



Hacia UN SISTEMA NACIONAL AUDIOVISUAL

Contenido

<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>4</u>
<u>CONTEXTO Y DIAGNÓSTICO.....</u>	<u>5</u>
<u>ALGUNOS DATOS.....</u>	<u>7</u>
<u>FENÓMENO SOCIAL - Espectadores.....</u>	<u>7</u>
<u>FENÓMENO ECONÓMICO – Facturación.....</u>	<u>7</u>
<u>FENÓMENO SOCIAL - Formación.....</u>	<u>8</u>
<u>FENÓMENO SOCIAL – Empleo.....</u>	<u>8</u>
<u>FENÓMENO PUBLICO/PRIVADO - Participación, Formalización y Representatividad Privada.....</u>	<u>9</u>
<u>FENÓMENO INTERNACIONAL – Competitividad y posicionamiento.....</u>	<u>10</u>
<u>FUNDAMENTOS DE LA POLÍTICA.....</u>	<u>12</u>
<u>PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA.....</u>	<u>12</u>
<u>12 LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PRIORIDADES E INICIATIVAS DE LA POLÍTICA...12</u>	
<u>1- DE PLAN DE REFUERZO DE LA COMPETITIVIDAD A UN PROCESO DE PLANIFICACION ESTRATÉGICA DEL SECTOR.....</u>	<u>12</u>
<u>2- FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: REFORMULACIÓN DE LA LEY DE CINE Y AUDIOVISUAL.....</u>	<u>13</u>
<u>3- DE UN INSTITUTO DE CINE Y -a veces- AUDIOVISUAL A UN INSTITUTO DE CINE Y –siempre- AUDIOVISUAL.....</u>	<u>13</u>
<u>4- PLAN DE TRABAJO EN RELACIÓN A TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE.....</u>	<u>14</u>
<u>5- MEJORA DEL MARCO REGULATORIO: LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y OTROS.....</u>	<u>15</u>
<u>6- PLAN DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL.....</u>	<u>15</u>
<u>7- DESARROLLO DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA.....</u>	<u>15</u>
<u>8- FORMACIÓN DE PÚBLICO: DIFUSIÓN/DISTRIBUCIÓN POR LOS CANALES EXISTENTES.....</u>	<u>16</u>
<u>9- DESARROLLO E INVESTIGACIÓN: INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA Y FORMATOS, DESARROLLO DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS.....</u>	<u>16</u>
<u>10- INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR.....</u>	<u>17</u>
<u>11- POTENCIAR EL CRECIMIENTO DEL URUGUAY COMO PLAZA DE RODAJES ENFOCADO A LA VENTA DE SERVICIOS DE PRODUCCIÓN LOCALES A TRAVÉS DE CREACIÓN DE MECANISMOS DE DESARROLLO Y ESTÍMULO.....</u>	<u>17</u>
<u>12- FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN ORDENADA DE POLITICAS PÚBLICAS PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL. HACIA UN SISTEMA NACIONAL AUDIOVISUAL.....</u>	<u>18</u>

INTRODUCCIÓN

Este documento está orientado a aportar argumentos para la elaboración de una agenda común y sin fragmentación institucional que atienda los desafíos venideros del complejo cinematográfico y audiovisual de Uruguay.

En los más de 15 años transcurridos, Uruguay Audiovisual ha ido definiendo su personalidad institucional a través de un compromiso creciente del Estado y la generación de un relacionamiento estable público-privado.

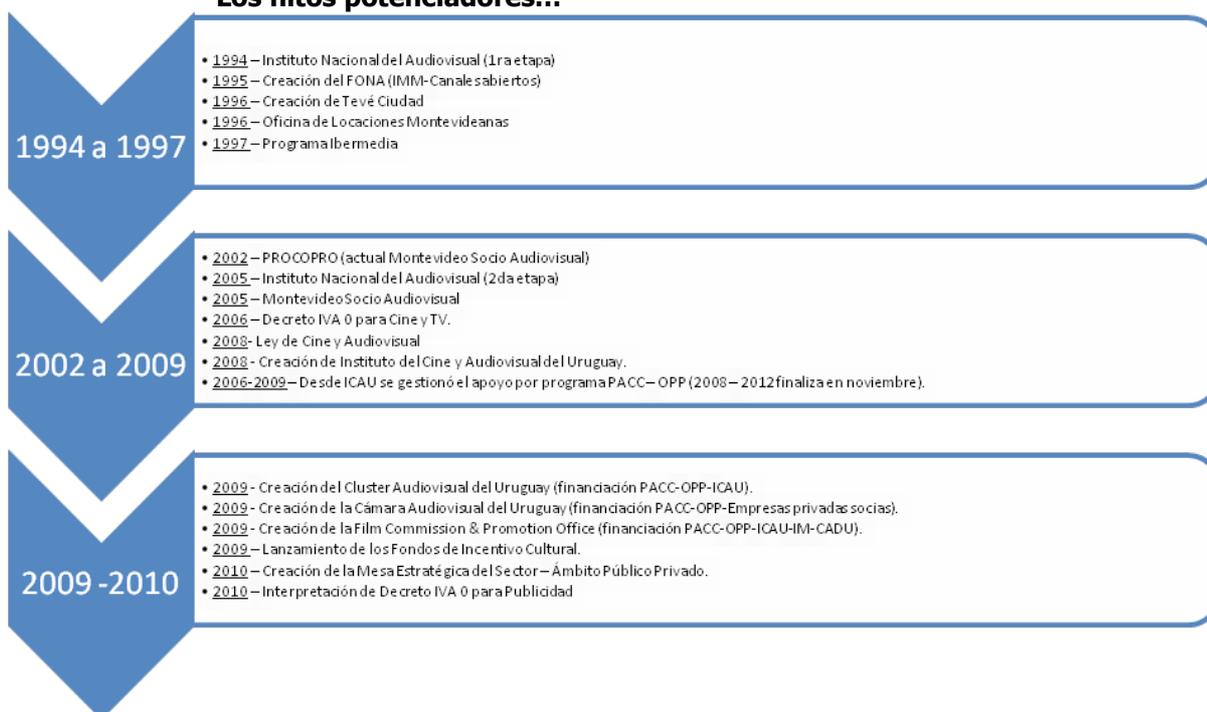
Resultante de ese esfuerzo, el cine y el audiovisual nacionales son hoy una realidad. Una realidad que sus hacedores y el público reconocen como suyo; que genera divisas y empleo en todos sus eslabones productivos; con cantidad y calidad de estrenos, actores, directores y técnicos; con múltiples ventanas de exhibición y múltiples representaciones; y con una visibilidad creciente en el exterior.

