



CERES

Centro de Estudios de la Realidad
Económica y Social

Analiza

Audiovisual: Una Industria con Futuro

7

JULIO 2021

AUDIOVISUAL: UNA INDUSTRIA CON FUTURO

En plena pandemia de coronavirus, la industria audiovisual uruguaya vivió un gran año en 2020. Varias producciones internacionales escogieron a Uruguay como destino ideal para llevar a cabo sus rodajes.

En medio de restricciones que afectaron a la industria en todo el mundo, la relativa normalidad que se vivió en el país permitió que películas y series pudieran seguir sus cronogramas.

Esta actividad, que requiere profesionales e insumos de varios sectores económicos, **permite generar empleos que escapan a la tendencia a la automatización.** Así, la multiplicación de producciones

en territorio uruguayo **repercute de forma positiva en el trabajo local** no solo por la cantidad de mano de obra que se genera, sino por la **calidad de empleos ocupados.** Este CERES Analiza estudia en profundidad a este importante sector de actividad que fue modelo el año pasado, y propone ideas de políticas con el fin de mejorar aún más su impacto positivo en la economía.

UN DIA DE RODAJE

5:20 AM

El motor de un generador interrumpe el silencio. En minutos hay una mesa armada con un desayuno buffet. Se escuchan voces. Gente va y viene.

5:40 AM

El 2º asistente de dirección se les acerca con un actor para que lo preparen.

Mientras en el medio de la calle cortada el director de arte y el ambientador definen los últimos detalles que se verán en la escena, el utilero coloca un cartel.

La fachada de una casa es ahora un local comercial.

5:50 AM

El asistente de dirección habla por 'handy'.

El asistente de cámara y su ayudante bajan valijas rígidas. En minutos tendrán la cámara montada.

El operador de 'video assist' arma un monitor en uno de los 'gazebos'.

6:10 AM

Llega el director de fotografía; se reúne con el jefe de eléctricos y el asistente de dirección.

Un grupo de personas descargan luces, cables y trípodes de un camión. Son los eléctricos y los 'grips'.

El sonidista le coloca los micrófonos a los actores y se ubica son sus consolas y auriculares.

6:30 AM

Llega la directora. Se reúne con los jefes de áreas.

De la calle vacía y oscura no queda nada. Como un mecanismo, cada persona es parte de un engranaje: el sistema funciona. En pocos minutos todo queda despejado; en el set solo quedan los actores.

El asistente de dirección alza la voz:

- ¡Silencio! ¡Corre cámara!

- ¡Corre! - Contesta el asistente de cámara.

- ¡Corre Sonido!

- ¡Corre! - Contesta el Sonidista.

- ¡Acción!

5 AM

La calle está desierta. Una fila de conos impide el estacionamiento a lo largo de tres cuadras. El cruce siguiente está cortado. Un camión llega. Un vigilante le despeja los conos para que estacione.

El locacionista ubica los vehículos. Un camión, una camioneta, otra camioneta, un auto... siguen llegando.

El jefe de producción entrega 'handies' al personal del rodaje. Sus asistentes arman 'gazebos' con mesas y sillas.

La vestuarista y la maquilladora se instalan en un motorhome.

INTRODUCCIÓN

Según la ASOPROD (Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay), esta industria es **muy especializada y se robustece paulatinamente con la transformación tecnológica**. El alto contenido creativo que involucra hace que la industria genere empleos con **riesgo de automatización promedio menor que el de la economía en su conjunto**, con salarios medios **20% superiores** a los de otras industrias. También se destaca que, además de ser una actividad exportadora, es poco contaminante, genera valor agregado y aporta a la cultura nacional.¹

El trabajo en la industria audiovisual tiene un importante **efecto multiplicador** y su impacto en la economía es de alta magnitud, no solo porque genera empleos directos para la realización del producto sino por la cantidad significativa de puestos de trabajo asociados a servicios que se brindan durante el proceso de producción (el servicio de catering o el transporte de personas, equipos o vehículos, son buenos ejemplos de este fenómeno).

Los productos son muchos y variados: películas, series, publicidad, o documentales. Su desarrollo y ejecución conlleva el trabajo de un equipo creativo y un equipo técnico o de realización.²

Algunas empresas productoras están más enfocadas en el rubro publicitario, otras en contenido (cine de ficción, documental). Pueden trabajar por su cuenta, aunque cada vez es más común el mecanismo de coproducción en asociación con firmas extranjeras

Además de las modalidades anteriores, muchas productoras brindan servicios de producción a terceros. En este caso la productora uruguaya es la encargada de coordinar con los demás actores y ejecutar la realización de todo o de parte del producto.

