

La Sociedad Uruguaya de Actores brinda su apoyo a este proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual confiando que se convierta en Ley. Los fines y objetivos de los medios de comunicación deben ser analizados y consensuados a nivel de toda la sociedad dada su esencial importancia en la construcción y consolidación de un país democrático como el nuestro.

Nuestro Sindicato integra la Coalición de la Sociedad Civil por una Política Democrática de Comunicación, organización que presentara ante la Comisión de Industria y Energía de la Cámara de Diputados una serie de Aportes y Propuestas a propósito de la discusión del proyecto que hoy nos convoca.

Demás está decir que suscribimos los conceptos vertidos por la Coalición, entendiendo que las consideraciones allí expuestas constituyen importantes aportes al mejoramiento de esta iniciativa. Nos permitimos, dada la especificidad de nuestra organización, concentrarnos en el capítulo de Producción Nacional.

APRECIACIONES GENERALES



- Resulta de fundamental importancia que este proyecto incluya un capítulo específico orientado a la promoción de la producción audiovisual nacional habida cuenta de la incidencia, particularmente de los productos de ficción, en la creación del imaginario colectivo y en la concreción de espacios simbólicos para la construcción de metáforas, sueños y modos de ser de los uruguayos.
- Esta iniciativa, además de ajustarse a diversos tratados suscritos por nuestro país, adecua la legislación uruguaya en la materia a parámetros regionales e internacionales. A su vez recoge en su espíritu importantes insumos generados en diferentes instancias de discusión previa (Foros de Contenidos Culturales y Medios de Comunicación, ponencias de prestigiosos expertos nacionales y extranjeros , Programa Televisión Sin Fronteras de la TV europea, etc.) .
- Es importante la promoción de acciones concretas para modificar la desalentadora situación actual. La presencia abusiva de productos de ficción extranjeros (protegidos en sus países de origen) impidió el desarrollo de la producción de ficción local con todo el perjuicio que esto ha implicado. En el año 2012 los canales abiertos transmitieron 6.000 horas de ficción de las cuales sólo 59 correspondieron a producción nacional y 5.941 a ficción extranjera. Nuestra producción equivalió, por lo tanto, al uno por ciento de la emisión total ubicándonos en el punto más bajo del continente americano.

Considerando estas breves premisas suscribimos la intención de adoptar medidas de fortalecimiento de la producción audiovisual. Dada la importancia fundamental del sector y su actual fragilidad se deberá apostar a una serie de acciones que además de viabilizarlo, lo fomenten

atendiendo la calidad de los productos y la regulación de las condiciones de trabajo.

VIABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y FOMENTO DE LA CALIDAD.

Un aspecto fundamental lo constituye el financiamiento de la producción. Resulta muy positivo que este proyecto cree un Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual con el fin de fomentar y promover el desarrollo de la industria (artículos 54,172 y 173). Sin embargo el mismo, a nuestro juicio, resulta insuficiente para cumplir su cometido teniendo en cuenta los costos promedio de producción.

Resulta imprescindible una mayor aportación por parte de los titulares de servicios como manera de garantizar una producción estable por lo que al menos debería triplicarse el aporte actual.

Este mecanismo más que un impuesto constituirá una inversión ya que este fondo financiará en exclusiva productos que retornarán a los emisores convirtiéndose en materia prima comerciable lo que propiciará el desarrollo de un nuevo modelo de negocio no sólo en el ámbito local sino también en la conquista de nuevos mercados.

En este esquema cumplirá un rol esencial la calidad de los contenidos.

Existe experiencia en nuestro país en lo que respecta a la producción cinematográfica que debe ser emulada. Al FONAU (Fondo para el Fomento de la Producción Audiovisual) se suma el ICAU (Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay) desde el año 2008 lo que redundó directamente en mayor y mejor producción del cine nacional. En muy poco tiempo Uruguay ocupó lugares en el mundo impensados hace tan sólo diez años.

Nuestro país ha desarrollado una rápida experiencia en promoción y fomento de la calidad de productos culturales a través de modalidades concursables lo que constituirá un importante acervo al momento de diseñar la aplicación de este fondo. (ICAU, fondos concursables, FI, Programa de Fortalecimiento de las Artes, Mercado de las Artes, etc.) .

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), expresa que es necesario diversificar las economías y que en este sentido es necesario aplicar políticas para ampliar la capacidad de oferta y el comercio en las industrias creativas (creación de empleo nuevo) ya que es uno de los sectores más dinámicos del comercio mundial con un crecimiento anual del 9%.

En la medida que los canales desarrollen una adecuada experiencia y apuesten a buenos productos, propios o en co-producción, seguramente habrán de descubrir ventajas en el negocio. De hecho en Europa donde también se fijaron “tasas de producción nacional”, en principio, resistidas, fueron en el tiempo ampliamente superadas.

INCENTIVO Y CONTRALOR DE EMPLEO NACIONAL



Este proyecto incentiva la creación de fuentes de trabajo, generándose empleo remunerado directo (el nivel de desocupación al menos artístico está ubicado en los índices más altos del país) e indirecto . Permitirá el desarrollo profesional de un importante número de artistas y técnicos que contribuirán al afianzamiento del sector. Lo que el proyecto no propone y nos parece igualmente importante atender considerando el comportamiento de la producción audiovisual fundamentalmente la publicitaria, es que con la misma energía y el mismo celo se demande la formalización del trabajo. El crecimiento de la producción audiovisual si bien ha generado empleo, el mismo es de carácter absolutamente informal.