Pero el crecimiento y afianzamiento del sector imponen prepararse para un nuevo salto cualitativo que consolide el camino recorrido y eleve la mira del sector hacia un concepto integral de Comunicación Audiovisual, haciendo foco en un Sistema Nacional, con una visión estratégica que comprometa a todos los actores, públicos y privados y que atienda al audiovisual en su amplia dimensión: tecnológica, económica, social y cultural, en un escenario desafiado ineludiblemente por la aceleración de los cambios.

CONTEXTO Y DIAGNÓSTICO

En los últimos 15 años, el audiovisual en Uruguay ha tenido un crecimiento explosivo, asentado fundamentalmente en el talento, los niveles crecientes de formación, el desarrollo acumulado de la cultura cinematográfica, la búsqueda de nuevos mercados y las certezas y seguridad dadas por los recursos técnicos y por los servicios. El reconocimiento en festivales internacionales al cine y el audiovisual de Uruguay se hace habitual. Asimismo, los niveles de aceptación por parte de los ciudadanos se ubican entre los primeros lugares de la región.

Los hitos potenciadores...

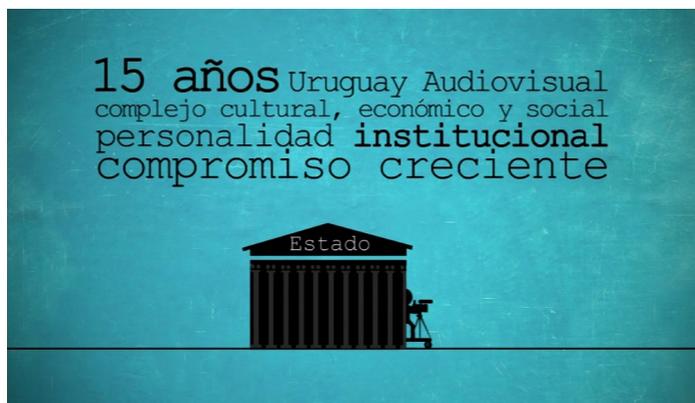


En el transcurso de estos años, se constatan dos vertientes en un orden de irrupción cronológico determinante que establecen la personalidad institucional que tiene en la actualidad Audiovisual Uruguay concebido como un complejo cultural, económico y social:

- en primer término, el acumulado creativo de realización y producción, muy positivo en cantidad y calidad, que comienza a visibilizarse a partir de la década de los 90.
- y en segundo lugar, un compromiso creciente del Estado, que partiendo de una ausencia total, pasó a generar un “repertorio audiovisual” de herramientas dispersas –aunque importantes- (creación del FONA, Tevé Ciudad y Oficina de Locaciones Montevideanas, Programa Ibermedia), para establecer luego una estrategia definida por dos focos programáticos (la Ley 18.284, o Ley de Cine y Audiovisual y el Plan de Refuerzo a la Competitividad) mediante un puente estable de relacionamiento público-privado.

Con la Ley 18.284, se crea el Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay, institución pública encargada del fomento, incentivo y estímulo de la actividad cinematográfica y audiovisual; y la promoción de acciones para el desarrollo de la cultura cinematográfica. Desde su creación en el año 2008, el ICAU ha diseñado su estrategia trabajando conjuntamente con el sector público y privado combinando mecanismos directos e indirectos, locales e internacionales.

En ese marco se gestionó el apoyo del Programa de Apoyo a la Competitividad del Conglomerados y Cadenas Productivas. La elaboración del Plan de Refuerzo de la Competitividad del sector audiovisual fue fruto de un largo y productivo proceso de trabajo colectivo y consensado, con una amplia participación de los diversos actores del conglomerado. Este Plan, impulsado con la intención declarada de orientar la acción conjunta para desarrollar mejores oportunidades de negocio para los productos audiovisuales uruguayos, atendía a un horizonte temporal de 3 años, planteándose un análisis desde la demanda, desde el que se construyeron tres grupos de líneas estratégicas para potenciar el desarrollo del sector: la mejora del entorno, el desarrollo de capacidades y la ampliación de mercados.



