



JORNADAS DE
**CINE, CULTURA E
INTEGRACIÓN**
LATINOAMERICANA

**SIMPOSIO
INTERNACIONAL**

**"LAS INDUSTRIAS CULTURALES
COMO HERRAMIENTAS DE
INTEGRACION LATINOAMERICANA"**

15 DE MAYO DE 2015

SIMPOSIO INTERNACIONAL

Las Industrias Culturales como Herramientas de Integración Latinoamericana



Esta publicación fue elaborada a partir de la recopilación de las ponencias presentadas en el Simposio Internacional: **“Las Industrias Culturales como Herramientas de Integración Latinoamericana”**, realizado en el marco de las jornadas de Cine, Cultura e Integración Latinoamericana que se llevaron a cabo desde el 15 al 23 de mayo de 2015.

© 2015, ALADI Secretaría General
TEL.: +598 24101121 FAX.: +598 24190649
Cebollatí 1461 - Código Postal 11200
Montevideo – Uruguay
sgaladi@aladi.org
<http://www.aladi.org>

ISBN: 978-9974-8520-0-6

Diseño y diagramación: Marcos De Oliveira, - O.A.I.C. - (Oficina de Asuntos Institucionales y Comunicación)

Los usuarios pueden copiar, descargar e imprimir los contenidos de la publicación sin fines de lucro, respetando la integridad de la misma y sin realizarle modificaciones, siempre que se mencione a la Secretaría General de la ALADI como fuente del material.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
ACTO DE APERTURA	9
Carlos Álvarez Secretario General de la ALADI.....	11
PANEL 1 Importancia de las industrias culturales en el desarrollo, desafíos y perspectivas para las industrias latinoamericanas	15
Sergio Mautone Director Nacional de Cultura Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay.....	17
Frédéric Vacheron Especialista de Programa de Cultura para el Cono Sur Director de Programa de Villa Ocampo UNESCO.....	21
Alberto Urthiague Gerente de Fomento Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales de Argentina INCAA.....	27
José Alonso Especialista en Economía de la Cultura Centro Latinoamericano de Economía Humana CLAEH.....	29
PANEL 2 Coordinación de esfuerzos para la integración latinoamericana en materia cultural	33
Christian Leroux Departamento de Acuerdos y Negociaciones ALADI.....	35
Nancy Caggiano Coordinadora de la Secretaría Técnica Reunión Especializada de Cine y Audiovisuales (RECAM) MERCOSUR.....	39
Elmer Schialer Director General Comunidad Andina.....	41

Boris Faingola Presidente Grupo Iberoamericano de Editores.....	45
Luis González Zaffaroni Director Ejecutivo Doc.Montevideo.....	47
PANEL 3 Políticas Públicas sobre las Industrias culturales en América Latina: el caso de la Industria Cinematográfica y la coproducción como herramienta de integración.....	51
Julio Ludueña Director de Cine Asociación de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC) Miembro de la Comisión Directiva.....	53
Tatiana Gaviola Cineasta Vicepresidenta de la Asociación de Directores y Guionistas de Chile.....	57
Juan Carlos Domínguez Domingo Instituto Mexicano de Cinematografía Coordinador del área de investigación.....	61
Julián Goyoaga Productor de "Anina" CoProducción Uruguay-Colombia.....	65
PALABRAS DE CIERRE.....	67
César Llona Subsecretario de Desarrollo del Espacio de Libre Comercio ALADI.....	69
Embajador Emilio Izquierdo Miño Representante Permanente del Ecuador ante la ALADI Coordinador del Grupo de Trabajo Ad Hoc: Cine, Cultura e Integración Latinoamericana.....	71
PELÍCULAS - Ciclo de Cine Latinoamericano.....	75
PELÍCULAS - Ciclo de Cine Latinoamericano (coproducciones).....	89
IMÁGENES - SIMPOSIO INTERNACIONAL "Las Industrias Culturales como Herramientas de Integración Latinoamericana"	95
IMÁGENES - Ciclo de Cine Latinoamericano.....	105

INTRODUCCIÓN

El Simposio Internacional “Las industrias culturales como herramientas de integración Latinoamericana” y el “Ciclo de Cine Latinoamericano”, primeras actividades desarrolladas en el marco de las Jornadas de Cine, Cultura e Integración Latinoamericana, fueron iniciativas gestadas en el seno del Comité de Representantes de la ALADI y como tales incluidas en el programa de actividades de la Asociación para el año 2015.

Asimismo, el Comité de Representantes creó el Grupo de Trabajo Ad Hoc: Cine, Cultura e Integración Latinoamericana como instancia de apoyo para el desarrollo y seguimiento de las actividades relacionadas con la temática, con el apoyo de la Secretaría General de la ALADI.

Por otra parte, la ALADI contó con el invaluable aporte de la UNESCO, la Cinemateca Uruguaya, el Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay y los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Educación y Cultura del Uruguay para la concreción de estas iniciativas.



ACTO DE APERTURA

SIMPOSIO INTERNACIONAL Las Industrias Culturales como Herramientas de Integración Latinoamericana



Carlos Álvarez

Secretario General de la ALADI

El Simposio presenta dos grandes desafíos: el primero es que el evento logre encontrar el camino para proseguir con el esfuerzo de ayudar a construir industrias latinoamericanas culturales regionales y más fuertes; y el segundo desafío es lograr una articulación con el conjunto de los organismos de integración de América Latina.

Es un tema que, por su naturaleza, sus características, su aporte estratégico, más allá de la diversidad ideológica y de los modelos nacionales de desarrollo de los países, lo deben tomar el conjunto de los organismos de integración de América Latina. En particular, cuando existen organismos que poseen una amplia experiencia como la RECAM en el MERCOSUR, por este motivo surge la necesidad de trabajar con la Comunidad Andina, UNASUR, ALBA, CELAC, y el conjunto de los instrumentos creados para fortalecer la integración.



Por otra parte, es necesario diferenciar las dos facetas del ámbito cultural: Una faceta que es central tiene que ver con la “pertenencia”, “la construcción de significados” y “la identidad” de América Latina. Lo cultural es fundamental en la construcción de la identidad, tanto así que hasta 1960-1970 la integración de América Latina era una integración política-cultural porque era un continente sumamente heterogéneo y asimétrico, y parecía que en lo único que se podía avanzar era en lo “cultural”.



En el mundo de las industrias culturales, se produce una contradicción muy grande, por un lado las industrias culturales tienen una influencia cada vez más importante en el terreno económico a nivel mundial. En Estados Unidos las industrias culturales deben ser la 3ª o 4ª industria en términos de ingresos. Las industrias culturales tienen un nivel de importancia en la matriz productiva de algunos países que realmente impacta. Y al mismo tiempo, se destaca la importancia que ha tenido la circulación de los significados a través de las industrias culturales.

Paradójicamente, el crecimiento de las industrias culturales ha hecho que se pierda relevancia en algunas industrias importantes, por ejemplo la industria editorial. Esta es una actividad que se ha transnacionalizado y concentrado. Se han transnacionalizado los negocios, los significados y la circulación, por lo que resulta muy complejo compensarlo a través de estrategias nacionales.



El tema de las industrias culturales, se lo asocia extraordinariamente al tema de la globalización, por lo que significa industria del entretenimiento, internet, la comunicación satelital, la comunicación electrónica, la revolución tecnológica ha impactado fuertemente en el tema de las industrias culturales, y frente a estos temas de impacto global es muy difícil enfrentarlo desde estrategias solamente nacionales.



Por lo tanto, cada país debería visibilizar el tema cultural como un tema económico y social vinculado al desarrollo y no, a los placeres estéticos de la alta burguesía. Este es un tema que se ha ganado importancia en las estrategias de desarrollo económico y social de los países.

En relación al segundo tema, sobre la dificultad para articular acciones en términos regionales, se pueden destacar experiencias interesantes.

El caso de IBERMEDIA con España y Portugal, es una experiencia interesante y contempla un mercado de 700 millones de personas. Si se suma el mundo hispano parlante de Estados Unidos y las audiencias que tiene Latinoamérica, se llega a la conformación de un mercado extraordinariamente importante.

Por lo tanto, lo que se busca en este Seminario es:

1. Obtener un diagnóstico sobre las industrias culturales, ya que es un mundo sumamente heterogéneo y diferente. Está la industria del disco, la industria fonográfica, la cinematográfica, la editorial, la audiovisual, entre otras. Son realidades diferentes. Lo importante es lograr un diagnóstico de una situación lo más integral posible.
2. Obtener pautas de cómo un organismo regional de integración, convocando al conjunto de los demás organismos, puede aportar a esta estrategia de desarrollo de las industrias culturales. La forma en que los organismos regionales, en este caso la ALADI junto con MERCOSUR, CAN, UNASUR, ALBA y CELAC, pueden incorporar valor a estas estrategias de desarrollo nacional.

Por otra parte, evaluar la viabilidad en el corto plazo de generar una rueda de negocios de las industrias culturales latinoamericanas. En estas industrias es fundamental la complementación, es fundamental asociarse, son fundamentales las coproducciones, el conocimiento recíproco y son fundamentales los intercambios. Por tanto, sería muy positivo tener en el corto y mediano plazo una EXPO ALADI vinculado a las industrias culturales

Integrarse es poner en valor comunitario lo de cada país, la riqueza, el potencial económico, creativo de cada país. Por tanto, se debe analizar la manera desde lo regional, desde una visión común latinoamericana, de agregarle valor a las industrias culturales y cómo esta iniciativa va a fortalecer la presencia latinoamericana, la autoestima y el protagonismo de la América Latina en un mundo que está cambiando.



PANEL 1

**Importancia de las industrias
culturales en el desarrollo,
desafíos y perspectivas para las
industrias latinoamericanas**



Sergio Mautone

Director Nacional de Cultura

Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay

Estas instancias son fundamentales para intercambiar ideas y conceptos, así como también para consolidar y construir el carácter de la cultura como un pilar sostenible de nuestros países y nuestras economías.

Mucho se ha avanzado en estos últimos años en lo que tiene que ver con este concepto. Sin embargo, falta mucho por avanzar y estas instancias, son en sí mismas importantes para lograr que los Estados tomen conciencia sobre su valor y el rol que cumple la cultura y las industrias creativas.



Hay una gran dicotomía a nivel del continente. Es un continente de una gran diversidad cultural, es productor de cultura pero todavía no ha desarrollado la capacidad de intercambiar sus producciones o de darles el valor para que ingresen dentro del mapa de intercambios con otra perspectiva. Somos esencialmente un continente importador de culturas, sobre todo en el ámbito audiovisual. En el caso de Uruguay, a pesar del fomento, seguimos siendo esencialmente importadores y nuestras TV así lo muestran. Si nos remitimos a presencia de ficción en nuestras pantallas, un porcentaje sustantivo es de ficción importada y no de nuestro propio continente, sino esencialmente de Estados Unidos. En términos de 6000 horas de ficción que consumen los uruguayos en pantallas abiertas, menos del 1% responde a producción local



y no mucho más allá del 4%, 5% o 10% responde a producción latinoamericana. Esto señala que, a pesar de los avances que se han dado en políticas de fomento, aún hay un desbalance sustantivo, siendo naturalmente Estados Unidos quien concentra en el entorno del 50% de la producción.

¿Cómo se resuelve esta asimetría?, al margen de las distintas políticas de fomento que se vienen desarrollando. Hay un primer elemento básico y esencial, es comunicarnos, encontrarnos, intercambiar, porque la cultura es una herramienta fundamental para la promoción, para impulsar la cooperación, para el intercambio de nuestras diversidades y por tanto el afianzamiento de nuestras identidades. Por extensión es una herramienta fundamental para asegurar el cumplimiento de los derechos humanos. Sin embargo, algo tan simple como buscar los puntos de encuentro no resulta sencillo para nuestro continente.

Se ha dado un primer gran paso dentro del ámbito de UNASUR, con la concreción de nuestro mercado de industrias creativas, lo que ha significado un impacto de inmediata reacción en todos nuestros países y en todos nuestros mercados. Solo de Uruguay se convocaron a más de 100 personas involucradas de alguna manera en el tema de industrias creativas, y en cultura en general. Lo que ha permitido un espacio de intercambio que ha sumado a la cadena de valor y que ha agregado un paso concreto hacia ese necesario encuentro para intercambiar nuestros productos, nuestras sensibilidades, nuestras producciones. Tendremos nuestro propio encuentro en Colombia el próximo año.

En el sentido de afianzamiento de nuestro intercambio, las distintas modalidades de IBER (ejemplo IBERMEDIA), generan herramientas concretas que vienen objetivamente desarrollando posibilidades de crecimiento en el negocio, también acentuando los espacios de intercambio cultural entre países que no tenían, hasta la aparición de estas herramientas, la posibilidad de verse y de intercambiar sus producciones, o sus puntos de vistas sobre sus producciones. Por lo tanto, el desarrollo y afianzamiento de herramientas de este tipo son fundamentales a los efectos de avanzar en este sentido.

Estamos todavía en un estadio creciente, analizando la situación de Uruguay y de la región en algunos sentidos y la del continente. Es relativamente reciente en nuestra conciencia el contabilizar el impacto de estas industrias en la economía país, más allá de las dificultades técnicas y objetivas que esto significa. La creación de los estudios de cuenta satélite desde el año 2012, en relación al año 2009, ajustadas recientemente, arrojan algunos resultados que señalan que las industrias creativas están impactando de manera sensible en nuestro PBI, cerca del 1% en cultura a 2009 y en el entorno del 0.5% del PBI la producción audiovisual. No solo señalan que esto es fundamental, sino que ante todo recogen un elemento, considerar al sector como tal y contabilizarlo en términos económicos, y de esta manera también pensarlo desde una lógica de desarrollo y de fomento.

Por otra parte, se han creado en el país una serie de fondos que apoyan el desarrollo cultural. Esa línea se debe seguir trabajando, pero se debe dar un paso más porque no alcanza con los mecanismos que han surgido en los últimos tiempos, sino que debemos adentrarnos en una discusión a fondo de cuáles serían los mecanismos a desarrollar, procurando desde



todos los puentes a nivel latinoamericano una mayor capacidad de intercambio entre nuestras producciones para poder ampliar nuestros mercados y nuestra sensibilidad, apoyar y apostar a una mejor convivencia dentro de nuestro continente.

Por último, señalar que es fundamental discutir industrias creativas, pero discutamos también en un entorno la necesidad de afianzar las herramientas culturales como tales. Hacerlo de una manera ordenada, porque nos permitirá visualizar la cultura como un aspecto fundamental a incorporar en nuestras agendas de gobierno. Cuando diseñamos el modelo de funcionamiento de nuestros países hablamos del trabajo para nuestra gente, vivienda, salud, educación, pero no siempre de la cultura para nuestra gente. Ese es un discurso que debemos ayudar a construir, porque de esta manera ayudamos a integrarlo dentro de la agenda de nuestros gobiernos.

En este sentido, en Uruguay existe un mandato Presidencial al respecto. El día de su asunción, el Presidente de la República, dio a conocer dentro de su plan de gobierno la necesidad de trabajar en un Plan Nacional de Cultura. Es una responsabilidad que asumimos y sobre la que estamos implementando los primeros pasos. Nos parece que nuestro país, en la medida que conforme de una manera ordenada y sistémica una visión sobre la cultura en general dentro de las industrias culturales, habrá de cumplir un rol fundamental y capital. En la medida que logremos avanzar estaremos también avanzando mucho más allá de nuestro país porque ayudaremos desde nuestra reflexión esta mirada a nivel de continente.

El próximo año, se celebrará la firma de la Carta Cultural Iberoamericana y sería un contexto apropiado presentar en dicho marco un Plan Nacional en la medida que avancemos en la discusión sobre el mismo.



Frédéric Vacheron

Especialista de Programa de Cultura para el Cono Sur
Director de Programa de Villa Ocampo
UNESCO

Esta es una excelente oportunidad para presentar el Informe sobre la Economía Creativa elaborado por la UNESCO y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. Con este informe se busca contribuir a los esfuerzos de la ALADI para intercambiar experiencias internacionales en el valor de la creatividad cultural para el desarrollo y proponer a la cultura como una prioridad en la agenda.

Esta publicación incluye estudios de casos, análisis estadísticos, una propuesta de indicadores que demuestran el valor de la creatividad y la cultura como motores del desarrollo sostenible e inclusivo, ejes fundamentales para que los responsables del desempeño de políticas públicas puedan tomar decisiones acordes con las necesidades de su localidad.



La economía creativa representa actualmente uno de los sectores de la economía con mayor expansión en términos de generación de ingresos, creación de empleos y aumento de ingresos en exportaciones. Las áreas que comprenden la economía creativa abarcan múltiples actividades, como el diseño, la música, la literatura, los audiovisuales, entre otros.

De manera general el comercio mundial de bienes y servicios creativos se ha duplicado desde 2002 a 2012 y ha alcanzado la cifra de US\$ 624.000 millones. Por ejemplo, en Argentina las industrias culturales y creativas dan trabajo a unas 300.000 personas y representan el 3.5%



del PBI del país. Solo en Buenos Aires, el sector cultural, creció un 73% entre 2004 y 2010 y los puestos de trabajo en el sector audiovisual aumentaron un 94% durante los últimos 15 años. En el caso de Colombia, el 3,4% del PBI de Colombia es generado por su economía creativa. En Ecuador casi el 5% del PBI es atribuido a las actividades culturales, igualando la contribución de su sector agrícola. La proporción del empleo cultural en Uruguay es de 3.43%. En Montevideo los *clusters* creativos han surgido y se han desarrollado sobre todo en el sector audiovisual desde 2007, seguido por los *clusters* de la música y el *cluster* editorial. En el sector audiovisual las empresas se dedican a producir contenidos o prestar servicios para cine, TV, publicidad, animación, videojuegos. Se calcula que suman 7% de todos los empleos de la ciudad.

La UNESCO, ha llevado adelante un trabajo que demuestra que cuando el sector creativo forma parte de una estrategia global de desarrollo, se observan intercambios culturales dinámicos que fomentan la innovación, contribuyen al bienestar general de las comunidades en su conjunto y se evidencian cambios favorables en la calidad de vida, el dialogo y la cohesión social.

Los puntos centrales de este informe ponen el acento en lo siguiente:

1. Los beneficios de una mayor inversión de los recursos creativos intelectuales en industrias de base cultural.
2. Los beneficios de la economía creativa, van más allá del ámbito económico. Después de la revolución agrícola, industrial, digital, ha llegado el momento para una nueva etapa creativa que se basa en conocimientos locales, capacidades locales, patrimonio anclado en un territorio, en las tradiciones.
3. La expresión cultural o práctica artística individual o colectiva energiza y empodera a las personas y a los grupos, sobre todo a los marginados y oprimidos, y le provee de plataformas para su acción política y social.

En síntesis, el informe acerca una visión más holística y ampliada del desarrollo.

El informe también indica que los consumidores quieren productos que contengan más elementos culturales. El informe señala que con frecuencia las actividades y objetivos culturales de grandes inversionistas y corporaciones no coinciden con las aspiraciones de las comunidades y suele darse el caso que la producción creativa está sostenida por microempresas, propiedades comunitarias, tales como radios, galerías de arte, cine comunitario, entre otros. También se hace hincapié en la importancia del desarrollo de habilidades y capacidades como un factor para que la creatividad prospere. Por ejemplo, en el campo de las tecnologías digitales, del diseño, escenario, marketing, gestión de galerías, entre otras.



Los conglomerados mencionados aparecen como mecanismo de fortalecimiento de las redes para el desarrollo de las industrias creativas. Y al final la temática de los proyectos de cultura y desarrollo de los que Uruguay formó parte entre 2008 y 2012, proyectos piloto a nivel mundial, son ejemplos de este impulso y fueron historias de éxito. Ejemplo: la creación de la cuenta satélite, creada a raíz de la implementación de este proyecto.