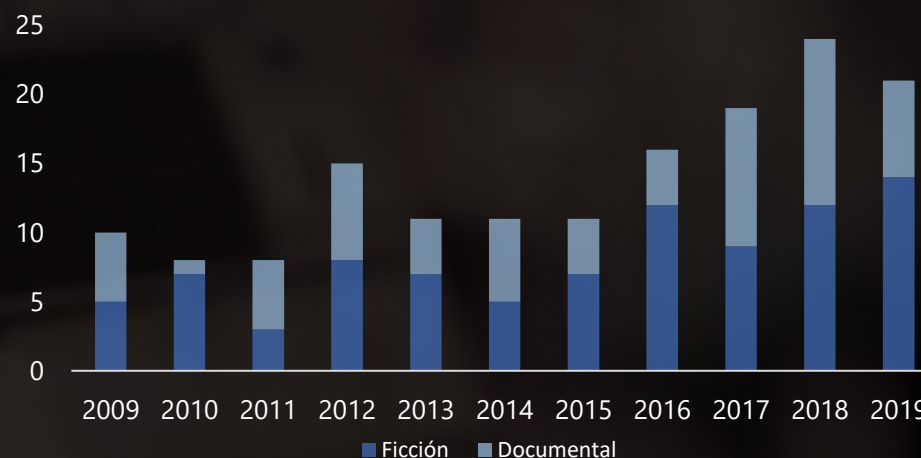
¹Ver: Página web de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay: <http://asoprod.org.uy/>

²Ver Jerusalmi et al. (2009): "Estudio de caso. Cluster Audiovisual en Uruguay" Instituto de Competitividad, Universidad Católica del Uruguay

SOBRE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL

Existen actualmente unas **460 empresas** vinculadas a la producción audiovisual.¹ La mayoría de las productoras son pequeñas, y no cuentan con una gran plantilla fija de trabajadores ya que **el flujo de trabajo varía considerablemente según los proyectos a realizar**. Por lo tanto, la modalidad con la que trabaja la actividad audiovisual es la de contratar personal (camarógrafos, técnicos, escenógrafos, asistentes, entre otros) a medida que se van concretando los proyectos específicos.

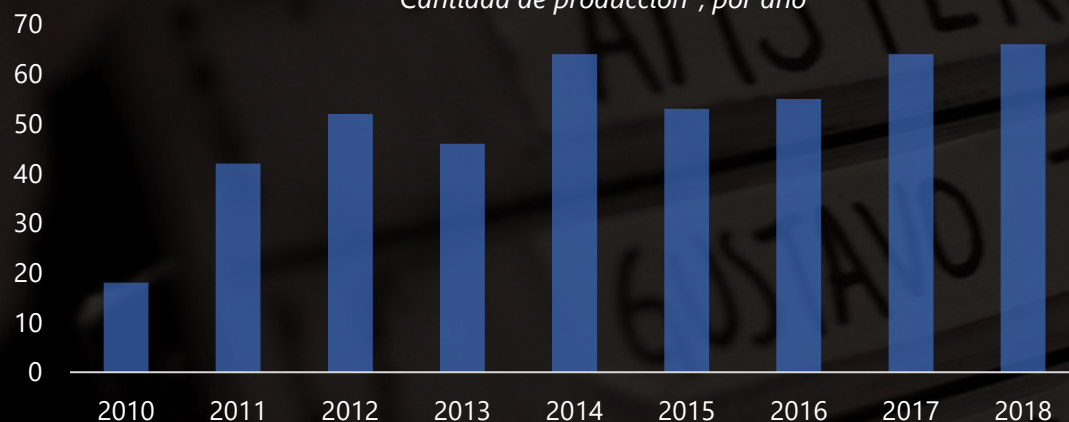
Estrenos en sala de productos nacionales



Fuente: ICAU

Producción nacional de productos audiovisuales

Cantidad de producción*, por año



Fuente: Cinedata

*Todo tipo de producción nacional, ya sean documentales/películas de corta, media y larga duración.

La **producción nacional total ha crecido en los últimos años**. El año 2018 culminó con un total de 66 productos (entre películas, cortos, documentales, y más), más del doble que la cantidad producida 10 años antes. Sin embargo, la cantidad de espectadores que asisten a los estrenos bajó: en 2019 llegó a un total de 53.423 personas, muy por debajo de las 109.859 personas que asistieron en 2017, año récord.²

Del top 100 de obras cinematográficas estrenadas en salas, **Uruguay solo acaparaba a 0,7% de los espectadores a 2019**; porcentaje que en 2017 alcanzaba 2,4%.³

¹ Dato disponible en: <https://icauc.mec.gub.uy/innovaportal/v/124815/3/mecweb/programa-uruguay-audiovisual-pua?parentid=111724>

² Memoria institucional ICAU 2019.

³ Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020. EGEDA - FIPCA

SOBRE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL

Empleos

A 2019, la actividad audiovisual empleaba a 9879 personas:

Sector	Empleados	
	Cantidad de personas	(%)
Agencias de publicidad	5184	52%
Televisión	1712	17%
Radio	1342	14%
Producción de películas, series y programas	1023	10%
Cines y distribuidoras de películas	513	5%
Postproducción	105	1%
Total Audiovisual	9879	100%

Clasificación tomada de "Industrias creativas en Uruguay. Informe sectorial" (2018) UruguayXXI

El promedio de **riesgo de automatización** de estos empleos (la probabilidad de que su trabajo sea sustituido en el futuro por una máquina) es de

49,7%

bastante **menor al promedio general** de 63,2%.¹

La posibilidad de que un empleo sea automatizable, y el tiempo que le lleve serlo, están condicionados por el tipo de tareas que implica. **Las tareas que involucran percepción y manipulación, inteligencia creativa e inteligencia social tienen menor riesgo de automatización.** Esto es porque la tecnología aún tiene mucho por mejorar y no ha superado la capacidad humana de realizar ciertas tareas como, por ejemplo, ensamblar objetos delicados, trabajar en posiciones incómodas, producir sensaciones a través del arte o ponerse en la piel del otro.

¹Cálculos propios en base a la Encuesta Continua de Hogares (ECH) de 2019 y Benedict Frey, C. & A. Osborne, M. (2013) "The future of unemployment: How susceptible are jobs to computerisation?", Oxford University.

En 2019 la industria audiovisual demandó:

En 2019, el 21% de los ocupados tenían empleos con bajo riesgo de automatización, 21% con riesgo medio y 46% con riesgo alto. En cambio, si se observa en la industria audiovisual, un 34% de los empleos son de bajo riesgo de automatización, 31% de riesgo medio y 26% de riesgo alto. Esto indica que **la industria audiovisual tiene un porcentaje considerablemente menor de riesgo alto de automatización en sus empleos, respecto al total de la economía**

Riesgo bajo

Algunos son:



Directores de cine y afines



Diseñadores gráficos y multimedia



Representantes comerciales



Electricistas de obras y afines



Directores de publicidad y RR.PP



Fotógrafos



Periodistas



Directores generales y gerentes generales



Locutores de radio, televisión y otros medios

Riesgo medio

Algunos son:



Instaladores y reparadores en tecnología de la información y las comunicaciones



Profesionales de la publicidad y la comercialización



Limpiadores y asistentes de oficinas, hoteles y otros establecimientos



Técnicos de radiodifusión y grabación



Peones de carga

Riesgo alto

Algunos son:



Personal de apoyo administrativo bajo otros epígrafes



Oficinistas generales



Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes



Redactores de carteles, pintores decorativos y grabadores



Cajeros y expendedores de billetes



Empleados de contabilidad y cálculo de costos

Nota 1: Riesgo bajo refiere a un riesgo de automatización de 0%-30%, riesgo medio a 31%-70% y riesgo alto a 71%-100%

Nota 2: Los porcentajes del total de empleos no suman 100 debido a cuestiones metodológicas en las que algunos empleos no tienen calculado su riesgo.

Fuente: Elaboración propia en base a ECH 2019 y Benedict Frey, C. & A. Osborne, M. (2013) "The future of unemployment: How susceptible are jobs to computerisation?", Oxford University.

INCENTIVOS

El Programa Uruguay Audiovisual (PUA)¹ es uno de los incentivos financieros más importantes. Surgió en el 2019 y su cometido es la **atracción de producciones internacionales, el apoyo a la producción nacional de contenidos y al sector publicitario**.² Consiste en un **sistema de cash-rebate**, por lo que según los montos mínimos de los proyectos, se eligen ciertos gastos y estos son devueltos a los realizadores.

Realización de producciones internacionales

- El PUA internacional está dirigido hacia productoras extranjeras que quieran producir en el país largometrajes, cortometrajes, videoclips, animaciones, documentales, producciones televisivas y series internacionales. **Los proyectos deben ser de un mínimo de USD 300.000.**
- Consiste en la **devolución de hasta un 25% de los gastos elegibles** incurridos en la preproducción, producción y/o postproducción, **con la condición de que la actividad se realice total o parcialmente en el país, y se trabaje con empresas locales.** El dinero se devuelve en efectivo y se basa en 3 franjas de gastos, con cierto tope de devolución.

Realización de publicidades

- **Durante el 2020, se lanzó el PUA para las producción de publicidades.**
- Una vez más se apunta a las tareas de preproducción, producción y/o postproducción que se realicen en Uruguay para producciones del exterior. El proyecto deberá ser de **mínimo USD 300.000 y se reembolsa hasta 20% del monto total con un tope de USD 100.000 por proyecto.**

¹ Este programa se lleva a cabo a través de ANDE (Agencia Nacional de Desarrollo), en conjunto con el MEC (Ministerio de Educación y Cultura), mediante el ICAU (Dirección del Cine y Audiovisual), el MIEM (Ministerio de Industria, energía y minería) a través de DINATEL (Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual) y Uruguay XXI. Las bases de los distintos programas están disponibles en la página web de ANDE.