Ese accionar ha aportado sustentabilidad a la actividad audiovisual, lo que implicó que, en los últimos 5 años, la inversión pública en el sector se haya multiplicado, a la vez que se han afianzado las estructuras asociativas privadas (Cámara del Audiovisual del Uruguay- CADU) productivas (Cluster Audiovisual del Uruguay- Audiovisual Uruguay) y sus herramientas de promoción (Uruguay Film Commission & Promotion Office- UFCPO) y de planificación (Mesa Estratégica del Sector), generando ámbitos inclusivos y una modalidad de trabajo que

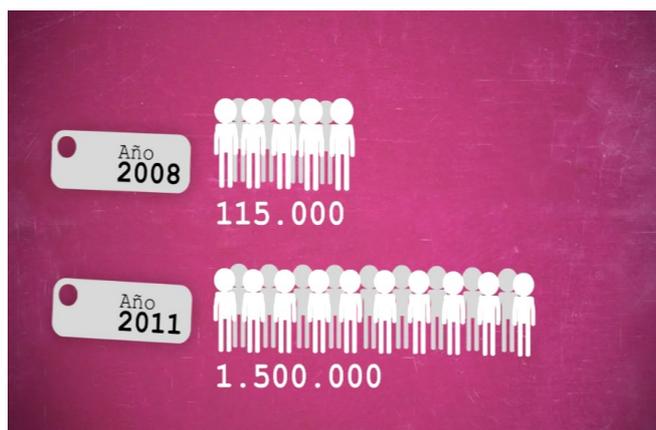
permite y facilita la articulación público-privada para el desarrollo de todo el conglomerado, mediante esfuerzos coordinados y sostenidos. En el mismo sentido, otros instrumentos han contribuido a reforzar esta línea acción, entre otros:

- decreto de IVA 0 (cero) para cine y televisión, y la posterior de la incorporación de las coproducciones y la exportación de servicios de producción publicitaria;
- exoneración de IVA a la enajenación de obras cinematográfica y al servicio de distribución de películas cinematográficas para la exhibición en salas de cine.
- políticas transversales con gobiernos departamentales y empresas públicas;
- y un fluido relacionamiento regional e internacional a través de programas de integración, y acuerdos bilaterales y multilaterales.

ALGUNOS DATOS

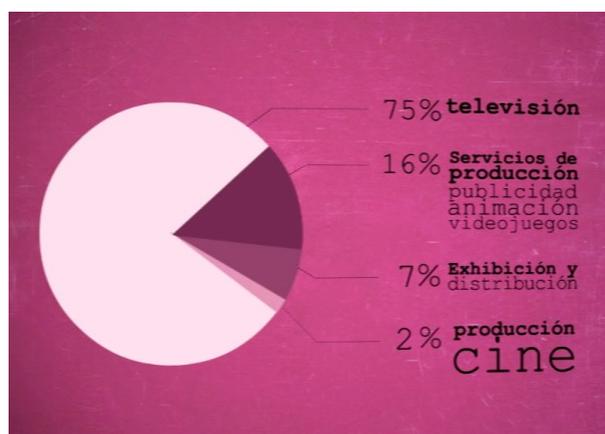
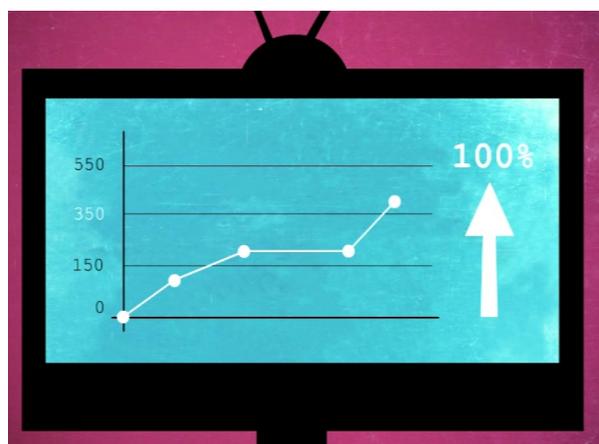
De algún esporádico estreno en la década del 90, se ha saltado, entre 2008 y 2011, a un promedio de 10 estrenos cinematográficos al año. En el año 2012, se prevén 17 estrenos de películas uruguayas en salas comerciales. Este es un indicador tangible entre otros igualmente significativos que da cuenta del impacto que a diferentes niveles ha generado el crecimiento del sector cinematográfico y audiovisual nacional.

FENÓMENO SOCIAL - Espectadores¹



En el año 2008, el cine nacional convocó a 115.000 espectadores. En 2011, fueron 1.500.000 espectadores que vieron cine nacional en salas comerciales, circuito itinerante, cultural y televisión.

FENÓMENO ECONÓMICO – Facturación²

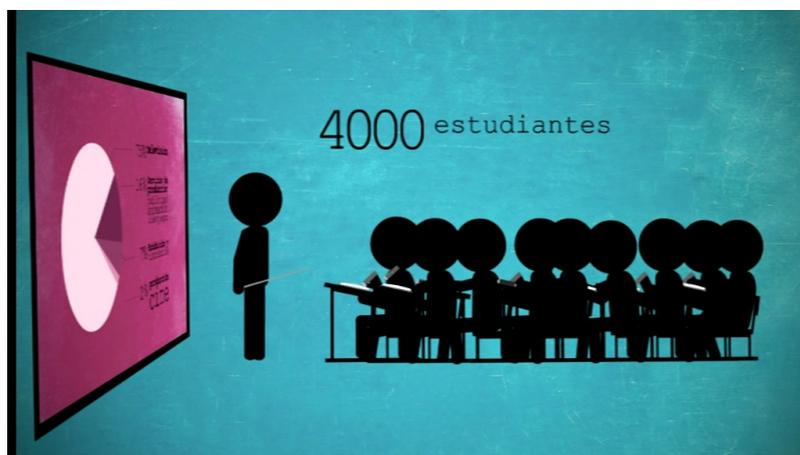


En el mismo período, el valor bruto de producción pasó de USD 170.000.000 (ciento setenta millones de dólares estadounidenses) a más de USD 360.000.000 (trescientos sesenta millones de dólares estadounidenses), lo que representa un crecimiento que supera el 100% de la facturación. Del total de facturación, 75% corresponde a televisión, 16% a servicios de producción, publicidad, animación y videojuegos, 7% a exhibición y distribución y 2% de producción de cine.

¹ Fuente ICAU - incluye salas comerciales, pantallas itinerantes y televisión

² Fuente CLUSTER - ICAU – DICREA – Datos relevados por OPP y proyecto Cuentas Satélites de la Cultura.