La UNESCO tiene 7 convenciones internacionales en el campo de la cultura. Es una inmensa ventaja para este sector tener ese marco normativo, porque refuerza nuestra convicción de que existe un fuerte vínculo entre cultura y desarrollo, entre la protección del patrimonio, la promoción de la diversidad cultural, las industrias creativas y el desarrollo sostenible. Es el reto que tiene la UNESCO de recordar ese mensaje a las naciones. La cultura es un medio para diseñar e implementar estrategias pertinentes de erradicación de la pobreza, y las industrias culturales incluyendo la cinematográfica juegan un papel fundamental en este ámbito.

Es interesante analizar la historia de la industria cinematográfica en América Latina. Hoy existen industrias cinematográficas consolidadas, como en Argentina, en Brasil o en México, y ver las diferentes etapas que nos recuerdan la historia de esas industrias, pasando por la imitación de las cintas mudas europeas, la búsqueda de la propia identidad incentivada por la aparición del cine sonoro en la década de los 30, el desarrollo de una industria en competencia con Hollywood, la rebelión anti industrialista y anti Hollywood con la aparición del nuevo cine, el cine de autor, el cine político; un cierto sometimiento a la hegemonía de Hollywood y hoy la emergencia de nuevas identidades y nuevos actores dan el marco de la extensión de las TICs.

La exclusión cultural practicada por la hegemonía económica de Hollywood en las pantallas de la región, vulnera el principio de igualdad cultural y de la diversidad. Esas fases se relacionan también con los condicionantes políticos y económicos que experimentaron los diferentes países latinoamericanos. Estos condicionantes son, por ejemplo, el rol del Estado en materia de políticas de fomento y regulación del cine, los niveles de articulación con la televisión, las dificultades de comercialización en el mercado interno, el consumo limitado del cine latinoamericano en los países latinoamericanos o el nivel de concurrencia al cine de los públicos latinoamericanos.

Los datos de la producción de largometrajes en la región iberoamericana en el período 2000-2009 ponen de manifiesto la concentración de más de 85% en 4 países (España, Argentina, Brasil y México), menos de 15% corresponde a los demás países.

América Latina produjo durante ese período 2500 películas de las cuales participaron Argentina con 807, Brasil con 602, México con 451, Chile con 181, Colombia con 126, Venezuela con 107, Uruguay con 96, Bolivia con 60, Perú con 55 y Paraguay con 30. Durante el mismo período España produjo 2000. Se destaca que países que producían largometrajes, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Perú y Chile, actualmente mantienen una producción sostenida. Esto significa reconocer que el tejido intelectual, social y cultural de las sociedades es determinante para el



desarrollo, y que por lo tanto las políticas y los programas nacionales de desarrollo no pueden descuidar la dimensión cultural.

Muchos fracasos en los planes de desarrollo derivan de un inadecuado reconocimiento de las complejidades naturales y éticas, y la falta de consulta con las comunidades interesadas. Debemos aprovechar el poder de la globalización para estimular un intercambio e innovación, así como la aparición de nuevas formas de creatividad. Sin embargo, actualmente la diversidad cultural es también objeto de agresiones económicas y políticas que aniquilan la creatividad, destrozan el patrimonio y persiguen a minorías. Como reacciones antes quienes tratan de prohibir la diferencia y la pluralidad de ideas, opiniones y creencias debemos proteger la libertad mediante la riqueza de nuestras culturas y nuestras expresiones creativas.

El poder de la diversidad cultural y el diálogo, y el papel de los valores compartidos en la construcción de la paz no han sido suficientemente reconocidos en las relaciones internacionales. Es tiempo de prestar mucha más atención a la promoción de los valores pluralistas en la gobernanza.

Este tema se actualiza en nuestra región, por ejemplo a través del nuevo Programa Villa Ocampo de UNESCO. Se le ha dado a la UNESCO la misión de dar seguimiento a ese inmenso legado en pro de la diversidad cultural. La Villa Ocampo fue reconocida por el MERCOSUR como un centro de referencia para la integración cultural de la región.

Uno de los rasgos esenciales de Victoria Ocampo fue su capacidad para estimular la creatividad en escritores y artistas, y construir puentes entre lenguas y culturas diversas. Su acción no se limita a la literatura, también contribuyó intensamente a difundir y promover el cine y los cineastas de su época. Hacer referencia al Programa de Villa Ocampo de la UNESCO y al legado de Victoria, brinda la oportunidad de abordar otro tema importante relacionado a la creatividad y el desarrollo, el lugar de la mujer en la cultura, especialmente en el cine.

Victoria Ocampo fue pionera en la lucha por la igualdad de género en América del Sur y luchó especialmente en calidad de fundadora de la Unión de mujeres argentinas contra el sometimiento cultural y social de la mujer. Su acción contribuyó a un mejor reconocimiento de la mujer creadora y su lucha personal abrió un camino nuevo para la mujer, no sólo en su país de origen, sino también en toda la región y más allá. Actualmente, con la inspiración de Victoria Ocampo la UNESCO promueve la igualdad de género y su vínculo con la creatividad.

Asimismo, se organizó en la Villa Ocampo un coloquio sobre género y cultura en el cual se pudo reunir a importantes figuras políticas y académicas de la región para reflexionar en torno a la temática del género, derechos humanos y la cultura. En este contexto se presentó por primera vez en la región el Informe Igualdad de Género Patrimonio y Creatividad, que es la culminación de décadas de reflexión y materialización del compromiso de la UNESCO para promover los derechos humanos incluidos los derechos de la mujer en la vida cultural. Esta presentación constituyó la primera actividad del nuevo Programa de Villa Ocampo de la UNESCO.



El Informe Igualdad de Género Patrimonio y Creatividad representa la primera evaluación mundial de la igualdad de oportunidades en el ámbito de la cultura. Para ello, esta publicación reúne investigaciones, estadísticas, estudios de casos, basados en trabajo normativo y programático de la UNESCO y los aportes de expertos (desde representantes de Gobierno, hasta artistas, profesionales y grupos de reflexión). Es notable que a pesar de los avances hacia la paridad de género, siga existiendo un techo de cristal que obstruye la participación de las mujeres en la ejecución y la formulación de políticas. Las mujeres representan menos del 10% de los directores de cine, y menos de 15% de los guionistas internacionalmente. Por ejemplo, solo 4 mujeres en la historia de los premios Oscar han sido nominadas a mejor director y solo 1 ha ganado la estatuilla en este rubro. Hasta la fecha las mujeres se han visto particularmente marginadas de la vida cultural frente a numerosas barreras para participar en el cine, en la producción de teatro, en las artes, entre otras.

A lo largo de todo el informe aparecen ejemplos tomados de las industrias creativas y de diversas prácticas de patrimonio de todo el mundo, pero no hay duda que existen más ejemplos y allí radica el desafío. La falta de datos culturales desglosados por sexo es un factor que esconde las brechas de género. Debemos ampliar la investigación en nuestro entorno, en la subregión y más allá, para contar con herramientas para trabajar.

El liderazgo cultural debería tener cara de mujer.

Para concluir, la UNESCO celebra el décimo aniversario de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Industrias Culturales y es un llamado a invertir en la diversidad cultural, en la creatividad para lograr el desarrollo sostenible y una mejor integración regional para la paz y bienestar de los hombres y las mujeres de esta región.



Alberto Urthiague

Gerente de Fomento

Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales de Argentina

INCAA

En temas de integración, el caso audiovisual y cinematográfico es para Latinoamérica inescindible del Programa IBERMEDIA, que es el programa de cooperación más avanzado que se ha logrado en la región, si bien excede el ámbito de Latinoamericana (incluye España y Portugal). De todas formas es una buena manera de referenciarse en este tema porque prácticamente, si bien hay algunas iniciativas actualmente de integración en general bilateral, el formato de integración generalizada se da en IBERMEDIA. Es un programa que tiene 15 años con creciente participación de países, creciente disposición de fondos públicos para su objetivo y es una referencia imposible de evitar cuando se habla de integración.



La actividad audiovisual y cinematográfica difiere mucho de las actividades industriales. El cine es una actividad de naturaleza diferente, porque es industria y cultura al mismo tiempo, lo cual lo convierte complejo en su desarrollo, en el fomento de su actividad y en la posibilidad de ganar mercados en el mundo. Se está luchando en un terreno donde hay que vencer una hegemonía cultural absoluta. El mercado mundial está en un 85% cubierto por la cinematografía de Hollywood, y es un dato que se debe tener en cuenta.

Para aquellos que lo sienten como un tema que excede lo industrial y cultural, el cine significa mostrar nuestra identidad, mostrar como vemos el mundo con ojos propios. Mostrar lo universal con ojos nacionales o regionales. Competir en el mismo terreno que la



cinematografía de Hollywood, está lejos de nuestras posibilidades. Nosotros debemos crecer mostrando lo que nosotros queremos mostrar. Tenemos que ser muy exigentes y nuestros productos tienen que ser de una calidad internacional indiscutible.

En el cine, existen fondos públicos importantes, sumados a los fondos que provee IBERMEDIA, y se observa una gran cantidad de centros de formación (por ejemplo: Argentina debe tener la mayor cantidad de estudiantes de cine en el mundo). Es decir, se forma gente, se cuenta con buenos técnicos, buenos artistas, productoras con experiencia y otras incipientes; hay fondos públicos disponibles, se accede a fondos internacionales. Sin embargo, todo esto no implica que se pueda competir en público con el cine hegemónico. Sí se pueden ganar premios y tener presencia en el mundo cultural internacional.

Los esfuerzos realizados en materia de cine son importantes, por ejemplo se puede citar el caso de IBERMEDIA. Muchos países han accedido a la industria cinematográfica a través de un fondo de cooperación de IBERMEDIA. Para muchos países de América Latina "producir" significa "coproducir", ya que no lo pueden hacer en forma individual. Al acceder a la coproducción pueden empezar a producir, y esto lo pueden hacer a través de IBERMEDIA. Muchos países lo único que pueden producir en el año es a través de los fondos que le asigna IBERMEDIA.

Sin embargo, todo esto no alcanza. El problema no pasa por la integración, estamos bastante integrados, además de IBERMEDIA existen fondos bilaterales que permiten un nivel de coproducción importante. El problema tiene que ver con la gran hegemonía que tiene el cine de Hollywood en el mundo y por lo tanto, deberíamos hacer mucho más para que nuestras películas tengan una mayor visibilidad. El tema es cómo se gana al público, y esto implica una "batalla cultural". Solamente podremos conquistar al público y nuestro pueblo, concientizando al mismo que no existe una sola manera de ver el cine, que el cine no es solamente una cuestión de entretenimiento, existe otro tipo de cine. Habría que hacer un mix entre un estilo de cine más actualizado, más amigable para un público joven, pero también seguir mostrando nuestra manera de ver el mundo y no disolernos en una suerte de pensamiento único de ver las cosas.

Es importante tomar conciencia y ponernos de acuerdo que los temas a solucionar pasan por esto último señalado. Por lo tanto, no es un tema de integración, dado que existen fondos disponibles y acuerdos bilaterales para coproducción. No es una industria que se soluciona bajando o subiendo aranceles, o mejorando la parte crediticia.

El verdadero problema es visualizar cómo ganamos y conquistamos a nuestro público. El gran tema de discusión futura tendría que ser las modificaciones de hábitos, modificaciones culturales que puedan compatibilizar lo que producimos con lo que la gente pretende ver.



José Alonso

Especialista en Economía de la Cultura
Centro Latinoamericano de Economía Humana
CLAEH

A la radio le llevó 38 años conseguir una audiencia de 50 millones de personas, a la televisión le llevó 13 años, a Internet le llevó 4 años, al Ipod le llevó 3 años y a Facebook le llevó 2 años, conseguir 50 millones de personas de audiencia. En este entorno nos movemos hoy, esa es nuestra realidad hoy. Estas son las revoluciones digitales, reconversiones de nuestras empresas al mundo digital y de nuestros consumidores.



A veces pensamos que todo este fenómeno es para seguir al usuario, pero lo cierto es que también lo podemos pensar desde la perspectiva de los artistas, los creadores y los productores. La revolución digital es también una revolución de acceso más democrático a nuevas formas de comunicación con las audiencias.

Las revoluciones digitales tienen 3 grandes fuerzas democratizadoras: por un lado democratizan el "acceso a la producción", es cierto que para producir a un nivel profesional se necesita una inversión elevada, sin embargo producir a un nivel intermedio es cada vez más económico (todos somos generadores de contenidos al subir fotos a Facebook, compartir música, etc.); la "distribución de contenidos", hoy existen herramientas tecnológicas que ayudan a distribuir con mayor facilidad que antes las creaciones de nuestros artistas; por último la fuerza democratizadora de convertir un producto en un éxito de masas, debido a los "accesos en la distribución".



A los efectos de los productores, hay muchos casos de distribución de contenidos por Internet. Ejemplo. El caso TV que es un mercado oligopólico, en la cadena de valor están los *broadcasters* (emisores), los productores, y particularmente los *broadcaster* son simultáneamente socios y competidores de los productores independientes. En el mundo los emisores emiten y pueden producir, pero los productores sólo pueden producir, no pueden emitir. Eso genera una gran asimetría de mercado, que genera un problema de competencia y de alineación de incentivos muy dramática, en general pierde el productor independiente y gana la gran corporación oligopólica.

Internet abre una ventana de oportunidades. Existen varios casos de productoras que en su esfuerzo por internacionalizar su propiedad intelectual, logran abrir un canal de TV que funciona solo por Internet (sin licitaciones, permisos) solo acceder a un capital y crear el canal.

En el caso de la música, el año 2014 fue el primer año en que la industria generó la misma cantidad de ventas por canales digitales que por ventas de formatos físicos. Latinoamérica es la región que más crece en el mundo en ingreso por música digital, 32% de aumento respecto al año 2013 y Venezuela es el caso de mayor crecimiento en América Latina con 278% de crecimiento en las ventas digitales de música respecto al año anterior. Todos los países crecen Argentina casi 70%, Paraguay 70%, Perú y Colombia casi 100%.

Asimismo, aparecen nuevos agentes en estos nuevos esquemas digitales. Particularmente en el caso de la música las “*telco*”, las empresas de telecomunicaciones (Tigo – un caso llamativo a nivel de América Latina, como ha desarrollado asociaciones que le permiten distribuir y monetizar junto con los productores contenidos digitales de música). De todos modos, siempre existirá el tema de la piratería, en el año 2014 se cerraron 80 millones de links infractores (se retiraron de los motores de búsquedas). La piratería es una cuestión de actitud, no una cuestión de mercado necesariamente.

Por otra parte, se genera una disyuntiva entre “el derecho de acceso a la cultura” y el tema “el pago por acceder al consumo de bienes y servicios culturales”, es una limitante grave que vulnera derechos de los ciudadanos. Pero también es cierto que el derecho de autor debe ser contemplado. En general, quienes utilizan redes digitales para acceder a contenidos digitales no están en condiciones socio económicas adversas, que les impidan pagar derechos de autor.

Más datos: 42 millones de personas están pagando por un servicio de *streaming* a nivel mundial. Las ganancias por servicios de *streaming* son 23% de las ganancias digitales a nivel mundial. La digitalización global llegó a más de 200 países, y el mercado de la música equivale a 15 billones de dólares.

Según el BID en el año 2011 las industrias creativas generaron un valor de 4.3 billones de dólares. Si es mucho o es poco depende con qué se lo compare. Es 2.5 veces más que el gasto militar mundial, es 120% el PBI de la economía alemana. En comparaciones tiene otro sentido. Cuando se habla en términos de empleo, la fuerza laboral mundial de esta áreas ocupó a 144.4 millones de personas (la fuerza laboral de USA es de 160 millones de personas).



En América Latina 23.3 millones de personas trabajan en industrias creativas (23 millones de personas es la fuerza laboral de Colombia).

En algunos países de América Latina, se han aprobado o están en proceso de aprobación distintas leyes de medios o leyes de servicio de comunicación audiovisual. Esto establece distintos tipos de herramienta para regulación sectorial, entre otras, aparecen la participación de la producción independiente, es decir que los canales de TV tiene obligación de emitir algún porcentaje de producciones independientes. Esto teje redes industriales, capacidades, mejora la distribución de la riqueza que se genera en esos sectores. Es una decisión exclusivamente de política. Si no hay una decisión explícita de política, esto no sucede.

Estos tiempos nos plantean el desafío de la transversalidad, entender transversalmente el fenómeno de las industrias creativas y de entender transversalmente el lugar que debería ocupar la política. En un mundo digital la política no puede ser analógica. Habría que tener incentivos cruzados y no por sectores, que hagan referencia a la nueva realidad digital de comercialización, de consumo de las personas. Es correcto que se mantenga el valor intrínsecamente cultural y simbólico de determinadas formas de expresión artística, pero es un buen tiempo para pensar como complementar con otro tipo de medidas.

Quienes deben llevar adelante estas conducciones desde el punto de vista político (ministerios de cultura, de industria, de economía, de ordenamiento territorial, empresas de telecomunicaciones, el mercado, la conjunción de todos). Es difícil establecer quien lidera, quien establece la agenda, o quedaría liberado a esfuerzos descoordinados que los productores deberán saber aprovechar pero que desde el punto de vista de tejer política cultural para industrias creativas termina abriendo flancos de debilidad para quien se encarga de desarrollar esta política.

Para la política es el momento de decidir si quiere estar orientada a las pantallas o a los contenidos, y quien llevará el liderazgo ya que no es un tema de política industrial exclusivamente, ni política cultural exclusivamente. Es el momento de pensar en nuevos espacios para dar respuestas a este nuevo mundo digital.



PANEL 2

**Coordinación de esfuerzos para la
integración latinoamericana
en materia cultural**



Christian Leroux

Departamento de Acuerdos y Negociaciones
ALADI

El Acuerdo Regional N° 7 de la ALADI tuvo como antecedente al “Acuerdo de Alcance Parcial” (AAP. A14 TM N°2). A raíz de las sucesivas adhesiones a partir de 1997, este Acuerdo Regional N° 7 se consolidó y registró en la Secretaría como un Acuerdo Regional, esto quiere decir que son parte del mismo los 13 países miembros de la ALADI.



En relación a los objetivos del Acuerdo, se destacan sus 2 principales objetivos:

1. Propender a la formación de un mercado común de bienes y servicios culturales; y
2. Generar un marco para la cooperación en materia educativa, cultural y científica con la finalidad de mejorar y elevar los niveles de instrucción, capacitación y conocimiento de los países de la región.

La importancia del primer objetivo radica en el comercio de bienes culturales, el cual se encuentra amparado por el Acuerdo Regional N° 7 y se aproxima a los 110 millones anuales.

Por otra parte, se observa una migración del soporte físico al soporte digital, y dicha tendencia se ve reflejada en el peso económico que adquieren los servicios audiovisuales y conexos a nivel mundial. En base a estadísticas de UNCTAD, el comercio anual de la ALADI, sin discriminación por origen debido a la ausencia de estadísticas de servicios desagregadas,



asciende a un monto de 2.500 millones de dólares y mantiene un crecimiento constante a un 9% anual. Los datos, sin lugar a dudas reflejan un importante crecimiento económico de las industrias creativas.

En relación a las principales disposiciones del Acuerdo, se destacan: fomentar la cooperación cultural, fortalecer el mercado común, establecer una libre circulación de materiales y elementos culturales, educativos y científicos (obras de arte, objetos de colección y antigüedades) y posee 2 anexos (Anexos A y B).

Los Anexos A y B quedaron obsoletos con los avances tecnológicos. El Anexo A regula los capítulos 3706 (películas cinematográficas “filmes”), 8524 (discos y demás soportes para grabado) y 97 (cuadros, pinturas, dibujos, obras de escultura, antigüedades). El Anexo B regula el capítulo 3705 (placas y películas fotográficas que no son “film”) y 49 (libros, folletos o impresos similares).