² Hoja de Ruta Industrias Creativas – Sector Audiovisual. 2018. Transforma Uruguay.

INCENTIVOS

Realización de producciones nacionales

- Respecto a esta línea, existe la Línea destinada a la preproducción y postproducción (Línea A) y la destinada a la fase de desarrollo (Línea B). Respecto a la primera línea, depende de la categoría el monto mínimo requerido y el tope de financiamiento, siendo Ficción y animación mayoritariamente Nacional, Ficción y animación minoritariamente Nacional y Documentales (tanto minoritario como mayoritariamente nacional). En el caso de la segunda Línea, el monto de financiamiento depende de los montos mínimos requeridos para realizar el proyecto.
- **Los PUA nacionales, que apoyan producciones con importante talento uruguayo, permiten formar y capacitar a los técnicos en producciones relativamente pequeñas para luego participar en producciones internacionales, aumentando así la calidad del capital humano.**

Otros incentivos:

IVA Cero:

Además de los PUA, existen otros mecanismos de financiamiento, entre los que se encuentra el IVA Cero, el cual implica la exoneración del IVA para gastos de piezas filmadas en Uruguay destinadas al exterior. Dentro de los proyectos referidos se encuentran largometrajes, cortometrajes, videoclips, animaciones, documentales, producciones y series de televisión, así como también servicios de distribución.

Otros fondos y concursos:

- Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual.
- Fondo de Incentivo Cultural (FI)
- Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Actividad Audiovisual Nacional (FONA)
- MVD Socio Audiovisual
- MVD Filma
- SeriesUy
- Ibermedia

CRECIMIENTO RECIENTE

El año 2020 comenzó con importantes turbulencias. No obstante, el **sector audiovisual registró un considerable aumento de producciones realizadas en el país**. Tal es así, que varias **plataformas de streaming han comenzado a filmar proyectos en Uruguay** y a concretar muchos más.

Los principales motivos del aumento de producción se debieron a:

I

PUA: hace que los costos de producción sean menores en comparación con otros países.

II

IVA CERO: sistema de devolución de IVA

III

Situación sanitaria con menores dificultades en comparación con otros países de la región

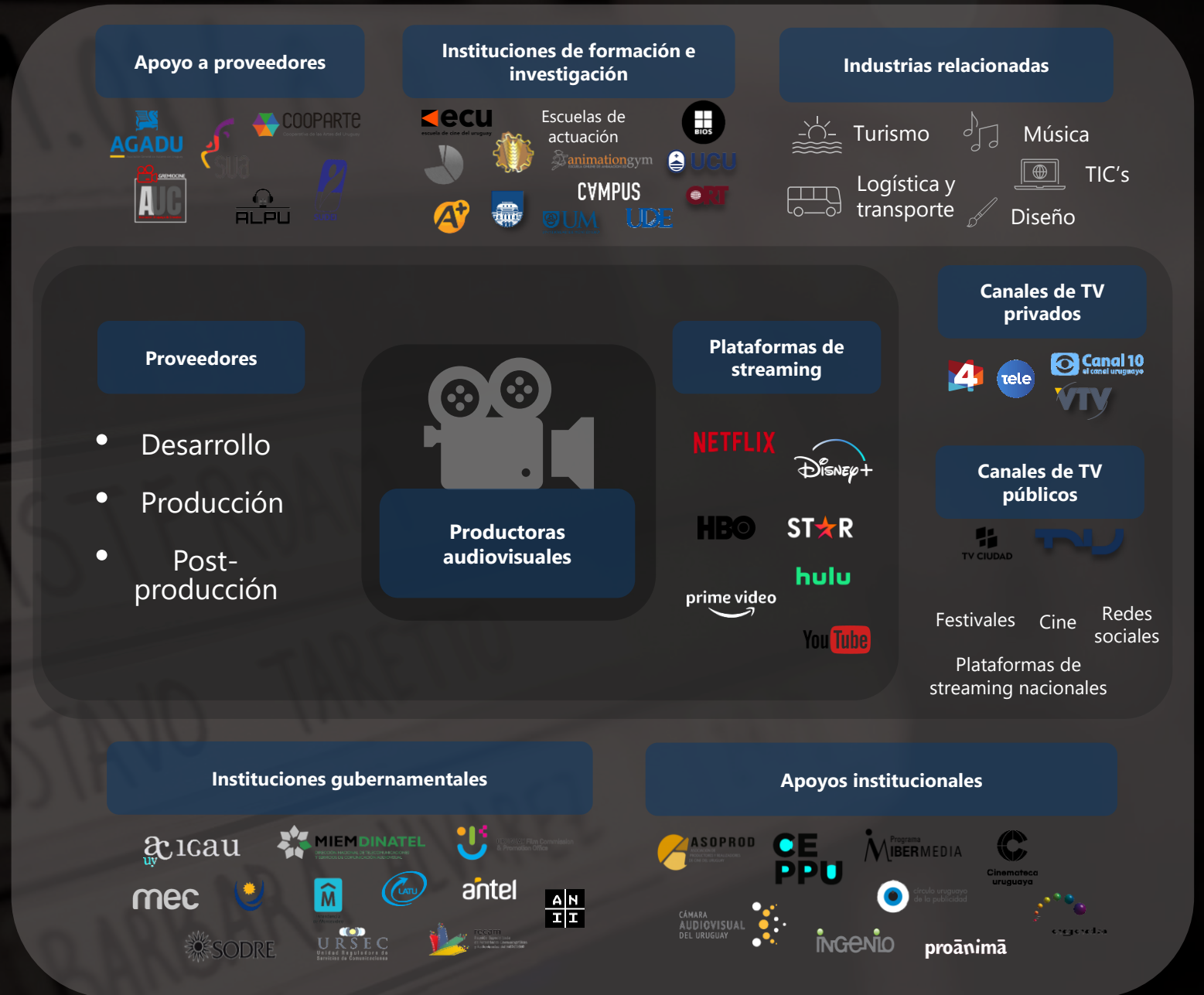
Ante un eventual futuro sin pandemia o con países con menores precios que Uruguay, es posible que las plataformas decidan cambiar a otro destino. Es **necesario aportar un valor agregado que marque la diferencia** con otras naciones, y así anclar a quienes decidieron producir en el país. Esta valor agregado se encuentra en el profesionalismo de los que producen, y la presencia de técnicos, guionistas y otros creadores de contenido que permitan realizar el total de la producción en el país.