FENÓMENO SOCIAL - Formación³



En los últimos 20 años se han abierto y diversificado las opciones de formación en cine y comunicación a nivel profesional, técnico y artístico. En 2011, se registraron 4000 estudiantes cursando en centros públicos y privados (UDELAR-LICCOM / ORT / UCUDAL/ Bellas Artes/ UTU / ECU / Animation Campus / UM / Dodecá/ BIOS / A+ / El Montevideoano / Cineduca / Bachillerato de Arte)

FENÓMENO SOCIAL – Empleo⁴



En sólo tres años (2008-2011) los puestos de trabajo directo en el sector saltaron de 4000 a más de 6000 (empleando esencialmente jóvenes, con mayor profesionalización y con mejores remuneraciones con relación a otras áreas de servicios)

³ Fuente ICAU – DICREA – Relevada en los centros de formación.

⁴ Fuente CLUSTER - ICAU – DICREA – Datos relevados por OPP y proyecto Cuentas Satélites de la Cultura.

POLÍTICAS PÚBLICAS - Fomento⁵



Hasta el año 2011, son más de 270 los proyectos apoyados por el Fondo de Fomento del ICAU, y más de 120 los que apoyó la Intendencia de Montevideo. Además del apoyo internacional del Programa Ibermedia que ya lleva sumados más de 50 proyectos.

FENÓMENO PÚBLICO/PRIVADO - Participación, Formalización y Representatividad Privada⁶



El Registro Público del Sector Cinematográfico y Audiovisual del ICAU contabiliza a la fecha más 1400 empresas, profesionales, e instituciones relacionadas inscriptas.

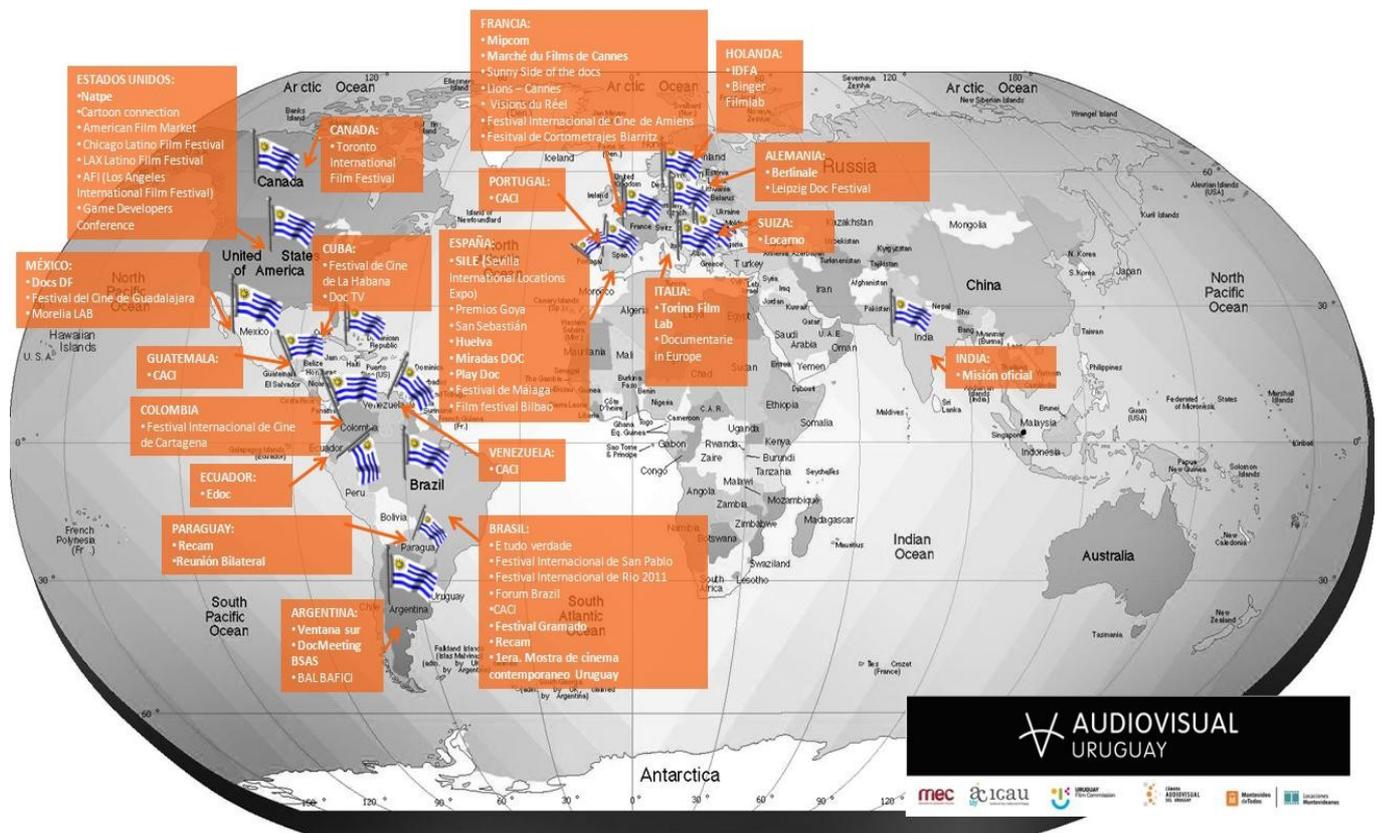


En 2008, la Cámara Audiovisual del Uruguay, asociaba apenas 15 empresas. En 2011, son más de 50 las empresas asociadas, interactuando dentro el ámbito empresarial del audiovisual así como las instituciones públicas y privadas que dan soporte a la actividad.

