción, acopio, guarda, investigación y difusión de obras audiovisuales que integran o integrarán nuestro acervo.

El trabajo en todos los ejes se desplegará en 3 etapas temporales transversales, con un horizonte de seis años. Las primeras acciones ya se han iniciado.

Este trabajo tiene como antecedentes: el proyecto de ley de depósito legal de archivos fílmicos (años 2003 y 2005) el decreto de creación de la Comisión de Patrimonio Histórico, la ley de creación del Sistema Nacional de Archivos, el Plan Estratégico Patrimonial del Programa Mercosur Audiovisual de noviembre de 2013 y los insumos de los informes presentados por M. Martínez Carril al ICAU en los años 2009 y 2011 y las consultorías elaboradas a instancias del Instituto en los años 2011 a 2014.

PATRIMONIO

Líneas de trabajo

Se proponen las siguientes áreas de acción:

A - Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales

Etapa 1

- Creación de una Comisión técnica interinstitucional para la definición de tareas conjuntas – (Convenio ICAU _CU_ANI_UCUDAL_AGU). Asesoría Jurídica
- Normalización de catálogos
- Inventario de equipamiento, materiales y recursos humanos existentes

Etapa 2

- Depósito de guarda conjunta de materiales audiovisuales nacionales hoy dispersos
- Adaptación de la normativa – Acuerdo marco interinstitucional ampliado

Etapa 3

- Creación de un centro de conservación, preservación y acceso para el patrimonio audiovisual nacional, inserto en el sistema nacional de archivos.

B - Plan de Rescate

Etapa 1

- Mejora de las condiciones de guarda de los materiales contenidos en los archivos existentes.
- Identificación de prioridades de conservación, duplicación para preservación y restauración de materiales nacionales.
- Traslado y tratamiento adecuado de los materiales de mayor riesgo

Etapa 2

- Restauración de materiales priorizados
- Migración de materiales priorizados - Etapa 1

Etapa 3

- Laboratorio de Digitalización
- Migración de materiales priorizados
- Elaboración de copias de preservación de materiales seleccionados

C - Plan de Acopio

Etapa 1

- Exigencia de depósito para las obras nacionales financiadas por fondos públicos.
- Identificación y ubicación de materiales históricos dispersos
- Identificación y ubicación de materiales de cine nacional reciente dispersos

Etapa 2

- Integración de materiales dispersos a depósito de obra nacional
- Adaptación de la normativa -acopio

Etapa 3

- Ley de Depósito Legal

D - Plan de Formación

Etapa 1

- Creación de instancias de formación e intercambio interinstitucionales
- Promoción de instancias de derrame y convenios con el exterior
- Incorporación a las currículas existentes de materias afines

Etapa 2

- Acreditación de saberes para mano de obra formada en la práctica
- Plan de Becas de Especialización en el Exterior
- Creación de cursos de Postgrado

E - Plan de Acceso

Etapa 1

- Promoción de Proyectos Académicos de Investigación

Etapa 2

- Integración de datos de centros de documentación existentes.
- Identificación y búsqueda de materiales historiográficos.

Etapa 3

- Creación del Centro de Documentación y Acceso

F - Sensibilización

Etapa 1

- Promoción de actividades de sensibilización: preservación de obra propia, archivos domésticos, proyección de obras recuperadas, día del patrimonio audiovisual.

Etapa 2

- Armado de muestras y exposiciones de materiales historiográficos.

Etapa 3

- Centro de Exposiciones y Muestras

ETAPA 1

A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Creación de una Comisión técnica interinstitucional para la definición de tareas conjuntas (Convenio ICAU, CU, ANI, UCUDAL, AGU, AGN	Mejora en las condiciones de guarda de los materiales- contenidos en los archivos	Exigencia de depósito para las obras nacionales financiadas por fondos públicos	Creación de instancias de formación e intercambio interinstitucionales	Promoción de proyectos académicos de investigación	Promoción de actividades de sensibilización: preservación de obra propia, archivos domésticos, proyección de obras recuperadas, día del patrimonio audiovisual
Normalización de bases de datos	Identificación de prioridades de conservación, duplicación y para preservación y restauración de materiales nacionales	Identificación y ubicación de materiales históricos dispersos	Promoción de convenios con el exterior		Participación en la Comisión de Patrimonio Históricos
Inventario de equipamiento, materiales y relevamiento de recursos humanos existentes	Traslado y tratamiento adecuado de los materiales de mayor riesgo	Identificación y ubicación de materiales de cine nacional reciente dispersos	Incorporación a las currículas existentes de materias afines		