Varias productoras y actores del sector en conjunto con la Universidad ORT firmaron en marzo de este año un **acuerdo** en el que se comprometen a realizar un estudio para evaluar la realidad actual y futura de las productoras uruguayas, **con el objetivo de profesionalizar y perfeccionar las opciones de capacitación**. Además, el boom de servicios de producción es una oportunidad de aprendizaje y generación de redes de contactos.

MAPA DE ACTORES

Existe consenso entre las productoras respecto a los actores relevantes. En especial, dentro de los apoyos gubernamentales se destaca la figura del ICAU, y otros actores como el MIEM- Dinatel, el Ministerio de Educación y Cultura, Ibermedia y la Intendencia Municipal de Montevideo.

Dentro de los apoyos institucionales, se destacan la ASOPROD y CEPPU. Resaltan además el rol de la red de cines uruguayos, así como los festivales de cine, y el esfuerzo de guionistas y directores independientes. Señalan asimismo el peso que tienen las plataformas de streaming para impulsar proyectos. En el ámbito educativo, se reitera a la Escuela de Cine del Uruguay como referente en la formación de productores y directores.



METODOLOGÍA

Con el cometido de conocer en profundidad la actividad audiovisual y sus agentes, **en CERES realizamos un relevamiento en formato virtual a productoras uruguayas, en conjunto con entrevistas en profundidad a actores puntuales.** La estrategia para realizar el relevamiento y estudiar la competitividad de la actividad audiovisual se establece en el marco de un cluster¹. La estructura es definida por Michael E. Porter como un conjunto de empresas interconectadas e instituciones asociadas -geográficamente próximas- vinculadas por aspectos comunes y complementarios².

El cuestionario realizado a las productoras **cubre aspectos generales** (establece el tamaño, línea de negocios y porcentaje de productos que son destinados a la exportación), **tiene un componente de reflexión y un set de preguntas que tiene como fin analizar la competitividad del sector.** Este se divide en cuatro categorías que correspondientes con los cuatro vértices del diamante de Porter –herramienta conceptual utilizada para analizar la competitividad de la actividad-.

1 Condiciones de los factores de producción: posibilitan determinar si se produce de manera exitosa y con buena calidad, de forma de competir a nivel internacional.

2 Condiciones de la demanda: se enfocan en entenderla desde el punto de vista de los espectadores locales, internacionales y plataformas de streaming.

3 Industrias relacionadas y de apoyo: busca comprender la relación entre los sectores en la medida que un correcto funcionamiento incentiva la innovación.

4 Estructura, estrategia y rivalidad de las firmas: permite evaluar si el mercado genera el contexto necesario para que se dé la competencia entre las productoras locales, y de esa manera se estimule la innovación de los procesos.

¹Ver Jerusalmi et al. (2009): "Estudio de caso. Cluster Audiovisual en Uruguay" Instituto de Competitividad, Universidad Católica del Uruguay y PACC (2008): "Audiovisual". Plan de refuerzo de la competitividad (PCR). DI.PRO.DE/OPP

²Ver Porter, M. (1998): "Clusters and Competition: New Agendas for Companies, Governments, and Institutions." Harvard Business School Working Paper, No. 98-080.