⁵ Fuente ICAU – IMM –Datos relevados desde Fondo de Fomento y Oficina de Locaciones Montevideanas.

⁶ Fuente CADU- ICAU –Datos relevados desde Registro ICAU y Cámara Audiovisual del Uruguay.

FENÓMENO INTERNACIONAL – Competitividad y posicionamiento⁷



Más de 60 películas uruguayas, 40 participaciones y 130 productores han estado presentes en eventos, mercados, festivales y misiones especiales, marcando *presencia país* a nivel internacional en Estados Unidos, Canadá, México, Cuba, Guatemala, Colombia, Ecuador, Paraguay, Brasil, Argentina, Venezuela, España, Portugal, Francia, Holanda, Alemania, Suiza, Italia e India, entre otros países. Esto ha hecho posible que Uruguay sea foco de la mirada de eventos internacionales logrando que algunas de sus sedes se establezcan aquí, como Puentes-Uruguay 2012, o crear los propios como el DOC MONTEVIDEO y los festivales internacionales cinematográficos que ya son puntos de referencia reconocidos.

⁷ Fuentes CLUSTER – URUGUAY FILM COMMISSION E ICAU.

Hoy, se ha consolidado una modalidad de trabajo para el desarrollo del sector productivo audiovisual en Uruguay, mediante esfuerzos coordinados y sostenidos desde lo público-privado en un ámbito propio como es la mesa estratégica del sector - AUDIOVISUAL URUGUAY.

Hemos llegado a un punto de inflexión, en el que se delinea un nuevo escenario que requiere incorporar los desafíos futuros, consolidando el camino recorrido y elevando la mira del sector hacia un concepto integral de Comunicación Audiovisual.

En ese marco, el presente documento intenta conformarse en insumo de referencia de una nueva agenda audiovisual, orientado a un proceso de planificación estratégica, con todos los actores, públicos y privados, **que fije una VISIÓN y correspondiente plan de trabajo** que contemple:

- el advenimiento de la digitalización y de los nuevos e imprescindibles marcos regulatorios, haciendo blanco en los servicios de comunicación audiovisual por su importancia en el desarrollo de la sociedad y la inclusión;



- a la televisión pública como un ámbito privilegiado de democratización y generación de ciudadanía;



- a la investigación y el desarrollo que acompañen el avance y la innovación tecnológica, la interactividad y los nuevos modelos de negocios;



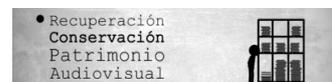
- el imprescindible desarrollo de infraestructura y servicios;



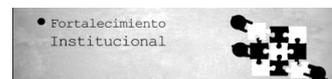
- el desarrollo de incentivos a la inversión del sector, a través de la valoración de los intangibles en mecanismos como la Ley de Inversiones y un tratamiento impositivo que ayude a incrementar las fortalezas y el aporte del sector al valor agregado nacional;



- la recuperación y conservación del patrimonio audiovisual;



- el fortalecimiento institucional



- la internacionalización;



y que potencie cualitativamente al sector encaminándolo hacia un Sistema Nacional Audiovisual integrado.

FUNDAMENTOS DE LA POLÍTICA

Pasados tres años, el Plan de Refuerzo a la Competitividad puede ser valorado tanto como un documento rector de una serie de acciones que pueden/deben ser evaluadas así como resultante del marco contextual en el que se insertó. Hoy, la realidad del sector es distinta, no sólo como resultado de ese trabajo sino por el acelerado cambio del entorno que plantea nuevos desafíos históricos.

Estos desafíos abren nuevas oportunidades, que dejan de serlo si no se acompaña la respuesta de forma sólida y conjunta, y que requieren de una velocidad de gestión que deberá ser signada por un nuevo diseño estratégico que contemple un sector audiovisual global cada vez más complejo. Esta reformulación debe surgir de un proceso ágil y dinámico que priorice colectivamente una visión de largo plazo y no la suma de posiciones subsectoriales.

La necesidad del rediseño estratégico y de explicitar la política pública deben tender al desarrollo de un sistema audiovisual que equilibre sus objetivos y esfuerzos hacia la multiplicidad de medios cada vez más interconectados y los cambios culturales de consumo, focos ausentes en el diseño anterior e imprescindible a la hora de pensar el desarrollo de los próximos años.

PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA

Ese punto de partida debe expresar una agenda audiovisual inclusiva de las capacidades públicas y privadas, con niveles de coordinación en ascenso. Dicha agenda, debe desafiar los límites institucionales existentes transformándose en un directorio signado por rumbos programáticos que, a su vez, determinen los volúmenes presupuestales de inversión, de incentivos, etc., y no a la inversa. No ha de ser un proceso administrativo ni de laboratorio, sino uno para pactar cómo imaginamos y hacia dónde se orientará el crecimiento de la actividad audiovisual como parte del desarrollo de la sociedad uruguaya.

Es indispensable orientarnos hacia una nueva integración programática del audiovisual: el nuevo contexto demanda nuevas formas de gestionar la estructura existente para la generación de una política audiovisual acorde.

12 LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PRIORIDADES E INICIATIVAS DE LA POLÍTICA

1- DE PLAN DE REFUERZO DE LA COMPETITIVIDAD A UN PROCESO DE PLANIFICACION ESTRATÉGICA DEL SECTOR.