ETAPA 2

A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Déposito de guarda conjunta de materiales audiovisuales, nacionales hoy dispersos	Rescate de materiales	Integración de materiales dispersos a depósito de obra nacional	Acreditación de saberes para mano de obra formada en la práctica	Integración de datos de Centros de Documentación existentes	Armado de muestras y exposiciones de materiales historiográficos
Adaptación a la normativa- Acuerdo marco institucional ampliado	Migración de materiales priorizados en etapa 1	Adaptación de la normativa acopio	Plan de becas de especialización en el exterior	Identificación y búsqueda de materiales historiográficos	

ETAPA 3

A- Creación de un Centro de Archivos Audiovisuales Nacionales	B- Plan de Rescate	C - Plan de Acopio	D- Plan de Formación	E- Plan de acceso	F- Sensibilización
Creación de Centro de conservación, prevención y acceso para el Patrimonio Audiovisual Nacional, inserto en el Sistema Nacional de Archivos	Laboratorio de digitalización	Ley de depósito legal	Creación de cursos de Postgrado	Creación de un Centro de Documentación y Acceso	Centro de exposiciones y muestras
	Restauración de materiales priorizados				
	Elaboración de copias de preservación de materiales seleccionados				



ANEXO II

AGOSTO / 2014

Cinemateca 2020

El Estado uruguayo ha expresado reiteradamente su compromiso con la conservación del patrimonio audiovisual, compromiso que ha sido ratificado con la firma de declaraciones de intención, convenios y acuerdos internacionales en los que se reconoce el deber del Estado de garantizar la preservación del patrimonio fílmico de manera de perpetuar el acceso a la memoria audiovisual del país por parte de las generaciones futuras.

Cinemateca Uruguay es el mayor archivo fílmico del Uruguay. Conserva desde 1952 un acervo de más de 22.000 películas. Cinemateca Uruguay fue declarada Monumento Histórico Nacional por iniciativa de la Comisión de Patrimonio y del Instituto Nacional del Audiovisual, resolución del Poder Ejecutivo del 5 de octubre de 1999. Fue declarada Patrimonio Cultural de la Ciudad de Montevideo por resolución de la Junta Departamental del 10 de agosto de 1998. Declarada de interés de la Ciudad de Montevideo por su actividad cultural, resolución de la Junta Departamental de Montevideo en octubre de 2007. Fue declarada su pertinencia como institución educativa por la Universidad de la República, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, octubre de 1998. Cinemateca Uruguay está categorizada como institución cultural por el Ministerio de Educación y Cultura.

En 2013, Cinemateca firmó un convenio con la Intendencia de Montevideo que le garantiza tres salas en la sede de la Corporación Andina de Fomento (ex Mercado Central). Se estima que dichas salas estarán prontas en 2016 y Cinemateca Uruguay debe encargarse de su equipamiento integral y finalización, estando previsto que las mismas sean entregadas como “obra gris”, es decir, sin terminaciones ni equipamiento.

Esto supone a la vez, un desafío y una oportunidad para la institución que aspira a posicionarse nuevamente no solamente como uno de los archivos fílmicos más importantes de Latinoamérica sino en un centro de difusión del cine uruguayo y mundial de valores autorales, potenciando así el rol de formación de espectadores que desarrolló y todavía desarrolla en el Uruguay. Asimismo, resulta perentorio la formulación de un plan de preservación y acceso al patrimonio fílmico nacional.