ANÁLISIS

I. Condiciones de los factores

Locaciones

Uruguay posee las cuatro estaciones bien diferenciadas, con una vasta cantidad de paisajes -ciudad, campo, playa, entre otros- y de riquezas arquitectónicas semejantes a países europeos, con lugares históricos y modernos. Se diferencia de sus vecinos (Brasil y Argentina) por la corta distancia entre locaciones, lo cual permite acceder a diferentes escenarios en menor tiempo, y la seguridad.

Infraestructura

Uruguay se encuentra valorado positivamente en términos de infraestructura aérea, puertos y vialidad. Estas facilidades implican que el acceso a múltiples escenarios sea de forma rápida. La disponibilidad de infraestructura específica -particularmente sets de filmación adecuados- ha mejorado al incorporar en 2020 una zona franca audiovisual en Punta del Este y REDUCTO en Montevideo.

Conectividad

Dentro de Latinoamérica, Uruguay es el más avanzado en el desarrollo de las TIC, tiene la mayor penetración de internet por fibra óptica y está dentro de los países con mayor velocidad de descarga dentro de la región¹. Además, las incorporaciones del cable submarino con Google, y el Data Center Ing. José Luis Massera implican mejoras de conectividad y confirman el compromiso con la seguridad en el almacenaje y protección de activos digitales.

¹Uruguay XXI (2018). Uruguay: Una revolución tecnológica en poco más de una década

Insumos fílmicos

La calidad de los insumos hace la diferencia y repercute directamente en el producto. Para ello, un gran número de productoras tienen como principal proveedor a Musitelli, quien provee equipamiento actualizado y en consonancia con las últimas tendencias internacionales.

Mano de obra

Hay técnicos con excelente capacidad en el país. La actividad audiovisual, gracias a su necesidad creativa y uso intensivo de capital, no es tan susceptible al riesgo de automatización.

Innovación y emprendedurismo

La industria se creó y creció en base a los esfuerzos de las productoras nacionales. Aún faltan apoyos a la innovación en el sector, para que los continuos esfuerzos emprendedores de las productoras tengan más frutos.

Capacitación

Si bien el mercado uruguayo presenta cursos y carreras en el área audiovisual, la experiencia ha sido el principal motor de los recursos humanos para calificarse. En efecto, se detecta una necesidad del sector audiovisual de contar con mayor oferta de mano de obra técnica y especializada.

ANÁLISIS

II. Condiciones de demanda

Demanda de productos publicitarios

Corresponde a agentes económicos nacionales e internacionales que intentan generar un impacto en los consumidores de sus productos. Independientemente de si las productoras brindan servicio de producción o también se involucran en el contenido del producto, responden a la demanda de las empresas.

- Este tipo de producto es con el cual creció la actividad en sus inicios, ya que se caracteriza por requerir pocos días de filmación. Asimismo, el hecho de poder trabajar a “contra estación” del hemisferio norte hace que grandes empresas de esa área geográfica elijan países como Uruguay para filmar.

Demanda nacional

Apunta principalmente a público local. Este tipo de producción es minoritaria. La opinión de la población y su comportamiento tiene un alto grado de influencia. Las preferencias de la población en cuanto a tipo de entretenimiento y la valoración por el producto uruguayo son factores determinantes para las productoras a la hora de generar contenido.

Demanda internacional

La demanda está formada por plataformas internacionales o agentes internacionales que encontraron en Uruguay un lugar favorable para producir.

La extensión del PUA, la reputación de las productoras y las características del país han hecho que la agenda de proyectos se encuentre cada vez más llena.

Canales de TV

Demandantes de servicios de producción o coproducción con empresas locales, se enfrentan a la amenaza de la creciente popularización de las plataformas de *streaming*. Debieron por lo tanto cambiar su estrategia para generar un diferencial con respecto a esa otra oferta. **Este diferencial se centra en la apuesta a la programación en vivo, lo actual y lo local.**

ANÁLISIS

III. Sectores relacionados y de apoyo

Turismo

Las locaciones (sitios de filmación) son sumamente relevantes para la actividad audiovisual. Varios de los lugares elegidos para rodar, por sus características naturales o específicas para un producto en particular, son también elegidas como destino turístico. De hecho, hay sinergias entre ambas actividades ya que una apoya a la otra, en el sentido de que quienes intervienen en el rodaje hacen turismo.

Cultura

Se relaciona íntimamente con la producción audiovisual, especialmente la nacional. La creación de una obra local tiene fuertes vínculos con la cultura del lugar, por ejemplo, en la musicalización de las obras o las particularidades de los guiones. La actividad comparte mano de obra, e incluso insumos con el teatro, el diseño y la estética, que engloba vestuario, maquillaje y escenografía específica.