- ❖ **Prioridad:** Profundizar el trabajo del sector en un marco de Planificación Estratégica.
- ❖ **Argumento:** Tomado como base el documento aprobado en febrero de 2008 y sus tres grupos de líneas estratégicas (mejora del entorno, desarrollo de capacidades y ampliación de mercados), se impone continuar trabajando con la orientación propuesta, pero con un sentido multifocal ampliado a toda la cadena de producción-valor. Por otra parte, es necesario profundizar el desarrollo armónico de las tres áreas, mecanismos de financiamiento y estímulo al sector.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Realizar, en 2012, el Proceso de Planificación Estratégica del sector.
 - ⇒ Mejora del entorno: profundizar el nexo público-público y privado-privado para dotar de mayor agilidad a la conducción ejecutiva, potenciando la interacción con el Estado; poniendo énfasis en el mecanismo de mesa estratégica. Mejorar el vínculo con las TIC. Reforzar los vínculos

internacionales. Aprobar el decreto de exoneración de renta y patrimonio y las modificaciones a la Ley de Inversiones en beneficio del sector, implementando mejoras para bajar cargas impositivas a importaciones de equipamiento.

- ⇒ Desarrollo de las capacidades: poner el acento en un sistema de formación profesional y técnica asociada a las necesidades del sector productivo, priorizando la formación técnica especializada y la formación en medios a nivel de la enseñanza formal así como la formación de postgrados. Incorporar la formación para TD-T tanto en aspecto técnico-científicos como creativos y productivos de la generación de contenidos.
- ⇒ Ampliación de mercados: profundizar el desarrollo de todos los mecanismos de promoción, presencia internacional y posicionamiento, generando mejoras en el proceso de profesionalización de la internacionalización y la comercialización de contenidos; enfatizando el estudio de nuevos mercados y destrabando y/o potenciando los existentes; generando una plataforma de distribución; vinculándose con otras áreas productivas en la presencia internacional y potenciando la integración regional.

2- FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: REFORMULACIÓN DE LA LEY DE CINE Y AUDIOVISUAL

- ❖ **Prioridad:** Acompañar el crecimiento del sector mejorando los mecanismos de fomento.
- ❖ **Argumento:** Las nuevas realidades exigen acompañar los recursos y criterios para la asignación de Fondos. Desde 2008, el Fondo de Fomento Cinematográfico es gestionado por el Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ICAU) de acuerdo con la ley 18.284 y su decreto reglamentario 473/008. Cuenta con un monto fijo anual otorgado por la ley, más otros aportes de instituciones públicas que a la fecha resultan insuficientes aún teniendo altos niveles de ejecución en todos los ejercicios. Con los recursos actuales es posible atender principalmente producción y desarrollo de largo y cortometrajes, series y telefilms. Asimismo, se atiende el lanzamiento y la promoción, el posicionamiento internacional de películas y proyectos, los festivales y muestras, la formación; y ayudas específicas en acciones que resulten estratégicas para el sector.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Acompañar el crecimiento del sector reforzando el Fondo de Fomento en alcance y monto considerando la inclusión y/o promoción de nuevas herramientas (implementación de políticas crediticias y de garantías).
 - ⇒ Adecuar la ley a las nuevas realidades y subsectores del audiovisual.
 - ⇒ Promover el fomento de contenidos audiovisuales digitales.
 - ⇒ Analizar los mecanismos de apoyo a los sectores de costo de producción más elevados.
 - ⇒ Atender la exhibición y circulación en general (asegurar la continuidad en salas comerciales, modalidad alternativa, espacios específicos, televisión, internet, etc.)

3- DE UN INSTITUTO DE CINE Y -a veces- AUDIOVISUAL A UN INSTITUTO DE CINE Y – siempre- AUDIOVISUAL

- ❖ **Prioridad:** Acompañar el crecimiento del audiovisual con todos los subsectores y con énfasis en los de mayor desarrollo relativo.

❖ **Argumento:** Cuando en 2008 la Ley de Cine y Audiovisual fue aprobada, estuvieron planteadas varias urgencias a resolver. Hoy, pasados cuatro años, con el plan de fomento ya a pleno, con sus líneas planificadas y calendarizado con los otros soportes, surgen nuevos nudos a la vez que el entorno, los resultados y las nuevas oportunidades exigen una actualización. La realidad impone pensar en un Instituto de Cine y - siempre- Audiovisual que pueda jugar un rol articulador y promotor de las políticas públicas audiovisuales; que potencie el rol del Consejo Asesor y la Comisión Ejecutiva Permanente; y que priorice la generación de contenidos, independientemente de los soportes, ámbitos de circulación y/o ventanas de exhibición. Este nuevo escenario, dialogante con los nuevos marcos normativos en proceso, persigue una visión inclusiva que evite una segmentación de corte institucional parcial.

❖ **Iniciativas:**

- ⇒ Estructurar las áreas y profesionalizar el sistema de gestión del ICAU a los efectos de poder atender la diversidad de actividades y modelos de negocio de la industria audiovisual. Consolidar una agenda de trabajo que soporte las diferentes áreas que el instituto debe atender.
- ⇒ Captar los mecanismos de incentivo apuntando a la particularidad del sector.
- ⇒ Priorizar el relacionamiento con los medios públicos.
- ⇒ Profesionalizar la comunicación tendiendo a un verdadero alcance nacional.
- ⇒ Generar un sistema de información normalizada del sector.
- ⇒ Incluir en su estructura una línea de asesoramiento y acción conjunta con todos los actores públicos y privados vinculados al conjunto de tecnologías de generación, transmisión y recepción de imagen y sonido a través de información digital.

4- PLAN DE TRABAJO EN RELACIÓN A TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

❖ **Prioridad:** Identificar las oportunidades y acompañar el advenimiento de la TD-T.

❖ **Argumento:** El advenimiento de la digitalización impone ineludibles desafíos en el horizonte audiovisual que ameritan una actitud proactiva y preventiva con la finalidad de poder gestionar los temas de manera ordenada y en el marco estratégico y de alcance que el sector tiene y/o debe generar. Capítulo aparte requiere el tratamiento de televisión y medios de comunicación, en primer lugar, porque se están redefiniendo los marcos normativos y regulatorios; en segundo lugar, para garantizar, en un marco de convergencia de políticas públicas, la democratización y el acceso universal a nuevas señales abiertas y contenidos de calidad. En esta área es prioritaria la definición de los ejes estratégicos y las líneas de acción concretas que de ellos deriven a corto y mediano y largo plazo.