0. RESUMEN

En el resto del mundo, las Cinematecas son instituciones o bien públicas o bien cuentan con importantes subvenciones públicas y privadas, para desarrollar una actividad considerada de interés público. Sin embargo, Cinemateca Uruguay históricamente ha desarrollado su función extrayendo sus recursos casi exclusivamente de la exhibición. Esta situación, sostenida en el tiempo, ha condenado a la Cinemateca no solamente al atraso tecnológico tanto en su archivo fílmico como en sus salas de exhibición y a un estado de lenta agonía y perceptible decadencia. Tal situación ha afectado igualmente

a su patrimonio al carecerse de los recursos necesarios para un control eficiente de la colección, mantener el equipamiento en condiciones y realizar los trabajos de preservación necesarios para asegurar su conservación en el largo plazo.

Hoy día los archivos fílmicos discuten cual es la mejor manera de afrontar el desafío que impone la digitalización de sus colecciones y la conservación de dos archivos: uno analógico y su respaldo digital. Sin embargo, Cinemateca no ha podido todavía resolver los desafíos que implica mantener su archivo fílmico. De la misma manera, las nuevas formas de consumo y acceso al cine requieren una intervención decidida en la formación de espectadores y la educación para la fruición del arte cinematográfico, sobre todo considerando que el mercado cada vez más agresivamente limita y condiciona qué películas acceden a nuestras pantallas.

Si bien Cinemateca Uruguay ha recibido algunos apoyos estatales, los mismos han sido asistemáticos, esporádicos e insuficientes para la tarea que llevamos adelante desde hace 62 años y que no se ha limitado únicamente a la preservación del patrimonio propio sino que se ha extendido al patrimonio estatal, en la medida que el archivo en soporte nitrato del Archivo Nacional del Sodre se encuentra depositado en nuestras bóvedas desde hace décadas, por considerarse que las mismas ofrecen mejores condiciones que las del propio archivo estatal. Cabe señalar que dicho servicio de cuidado y depósito se ha realizado sin costo alguno para el Estado uruguayo.

Los desafíos para Cinemateca Uruguay para los próximos 5 años son:

garantizar la preservación del patrimonio fílmico

brindar pantallas al cine uruguayo

afianzar la existencia de un circuito alternativo de distribución y exhibición

continuar y mejorar la educación y formación de espectadores

Para ello es necesario que el Estado Uruguayo apoye un plan de fortalecimiento institucional de la Cinemateca Uruguay, que redunde no solamente en la recuperación de su archivo fílmico que garantice la preservación del patrimonio sino de su infraestructura de exhibición y sustentabilidad.

CINEMATECA EN 2020

1. EL ARCHIVO

1.1. Datos del archivo

El Archivo de Films de Cinemateca Uruguay está instalado en la calle Dionisio Fernández 3357, en el Km. 16 de la Ruta 8, Brigadier General Juan Antonio Lavalleja.

Dispone de cuatro bóvedas climatizadas y un sector destinado a oficinas, laboratorio y área de trabajo.

Las bóvedas 1 y 2 son las originales construidas en 1980. Tienen de 64,5 mts. cuadrados (165 mts. cúbicos). En la bóveda 1 se depositan 14.117 rollos color, en su mayoría acetatos, y en la bóveda 2 se depositan 17.558 rollos blanco y negro, también en su mayoría acetatos. Se trata de edificios térmicamente aislados y actualmente ambas bóvedas cuentan con sistemas de enfriamiento y control de humedad óptimos (7 grados C. 35% H). Cuentan con alarma antirrobo, no así de incendio.

La bóveda 3 también fue construida en la etapa inicial. Es una bóveda especial para materiales a base de nitratos y cuenta con dos válvulas para control de explosiones. Es un edificio térmicamente aislado con una capacidad de 9,4 mts. cuadrados (24 mts. cúbicos). En ella hay depositados 1.977 rollos de nitratos. La condición de temperatura es de 14 grados C. y no cuenta con sistema de control de humedad.

Estas tres bóvedas fueron construidas con fondos propios y según exigencias técnicas de la FIAF, con el asesoramiento del CNC (Francia) y del Bundesarchiv (Alemania). Su construcción empezó en 1980 y fueron inauguradas en 1986.