Es importante destacar, que el Acuerdo también garantiza la protección de los derechos de autor que aplica a cada país. Por lo tanto, uno de los temas a debatir a futuro es la regulación de los derechos de propiedad intelectual a partir de las nuevas tecnologías.

En cuanto a la entrada en vigor, el Acuerdo ya está vigente y los beneficios alcanzan a todos los miembros que lo hayan puesto en vigor en sus territorios.

El Acuerdo también prevé algunas excepciones, amparadas en el Artículo 50 del Tratado de Montevideo 1980, con la finalidad de brindar protección a la moralidad pública, cumplir leyes de seguridad y proteger el patrimonio nacional de valor artístico, histórico o arqueológico.

La Secretaría General, en conjunto con los países miembros de la Asociación, desde el año 2010 viene desarrollando diversas actividades tendientes a impulsar el Acuerdo y estimular las industrias culturales.

En particular, las actividades se desarrollaron con base a 2 ejes principales: Un Eje “comercial”, y un Eje de “cooperación”.

En el Eje “comercial” para promover el comercio de bienes y servicios culturales, se llevaron a cabo dos actividades:

1. Actualizar el texto del Acuerdo Regional N° 7, con base al “Convenio sobre Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2009” (UNESCO). Para llevar a cabo dicha actividad, se contrató al experto Dr. José Miguel Onaindia, quien elaboró un informe y entre las principales recomendaciones se destacan:
 - elaborar un estudio para evaluar una armonización de la normativa que facilite la circulación de obras de arte en los países,
 - cooperación en materia de Cuentas Satélite de Cultura, para medir el impacto económico de las industrias culturales en los países y su contribución al PBI, y



- establecer una red de salas de exhibición de obras audiovisuales.
2. Ampliar y analizar la cobertura de ítems que forman parte del Acuerdo con base a los avances tecnológicos. La Secretaría General elaboró diversos documentos técnicos y entre las principales actividades se destacan: la correlación a NALADISA 2012 de los 27 ítems que contiene el Acuerdo, el análisis del estudio UNESCO sobre el marco de estadísticas del 2009 donde se clasifica a las industrias culturales, y la identificación en base a dicho estudio de 60 subpartidas que no estaban contempladas en el Acuerdo. Como resultado, se detectaron algunos ítems que podrían incorporarse al acuerdo (instrumentos musicales y otros materiales impresos). En relación a los avances tecnológicos, se detectaron 3 ítems que podrían incluirse en el Acuerdo y comprenden a los CD, DVDs, CD-ROMs, CD-RAMs, entre otros.

Sin embargo, el impacto de la potencial “nueva cobertura” del Acuerdo, es difícil medir en términos de comercio, dado que existen otros acuerdos de nueva generación (Ejemplo los TLC) que son más amplios e incluyen ítems que están contemplados en el AR7. En este sentido, se debería analizar en detalle el curso de acción a seguir en la actualización y ampliación del AR 7.

En el Eje de “Cooperación”, se incluyó la cooperación en el Programa de Actividades de la ALADI para el año 2015, y se evaluarán cuáles serían las actividades para un Programa de Cooperación en Educación, Cultura y Ciencia, utilizando como insumos para el mismo el intercambio de ideas que surge del presente Simposio. Algunas actividades que se encuentran bajo análisis, para integrar un Programa de Cooperación:

- Elaborar un documento de análisis sobre la “Circulación de obras de arte para muestras o exhibiciones” y las regulaciones existentes en los países.
- Dictar cursos a través del Centro de Formación Virtual de la ALADI sobre recursos educativos abiertos.
- Crear un Programa de difusión de becas estudiantiles en los países miembros y publicar las tesis, maestrías o doctorados en integración.
- Continuar con el Ciclo de Cine. Así como explorar la posibilidad de realizar un concurso de cortos en base a las nuevas tecnologías existentes.
- Cooperación sur-sur en Cuentas Satélite de Cultura. Elaborar un programa de Cooperación para divulgar el Manual Metodológico (Convenio Andrés Bello) e intercambiar experiencias sobre la aplicación del mismo.



Nancy Caggiano

Coordinadora de la Secretaría Técnica
Reunión Especializada de Cine y Audiovisuales (RECAM)
MERCOSUR

La RECAM fue creada en 2003, como órgano consultor del MERCOSUR. Funciona dentro del Grupo Mercado Común y trata los aspectos económicos-culturales de la industria audiovisual. En sus orígenes, sus objetivos eran más ambiciosos, como la armonización de legislación, libre de circulación de toda la cadena de la industria, aspectos que no se alcanzaron.



La RECAM posee una normativa, que desde el 2006 le otorga reconocimiento mutuo a las obras cinematográficas y fue aprobada una normativa sin fines aduaneros. Está conformada por las autoridades de cada país y los coordinadores nacionales son las máximas autoridades en materia de cine. Participan también los Estados asociados y se realizan reuniones en forma semestral.

Asimismo, se elabora un Programa de Trabajo, aprobado por los países y en la actualidad se encuentran bajo análisis los siguientes temas: circulación de contenidos, patrimonio audiovisual, capacitación y comunicación. Se firmó un Convenio de Cooperación con la Unión Europea en legislación comparada, capacitación, patrimonio y circulación. En el marco de dicho Convenio, existe un punto focal por cada país para la implementación en cada territorio de los temas analizados.



El Convenio ha logrado consolidar la integración y la participación de los países en la elección de las actividades a realizar. A pesar de la culminación del proyecto con la Unión Europea, la RECAM continúa capitalizando algunos temas en la actualidad.

A nivel de contenidos, existe un convenio con Televisión América Latina. Hubo un concurso de cortos en el cual la RECAM fue jurada y algunos de ellos se distribuirán en la red de salas digitales.

La Red de salas digitales del Mercosur comenzó en el 2009 y durante este semestre la Presidencia Pro-Tempore de Brasil incorporó el tema de la accesibilidad, el cual no estaba en la agenda de la RECAM. Actualmente, se están llevando a cabo pruebas para que la red de salas sea también accesible.



Elmer Schialer
Director General
Comunidad Andina

La Comunidad Andina tiene fundamentalmente un carácter comercial, sin embargo sus países miembros luego de varios años de reflexión llegaron a la conclusión que si bien es importante el comercio, los factores económicos y demás factores de la producción, la causa central de todo es el entendimiento entre la gente en donde lo “cultural” juega un rol vital.

Desde los inicios del Acuerdo de Cartagena, en su carta constitutiva se encuentran referencias importantes al rol que juega en la identidad cultural y en la formación de los ciudadanos que coadyuvan a la integración.



Esto ha sido una constante a lo largo de los años y por lo tanto se han emitido una serie de decisiones (leyes para los países andinos de aplicación directa e inmediata) en el ámbito de la cultura:

1. Proteger el patrimonio. Evitar el tráfico, contar con registros, establecer lineamientos para el seguimiento y recuperación de piezas.
2. Coordinar políticas en materia de cultura que los países andinos deberían aplicar en sus respectivos territorios nacionales. Se crea así el Consejo de Ministros de Educación y el Consejo de Ministros de Cultura. Ambos son órganos consultivos, tomadores de decisiones.



La cultura tiene gran relevancia en la actividad de la Comunidad Andina, dado que dentro de los 10 objetivos andinos de desarrollo social, se encuentra “el afianzamiento de la interculturalidad”. Esta iniciativa se realizará de manera dinámica y transversal, a través de todos los ámbitos de acción de la Comunidad Andina. Hay un componente cultural permanentemente presente en todas las acciones que realizan los diferentes comités (27). Toda esta presencia se plasma en planes de trabajo anuales que los propios comités están en proceso de elaborar y formalizar.

Otro de los ejes para desarrollar es la naturaleza, incluyente y altamente participativa en la definición de los contenidos culturales. Los consejos consultivos de directa participación social que tiene la Comunidad Andina, mecanismos de vinculación directa del sistema andino de integración con el ciudadano andino, -Mesa de Afrodescendientes, Comité de Poblaciones Indígenas, etc.–, generan los contenidos que luego de analizados, estructurados y puestos en valor, son sometidos a las entidades decisoras de la Comunidad Andina para su eventual sanción como políticas, lineamientos y/o planes.

Finalmente, el tercer eje de acción es el patrimonio para la diversidad. Es fundamental en la generación de la identidad andina, pertenecer a un grupo, una etnia, que los defina y enorgullezca, pero que no sea excluyente. Esta autoafirmación permite luego saber cómo contribuir, cómo ser conscientes que se pertenece a un ámbito mayor.

Componentes del Plan Andino de Industrias Culturales:

- información cultural,
- formación artística y cultural,
- promoción, difusión e intercambio y comercialización cultural, y
- financiamiento.

Estos componentes desarrollan las industrias culturales que los propios países miembros priorizan en el ámbito audiovisual, los fondos editoriales, empresas discográficas, las artes. Allí surge un proyecto normado por la Decisión 782 “*Programa de Armonización de Estadísticas y Cuentas Satélite de Cultura*”, el cual contribuye a la economía misma a través del comercio.

A nivel andino todavía no se pueden hacer comparaciones por las dificultades de comparabilidad que los estadísticos tienen y en función de los diferentes índices, criterios o categorías que se utilizan en cada país. Por lo tanto, la Decisión 782 tiene el objetivo de armonizar estos índices, para hacerlos comparables y por tanto más operables.

Por otra parte se encuentra el Portal Cultural de la Comunidad Andina www.culturande.org. Dicho portal contiene una serie de productos de la Comunidad Andina en temas cinematográficos (butaca andina), directorio de productoras, cineastas, directores (andinos), música, serie de concursos musicales, documentales para televisión, etc.



Un último elemento que se aspira a tener es un sello cultural andino, que proteja los productos culturales de la región. Para ello, el primer paso es generar una red de micro, pequeñas y medianas empresas andinas en materia de industrias culturales, que incluyan desde las empresas de cine, hasta, por ejemplo, los tejedores de sombreros de paja del Ecuador.

En la Comunidad Andina se busca la unidad, la diversidad de identidades. No se busca la homogeneización de ellas, es un espacio de convergencia y de acumulaciones mutuas que se evidencian en el intercambio comercial. Por ello, se han diseñado 4 áreas, a través de las cuales se podría aportar para este esfuerzo de convergencia, con ALADI en temas culturales:

- Afirmar una Identidad Andina, con un espacio de interculturalidad.
- Fomentar de las industrias culturales: información cultural - Cuentas Satélites de Cultura; formación artística y cultural; facilitar la promoción, difusión, intercambio y comercialización; y financiamiento.
- Tráfico Ilícito de Bienes Culturales – Armonización de procedimientos, creación de una plataforma y otros sistemas de control.
- Participación de la sociedad civil en el ejercicio de derechos culturales



Boris Faingola

Presidente

Grupo Iberoamericano de Editores

El Grupo Iberoamericano de Editores fue creado a fines de la década de los 70, como un producto de la conjunción de esfuerzos y la búsqueda de herramientas para homogeneizar las dificultades por las que atraviesa el libro. Está formado por todas las cámaras, asociaciones y federaciones que hacen al comercio del libro en cada uno de los países iberoamericanos. Cuenta actualmente con 27 asociados en países de América Latina, España y Portugal.



Es sustancialmente importante la defensa de la libre circulación de libros e ideas, así como también la defensa de los derechos de autor ante cada avance tecnológico, lo que conlleva un problema para la difusión y para el libre comercio que debiera tener el libro.

A nivel del MERCOSUR, y en general a nivel internacional, se encuentran trabas burocráticas muy importantes para la libre circulación del libro. Resulta muy difícil llegar a las ferias en los diferentes países de América Latina y debido a ello, en algunas ocasiones se participa sólo con afiches.

A modo de ejemplo: recibir libros de Buenos Aires, actualmente tiene un costo superior a recibirlos desde Barcelona.

Por lo tanto, se cuestiona ¿Hasta dónde MERCOSUR cultural está apoyando de alguna manera la libre circulación de libros? Esto se repite a nivel de todos los países de América Latina.



No circulan libros colombianos en Uruguay, no circulan libros uruguayos en Perú, ni en Ecuador, ni en Bolivia, no hay libros bolivianos en Uruguay. En el resto de los países del MERCOSUR y de América el libro está totalmente exonerado de trabas arancelarias, de tributaciones; sin embargo es sumamente difícil enviar libros dentro del continente latinoamericano cuando se pretende hablar de la integración latinoamericana y de la cultura latinoamericana.

El libro tiene sus desafíos y problemas que no escapan a la realidad de audiovisuales ni la cinematografía, ni de la música. Entre ellos se encuentra la piratería, la cual se manifiesta bajo diversas formas. Es un combate que hay que librar en complicidad con la justicia de cada país. Sin embargo, muchas veces se confunden los conceptos de socializar la cultura o democratizar los conocimientos, con lo que significa vulnerar la propiedad intelectual y el derecho de autor. Un autor pone parte de su vida para crear un libro, un editor invierte para que un libro salga, un librero se esfuerza para que el libro llegue a la gente. Piratear, es ir contra todos esos esfuerzos.

Debe tenerse en cuenta, que ningún país se enriquecerá con la industria editorial solamente, pero muchos países pueden perjudicarse si la industria editorial no es sustentada o apoyada, no con subvenciones, sino simplemente facilitando la libre circulación.

Cantidad de ferias cuentan con productos uruguayos (ferias de turismo – vinos, carnes, cueros, lanas) pero en ellas nunca hay libros. Los libros se exponen solamente en las ferias internacionales del libro, siempre y cuando se puedan hacer llegar. Cada vez que la Cámara Uruguaya del Libro o que algún sector del libro participa en ferias fundamentales para el libro, lo único que se puede llevar son afiches y spots publicitarios turísticos.

A nivel gubernamental en la región, faltan mayores esfuerzos para promover la industria editorial que, en definitiva, es articuladora y vehículo fundamental en la integración latinoamericana.

El fenómeno del libro, esta atomización del mercado, de grandes imperios que compran editoriales y las hacen desaparecer, se está dando en toda América Latina. Si desde los editores independientes, distribuidores independientes y libreros independientes no se busca articular esfuerzos para que esto deje de suceder, habrá una gran polarización y se tendrá que leer no lo que el ciudadano quiera leer, sino lo que estas grandes corporaciones decidan que se debe leer.

Hay que poner a la cultura como prioridad en las agendas, menos teoría y más práctica.



Luis González Zaffaroni

Director Ejecutivo

Doc.Montevideo

Doc.Montevideo es un encuentro de televisoras de América Latina y de documentalistas.

La integración, es un fenómeno que se da por necesidad. Hay una necesidad común que se identificó entre diferentes actores, capacidades complementarias que se pueden intercambiar y la posibilidad de beneficiarse de un trabajo en red.



Doc.Montevideo es un encuentro que se coorganiza con el Ministerio de Educación y Cultura a través del ICAU, con la Intendencia Municipal de Montevideo a través de la oficina de locaciones y tiene como sede principal el Teatro Solís.

Las principales áreas de trabajo son: la capacitación, el mercado, el trabajo en red, la difusión y la promoción de documentales de América Latina.

Durante 6 años de trabajo, se ha logrado posicionar fuertemente a nivel internacional debido a la "estrategia de trabajo en red" con otros actores claves del continente con objetivos comunes. Para el próximo Doc.Montevideo se recibieron 230 proyectos de 14 países de América Latina, siendo Argentina el país que más proyectos presentó, seguido de Colombia, Brasil, Uruguay y Chile.

Durante el Doc.Montevideo, se trabaja en toda la cadena productiva del audiovisual focalizando en la capacitación. Se visualiza la actividad, como una necesidad común en el



continente de generar espacios de desarrollo de proyectos, donde se pueda fortalecer la escritura, las estrategias de presentación y de comunicación para potenciales inversores (potenciales socios de esos proyectos). Asimismo, abrir a través de acuerdos con otros mercados a nivel internacional, la posibilidad de hacer visible el proyecto en otros lugares, buscando nuevos socios y continuando su proceso de maduración como proyecto. Los proyectos que pasan por Doc.Montevideo, viajan hacia Argentina, México, Brasil, Suiza, España, Alemania, Escocia, respondiendo a la estrategia de posicionar a los proyectos en etapa de desarrollo para facilitar la búsqueda de acuerdos y colaboradores a nivel internacional.

La particularidad que tiene el sector audiovisual con relación a otros sectores, es que el producto se valoriza más en su etapa de desarrollo que luego de finalizado. Cuando se vende una película, nadie paga el valor que tuvo esa película al realizarse. Es por la sumatoria de las ventas parciales, que se logra hacer una caja, pero en el modelo de negocios o de sustentabilidad de las productoras latinoamericanas lo que se busca es seguir produciendo. Se espera que en un futuro sean los ingresos por las entradas y por las ventas lo que sustente el propio sector.

En Doc.Montevideo se parte de una premisa que es cómo hacer trabajar a la gente del cine con la televisión en América Latina, y sobre todo generándose puentes con las televisoras públicas y culturales del continente son las poseen mayor interés con el documental, que es el área específica de trabajo de Doc.Montevideo. El documental, por su versatilidad a nivel de costos de producción, permite sumar diferentes tipos de actores, a diferencia de otras producciones de gran escala donde a veces se marca una distancia.

Todo esto en un contexto latinoamericano, donde en diferentes países se está revisando la regulación de los medios de comunicación, generando leyes de medios, reflexionando sobre las cuotas pantallas, el rol que juegan las televisoras públicas en la cadena productiva y en el fomento del desarrollo de la producción independiente.

Este fue el objetivo, conociendo que el piso en muchos casos era muy bajo y que las capacidades y las posibilidades de los canales están muy limitadas a nivel internacional. Sin embargo, durante este tiempo se ha visto como se han desarrollado ciertos canales, han encontrado las vías para tener sus presupuestos y producir en diálogo con la producción independiente, modelos de referencia como el "Canal Encuentro" con una gestión que dinamiza y potencia el trabajo con la producción independiente, dado que toda la producción es tercerizada. Y otros canales, como "Señal Colombia" que han crecido, se han desarrollado y posicionado internacionalmente a través de sus contenidos, haciendo llegar contenidos de Colombia y sistematizando un diálogo con el productor independiente a nivel internacional. En la actualidad, es un canal que tiene una convocatoria abierta durante todo el año, y donde productores de cualquier parte del mundo pueden coproducir con el canal. Por otra parte, cuenta con un sistema de selección y un comité seleccionador de las coproducciones internacionales.

En este ámbito, es importante destacar la red de televisoras TAL (TV América Latina), una iniciativa con base en Brasil, San Pablo, que surgió con el objetivo de intercambiar contenidos



y hacerlos circular por las pantallas latinoamericanas, sin incluir el aspecto económico. En su primera reunión presencial, fue invitado a participar Doc.Montevideo. Esa red, hoy nuclea a más de 200 canales de TV del continente, tomando como puntos focales a algunos polos como México, que a través de la red de México se llega a una multiplicidad de operadores, y se desarrollaron nuevos modelos de trabajo y cooperación regional. Por lo tanto, cuando se analiza bajo qué modalidad se puede fomentar la integración, y como podría fomentarse productivamente esa integración, se deben conocer las posibilidades, las capacidades y las necesidades que tienen los actores con los que se pretende dialogar. En esta instancia, se desarrolló un modelo de trabajo cooperativo, donde los canales de TV traen un proyecto que se pueda replicar en otros países y los diferentes países producen un capítulo de lo que sería esa serie.