De igual manera consideramos urgente controlar el trabajo de niños, niñas y adolescentes, particularmente en publicidad. Es necesario preservarlos de la explotación económica, de la explotación laboral y de la explotación moral tan frecuente en nuestro medio. Varias productoras publicitarias “utilizan” la falta de contralor en el área infantil como una ventaja competitiva para promover sus servicios en la región.

Igual situación se observa en el desempeño de los extras publicitarios. No existen contratos laborales o los mismos les son negados a los trabajadores, las jornadas alcanzan fácilmente las 14 o 16 horas diarias sin pago de horas extras ni ningún beneficio social y sueldos pagos como norma 90 o 120 días después de realizado el trabajo.

APORTES Y PROPUESTAS



Producción Nacional

- Entendemos necesaria una mayor precisión del concepto de Programa de Producción Nacional presentado en el artículo II (Definiciones) del Título I. Se entiende por Programa de Producción Nacional aquel realizado total o parcialmente en nuestro territorio con mayoría de técnicos y artistas residentes o ciudadanos uruguayos. Debieran ser dos, al menos, los factores a tener en cuenta al momento de caracterizar la producción nacional, por un lado, el que establece la definición, el número de trabajadores (aunque de todas maneras una mayoría simple por sí misma no resguarda este concepto) y por otro la cobertura de roles dentro de un rodaje. No es lo mismo una ficción donde sus protagonistas, diseñadores y directores de área sean extranjeros aunque la mayoría simple de artistas y técnicos del total no lo sean, que una producción con uruguayos en los principales puestos. La creación y consolidación de la experiencia y el “saber como” en los rubros fundamentales actorales y técnicos ayuda a la concreción de una política con perspectiva en el tiempo por tanto hay que preservarlo. Al menos debieran establecerse cuotas en los rubros principales (por ejemplo 50 % por ciento de protagonistas y diseñadores deberán ser uruguayos) o como mínimo fijar un porcentaje de trabajo nacional más allá de la simple mayoría (algunas legislaciones lo ubican en el 80%).
- En el artículo 51 se establecen porcentajes para la producción. Se plantea que un mínimo de dos horas por semana deberán ser estrenos de “ficción televisiva y/o películas cinematográficas” agregando poco después que se deberá programar como mínimo dos “películas cinematográficas” al año, cuadruplicándose, en este último caso, la contabilización del tiempo pantalla. Se presume que la bonificación especial se aplica a estrenos absolutos pero deberá explicitarse. De todas maneras esta bonificación, que podría admitirse en una primera etapa, debiera decrecer a medida que se afiance la producción de ficción televisiva aunque sería conveniente el mantenimiento de la programación de los dos estrenos cinematográficos anuales como mínimo. En cualquier caso entendemos que la bonificación no debiera conspirar contra la continuidad de productos en pantalla ya que una película de estreno de hora y media prácticamente cubriría la cuota de un mes según la propuesta actual.
- Proponemos, en todo caso, la bonificación de nueva producción en tanto se superen los requisitos previstos en la reglamentación. Por ejemplo de establecerse una cuota del 50% de protagónicos nacionales, en caso de que un producto supere este porcentaje podrá contabilizar una hora como

hora y media o en caso de emitirse una serie extranjera con doblaje nacional podría deducirse del tiempo de ficción semanal por ejemplo media hora.

- Sería aconsejable asegurar la diversidad de formatos (por ejemplo teleseries, telenovelas, programas de humor, serie de unitarios, miniseries, telefilms, docudramas, etc.) como manera de garantizar un piso de variedad y reducir los riesgos de que las “cuotas” puedan ser cubiertas fuera del espíritu de este proyecto de ley.
- Se valora la reserva del prime time para la emisión de productos nacionales así como también el establecimiento de horas de cartelera cultural a la semana.
- Sería conveniente prever un escalonamiento en la aplicación de las cuotas hasta lograr los objetivos. Atendiendo a la inexperiencia país en este terreno convendría proponer al Consejo e Comunicación Audiovisual mecanismos de ajuste de las disposiciones contenidas en este proyecto.
- En el artículo 52 (Promoción de la producción nacional de radio) se establece obligatoriedad exclusivamente de difusión de música nacional en un 30%. Sería adecuado que esta cuota se contabilizara en tanto compositor, autor y/o intérprete fueran de nacionalidad uruguaya. Por otro lado si bien la emisión en radios es, salvo excepciones, nacional sería conveniente incluir en la grilla un tiempo de agenda cultural así como también espacios destinados a niños, adolescentes y a ficción. (Existen ya experiencias en todos estos terrenos).
- Con respecto a la publicidad entendemos que si bien se incluye una propuesta de regulación de su emisión, en ningún caso se hace referencia al origen y condiciones de su producción y realización. En este sentido ya existe legislación en Uruguay pero sin embargo no ha tenido hasta la fecha una correcta aplicación y muchos menos el adecuado contralor. El decreto 734/78 en su artículo 28 , por ejemplo, **establece claramente que el 80% de la publicidad emitida en los medios debe ser de producción nacional, pero sin embargo esta normativa no es respetada ni cuando el auspiciante es el propio Estado**