La bóveda 4 fue construida en año 2003 con fondos del BID. Tiene una capacidad de 31,2 mts. cuadrados (88 mts. cúbicos) y en ella se depositan 2.116 rollos color, en su mayoría poliéster. También se trata de un edificio térmicamente aislado y cuenta con sistema de enfriamiento y control de humedad óptimos (6 grados C. 35% H.). No cuenta con ningún sistema de seguridad para robo o incendio.

Finalmente, en el edificio donde se encuentran las oficinas y el laboratorio se depositan 4.859 mini DV y DVD, 3711 cintas de video analógico y 2.374 rollos de película. El edificio tiene una superficie de 102 mts. cuadrados, tiene alarma contra robos pero no cuenta con ningún sistema de climatización ni ventilación, salvo en el espacio de revisado de copias.

Una parte importante del material depositado en Cinemateca pertenece a terceros. Es decir, Cinemateca preserva y custodia pero no es dueña de dicho material. Tal es el caso de imágenes únicas, como los goles de la final del campeonato mundial de 1950, los materiales nitrato del archivo del SODRE, las cintas originales de los materiales de la discográfica EMI, así como materiales diversos depositados por Embajadas, Museos y muchos particulares que confían este patrimonio a nuestro cuidado.

Actualmente el Archivo cuenta con tres funcionarios: un Jefe de Archivo, una Catalogadora de Films, y un encargado de limpieza y mantenimiento del predio y los edificios.

Las fuentes de financiación del Archivo provienen casi exclusivamente de recursos propios (es decir cuota social, venta de anuales y semestrales y entradas en sala), aportes esporádicos del Estado o donaciones puntuales de algún particular o institución amiga.

1.2. Diagnóstico

Presupuesto. Los gastos actuales del Archivo están reducidos a lo exclusivamente operativo o mejor dicho de supervivencia, observándose un creciente deterioro en su infraestructura, condiciones de funcionamiento, capacidad de trabajo, operatividad y seguridad.

Espacio en cámara. La insuficiencia de recursos necesarios para la construcción de una quinta bóveda de dimensiones y estructura similares a la 1 y 2 ha originado una grave crisis de espacio que compromete la preservación de la colección: 2.500 piezas nacionales y más de 13.500 títulos internacionales. La obra de esta quinta bóveda se detuvo en 1999, una vez finalizada la etapa de cimentación.

Espacio de trabajo. Por no contar con un depósito, se ha producido una acumulación de materiales de archivo fuera de cámara junto con materiales en formato digital, equipos desarmados (proyectores, moviolas, islas, etc), algunos para recuperar y otro en desuso.

Laboratorio. No está funcionando como tal por no contar con los equipos y materiales necesarios para el correcto mantenimiento, preservación y restauración de películas. Actualmente está siendo usado para depósito de rollos con síndrome de vinagre. Esto trae aparejado que, como consecuencia de las emanaciones de vapores producto del síndrome, se estén deteriorando los muros del laboratorio produciéndose desprendimientos de material.

Envases, almacenamiento y preservación. Es necesario comenzar cuanto antes con la sustitución sistemática de las antiguas latas por envases de plástico, sobre todo reacondicionar los materiales más antiguos. Actualmente a través del Programa Ibermedia Cinemateca Uruguaya recibió 3.000 envases plásticos de 1.000 pies (10 minutos). Esto

apenas alcanza para sustituir las latas de 90 títulos cuyos envases se observan más deteriorados por los altos índices de humedad en cámara sumado al tiempo que llevan depositados allí. Sin embargo, por insuficiencia de personal, no se ha podido realizar la revisión y migración de films a los nuevos envases.

Atraso informático. Los equipos con los que cuenta el archivo están obsoletos para los requerimientos propios del trabajo de archivo y en general para los tiempos que corren. Con los actuales equipos ni se puede hacer un correcto uso de la base de datos ni de Internet. Tampoco se le pueden agregar nuevas aplicaciones de software ni se tiene capacidad de almacenamiento para trabajar en restauraciones en soporte digital.