❖ **Iniciativas:**

- ⇒ Desarrollar un plan cuyo objetivo estratégico contemple y acompañe el proceso de despliegue de la televisión digital terrestre abierta y las multiplataformas.
- ⇒ Definir el alcance y acciones que se derivan de la posibilidad de implementar servicios interactivos en la transmisión de manera gratuita.
- ⇒ Atender la generación de fuentes de financiamiento genuino y su correlato en cuanto a la definición de estructuras institucionales que garanticen la representación social, la gestión, administración y contralor de los mismos.

5- MEJORA DEL MARCO REGULATORIO: LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y OTROS

- ❖ **Prioridad:** Mejorar las condiciones de regulación del sector
- ❖ **Argumento:** La ley del servicio de radiodifusión comunitaria, aprobada en 2008, incorporó a nuestra legislación una serie de principios de la radiodifusión que rigen para todos los sectores audiovisuales, referidos a la calidad de patrimonio común de la humanidad del espectro, a las garantías para ejercer la libertad de expresión en cualquier plataforma, a la necesidad de diversidad, pluralismo, transparencia y equidad en el acceso a los medios audiovisuales en general. El reciente decreto del Poder Ejecutivo que establece las condiciones de la transición de la televisión analógica a la digital abierta y define un nuevo marco regulatorio para asignar las frecuencias reservadas para esta modalidad, ha significado un cambio sustantivo y permanente. A esto viene a sumarse el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la incorporación de estándares y principios relativos a las garantías al derecho a la libertad de expresión y a la información, a la diversidad y la pluralidad.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Diseñar e implementar un marco regulatorio coherente a la necesidades de desarrollo del sector en las áreas no reguladas del mismo
 - ⇒ Establecer agenda relacionada a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su promoción/modificación.
 - ⇒ Impulsar la concreción de la ley y normas asociadas.

6- PLAN DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL

- ❖ **Prioridad:** Asumir el compromiso en lo referido al patrimonio audiovisual.
- ❖ **Argumento:** A lo largo del tiempo, se ha podido captar un consenso generalizado acerca de la necesidad, en nuestro actual estado de desarrollo como país, de rescatar y cuidar el patrimonio y priorizar las políticas tendientes a realzarlo. Es en este marco que el patrimonio audiovisual se establece como un deber en la política nacional de conservación. Ya se avanzó en el diseño de un plan estratégico para la preservación, mantenimiento y gestión del patrimonio fílmico – audiovisual del Uruguay que devino, como primer paso, en un proyecto de depósito de conservación pasiva para películas nacionales, las que se encuentran en las instituciones que custodian archivos y aquellas que se realicen en el futuro. En un creciente compromiso del Estado en la materia, fundamental pero insuficiente, se está implementando este proyecto, que fue avalado por las instituciones públicas y privadas que tienen el resguardo de los archivos. El organismo público competente ha declarado Patrimonio Nacional a obras audiovisuales nacionales en severo riesgo de deterioro. El recorrido a transitar para la ejecución del Plan Estratégico de Patrimonio, exige más compromiso, más recursos y mejor gestión de los mismos.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Implementar un plan integrado de rescate, conservación y acopio del patrimonio audiovisual con priorización en el nacional, que implique financiamiento de acciones y articulación de las mismas con actores públicos y privados.

7- DESARROLLO DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA

❖ **Prioridad:** Atender las necesidades de desarrollo del sector.

❖ **Argumento:** En el marco del proceso de clusterización se han priorizado inversiones necesarias para poder acompañar el crecimiento de la industria y crear capacidad para su crecimiento. Las formas que se han encontrado no han sido del todo eficientes⁸.

❖ **Iniciativas:**

⇒ Priorizar y evaluar las necesidades de infraestructuras y servicios desde el sector.

⇒ Desarrollo de una agenda común de trabajo para atenderlas.

8- FORMACIÓN DE PÚBLICO: DIFUSIÓN/DISTRIBUCIÓN POR LOS CANALES EXISTENTES

❖ **Prioridad:** Potenciar la formación de público.

❖ **Argumento:** El espectáculo cinematográfico no se organiza en torno a la capacidad de producción, sino por la presencia en el mercado, por la integración en los sistemas de difusión y canalización audiovisual, en la intersección de lo económico y lo cultural. Es necesario considerar el mercado y el consumo en una relación de equilibrio que contemple las necesidades de creación y la calidad.

❖ **Iniciativas:**

⇒ Trabajo conjunto con los actores involucrados en la distribución/exhibición.

⇒ Diseñar e implementar un plan nacional de promoción de la producción uruguaya que contemple todas las vías de difusión (nuevas y existentes).

9- DESARROLLO E INVESTIGACIÓN: INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA Y FORMATOS, DESARROLLO DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS

❖ **Prioridad:** Atender las dimensiones de desarrollo, investigación e innovación del sector.

❖ **Argumento:** La transformación tecnológica cambia las reglas del juego de la industria audiovisual. Hoy los espectadores son capaces de producir sus propios contenidos. La televisión es valorada como un importante bien social y cultural. Las pantallas en general son cada vez más preponderantes en la vida de los niños. La inversión ciudadana en nuevas TIC's da cuenta del acceso a éstas, y también de las múltiples posibilidades de uso de los medios audiovisuales. Hay gran cantidad de población con acceso a TV pagada en el hogar; un porcentaje alto con acceso a computador y otra cantidad de personas con acceso a internet, por ende, a una plataforma audiovisual. A esto súmese la expansión de la telefonía móvil. Esta convergencia trae consigo repercusiones. Una serie de variables tecnológicas, económicas y regulatorias deberán ser repensadas y posteriormente rediseñadas para dar respuesta a las nuevas lógicas sobre las cuales deberá operar la industria y el Estado. Esta pequeña revolución audiovisual afecta a todos los sectores implicados, contenidos, financiación, marketing y publicidad. En este nuevo escenario audiovisual, uno de los temas más críticos para el sector es la definición del modelo de negocio puesto que aún no existe un modelo consolidado.