Se comenzó a realizar esa experiencia en 2010 con un proyecto denominado "Mi país Nuestro Mundo", en el que participaron 9 canales de TV de diferentes países de América Latina y ese modelo fue evolucionando a lo largo de los años. Para el último mundial (2013) ya se extrapoló América Latina y se involucró a la Unión Europea de *broadcasters*, también se sumaron canales de Asia (TV coreana, NHK de Japón), con este mismo modelo solidario donde se presenta una iniciativa, un formato que se pueda replicar y al final del proceso se comparten los contenidos. De esta manera, TV ciudad de Uruguay cuando se hicieron los "retratos sobre deportistas en los juegos panamericanos", produjo un capítulo y recibió como contrapartida 30 capítulos.

Como el objetivo es dinamizar el diálogo con la producción independiente, a este modelo se le pretende sumar la figura del productor independiente. En Doc.Montevideo se cuenta con un espacio para presentar proyectos de serie. Uno de esos proyectos de serie, que tuvo una primer versión en Uruguay y que se llamó "Primera Persona", hoy se está produciendo en una dinámica en red, utilizando un método mixto con esta red de canales de TV a través de los cuales se presenta un formato, cada canal produce, paga un *fee* como consultoría para implementar ese formato en su país. Cada uno tiene la iniciativa, la posibilidad de realizar, tercerizar o hacer *in-house* esa producción y se comparte el resultado final, convirtiéndose en socio en las ventas internacionales que ese producto conlleva a futuro.

Estos ejemplos son el camino de construcción de una dinámica productiva entre diferentes países.

Otro proyecto en el cual se participa, se llevó a cabo con AGADU (Asociación de Derechos de Autor de Uruguay). Ellos producen un ciclo "Autores en Vivo", serie sobre músicos uruguayos, y el modelo de negocio que está detrás o el modelo de fomento que está detrás del sector consiste en producir una serie en la cual la propia entidad de gestión de derechos de autor asume los costos de producción y la distribuye de forma gratuita por canales donde tiene la posibilidad de cobrar los derechos de autor. De esta manera, Doc.Montevideo pone al servicio de ese contenido su plataforma, la distribución a través de la red de televisoras de América Latina que utilizan ese contenido que le resulta gratuito. Luego se envía un informe a la entidad de gestión de derechos de autor sobre quienes fueron los países emisores, cuantas emisiones se dieron y de esa forma ellos, a través de las alianzas que tienen con otras entidades



de gestión, cobran los derechos. De este modo, por un lado se promueven músicos uruguayos que a futuro pueden ir a tocar a otros países (el modelo de negocios mayoritariamente está asociado a los shows en vivo), y al mismo tiempo generan un ingreso y un goteo que vuelve a la entidad de gestión y que se vuelca sobre los creadores. Tiene un elemento que permite fiscalizar si esas otras entidades de gestión de derechos de autor están cumpliendo con su distribución de pagos.



PANEL 3

**Políticas Públicas sobre las Industrias culturales
en América Latina: el caso de la Industria
Cinematográfica y la coproducción como
herramienta de integración**



Julio Ludueña

Director de Cine

Asociación de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC)

Miembro de la Comisión Directiva

El caso de las políticas estatales como apoyo a la industria audiovisual, quizá tenga mucho que ver con lo que la industria audiovisual puede hacer por las políticas estatales, por el Estado y por los Estados en general. El Estado fue el primero que tomó noción de la importancia que tenía el cine como arte de masa y fue Estados Unidos quien lo promovió. Producto de este interés, se observa lo que ocurre, cualquier habitante del mundo conoce más el *Empire State* que su propia ciudad y a veces conoce más a los actores norteamericanos que a sus propios actores.



Es decir, el cine es un arte masivo, en lugar de cine habría que hablar de arte audiovisual, dado que el cine, la televisión y cualquier otro medio audiovisual inventado o por inventarse, en el fondo comparten un mismo lenguaje y una misma llegada masiva, que son fundamentales para cualquier país, para el conocimiento de su identidad, su ubicación en el mundo, para que se sepa qué se hace, se piensa y se quiere. Por este motivo, es fundamental que el Estado apoye el arte audiovisual a través de sus políticas públicas.

En Argentina, se cuenta con todo el apoyo del Estado para hacer una buena producción audiovisual. Asimismo, el Estado brinda su apoyo desde hace 5 o 6 años para que los creadores



puedan cobrar sus derechos (en este caso el director como creador de la obra audiovisual); pero también lo están haciendo los actores, los intérpretes y lo vienen haciendo los autores y músicos. Es decir, se cuenta con un apoyo y se progresa de a poco y se va replicando la experiencia en Latinoamérica.

Desde la Asociación de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC), se presta colaboración a otros países latinoamericanos, compartiendo la experiencia e incluso algunos recursos legales o económicos para apoyar la creación de sociedades de gestión como DAC en otros países. De esta manera, México ya poseía sus derechos, Chile está en ese camino y se brinda apoyo a Brasil y Colombia.

En gran parte, se ha solucionado el problema de la "producción" y nuestra asignatura pendiente se encuentra en la "exhibición", es allí donde se necesita el apoyo de las políticas estatales.

En la actualidad, se pueden producir más y mejores pequeñas películas que antes, pero la diferencia con otros países es muy significativa todavía. Es importante resaltar que, con el presupuesto del INCAA de Argentina de un año, en Hollywood se hace una sola superproducción. A pesar de ello, Argentina produce un promedio de 140 películas al año, pequeñas pero con un "algo que decir". A su vez, lo mismo ocurre en Brasil o en México, donde ha aumentado también la cantidad de producciones de películas anuales, dado que existen recursos financieros de los Estados u organismos internacionales como IBERMEDIA. Por otra parte, en la actualidad es técnicamente más fácil producir, las cámaras son más pequeñas y la tecnología ha vuelto más sencillo producir una película. Por tanto, sumando los adelantos de la tecnología y las posibilidades financieras existentes, se producen más películas. Sin embargo, a pesar del incremento en cantidad de las películas (si antes se hacían 50, ahora se hacen 140), todas se dirigen a un mismo embudo que es "el estreno"; porque todos los fondos financieros provenientes de las políticas estatales fomentan la producción y el contenido, pero no así la promoción lo que se considera igual o más importante que la propia obra.

Por otra parte, es difícil de comprender, pero las películas valen más mientras se encuentran en su fase de producción que en el momento de su finalización. Cuando se terminan, económicamente dejan de ser un activo y su valor es cero, porque allí tienen que comenzar a recuperar por medio de la taquilla, por medio del público y de su exhibición, el costo de producción. La recuperación del costo es muy complicada, porque todas las pantallas están tapadas. El 85% de las películas que se exhiben son norteamericanas, de Hollywood o de la gran industria global. Es un sistema que está perfectamente organizado y que además no se conforma con el 85%, sino que va por más, trata de ir al 100%.

Se dice que los franceses inventaron "el cine", pero los norteamericanos inventaron "los cines" y es una gran verdad. Los norteamericanos inventaron los cines y sin los cines el cine no llega a quien debe llegar. Sería fundamental contar con las exhibiciones de todas las películas latinoamericanas y que en todos los países de la región se exhibieran las películas de los otros países. En Argentina no se conocen prácticamente películas brasileñas, mexicanas o uruguayas, porque no se estrenan. Tampoco se estrenan muchas películas argentinas en



México, Brasil o Uruguay. Se necesita tener un aparato propio de distribución. Se necesita protección, una palabra que no tiene que asustar, ya que Estados Unidos tuvo claro desde 1920 que tenía que proteger al cine, porque era su gran forma de progresar. Esa cultura masiva necesitaba protección, para que el mundo conociera a Estados Unidos y se convirtiera en una gran potencia mundial, que no lo era antes del cine.

Hoy el cine se ha transformado en un arte audiovisual. Quizá lo ha sido desde siempre; y cuando se habla de cine, se dice televisión, Internet, es decir, sería necesario primero que en cada uno de los países latinoamericanos se vea normalmente el cine nacional de cada país, y a través de un sistema de distribución propio que lo posibilite de un sistema de comercialización y de plataformas en Internet. De esa manera se podrían intercambiar obras entre los países de la región, sin depender de que la distribuya una empresa norteamericana. Esa es la principal integración cultural que falta. Es decir, desde el punto de vista de la producción hay integración, a través de la coproducción se está haciendo con IBERMEDIA y de los distintos fondos, pero no se ven las películas salvo esporádicamente en algún programa de trasnoche de televisión o en algún canal menor, que aun así es muy valioso.

Ese es un paso de marketing, un paso comercial. En Argentina existen cuotas de pantalla que protegen al cine nacional, tanto en el cine como en la televisión a través de una nueva Ley de Medios que por cuestiones judiciales no se cumple. Pero dichas cuotas no se cumplen. Evidentemente, no se le puede imponer una cuota de pantalla a un señor exhibidor que tiene una inversión enorme en una sala de cine para que la gente vaya a ver las películas que se hacen en la región. Ellos intentan hacer más lucrativo ese espacio, que de por si es muy caro y en donde la proyección de películas es simplemente una atracción para que el público ingrese y consuma otros productos.

Es muy importante analizar cómo se llega a esa situación y lo más importante es el tema de la cantidad de copias con que las empresas norteamericanas lanzan sus películas. Es decir, lo mismo sucede en las plataformas en Internet o en la grilla de la televisión, hay pocos canales nacionales contra 80 señales que vienen de Miami. Pero tomando de ejemplo el caso cinematográfico en particular, si hay 800 salas y una película sola ocupa 500, con 500 copias, evidentemente queda muy poco lugar para el resto. Esto no es solo un problema para el cine argentino, brasileño, mejicano, uruguayo etc., es también para el cine francés, para el polaco, para todo el mundo, porque ese es el 85%, y el 15% es para el resto y va en disminución.

El tema sería que evidentemente ese 15% necesita que los estados lo protejan y la única manera que tienen de protegerlo es poniéndoles un impuesto a las copias de las películas extranjeras, un impuesto lo suficientemente verídico para que traigan la mitad de las copias. En Brasil se está haciendo algo al respecto y se aumentó la cantidad de espectadores a sus películas. Esto permitiría que la convivencia vaya aumentando. Debe ser muy difícil implementar medidas de este tipo, pero es lo que necesita la industria audiovisual regional para completar su círculo virtuoso. Es decir, no sólo ser producida, sino también ser vista por los propios espectadores a los que va dirigida.



Tatiana Gaviola

Cineasta

Vicepresidenta de la Asociación de Directores y Guionistas de Chile

América Latina no sería la misma sin la obra y talento de tantos cineastas que han dado luz a zonas misteriosas, revelado historias, construido un imaginario colectivo, una imagen. Todo esto plantea desafíos que involucran a los estados, sus gobiernos, la institucionalidad audiovisual y a los profesionales del sector, en un esfuerzo común de elaboración de políticas públicas ante los nuevos escenarios.

Hubo períodos de extraordinaria vinculación y desarrollo del cine latinoamericano. En los años 60 el nuevo cine produjo películas, reflexión, organización y movimiento, lo que permitió desarrollar obras importantes y talento de nuestros países. Obras que fluyeron y conversaron entre sí.



Sin embargo, los quiebres democráticos y los períodos dictatoriales quebraron esta relación con el estilo y la represión. Las producciones locales, muchas veces tuvieron que partir de cero. Películas solitarias, sin diálogo con otras creaciones, aislamiento productivo. Una generación que tuvo que crear todo de nuevo. Así el cine regional se movió entre espacios de libertad y represión.

En Chile se creó la Asociación de Productores de Cine. En democracia se comenzó el gran desafío de producir películas y crear una institucionalidad, estimular a la cantidad y diversidad de la obra. Con mucha gestión se creó el primer fondo de fomento, luego una comisión asesora produjo un documento donde se crearon las bases de la institucionalidad actual, que es el Consejo de la Cultura. Actualmente, se necesitan ampliar sus herramientas y



ámbito de acción por lo que se está trabajando muy fuertemente. Hoy con un cine vital, sus audiencias y el nuevo escenario, con una nueva realidad de fondos de fomento al audiovisual y proliferación de escuelas, se han desarrollado una inmensa generación de cineastas formados en espacios de libertad. Unas 40 películas fueron estrenadas en 2014, muchas de ellas con fuerte presencia y valoración en festivales internacionales. Se constituyó un movimiento diverso, que ha traído interés en los lenguajes, en cineastas chilenos y que cuenta con respaldo de organizaciones público – privadas. Tiempo atrás hubo festivales con una sola película chilena seleccionada y ningún apoyo, pidiendo un rincón en el stand a la delegación cubana, otros tiempos, pero solidarios sin duda.

La sala, tema complejo ante las audiencias nacionales y más complejo en la presencia regional. En Chile en 2014 de un universo de más de 17.000.000 millones de habitantes, la asistencia promedio anual fue de 1,24 entradas. Este número se fue incrementado, ya que desde 2006 tenía un promedio de 0,6. El mercado interno para el cine chileno, pequeño todavía, se encuentra con problemas de alcance territorial, exhibición en pocas ciudades, limitada permanencia en sala y grandes costos de comunicación y marketing.

Con respecto a la televisión, los cineastas necesitan la exposición, la cercanía y la masividad que permite alcanzar la televisión y ésta necesita la innovación, la capacidad de los cineastas independientes de crear y producir contenidos artísticos originales y atractivos, que puedan además ampliar el interés del público. De hecho en algunos períodos la alianza televisión nacional y producción independiente generó un espacio de creatividad con buenos resultados para ambas partes. Así la televisión estatal ha tenido la oportunidad de producir bienes públicos socialmente valorados. Si bien hace muchos años la producción independiente ha sido un soporte de calidad, hoy vive momentos complejos en el actual escenario de los canales. Han bajado las audiencias y aumentado la compra de teleseries a bajo costo, perjudicando a la competitividad de la producción dramática nacional. Actualmente, se encuentra bajo estado Parlamentario, un proyecto que le permite a la TV pública recibir aportes del Estado y no recurrir a la autofinanciación, lo cual implica no competir con la presión del rating y del mercado.

El nuevo escenario que son las plataformas digitales, han revolucionado la forma de ver, aparecen nuevas audiencias, impactan a la audiencia de televisión y se abre un nuevo espacio de exhibición. YouTube aparece en escena hace solo 10 años y hoy se suben 300 horas de video por minuto. Ha surgido una nueva manera de mirar. La simultaneidad de imagen, la búsqueda azarosa, la circulación impaciente son sus características. Miles de millones de visitas circulan por YouTube. Pero el problema es que la gente no mira los videos, el hecho que circulen 3.000.000 de personas no significa que hayan visto los 30 segundos del audiovisual. Se está elaborando un estudio con la finalidad de premiar la permanencia.

Por otro lado las plataformas digitales son un gran espacio de integración. Esta nueva realidad plantea un desafío, un cambio de paradigmas actuales en relación a los públicos y las pantallas. Pero el placer de vivir la experiencia de una película nunca es lo cotidiano, siempre es lo excepcional.



La Asociación de Directores y Guionistas ha asumido la representación para trabajar en la visibilización de autores y obras, en proyectos de desarrollo que impulsen políticas públicas, dentro de este plan y en base al proyecto de Ley firmado a principios de 2015 por la Presidenta Bachelet, el cual reconoce los derechos de remuneración a directores y guionistas, derechos que sólo se reconocen a los intérpretes. Asimismo, en relación a la promoción de acuerdos, se está trabajando en un proyecto de coproducción con Televisión Nacional para el desarrollo de películas y largometrajes de ficción. Nunca ha existido entre la televisión nacional de Chile y la producción independiente un marco de colaboración estable en el tiempo que potencie al máximo la creatividad y los talentos, dando valor a la pantalla pública. Se ha desarrollado una colección de cine chileno basado en la literatura destinada principalmente a la educación y así es posible iniciar las diversas colecciones.

Promover es crear audiencia, este es el gran tema que está presente. La cineteca nacional tiene un programa de cine en las escuelas que cuenta con una red de trabajo con profesores y estudiantes. Actualmente tiene cerca de 30 cineclubs y la red de cineclub escolar. Esta red crea cortometrajes que luego son exhibidos en proyecciones públicas y hacen edición en DVD. La cineteca está asociada con 15 salas desde Arica en el norte hasta Chiloé en el sur. Tal vez el único espacio de exhibición de cine Latinoamericano que existe en Chile. Tiene además una cineteca virtual con 200 títulos de películas chilenas que se pueden ver online y en forma gratuita.

La Fundación Chile territorio virtual, por otro lado, trabaja con la red de salas que permite aumentar el público de cada película llegando a 13 regiones y 40 salas. Esto es un proyecto muy reciente. Se está haciendo un programa de educación artística en las escuelas dentro de la reforma educacional en una alianza del Ministerio de Educación con el Consejo de la Cultura, para así enfrentar la merma que esta formación ha tenido durante décadas.

Lo importante es consagrar en la Constitución los derechos culturales, no solo el acceso, circulación, sino también los derechos de creación artístico-cultural. Una nueva institucionalidad que se haga cargo de la situación actual, que elabore las políticas públicas del sector. Se debería crear un Instituto del Cine y Audiovisual, que actualmente no está en agenda y no se ha logrado plantear con fuerza.

En relación al fomento de la creación y la economía creativa, en Chile la inversión que se realiza en los fondos asociados a lo audiovisual retorna a través de los impuestos con cifras que se le suman al impuesto proveniente de los servicios de producción y post producción de las películas. No sería raro que en ciertos años el Estado recaude del cine más dinero que el que dedica a su fomento. Eso, sin que se considere, las externalidades como imagen país, educación e identidad, empleo y promoción de la creatividad, entre tantas otras generadas por el cine nacional. Los fondos públicos han posibilitado el despegue de la industria chilena, pero ahora es el momento de revisar sus montos y operación para asumir el nuevo período en que el desarrollo económico en torno a la actividad cultural se incrementa.

¿Qué se puede realizar? Un espacio de cooperación para abordar desafíos complejos articulando esfuerzos, construyendo juntos.



- ALADI puede ser una instancia para desarrollar trabajos de comparación legislativa y procesos institucionales, que permitan desarrollar mejores condiciones para la coproducción y los aportes nacionales.
- Estudiar y hacer una estrategia de trabajo, estimulando su implementación en materia de fomento a la creación y distribución audiovisual y cinematográfica.
- Incorporar incentivos presupuestarios de los Estados que amplíen la inversión en cultura, específicamente en cine y premien la coproducción. El desarrollo de las industrias locales con toda la generación de recursos que se genera en torno a la misma, puede crecer y tomar nuevas acciones. Por ejemplo, en Colombia se ha logrado atraer grandes producciones con una devolución del 40% de lo invertido en rodaje y el 20% de la inversión en logística.
- Lograr acuerdos latinoamericanos de pantalla, señales culturales o abiertas de la televisión pública que inauguren acuerdos permanentes de coproducción nacional a la que se incorpore producción latinoamericana. Ya es complejo lograr con la televisión pública un acuerdo permanente para las producciones nacionales, por lo tanto incorporar películas latinoamericanas implica un trabajo político, económico de los países. Hay que invertir en esa coproducción, invertir en audiencia.
- Formar un gran circuito creador de audiencia, programas de redes de sala independiente, programas que con apoyos públicos para poder invertir en esa audiencia.
- Educar desde la niñez, incrementar la red escolar, realización de colecciones de cine latinoamericana para las escuelas.
- Crear una cineteca latinoamericana virtual que comparta las valiosas colecciones. Actualmente solo existe una instancia de coordinación.

Trabajar juntos puede hacer crecer esta mirada reveladora, cineastas, obras, generaciones que den vida a esta imagen colectiva, que se construya y se otorgue un nuevo pulso al corazón de América Latina.



Juan Carlos Domínguez Domingo
Instituto Mexicano de Cinematografía
Coordinador del área de investigación

Deben existir políticas públicas regionales que permitan articular los esfuerzos que se hacen en cada uno de los países para poder establecer mejores escenarios para la producción y la distribución.