Recursos humanos. Se trabaja con el mínimo de personal posible también por un tema presupuestal, viéndose limitadas las tareas del archivo al chequeo y reparación de las copias que salen regularmente a salas, la sustitución esporádica de envases, control del síndrome de vinagre en cámara, catalogación de materiales digitales y ubicación, visionado y tráfico de materiales puntuales que solicitan terceros.

Seguridad. La bóveda que aloja los rollos de nitratos fue construida con dos válvulas para el control de explosiones. En todo el archivo se carece de un sistema de alarma y control de incendios, solo cuenta con bomberitos. Hay sistema de alarma antirrobo solamente en el edificio principal. El tejido perimetral se encuentra en muy mal estado, en algunos lugares se ha caído, en otros está agujereado y en otro se lo ha comido la vegetación.

Adquisiciones. Como consecuencia lógica de la falta de recursos, la compra de copias y derechos de exhibición se ha reducido al mínimo imprescindible. La compra de derechos cubre únicamente una parte de los estrenos de Cinemateca 18 (el resto se realiza por convenio con otras distribuidoras como BuenCine, Enec, etc., resignando la conservación de copias en el archivo). Otra consecuencia de la falta de recursos es que, al día de hoy, no existe un protocolo de almacenamiento de los films en formato digital, que hoy día son los formatos que están ingresando al archivo. Se cuenta con copias únicas y sin respaldo, guardadas en medios no profesionales de almacenaje (discos duros), muchas veces debiendo realizarse el tráfico de los mismos en los mismos soportes en que están guardados por no contarse con discos duros de tráfico. Actualmente se están produciendo las últimas copias en 35mm pero Cinemateca Uruguay no cuenta con los recursos necesarios para adquirirlas, por lo que las mismas seguramente pasen a manos de coleccionistas privados extranjeros.

Marco legal. Uruguay no cuenta con una Ley de Archivos Fílmicos que configure un marco legal sólido para una actividad que requiere una protección especial. Actualmente se rige por la Ley de Derecho de Autor. Es necesaria, además una profunda revisión de las condiciones legales de los materiales depositados

Materiales uruguayos. Es ya urgente la necesidad de evaluación del estado de conservación de la colección de materiales uruguayos, debiéndose realizar una evaluación de aquellos que se encuentran en riesgo inminente de destrucción y pérdida, para evaluar si es posible su recuperación.

Bóveda nitrato. Se requiere la realización de trabajos de aislamiento térmico, refrigeración y ventilación de la bóveda nitrato.

1.3. Acciones hacia 2020

Se realizó un proyecto de fortalecimiento del Archivo fílmico que es la base sobre la que se debe comenzar a trabajar. Dicho proyecto requiere una inversión de 900.000 Euros y sienta las bases de fortalecimiento institucional y de puesta en funcionamiento del archivo fílmico en las condiciones necesarias de equipamiento y gestión.

No puede pensarse la preservación a largo plazo del patrimonio fílmico sin una inversión inicial que ponga en condiciones materiales y técnicas el archivo, así como la realización de una evaluación completa del acervo audiovisual uruguayo y un plan de preservación y digitalización.

De la misma manera, la naturaleza de la actividad que desarrollamos requiere que la misma sea una actividad subvencionada por el Estado. Es imposible pensar en mantener un archivo funcionando extrayendo los recursos únicamente de la venta de entradas.

2. LAS SALAS

2.1. Estado actual

Cinemateca opera actualmente cuatro salas de exhibición.

Cinemateca 18. Con capacidad para 750 espectadores. Es una sala con deficiencias de imagen y sonido, al tratarse de la pantalla más grande del país (14 metros de largo) y al no contarse con los proyectores adecuados al tamaño de la sala, cuyo tiro de proyección es más de 30 metros de distancia. La sala cuenta con un proyector 35mm con la cabeza de sonido adaptada y un proyector digital no profesional.