Transporte

La industria del transporte es vital para efectuar el traslado de equipos, personal y elementos necesarios para desarrollar la producción. No solo importa la posibilidad de llegar a zonas determinadas, sino también disponer de la infraestructura necesaria para que ingresen desde el exterior otros factores necesarios.

TICs

La interrelación entre las TIC y la actividad audiovisual, incide directamente en el desarrollo de software específico, en especial para efectos especiales y otros aspectos de la producción y postproducción, puede aumentar la calidad del producto final. Además, es un sector clave en el traslado del producto en formato digital.

Financiamiento específico

Los factores relacionados al financiamiento han sido destacados como de suma importancia, en especial el Programa Uruguay Audiovisual, en el cual se incentiva a que las producciones internacionales se localicen en Uruguay y utilicen los servicios de producción nacionales. Algunos actores lo destacan como uno de los gatillos que ha puesto a Uruguay en el mapa.

Marca país

Uruguay Audiovisual es la marca con la que se busca posicionar al país para la atracción de proyectos extranjeros. Es de amplio alcance, no solamente en términos de identificación de Uruguay, sino que también la plataforma facilita información para posibles proyectos, mediante el directorio audiovisual, la exhibición de locaciones y los incentivos propuestos por el Estado.

ANÁLISIS

IV. Estructura estrategia y rivalidad

Marco regulatorio

Existe una serie de leyes que atañe a la actividad audiovisual y ayuda a su promoción. Entre ellas se encuentran aquellas que prevén la creación del ICAU y del FONDES (en la que se incluye el PUA), las normas de derecho de autor y la reglamentación del Sector Cinematográfico Audiovisual, entre otros.

Cooperación entre los diferentes actores

Las instituciones y las productoras tienen diálogo y relacionamiento. Con las instituciones educativas, existe el diálogo, pero aún falta avanzar para que la formación supla las necesidades de la actividad audiovisual. Las instituciones gubernamentales son un apoyo fundamental. No obstante, el relacionamiento difiere según el caso.

Aspectos administrativos

Los aspectos burocráticos afectan a todas las actividades de la economía en mayor o en menor medida. Esto tiene que ver con la importancia que el gobierno le dé a la actividad audiovisual. La burocracia es un aspecto a mejorar, puesto que puede desalentar a los emprendedores.

Efecto derrame

El efecto derrame de las grandes producciones con amplia capacidad financiera y con requerimientos de alta calidad permite elevar la competitividad de la actividad en la medida que las productoras uruguayas comienzan a tejer redes internacionales y a generar contenido en el país. Por otro lado, existe un efecto derrame propio de la generación del clúster, debido a que el capital humano fluctúa en varios proyectos, teniendo la posibilidad de ampliar su conocimiento permanentemente

Intensidad de la competencia local

Existe un grupo de productoras con alta participación internacional que brindan servicios de producción y en menor medida coproducen. Es un grupo reducido de empresas con alta participación en el mercado. También se encuentra el área de la publicidad, que tiene nuevos participantes por el desarrollo de nuevas interacciones entre los consumidores y el producto a través de las redes sociales. Por otro lado, se encuentran las pequeñas productoras, que tienen mayor interacción con el mercado local al hacer productos uruguayos o destinados al público uruguayo. La competencia sirve como incentivo para que las productoras mejoren aún más la calidad de sus productos.

CASOS DE OTROS PAÍSES

Nueva Zelanda

- Es un país de **importante reconocimiento internacional en el sector audiovisual**, comparte con Uruguay incentivos como el cash rebate y fortalezas a nivel países como la diversidad de locaciones.
- La Comisión de Cine de Nueva Zelanda (NZFC) tiene un rol central en materia de política pública, tanto en el financiamiento de las producciones audiovisuales, como en la promoción y estímulo del contenido nacional¹. La modalidad principal es el financiamiento no reembolsable a cambio de una participación en el proyecto que permite a esta agencia recuperar la inversión realizada. Asimismo, ofrecen apoyos de financiamiento a guionistas y productores, becas para futuros cineastas y apoyos para la distribución local e internacional, entre otros programas.
- La filmación en NZ de películas como El Piano (1993), Criaturas Celestiales (1994) y El Señor de los Anillos (2001), hicieron que surjan propuestas de **turismo audiovisual**, destacando a Wellington como capital cinematográfica y ofreciendo a los turistas visitas a las locaciones en las que se realizaron diferentes películas.²

América Latina

Argentina

- El INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales) tiene una vasta trayectoria.
- El INCAA ofrece créditos para la producción de películas nacionales y coproducciones. Asimismo, ofrece subsidios para la exhibición en salas en base a la recaudación (dependiendo de si la película es caracterizada como de interés especial o de interés simple) financia parte de los costos de la película.³

Colombia

- Entre los apoyos económicos que ofrece la Comisión Fílmica Colombiana se encuentran: la exención sobre la renta hasta del 50% de las ganancias generadas por productores de cine, la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, y un esquema de incentivos tributarios para inversionistas y donantes en proyectos de carácter nacional. Se suman una devolución del 40% de los servicios cinematográficos y un 20% de los servicios logísticos prestados para películas rodadas total o parcialmente en Colombia y la exención del pago del IVA para la exportación de producción audiovisual.⁴

¹Ver página web: <https://www.nzfilm.co.nz/>; ²Ver página web: <https://www.newzealand.com/mx/feature/wellington-film-capital-of-new-zealand/>.