Si bien actualmente varios países producen más de 100 películas al año, en 2011 los 10 países con mayor producción aportaron cerca del 70% de las películas que se realizaron en el mundo. Allí está India, Estados Unidos, China, Japón, Inglaterra, Francia, Corea, Alemania, España e Italia. Cabe señalar que de estos países, solo en India y Japón no existen mecanismos de apoyo público directo o indirecto a la producción. Este panorama, demuestra la importancia que tiene seguir produciendo y coproduciendo películas en la región.

Revisando estadísticas de 2005-2010 la producción de películas en el mundo se ha incrementado cerca del 35%. Teniendo en cuenta películas en todos los formatos, se estima que anualmente se producen en el mundo alrededor de 8000 películas.

A pesar del crecimiento en el número de películas producidas en el mundo, los países productores disminuyen su actividad. De los 200 países en el mundo, más del 60% no cuenta con producción cinematográfica mínima.

Por este motivo, es importante seguir produciendo películas y seguir poniendo el énfasis en analizar los mejores mecanismos para producir.



En América Latina, Argentina, Brasil y México son los países que concentran alrededor del 90% de las producciones, sin embargo en los últimos años este porcentaje viene decreciendo y representa el 65%-70%, lo cual demuestra una mayor diversidad y expresión en otros países.

Cuando se observa la producción en América Latina en los últimos 15 años, se detecta un crecimiento muy significativo. En el año 2000 se produjeron 126 películas, en 2005 fueron 238, en 2010 fueron 513 y en 2013 casi 600 películas.

Por otra parte, es interesante observar los niveles de coproducción dentro del total de la producción de los países latinoamericanos. En el caso de México, se coproduce alrededor del 15%-20% de la producción, un nivel bajo en relación a lo que ocurre en otros países como Uruguay, donde es una práctica muy común en su volumen de producción. Asimismo, en Brasil el porcentaje de coproducción oscila alrededor del 20%, en Argentina es un poco más elevado dado que existe una política más orientada a la coproducción que de alguna manera permite seguir saliendo al mundo. Una de las ventajas intrínsecas de coproducir, es tener la posibilidad de estrenar en otros mercados, dado que existe una gran correlación entre la coproducción y el estreno de las películas en los diferentes países que participan en la producción.

Un ejemplo donde se puede observar de una manera muy práctica hacia donde se pueden dirigir las acciones en todos los ámbitos, es el documental. Es una película que si bien no es de presupuesto muy alto, se empieza a visualizar una circulación bastante interesante sobre cómo se produce, cómo circulan los documentales y cómo se accede a ellos.

En el caso de las 600 películas que se produjeron en 2013 en América Latina, más de 160 fueron documentales, por lo tanto se observa una alta participación de los mismos. Al respecto, hay 2 hipótesis para destacar, por un lado existen mecanismos regionales y políticas locales públicas que han favorecido el incremento de la producción local, y por otro, es evidente que la tecnología digital facilitó las producciones. Este crecimiento exponencial en las producciones, es un resultado de estas dos circunstancias expuestas.

En el terreno de la distribución y la exhibición, el mercado latinoamericano representó en 2013 más de 600 millones de asistentes. El mercado de Latinoamérica, representó en este mismo año 3000 millones de dólares, con una población de casi 600 millones de habitantes en la región, el promedio de asistencia anual es de 1 vez por habitante.

Se observa un crecimiento en la producción y en el consumo del cine, siendo una constante el incremento de la asistencia a las salas de cine en Latinoamérica.

De las 600 películas que se producen, solamente se llegan a estrenar alrededor del 10% al 15%, incluyendo al país de estreno. Es decir, muy pocas veces se estrenan películas en otros territorios. Se produce en cantidad, pero no se cuenta con mecanismos para poder tener mejores escenarios de distribución. En ese sentido los asistentes a las salas en Latinoamérica representaron el 11% del total. Se observa que existen 3 grandes mercados, Argentina, México y Brasil que aportan casi el 70% de los asistentes en la región. Otros de escala media como



Chile, Ecuador, Perú y Venezuela, y otros se encuentran creciendo como Guatemala y Costa Rica.

Los estrenos latinoamericanos representaron el 14% del total de los que se realizaron en los países de la región.

Es muy importante analizar y evaluar cuales son las películas que más se estrenaron en Latinoamérica. En 2013, las películas colombianas fueron las que tuvieron mayores estrenos fuera de su territorio y son las que más circulan. Es interesante este detalle, ya que permite observar que una política que se está llevando a cabo en dicho país está dando resultados.

En el año 2014, se estrenaron en la región 11 películas colombianas, 9 argentinas, 9 mexicanas, 9 uruguayas, 8 chilenas, 5 ecuatorianas, entre otras. Se observa que no es cuestión de volumen sino de política. Los países que tienen ciertas políticas públicas pueden tener un mayor porcentaje de presencia, incluso que los países que más producen.

Con respecto a cuáles son los países más receptivos a las películas latinoamericanas, en 2012 México fue el país donde hubo mayor presencia con 9 películas, luego fue Colombia. En México hay una tendencia corporativa que están utilizando las grandes empresas de exhibición y producción, para generar sus contenidos; pero también existe un escenario diferenciado, de alguna forma hay nuevas prácticas, mayor acceso a los medios de producción, pero que sin embargo no pueden consolidarse si no es con una política pública que permita que esta anhelada democratización del acceso a la producción sea posible. No es únicamente la tecnología lo que lo permitirá, sino también se necesita apoyar con políticas públicas esta nueva convergencia digital para que esta nueva forma de producción pueda tener sentido.

En México de las 130 películas que se producen anualmente, el 80% cuentan un apoyo del Estado. De alguna manera, se está tomando conciencia que es el ciudadano el que tiene derecho de tener acceso a esos bienes y que la política pública tiene que hacer posible este acceso.

Para ello, una estrategia muy pensada pero poco implementada, es la de las plataformas digitales. En principio se comienza con 3 plataformas diferenciadas, una es "Plataforma Cine de México" que tiene como principal objetivo llegar a salas de cultura, cineclubs, bibliotecas públicas y a partir de la tecnología generar una exhibición de alta calidad en imagen y sonido para que la experiencia siga siendo cada vez más común. Esto comenzó en setiembre de 2014 y actualmente más de 100.000 personas han visto cine mexicano por esta vía. Sin embargo, con la tecnología hay que ser cuidadoso, se mueve mucho más rápido que una política pública, por tanto es necesario establecer previamente los parámetros hacia los cuales se quiere llegar para lograr un mejor impacto.

Otra de las plataformas se denominó "Filmes Latinos", y fue generando una visión industrial de las mismas, por tanto se realizó una asociación con una empresa española con experiencia en el rubro, para no solo visualizarlo como un acceso al ciudadano sino también



como una oportunidad para los creadores y evaluar las posibilidades de recuperación con estas nuevas formas de distribución.

La última plataforma es IBERMEDIA, de reconocida existencia y donde se ha participado activamente en el diseño de la plataforma regional.

Con respecto a las propuestas que se pueden presentar en este ámbito, considero las siguientes:

- Actualizar los acuerdos multilaterales de coproducción, de conformidad a la realidad convergente. Estos tratados multilaterales que se han firmado a finales de los 80 – 90, tienen que asimilar los conceptos de “codistribución” y coproducción en esos escenarios tecnológicos. Se tiene que cooperar con esas nuevas nociones para que se sigan actualizando estos Acuerdos y sigan teniendo utilidad y ser visionarios para tener un mayor impacto en la producción de películas.
- Colocar el término de “codistribución” como un concepto clave a desarrollar en la agenda regional e insertarlo en las legislaciones y políticas cinematográficas locales y regionales. Si bien hay mucha experiencia en la coproducción, la parte de la “codistribución” sigue siendo un problema clave a la hora de definir. La comunidad cinematográfica latinoamericana y los productores en particular han sido muy activos en generar políticas de coproducción, pero se necesita comenzar a sentar en la mesa a los agentes de distribución para generar fórmulas de “codistribución”. ¿Qué se entiende por “codistribuir”? ¿Cómo se puede plasmar de la mejor forma en las políticas regionales?
- Impulsar y consolidar los circuitos alternativos de exhibición, no solamente lo digital.
- Fortalecer y ampliar las transmisiones de películas latinoamericanas a través televisión pública, sigue siendo una ventana muy importante.
- Construir una legislación convergente y transversal que asimile las nuevas realidades tecnológicas, sociales, culturales de la producción, distribución, exhibición y circulación de las obras cinematográficas.

Las nuevas prácticas de ver cine a través de Internet, tienen que generar y establecer nuevos pactos sociales, en los que los derechos de autor y las prácticas de consumo cultural propicien un desarrollo cultural económico viable para todos.



Julián Goyoaga

Productor de "Anina"

CoProducción Uruguay-Colombia

La película "Anina", de animación, se cita como un ejemplo de coproducción entre Uruguay y Colombia.



La herramienta de la "coproducción", hizo posible que la película "Anina" se pudiera producir y exhibir a nivel mundial, dado que era una película con un presupuesto grande pero no se podía producir solamente con los fondos disponibles en Uruguay.

El proceso de la animación, se hizo mayormente en Uruguay, sin embargo hubo algunas escenas, sonido, música y otros aspectos que se llevaron a cabo en Colombia.



**PALABRAS
DE
CIERRE**



César Llona

Subsecretario de Desarrollo del Espacio de Libre Comercio
ALADI

El Simposio ha demostrado la importancia de las Industrias Culturales y los desafíos futuros para el diseño e implementación de políticas públicas nacionales y regionales.



La creciente importancia de las industrias culturales, debido a su complejidad, debería ser abordada en base a dos roles fundamentales:

- el rol de preservación de la identidad de la cultura y
- el rol generador de riqueza.

Al respecto, se visualizan algunas temáticas que deberían ser gestionadas desde lo público y en algunos casos desde lo regional:

- Regular una realidad cambiante consistente en la disociación, relativamente reciente, entre las pantallas y los contenidos.
- Regular reconociendo la revolución digital como una fuerza democratizadora, teniendo en cuenta los debates en materia de propiedad intelectual, equilibrio entre la democratización del conocimiento y la protección de los derechos de autor. Este aspecto debe ser analizado en forma conjunta por el sector público y privado.
- La importancia de medir el impacto económico de las Industrias Culturales en las economías de los países miembros, utilizando como herramienta las Cuentas Satélite de



Cultura. Las mismas ya fueron implementadas en algunos países miembros y cuentan con experiencia en el desarrollo e implementación.

- Considerar el carácter multidimensional de las industrias creativas al momento de formular políticas. Es un tema que toca varios aspectos de la sociedad, ya sea el económico, cultural, de género, de inclusión, entre otros.
- Detectar el nicho de mercado para el cine latinoamericano y su público. No medir la industria únicamente en términos de cantidad, sino de calidad. Hacer cine, es una decisión. Se decide hacer cine a pesar del mercado.

En el ámbito regional la ALADI cuenta con el Acuerdo Regional N° 7 sobre Cooperación e Intercambio de Bienes en las áreas cultural, educacional y científica (AR7), en el ámbito del cual se podrían enmarcar algunas de los desafíos planteados.

1. Generar dinámicas participativas y de convergencia entre los diferentes organismos de integración regional en materia cultural, a los efectos de coordinar acciones y recursos. Asimismo, establecer alianzas estratégicas con la finalidad de identificar actividades del ámbito cultural que puedan desarrollarse en el marco de la ALADI.
2. Evaluar e implementar, a través de la cooperación, mecanismos tendientes a fortalecer la exhibición y distribución de películas latinoamericanas. Se reconoce que algunas de las películas proyectadas en el Ciclo de Cine, no se hubiesen exhibido en Uruguay sin la existencia del ciclo. Por tanto, sería necesario potenciar la cooperación en la industria del cine, la cual podría materializarse a través de la celebración de un Festival de Cine Latinoamericano, un Concurso de Cortos, premiando la coproducción y generando nuevos mecanismos de distribución
3. Fomentar la cooperación, analizando la posibilidad de implementar ruedas de negocios en torno a las industrias creativas latinoamericanas, con la participación de los mecanismos de integración regional, que permitan generar espacios de encuentro para los profesionales de las industrias creativas de América Latina.
4. Analizar algunas propuestas interesantes que surgieron en el Simposio, tales como la creación de una cineteca latinoamericana virtual, la elaboración de una comparación legislativa a los efectos de facilitar la circulación de obras y libros, entre otras. Propuestas que serán analizadas, evaluadas y oportunamente presentadas al Comité de Representantes de la ALADI para su aprobación y gestión.
5. Promocionar la utilización de las Cuentas Satélite de Cultura, como una herramienta de información del impacto económico de las Industrias Culturales en las economías de los países miembros. Así como también, destacar la importancia de contar con estadísticas de comercio de servicios, para medir correctamente el comercio audiovisual en la región.



Embajador Emilio Izquierdo Miño

Representante Permanente del Ecuador ante la ALADI

Coordinador del Grupo de Trabajo Ad Hoc: Cine, Cultura e Integración Latinoamericana

Yo quiero hacer una intervención muy corta, solamente decir pocas palabras para no repetir lo que ya se ha dicho. Quiero iniciar expresando mi enorme pesar, mis condolencias, mi solidaridad con Uruguay por el fallecimiento del querido Carlos Maggi, un gran intelectual, un hombre de cultura, entregó toda su vida, sus tantos años de vida a la cultura. Es uno de los personajes más importantes de la historia cultural de Uruguay, sobre todo, particularmente en la segunda parte del siglo XX y en lo que llevamos del siglo XXI, él ha sido un gran gestor de cultura, escritor, un historiador, un ensayista, uno de los personajes más importantes de la generación del 45.



Yo conocí y oí de Carlos Maggi ya en mi lejana juventud, cuando indagaba en los misterios de Santa María y en la obra de Onetti, ya Carlos Maggi aparecía por ahí. Para mí es una mala noticia, es una pena que hemos tenido este día. Sea también en homenaje a este gran hombre de cultura el esfuerzo que hemos hecho en esta jornada.

Quiero simplemente decir, en síntesis, que este Simposio ha sido de una enorme trascendencia. Estoy convencido de que fue una feliz iniciativa, una iniciativa llevada fundamentalmente por la decisión política del Comité de Representantes; por el compromiso y el trabajo de la Secretaría General de la ALADI; por la colaboración, invalorable apoyo y aporte



de la Unesco, del ICAU, de la Cinemateca Uruguay, del Ministerio de Relaciones Exteriores del Uruguay y del Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay.

Toda esta jornada presenta para nosotros un gran reto para el futuro y eso es lo que precisamente queríamos que ocurriera. Hay, por lo tanto, una carga enorme de desafíos para la ALADI; desafíos para desarrollar una agenda que tiene que ver con los temas de las industrias culturales, de las industrias creativas, del rol activo en el fomento del desarrollo proactivo de la cultura, en el fomento del desarrollo de nuestros pueblos, en la transversalización de estos temas, como afrontar en la ALADI el fortalecimiento que le puede dar la cultura al proceso de integración.

Las industrias culturales y creativas, por tanto, hemos visto y comprobado una vez más, tienen un efecto importante en la generación de empleo, mueven la economía en grados importantes para el PIB, son un elemento que impulsa la inclusión social y, también, hay que decirlo, uno de los elementos que va a permitir cada vez más trabajar en función de la erradicación de la pobreza.

La ALADI, por lo tanto, tiene ya una agenda ampliada, particularmente partiendo de los compromisos que los países adoptamos con el Acuerdo Regional N° 7. Hay dos aspectos fundamentales que fueron resaltados esta mañana, como el mecanismo para el mercado común de bienes, servicios culturales y el desarrollo y fomento de la cooperación sur-sur.

Hoy, también, durante el día, he conversado con algunos colegas, particularmente con el colega de México, con quien hablo mucho sobre estos temas. Él ya tiene algunas ideas adicionales que vamos a ir desarrollándolas en el Comité, con el apoyo desde luego importantísimo de la Secretaría General.

Hay por lo tanto múltiples espacios que debemos trabajar, en los que vamos a empeñarnos como ALADI, en el apoyo a mecanismos para la producción, la difusión, la distribución, la presentación, es decir, la exhibición pública del cine.

También resalto la mención de esta mañana, que me pareció extremadamente importante, sobre la industria editorial y los problemas presentados en ese panel: la circulación de obras de creación, los derechos de autor, la defensa de la industria cultural, de la industria creativa y el fomento de la coproducción.

El Simposio también ha sido una oportunidad para confirmar que estos temas culturales tienen evidentemente un efecto multiplicador para la estructura de la ALADI. Es innumerable la cantidad de iniciativas que podemos trabajar a partir de hoy.

Quiero, finalmente, expresar mi felicitación y también mis agradecimientos a todos los participantes de los paneles que hemos tenido en la jornada de hoy día, en la mañana y en la tarde. Creo que hemos aprendido, yo personalmente he aprendido muchísimo y ha sido un escenario intenso, formidable de aprendizaje. Hemos coincidido en muchos aspectos, fundamentalmente en que la cultura permite un encuentro con la identidad, en que la fortaleza



de la cultura tiene que ver directamente con el desarrollo humano. Hemos hablado del rol de la cultura como el elemento fundamental para la integración de los pueblos, de la integración de la gente y de la importancia que tiene en ese sentido, en esa línea, la formulación de políticas públicas para los ciudadanos.

Agradezco y felicito una vez más la enorme labor, extraordinaria, el notable trabajo realizado por la Secretaría General de la ALADI.

Muchas gracias.