La sala tiene deficiencias de sonido producto de una reforma hecha sin atender los requerimientos acústicos correspondientes (se trata del viejo cine 18 de Julio que a partir de la reforma perdió su platea, donde actualmente se aloja el supermercado TaTa). La sala tiene, además, problemas estructurales, con frecuentes goteras, problemas en el cielorraso, etc. Estos problemas deberían ser solucionados por el propietario, pero debido

a que el alquiler se paga de manera irregular y no se cuenta con contrato vigente, nos ha resultado imposible que se cumpla con dichos requerimientos. El edificio requiere, además, trabajos adicionales para ser habilitado por la Dirección de Bomberos, pero Cinemateca no cuenta con los recursos para realizarlos.

Sala Cinemateca. Con capacidad para 350 espectadores. Aquí funciona, además, el Centro de Documentación Cinematográfica (CDC), el archivo en papel de Cinemateca. El CDC ha visto colmada su capacidad locativa (funciona en un espacio de 48 mts²) y resulta imposible seguir guardando más libros, posters y recortes papel. El CDC, por sus propias características tiende a crecer exponencialmente y, al día de hoy, nos vemos obligados a seleccionar rigurosamente los materiales que se guardan. Por el momento hemos optado por detener el archivo papel de recortes de prensa de toda la crítica cinematográfica publicada en el país desde 1952 y hoy día se guarda una copia digital. Sin embargo no es posible hacer lo mismo con libros, revistas folletos, catalogos, posters, etc. que siguen llegando como donaciones y adquisiciones.

La Sala Cinemateca cuenta con dos proyectores 35mm, un proyector 16mm y un proyector digital. Los proyectores 35mm tienen deficiencias en sus lentes y ventanillas, así como frecuentes pérdidas de aceite. El proyector 16mm está en buen estado y hemos recibido una reciente donación de otro equipo de parte del Instituto Goethe. El proyector digital es, nuevamente, un proyector no profesional, poco adecuado para el tamaño de la sala y el uso intensivo de que es objeto. Esta sala cuenta con habilitación del Depto de Bomberos al día. Esta sala es la única que cuenta con el sistema de dos proyectores requeridos para exhibir material de archivo.

Sala Dos. Con capacidad para 60 espectadores, funciona en el mismo edificio que Sala Cinemateca. Ha perdido sus proyectores en fílmico y se ha transformado en una sala solo digital. Sin embargo, el proyector digital, a pesar de ser muy bueno, ya tiene demasiadas horas de uso y tiene defectos estructurales que no vale la pena arreglar. Hoy día es incluso difícil encontrar repuesto de lámpara y es perentoria la sustitución del equipo.

Cinemateca Pocitos. Es el cine más antiguo de Montevideo y allí se exhiben películas desde 1929. Allí funciona la Escuela de Cine del Uruguay, el videoclub Video Imagen y la distribuidora independiente uruguaya BuenCine. El edificio tiene problemas estructurales, sobre todo de humedades y goteras y la situación es similar a la de Cinemateca 18: el contrato de alquiler establece que el propietario no es responsable por los problemas edilicios y Cinemateca Uruguay no está en condiciones de afrontarlos. La cabina de proyección cuenta con un proyector 35mm que no es adecuado para pasar películas de archivo, salvo poliéster. Gracias a un acuerdo con Buencine y a los efectos de transformar a la sala en una pantalla de salida del cine uruguayo, se cambió el proyector digital y las butacas. De todas maneras la sala necesita arreglos sustanciales en cuanto a su aislamiento, revestimientos, iluminación y climatización que no han podido ser realizados. Cinemateca Pocitos es la única sala que se conservaría una vez habilitadas las tres salas del Mercado Central.

Ninguna sala de Cinemateca cuenta con equipos DCP que es el nuevo standard mundial para la exhibición de cine.

2.2. Acciones hacia 2020

Fruto de la firma de un convenio con la Intendencia de Montevideo, hacia 2016 Cinemateca contará con 3 salas de exhibición en el Mercado Central. Dichas salas serán entregadas como “obra gris”, lo que quiere decir que el equipamiento de las mismas corre por cuenta de la institución.

Las nuevas salas tienen un aforo total de 404 butacas.