❖ **Iniciativas:**

⇒ Implementar herramientas que permitan la investigación y el desarrollo en el sector. Crear una sistemática de seguimiento de tecnologías y estudios relacionados.

⁸ A modo de ejemplo uno de los proyectos como ser el laboratorio está cerrado en la actualidad y no se tiene aun un estudio de grabación de grandes dimensiones.

-
- ⇒ Implementar los mecanismos que habiliten la innovación del sector
 - ⇒ Estudio e impulso de nuevos modelos de negocios.
 - ⇒ Dar vigilancia y acompañar la nueva configuración de la industria
 - ⇒ Promover la generación de nuevos formatos

10- INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR

- ❖ **Prioridad:** Atender y potenciar el proceso de internacionalización del sector audiovisual.
- ❖ **Argumento:** Es importante considerar como fortaleza del sector el aumento en el número de empresas; un alto nivel de asociacionismo; la existencia de empresas tractoras de la actividad; unos niveles de inversión de I+D+i crecientes; y la existencia de subsectores con un importante grado de potencial de internacionalización. Las oportunidades asociadas al alto nivel de compromiso institucional y las oportunidades que el contexto brinda nos comprometen a potenciar y profesionalizar la internacionalización. En los últimos años el audiovisual nacional ha duplicado su presencia internacional y acciones de internacionalización con comprobado efecto en la industria. Es fundamental sostener este proceso fortaleciendo a los subsectores que aun tienen un emergente posicionamiento internacional considerando el cambio hacia un nuevo negocio que sustituye la tradicional forma de producir, distribuir y consumir contenidos como resultado de la evolución de la tecnología, hábitos de consumo y modelos publicitarios.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Integrar y racionalizar los mecanismos, dando sostenibilidad a las acciones y herramientas de internacionalización.
 - ⇒ Unificar las acciones de institucionalidad con una visión común y consensuada en cada subsector.
 - ⇒ Profundizar el estudio de los mercados priorizados.
 - ⇒ Profesionalizar la internacionalización.
 - ⇒ Generar un plan de promoción relacionado a TV digital: Se refiere a la distribución / comercialización de contenidos nacionales apoyándose en las redes y plataformas ya existentes o a crearse.

11- POTENCIAR EL CRECIMIENTO DEL URUGUAY COMO PLAZA DE RODAJES ENFOCADO A LA VENTA DE SERVICIOS DE PRODUCCIÓN LOCALES A TRAVÉS DE CREACIÓN DE MECANISMOS DE DESARROLLO Y ESTÍMULO

- ❖ **Prioridad:** Potenciar el trabajo de los modelos de negocios exitosos que son dinamizadores del sector.
- ❖ **Argumento:** El foco de las acciones se direcciona principalmente a la creación de contenido más que a los servicios, un área que el país tiene muy desarrollada pero que sin embargo requiere de un incentivo y estímulo mayor. Para ser competitivas las empresas de servicios deben reinvertir una parte significativa – o todo - de las ganancias en tecnología y personal, pero carecen de formas de financiamiento adecuado y mecanismos específicos creados para apoyar este tipo de negocios.
- ❖ **Iniciativas:**

-
- ⇒ Impulsar la exoneración de impuestos de renta y patrimonio, tal como lo tiene la industria del software, y que tanto beneficio ha aportado al desarrollo e internacionalización.
 - ⇒ Revisar y adecuar la ley de incentivos fiscales
 - ⇒ Crear de un fondo de inversión del sector en la forma que se vea más adecuada.
 - ⇒ Generar un plan de venta país en esta área específica.

12- FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN ORDENADA DE POLITICAS PÚBLICAS PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL. HACIA UN SISTEMA NACIONAL AUDIOVISUAL

- ❖ **Prioridad:** Asegurar las estructuras organizacionales necesarias para el desarrollo global del sector surgidas de una agenda común.
- ❖ **Argumento:** Si bien los objetivos establecidos a priori habilitan a seguir desarrollando nuevas metas, se entiende imprescindible capitalizar en forma programática y normativa los distintos ámbitos que son parte del ambiente audiovisual nacional: mejor combinación Cluster, pero también con las áreas tecnológicas, telecomunicaciones y de comunicación audiovisual. Nótese que no hay en el planteo un énfasis en las instituciones sino en los bloques temáticos. La institucionalidad se debe desprender de la sinergia en la agenda audiovisual nacional apoyada en un sistema nacional audiovisual que abarque e integre los esfuerzos.
- ❖ **Iniciativas:**
 - ⇒ Asegurar sostenibilidad y maduración de las institucionalidades que se definan para garantizar la integralidad de un Sistema Nacional Audiovisual que permita dinamizar el sector, su alcance y sus mecanismos de financiamiento.
 - ⇒ Promover, y asegurar sostenibilidad de aquellas instituciones que surjan a partir de nuevos escenarios regulatorios
 - ⇒ Maduración de las estructuras organizacionales orientados a un alcance nacional.
 - ⇒ Profundizar el mecanismo de mesa estratégica del sector (AUDIOVISUAL URUGUAY), integrando a nuevas instituciones privadas y públicas (y nuevos mecanismos) y generando una agenda de trabajo propia con una visión compartida.
 - ⇒ Sistema Nacional Audiovisual.