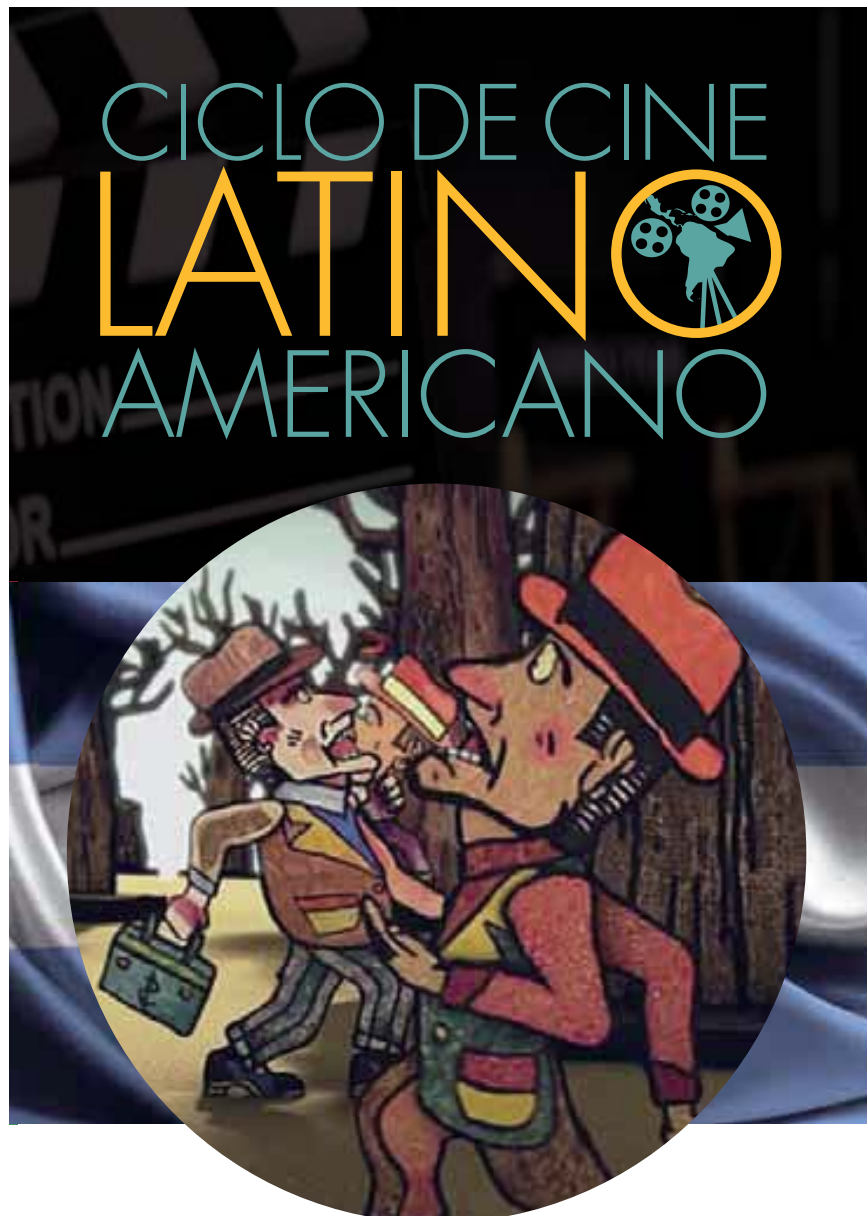


PELÍCULAS

Ciclo de Cine
Latinoamericano



A
R
G
E
N
T
I
N
A

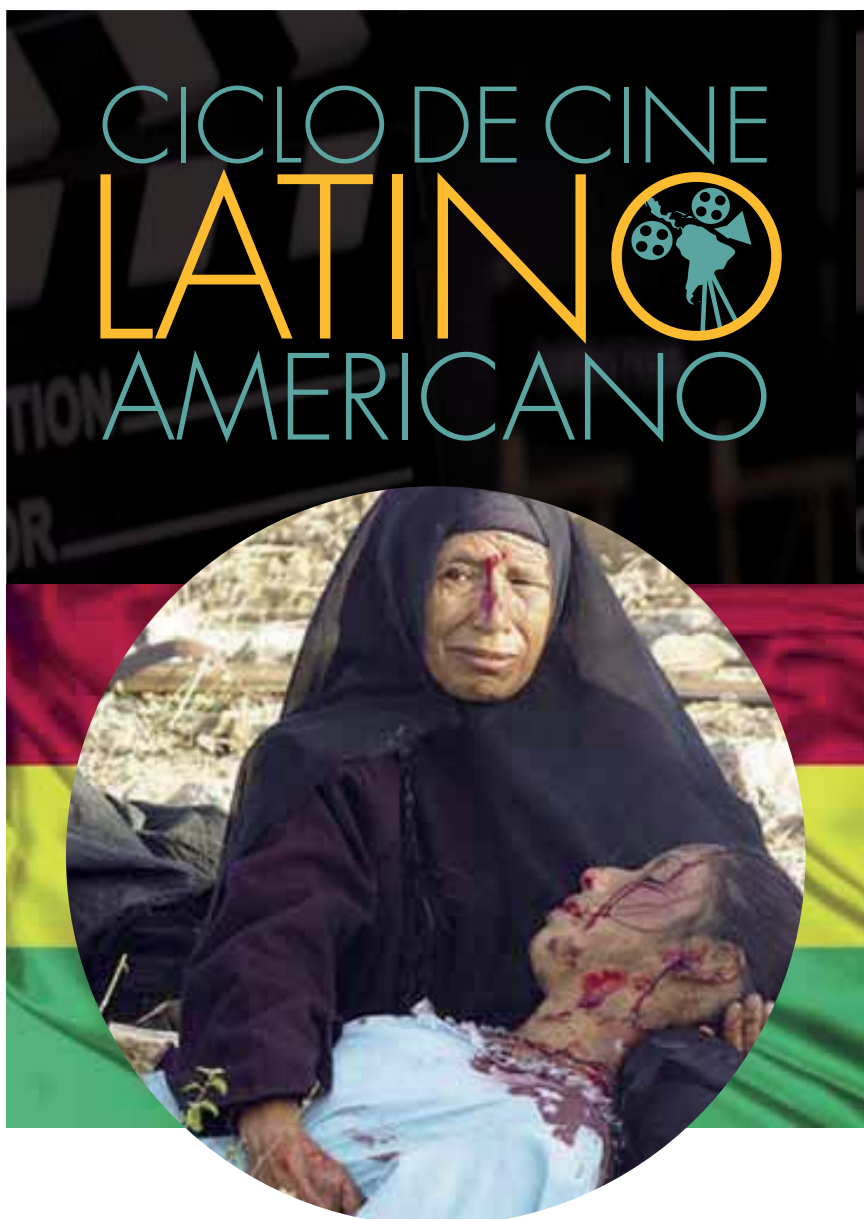


MAYO 16, SÁBADO. A LAS 20 HS.

HISTORIAS DE CRONOPIOS Y DE FAMAS

Dir; Julio César Ludueña. Argentina, 2013 - 87 min. (Digital).

Homenaje a Cortázar en clave de animación, conmemorando los cien años del nacimiento del escritor. Diez de los 64 microrrelatos del libro homónimo, ilustrados por un dibujante, historietista o artista plástico diferente y luego llevado a la animación en un empeño que llevó seis años. La variedad es el rasgo distintivo, desde el musical a la solemnidad y desde la abstracción al surrealismo. Producida con el apoyo del INCAA. Al finalizar la película se realizará un conversatorio con el Director.



B
O
L
I
V
I
A

MAYO 16, SÁBADO. A LAS 18.00 HS.

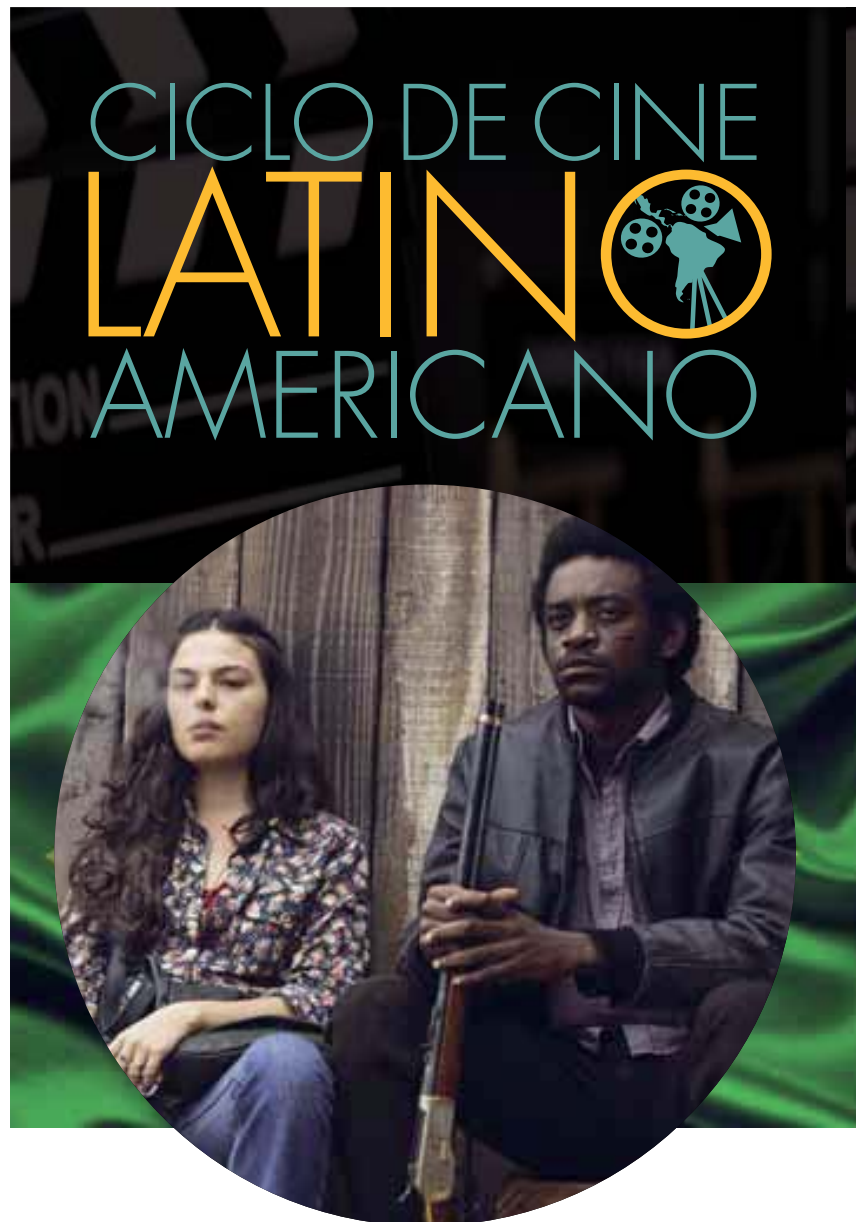
MANUELAS: HEROÍNAS DE LA CORONILLA

Dir: Luis Mérida Coimbra. Bolivia, 2013 - 77 min. (Digital). Con Soledad Ardaya, Naira Vildoso Guillen, Diego Ortiz.

Una historia borrada y sepultada por la sal de la colonia, transmitida hasta nuestros días por el imaginario popular y retomada en esta narrativa del heroísmo femenino. Historia y leyendas expresadas en un lenguaje cinematográfico con un enfoque épico y político.



B
R
A
S
I
L



MAYO 18, LUNES. A LAS 18 HS.

FAROESTE CABOCLO

(FAROESTE CABOCLO)

*Dir: René Sampaio. Brasil, 2013 – 105 min. (Digital).
Con Fabrizio Boliveira, Isis Valverde, Felipe Abib.*

Brasilia, a comienzos de los años 80. Un joven marginal que se enamora de una estudiante de arquitectura. A su alrededor, la capital de Brasil resulta una ciudad cada vez más convulsa en un conflicto de intereses entre traficantes de droga y la policía. El título lo sugiere: el Lejano Oeste en clave brasileña, y una canción legendaria lo comenta.



C
H
I
L
E

MAYO 17, DOMINGO. A LAS 19.45 HS.

GLORIA

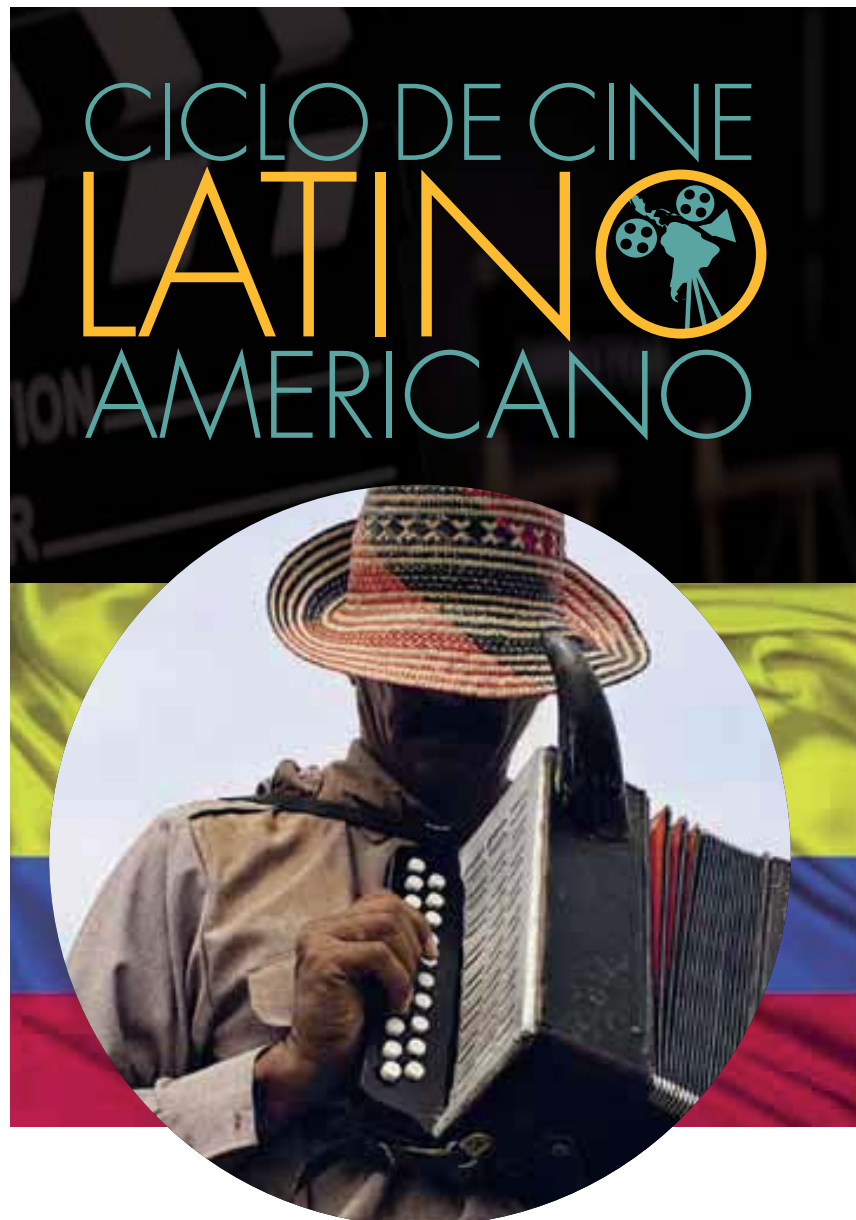
Dir: Sebastián Lelio. Chile, 2013 – 110 min. (Digital). Con Paulina García, Sergio Hernández, Coca Guazzini.

Con 58 años, la protagonista está sola en la vida. Para compensar el vacío, llena sus días de actividades y por las noches busca el amor en el mundo de las fiestas para solteros adultos

Una comedia dramática divertida, mordaz y empática. Al finalizar la película se realizará un conversatorio con Paulina García, la actriz protagonista.



C
O
L
O
M
B
I
A

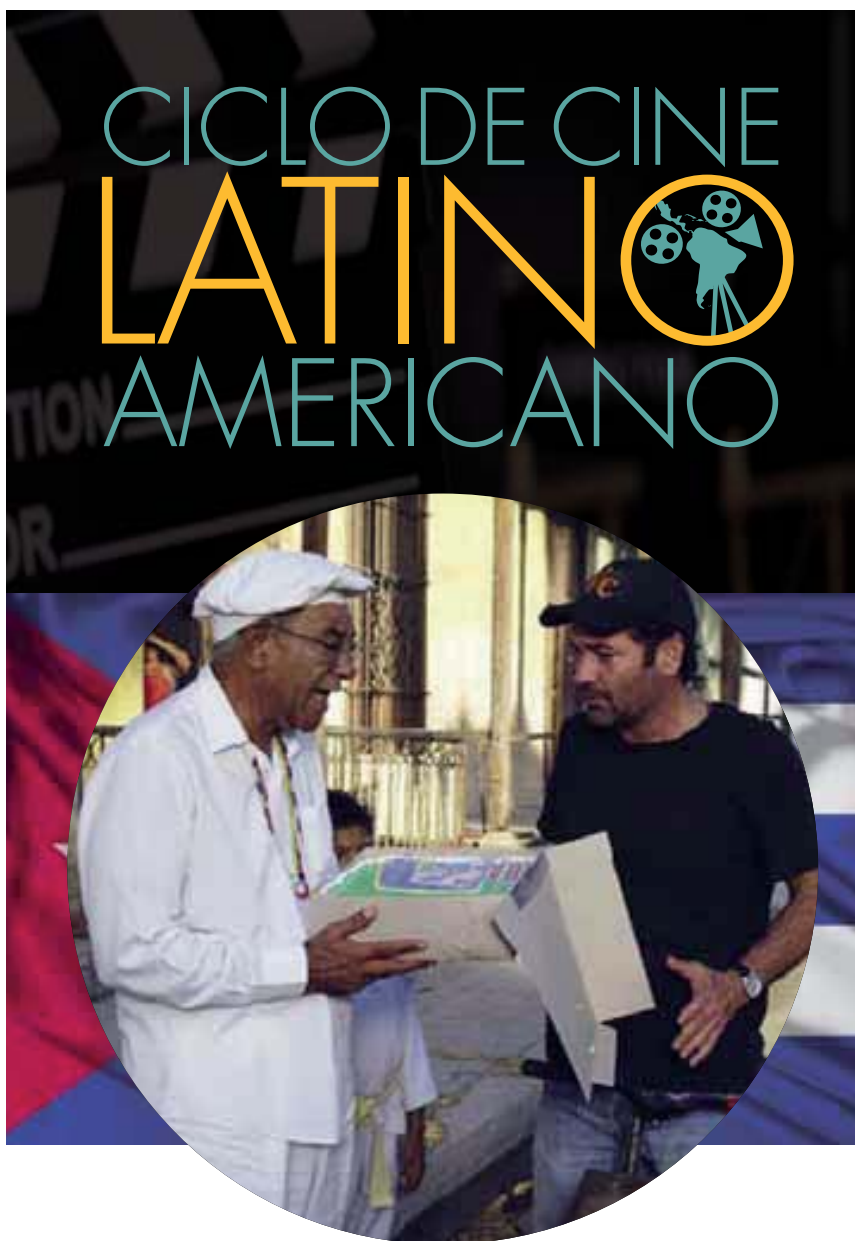


MAYO 18, LUNES. A LAS 20 HS.

LOS VIAJES DEL VIENTO

Dir: Ciro Guerra. Colombia, 2009 – 117 min. (Digital). Con Marciano Martínez, Yull Núñez, Agustín Nieves.

1968. Ignacio Carrillo, un juglar que durante años recorrió pueblos y regiones llevando cantos con su acordeón, toma la decisión de hacer un último viaje, a través de toda la región norte de Colombia, para devolverle el instrumento a su anciano maestro, Un viaje en pos de una identidad. Realizada con el apoyo, entre otros, del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico colombiano.



C
U
B
A

MAYO 19, MARTES. A LAS 18.30 HS.

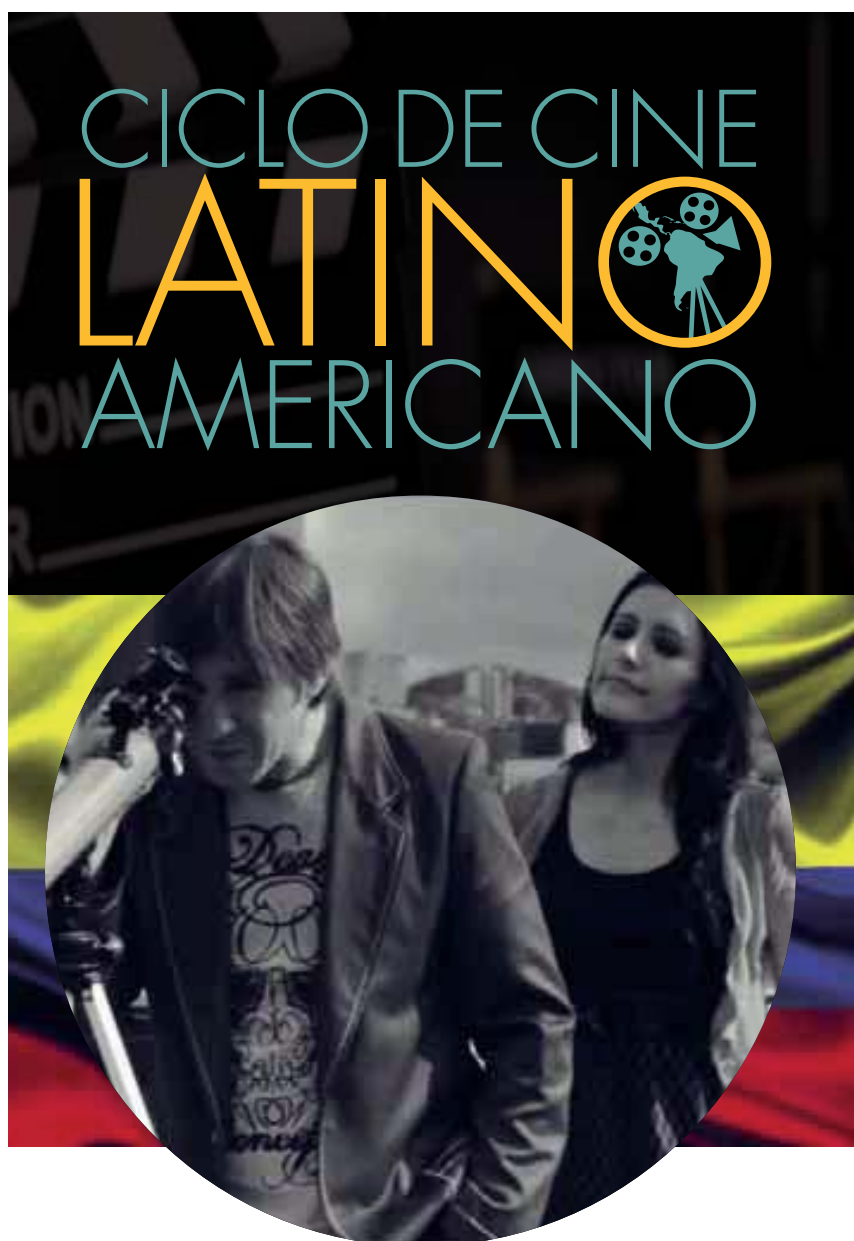
EL CUERNO DE LA ABUNDANCIA

Dir: Juan Carlos Tabío. Cuba, 2008 – 107 min. (Digital). Con Jorge Perugorría, Enrique Molina, Paula Alí.