El modelo de exhibición de Cinemateca hacia 2020 es contar con un circuito de 4 salas de exhibición, es decir, las tres del Mercado Central y Cinemateca Pocitos, que se conservaría por ser la única sala que funciona fuera del circuito del centro de Montevideo y por alojar la Escuela de Cine del Uruguay y el video club Videoimagen, de Ronald Melzer. Esto le daría a Cinemateca un aforo total de aproximadamente 650 asientos.

De acuerdo a los presupuestos que estamos elaborando, estimamos que el equipamiento completo de estas tres salas de exhibición, mas el equipamiento de cabina y sonido de Cinemateca Pocitos requerirán una inversión en el entorno de un millón de Euros.

CINEMATECA 2020

El modelo de gestión de Cinemateca Uruguaya debe apoyarse en cuatro vías de financiación:

- Ingresos por cuotas de asociados y ventas de entradas
- Ingresos por esponsorio y fundrising
- Ingresos por venta de servicios y convenios
- Subvenciones

Para asegurar la sustentabilidad de la Cinemateca Uruguaya, es necesaria una inversión inicial que permita el fortalecimiento de la institución, tanto en infraestructura como en gestión, de la misma manera que se hizo con otras instituciones públicas (Sala Zitarrosa, Teatro Solís, Auditorio Sodre). Es imposible asegurar la competitividad en el mercado sin antes mejorar la infraestructura existente y fortalecer la gestión, para potenciar las otras áreas de financiamiento.

Asimismo, es necesario que exista una subvención estatal, en las áreas de archivo, formación de espectadores y exhibición de cine uruguayo. Esto nos permitirá funcionar como lo hacen el resto de las cinematecas del mundo, es decir, no únicamente mediante recursos extraídos en la competitividad en el mercado de la exhibición. La naturaleza del trabajo de las cinematecas requieren de la intervención estatal para asegurar una función que es de interés público y de naturaleza deficitaria.

De darse dichas condiciones, la Cinemateca Uruguay funcionaría en 4 salas (3 en el Mercado Central, una en Pocitos), con una capacidad de 650 asientos, lo que significa un aforo de 58.500 espectadores mensuales.

Cinemateca destinaría 1/3 de dichas exhibiciones a la difusión del cine uruguayo, 1/3 a estrenos de cine independiente de valores autorales y 1/3 a la difusión de ciclos y muestras de su archivo fílmico.

Se continuará la realización del Festival Cinematográfico Internacional del Uruguay, las muestras de cinematografías nacionales, retrospectivas, ciclos temáticos y festivales itinerantes. Se continuará, asimismo, con el Festival de Cine y Bicicletas, realizado en nuestras salas y al aire libre.

Se aspira a potenciar el Festival Cinematográfico Internacional del Uruguay con la integración de un mercado orientado a la industria y los proyectos, así como la reinstalación del Work in Progress. Creemos que es muy importante para el desarrollo de la cinematografía uruguaya contar con un mercado como lo ha probado la experiencia DocMontevideo, así como la reinstalación del premio Work in Progress, del ICAU, hoy discontinuado. La introducción de un mercado en el Festival Cinematográfico Internacional del Uruguay tendrá la doble función de jerarquizar el festival de cine más importante del país y operar como plataforma a la producción uruguaya. Hoy día la producción uruguaya está ausente del mayor festival de cine del país. Esto es consecuencia de que el mismo no se percibe como una oportunidad para las películas, debido a la ausencia de un mercado, generando la situación inédita de que la producción uruguaya apunta fundamentalmente hacia fuera y tiene como referentes festivales de los países vecinos. Paradojalmente, el Estado apoya la producción de films que ya no apuntan al mercado local, sino a ser vistos y vendidos en el exterior. El cine uruguayo es el más premiado fuera de fronteras y el menos visto en el propio país. Creemos que es una paradoja a solucionar, para lo que la conjunción de pantallas para el cine uruguayo en Cinemateca Uruguay, su función de formadora de públicos y un mercado de industrias y proyectos en el Festival Internacional, son las tres bases donde debe fundarse la jerarquización de la producción cinematográfica nacional.