³Ver página web: www.incaa.gov.ar/; ⁴Para más información ver: https://es.investinbogota.org/sites/default/files/2017-11/actualidad_del_entorno_de_negocios_no_07_0.pdf

RECOMENDACIONES



I Diversificar las opciones de capacitación - Actualmente la formación es larga y de amplio alcance, por lo que para una actividad dinámica que requiere personal capacitado en base a la ejecución del oficio, no es lo ideal. **No solo se requiere aumentar la oferta disponible sino repensar la educación y capacitación para la actividad audiovisual.** De esa manera se podría responder a la falta de técnicos especializados, altamente demandados hoy en día con la concreción de nuevos proyectos con plataformas internacionales.



II Sistema de pasantías - Varios productores resaltaron la necesidad de que haya un espacio para que las personas que estudian carreras relacionadas al sector audiovisual tengan **la posibilidad de poner en práctica sus habilidades en una producción, y verla de principio a fin.** Se propone para ello la creación de convenios entre instituciones educativas, productoras y organismos relacionados a la actividad audiovisual para generar un sistema formal de pasantías. El acuerdo entre algunas productoras y ORT propone un avance en este sentido.



III Publicitar el turismo audiovisual- La actividad audiovisual está en pleno crecimiento por lo que existe la posibilidad de que los servicios de producción brindados en el país consigan generar **productos reconocidos internacionalmente.** Por lo tanto, podría **conectarse el potencial turístico del país con la producción audiovisual, promocionando a Uruguay como destino para conocer los lugares de filmación de diferentes productos.**

RECOMENDACIONES

IV

Mejoras de cooperación con canales de TV - Los canales de televisión son una ventana de exhibición de contenidos. Por lo tanto, fomentar las relaciones entre los canales, las productoras y los organismos estatales es de vital importancia. En efecto, se ha puesto de manifiesto en las entrevistas con las productoras y en el relevamiento, la necesidad de que los canales sean por excelencia la vía de difusión y distribución del contenido uruguayo. Se podría ahondar en la coproducción en conjunto con productoras independientes.

V

Continuidad de la Marca País - La presencia en ferias internacionales y la promoción del país como hub de servicios audiovisuales mediante la configuración de una marca país forma parte de las políticas que se encuentra llevando a cabo Uruguay XXI y que se destaca como positiva, a continuar y profundizar.

VI

Incentivos - Es necesario fortalecer y profundizarlos, ya que son el gran aliado de las productoras. Particularmente el PUA y la exoneración del IVA, permiten diferenciar al país de sus competidores y ubicarlo en un lugar de preferencia internacionales

REFLEXIONES FINALES

Uruguay es un país con características favorables para la producción audiovisual. Su ciclo climático, locaciones variadas a cortas distancias, estabilidad democrática y ambiente seguro, sumado al desarrollo profesional de la actividad audiovisual de los últimos años, le han permitido obtener reconocimiento a nivel internacional. Este reconocimiento ha generado que cada vez más empresas elijan al país como destino de producción, fomentando la sinergia del aprendizaje mediante la experiencia.

Por su naturaleza, **la creación del producto audiovisual genera una gran cantidad de puestos de trabajo** en la industria y actividades afines, lo que genera un **derrame positivo en toda la economía** y de gran magnitud. Esto aumenta las oportunidades de obtener un primer empleo para los más jóvenes, o de inserción laboral para los que están buscando trabajo. Asimismo, crea puestos **difíciles de automatizar**, los que van a perdurar en el futuro.

Por las características de la actividad y del país, **Uruguay puede constituirse como un gran hub para el sector.**

En Uruguay existe una serie de fondos de financiamiento y políticas públicas orientadas a incentivar la producción audiovisual. Se destaca principalmente el programa PUA, y el rol de la Intendencia de Montevideo a través de la oficina Montevideo Audiovisual

El crecimiento de la actividad recién ha comenzado y aún queda lugar para potenciar aspectos que permitan acercarse al máximo nivel de producción: mejorar las redes entre los actores del sector explotando las instancias de relacionamiento; mejorar la comunicación de las productoras con las instituciones de capacitación; adaptar la capacitación a la demanda de experiencia del mercado; fortalecer aún más el financiamiento, y crear un camino de diálogo con los canales de televisión.