En un pequeño pueblo de Cuba, una noticia explota como un petardo: los que se apelliden Castiñeiras recibirán una jugosa herencia que unas monjas depositaron en un banco de Inglaterra en el siglo XVIII. Lo que sigue es una disparatada búsqueda del tesoro, con humor e inteligencia.



E
C
U
A
D
O
R

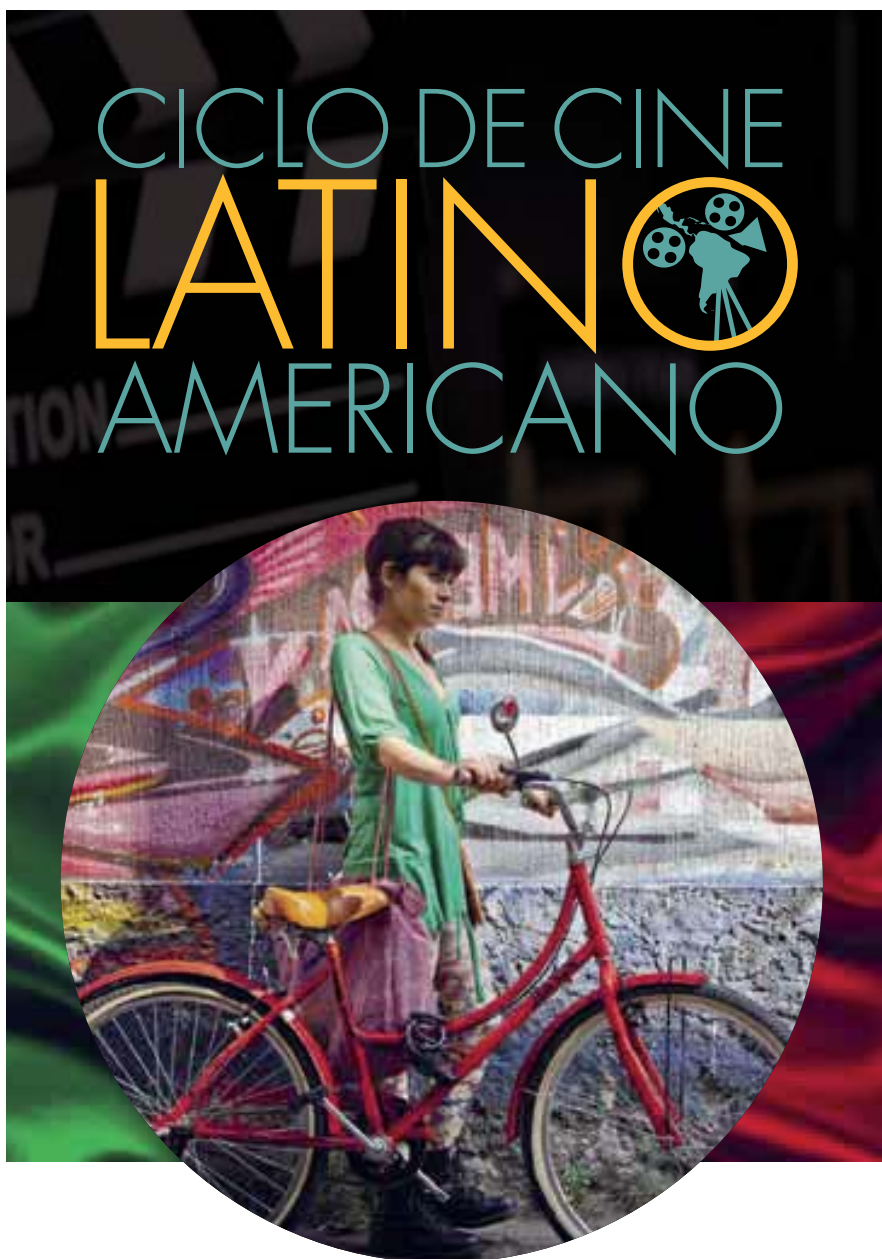


MAYO 19, MARTES. A LAS 20.30 HS.

A ESTAS ALTURAS DE LA VIDA

Dir: Manuel Calisto, Álex Cisneros. Ecuador, 2013 – 86 min. (Digital). Con Manuel Calisto, Álex Cisneros, Sonia Valdez.

La historia de dos amigos inseparables: un burócrata que busca superarse día a día, aunque en el fondo sabe que nunca va a salir de su escritorio de funcionario, y un mujeriego inestable y sin metas fijas, pero con un don para las matemáticas. Una crónica de tipos y ambientes cotidianos. Al finalizar la película se realizará un conversatorio con el Director de la Película.



M
É
X
I
C
O

MAYO 20, MIÉRCOLES, A LAS 20.30 HS.

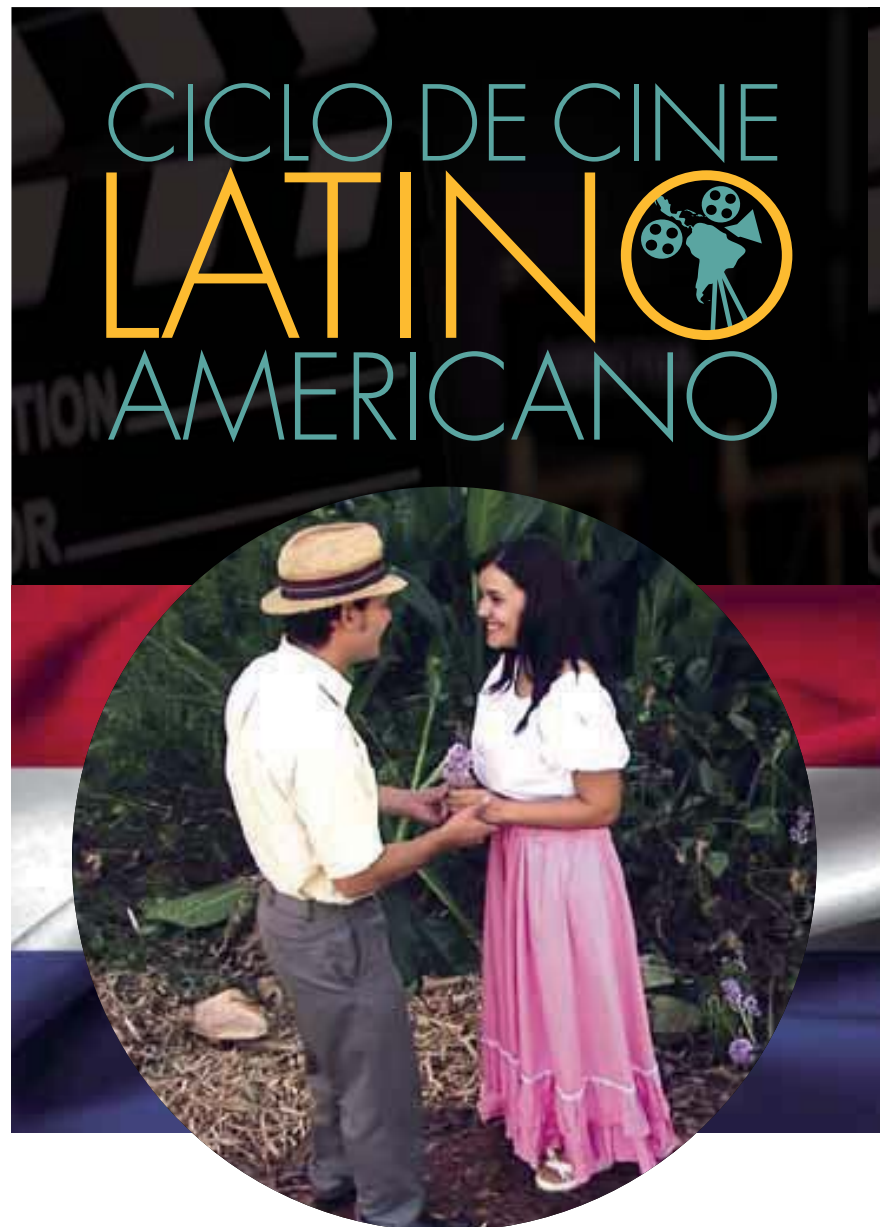
LOS BANISTAS

Dir: Max Zunino. México, 2014 – 83 min. (Digital). Con Juan Carlos Colombo, Sofía Espinosa, Torres.

La economía ha colapsado. Entre los afectados se encuentran la rebelde adolescente Flavia y su vecino Martín, hombre maduro y de rígidas costumbres. Ambos deberán aprender a convivir y así sobrevivir las duras épocas. Un drama de resonancias muy actuales.



P
A
R
A
G
U
A
Y

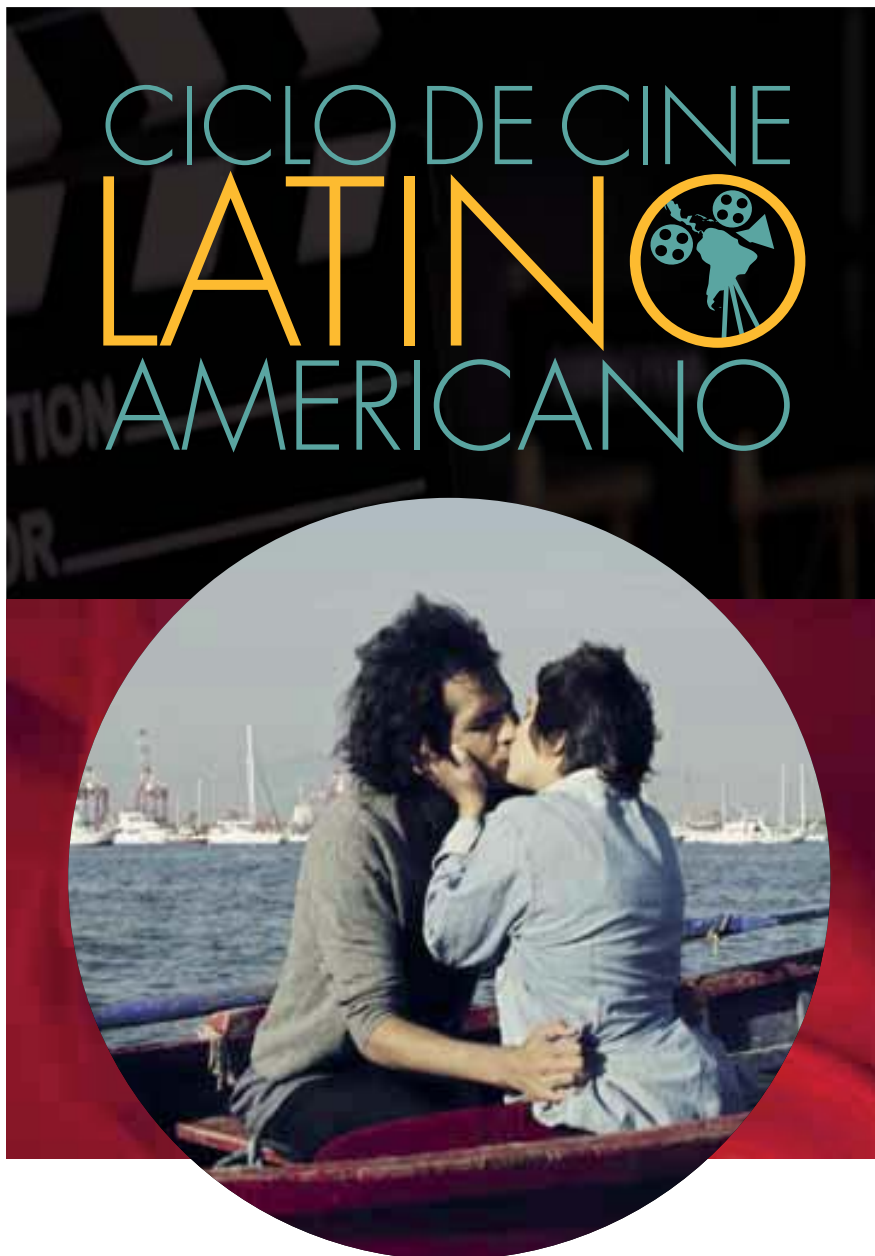


MAYO 17, DOMINGO. A LAS 18 HS.

CHE PYKASUMI (EL VUELO DE UN AMOR)

Dir: Ermes Medina Valiente. Paraguay 2011 – 90 min. (Digital). Con José Fleitas, Alicia Arce, Georgina Genes.

Una historia de amor en Paraguay, años veinte, inspirada en una popular canción. Una historia individual sirve para evocar una atmósfera pasada, entre la nostalgia, el dolor y la melancolía.



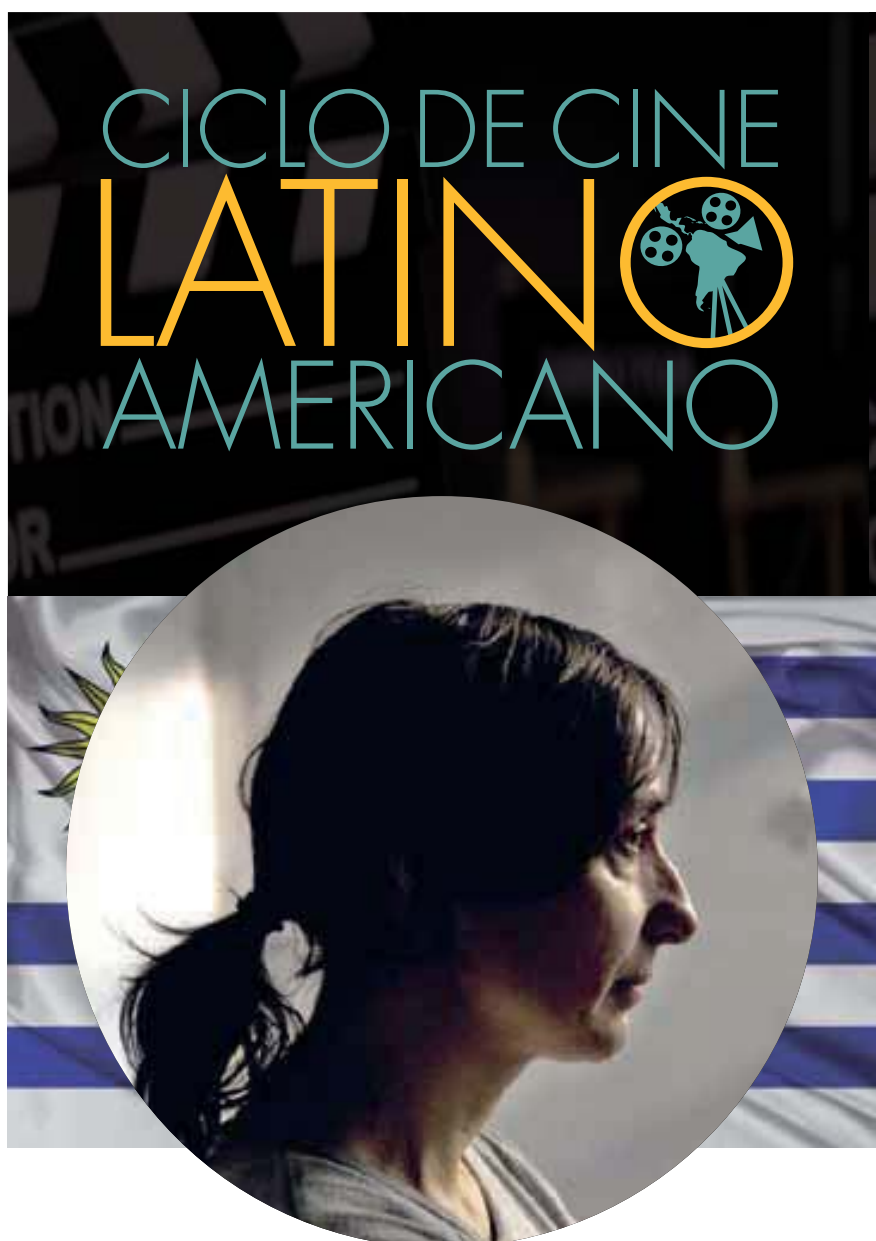
**MAYO 20, MIÉRCOLES. A LAS 18.30 HS.,
VIAJE A TOMBUCTÚ**

Dir: Rossana Díaz Costa. Perú, 2013 – 100 min. (Digital). Con Andrea Patriau, Jair García, Matilda Martini.

Una historia de amor, el paso de la niñez a la adolescencia, y al fondo los dramáticos cambios de la sociedad peruana en los años ochenta. La remota Tombuctú es el espacio imaginario hacia el cual los personajes escapan mentalmente, huyendo de una realidad cercada por la pobreza y la violencia.



U
R
U
G
U
A
Y

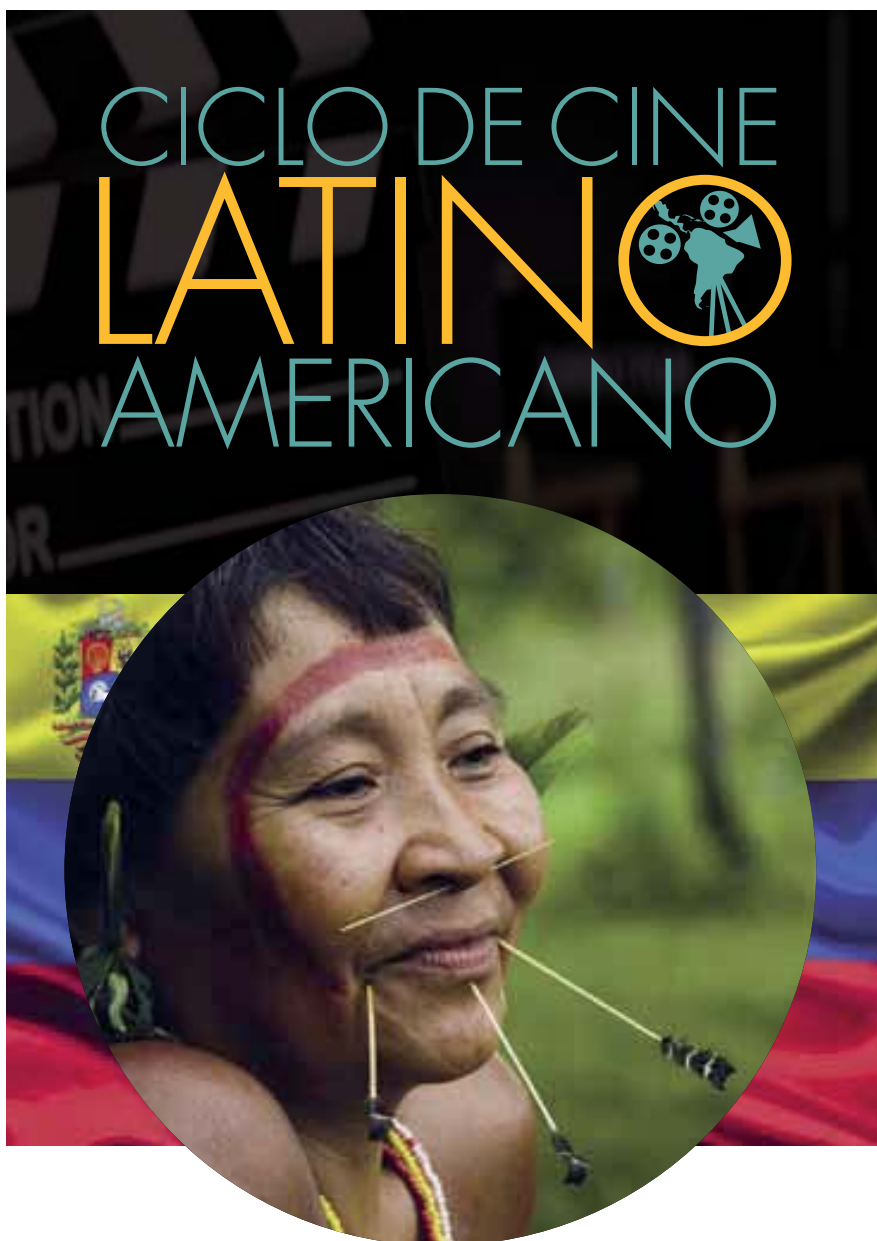


MAYO 21, JUEVES. A LAS 18.30 HS.