Respecto al archivo fílmico, el mismo deberá convertirse en un archivo accesible, lo mismo que el Centro de Documentación Cinematográfica, la biblioteca y repositorio de documentos en papel especializada en cine más grande del Uruguay.

Respecto a la Escuela de Cine del Uruguay, se buscará ampliar las carreras existentes, sumando la carrera de análisis y crítica cinematográfica.

La Cinemateca que imaginamos, con su archivo y salas en buen estado de funcionamiento permitirá, además, desarrollar las siguientes áreas de financiamiento:

- Asociación y venta de entradas. La meta es de 8000 socios y un significativo aumento de los ingresos por boletería. Se relanzaría la Cinemateca Uruguaya, con una masiva campaña de socios tendiente a captar no solamente los socios que dejaron de asistir a las salas por temas de confort (aproximadamente unas 10 mil personas) sino captar socios nuevos entre los jóvenes.
- Esponsorio. Las salas nuevas y en buenas condiciones permitirán llegar a otro tipo de esponsors que hoy en día no encuentran atractivo el asociar su imagen con la de la Cinemateca.
- *Fundraising*. Actualmente nos resulta difícil invertir en recursos humanos específicos para esta tarea. En la medida que exista cierto desahogo económico se podrá contratar personal capacitado en este area específica.
- Venta de servicios. Se ampliarán las funciones de extensión y venta de programación al interior del país.



Cinemateca Uruguaya

Lorenzo Carnelli 1311 – Tel: 4189819

www.cinemateca.org.uy – e-mail: coordinacion.cinemateca@gmail.com

ANEXO III

LISTADO DE SIGLAS EMPLEADAS EN EL DOCUMENTO

- ACCU - Asociación de Críticos Cinematográficos del Uruguay
- AGESIC - Agencia para el Desarrollo del Gobierno de Gestión Electrónica y la Sociedad de la Información y del Conocimiento
- ANEP - Administración Nacional de Educación Pública
- ANII - Agencia Nacional de Investigación e Innovación
- ASOPROD - Asociación de Productores y Realizadores del Uruguay
- BSE - Banco de Seguros del Estado
- CADU - Cámara Audiovisual del Uruguay
- CECAP - Centro Educativo de Capacitación y Producción del Programa Nacional de Educación y Trabajo del MEC
- CEP - Comisión Especial Permanente del Fondo de Fomento Cinematográfico
- CEPPU - Cámara Uruguaya de Empresas Productoras de Publicidad
- CES - Consejo de Educación Secundaria de ANEP
- CFE - Consejo de Formación en Educación de ANEP
- CEIP - Consejo de Educación Inicial y Primaria de ANEP
- CIACEX - Grupo de Trabajo Marca País
- CPR - Coordinadora de Programación Regional encargada de la gestión de la Red de Salas Digitales del Mercosur
- DNC - Dirección Nacional de Cultura del MEC
- DNI - Dirección Nacional de Industrias del MIEM
- DINATEL - Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual del MIEM
- ECU - Escuela de Cine del Uruguay
- EGEDA - Entidad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales de Uruguay
- FIC - Facultad de Información y Comunicación de la UDELAR
- FODIME - Fondo de Diversificación de Mercados de Uruguay XXI y DNI
- ICAU - Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay del MEC

MEC - Ministerio de Educación y Cultura

MEF - Ministerio de Economía y Finanzas

MIEM - Ministerio de Industria, Energía y Minería

MINTURD - Ministerio de Turismo y Deporte

MRREE - Ministerio de Relaciones Exteriores

OEI - Organización de Estados Iberoamericanos

OLM - Oficina de Locaciones Montevideanas de la Intendencia de Montevideo

PACC - Programa de Apoyo a la Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas

TDT - Televisión digital terrestre

TIC - Tecnologías de la información y comunicación

TNU - Televisión Nacional Uruguay

RECAM - Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur

RSD - Red de Salas Digitales del Mercosur

UDELAR - Universidad de la República

UFCPO - Uruguay Film Commission & Promotion Office

VPF - Virtual print fee o tasa por copia digita