LA DEMORA

*Dir: Rodrigo Plá. Uruguay/México/Francia, 2012 – 84 min. (Digital).
Con Roxana Blanco, Carlos Vallarino.*

La acción abarca menos de cuarenta y ocho horas, unos pocos personajes y no muchos más abundantes paisajes montevideanos. Un hombre mayor con Alzheimer, su hija y tres nietos se apretujan en una vivienda pequeña e incómoda, la mujer siente que la situación se le escapa de las manos y toma la decisión que genera la demora del título. Un drama auténtico con mucho cine.



V
E
N
E
Z
U
E
L
A

MAYO 21, JUEVES. A LAS 20.30 HS.

CENIZAS ETERNAS

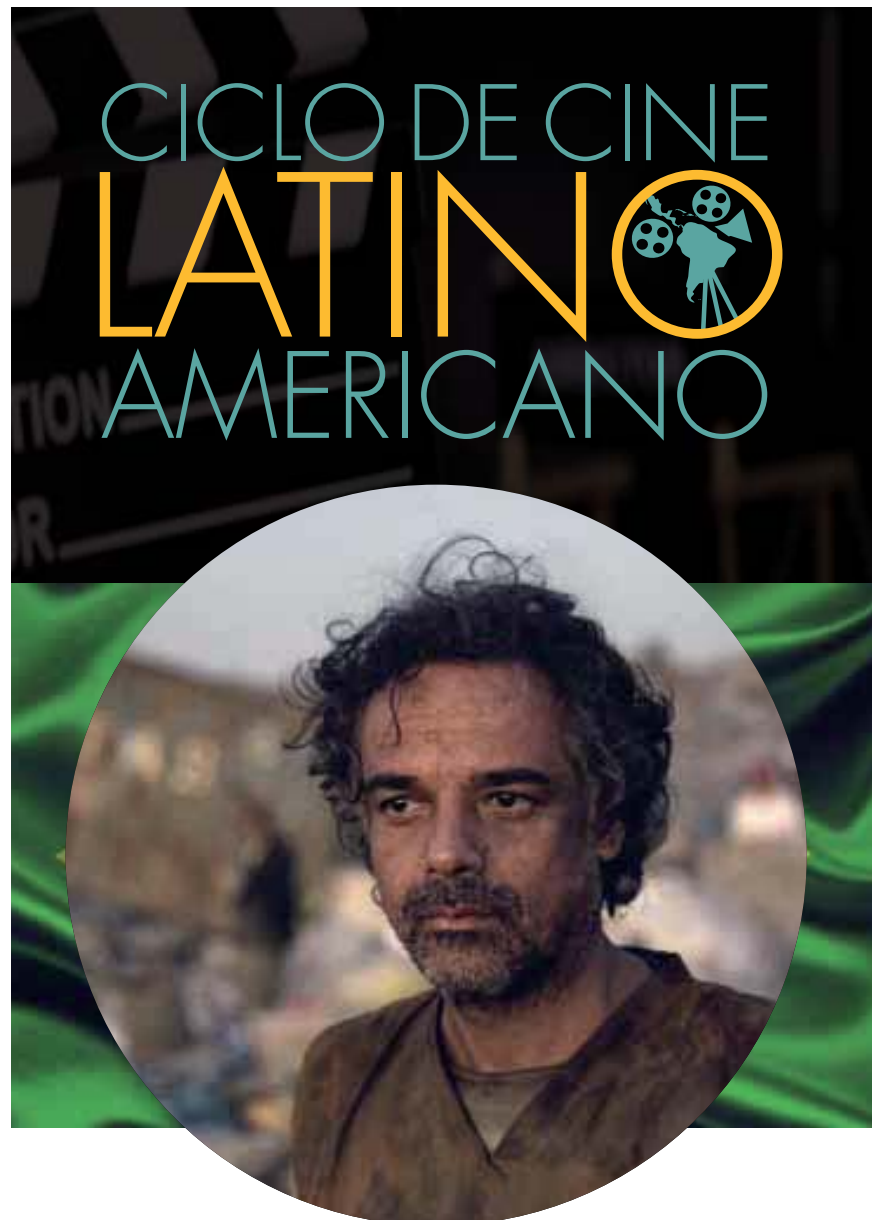
*Dir: Margarita Cadenas. Venezuela, 2011 – 100 min. (Digital).
Con Patricia Velázquez, Danay García, Erich Wildpret.*

El viaje inolvidable en la selva amazónica, de una madre y su hija a través del espacio, el tiempo y la espiritualidad. Una aventura dramática en la profundidad del Amazonas, en el seno de una etnia indígena: Los Yanomami.



PELÍCULAS

**Ciclo de Cine
Latinoamericano
Coproducciones**

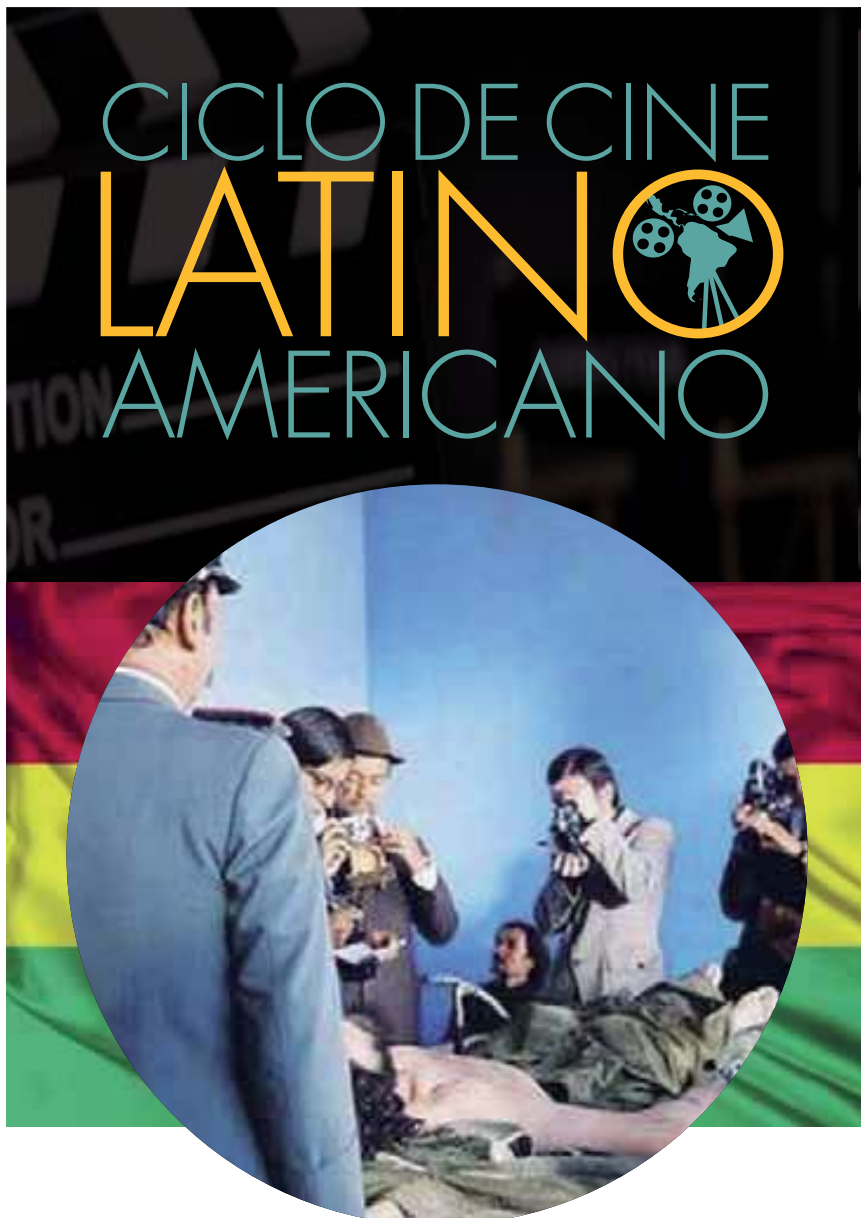


MAYO 22, VIERNES. A LAS 20.30 HS.

ENTRE VALES (ENTRE VALLES)

Dir: Philippe Barcinski. Brasil/Uruguay, 2012 – 80 min. (Digital). Con Angelo Antonio, Daniel Hendler, Melissa Vettore.

Una crisis personal lanza al protagonista, economista y buen marido, a una errática búsqueda en la que buscará reinventarse. Un drama humano en medio del vasto paisaje de la gran ciudad.



MAYO 22, VIERNES. A LAS 18.30 HS.

DI BUEN DIA PAPA

*Dir: Fernando Vargas. Bolivia/Argentina/Cuba, 2005 – 107 min.
(Digital). Con Isabel Santos, Paola Ríos, José Veliz.*

La historia de una familia vallegrandina, sus amores, conflictos y reconciliaciones durante los 30 años transcurridos entre la guerrilla del Che Guevara en 1967 y la exhumación de sus restos en 1997. Candidata por Bolivia al Oscar a mejor película en lengua no inglesa.

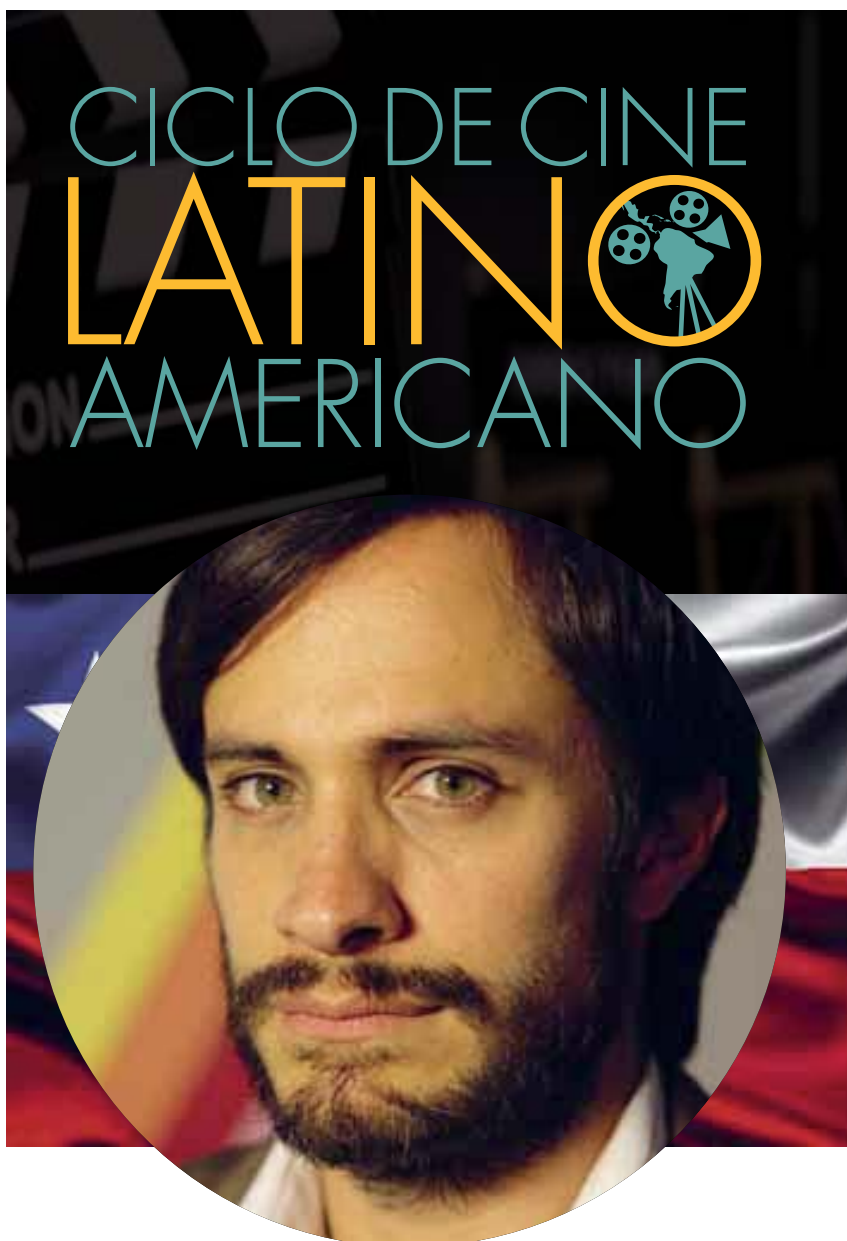


MAYO 23, SÁBADO. A LAS 18 HS.

ANINA

*Dir: Alfredo Soderguit. Uruguay/Colombia, 2013
78 min. (Digital).*

Una niña con nombre capicúa, algunos conflictos en la escuela, y alguna reflexión sobre prejuicio, acoso y responsabilidad. Una animación melancólica y tierna, con buena calidad de dibujo, personajes queribles y un sentido compartible. Al finalizar la película se realizará un conversatorio.



MAYO 23, SÁBADO. A LAS 20 HS.

NO

*Dir: Pablo Larraín. Chile/México, 2012 – 116 min. (Digital).
Con Gael García Bernal, Alfredo Castro, Luis Gnecco.*

El plebiscito que marcó el comienzo del fin del pinochetismo. El ángulo elegido por el director Larraín es el del equipo que se encargó de la campaña publicitaria del No, punto válido que sin embargo algunos han discutido. Una sobria crónica política.



IMÁGENES

**SIMPOSIO INTERNACIONAL
“Las Industrias Culturales
como Herramientas de
Integración Latinoamericana”**

















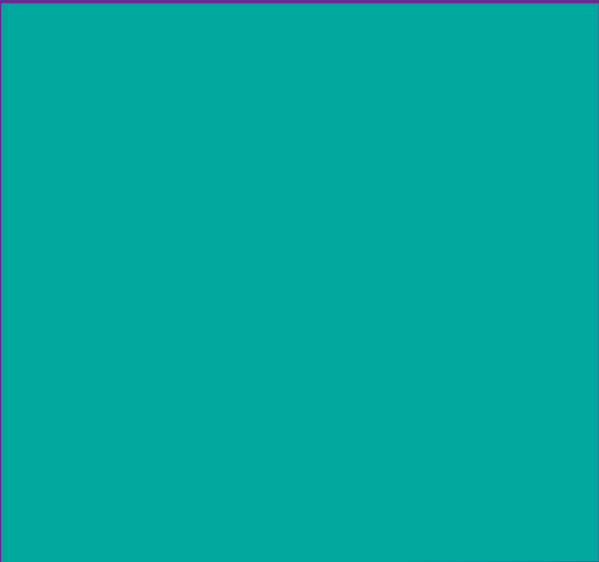
IMÁGENES

Ciclo de Cine Latinoamericano





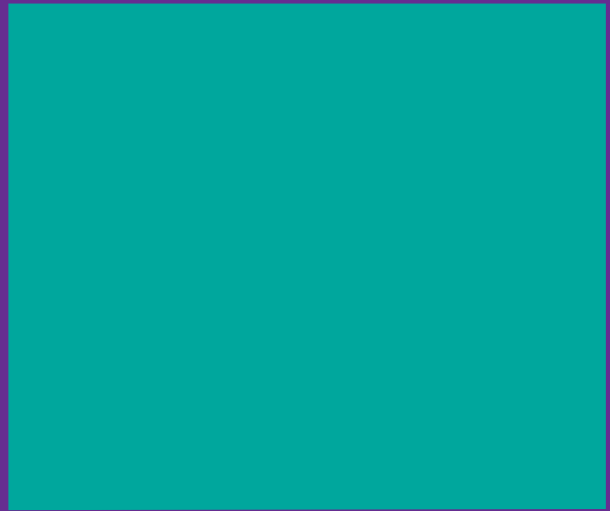










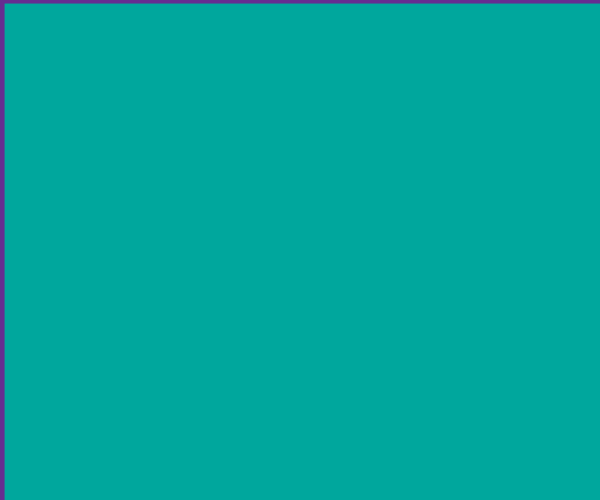






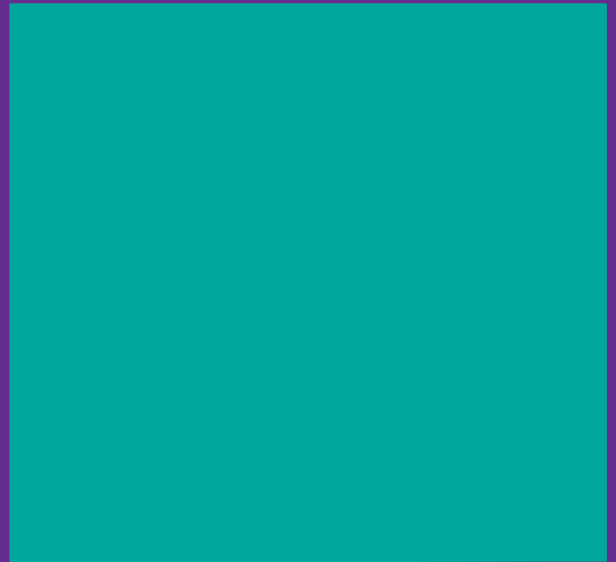














Secretaría General de la ALADI
Montevideo - Uruguay



ALADI

Asociación Latinoamericana de Integración
Associação Latino-Americana de Integração

Cebollati 1461 CP 11200
Montevideo - URUGUAY
Tel: +598 24101121
Email: sgaladi@aladi.org
web: www.aladi.org