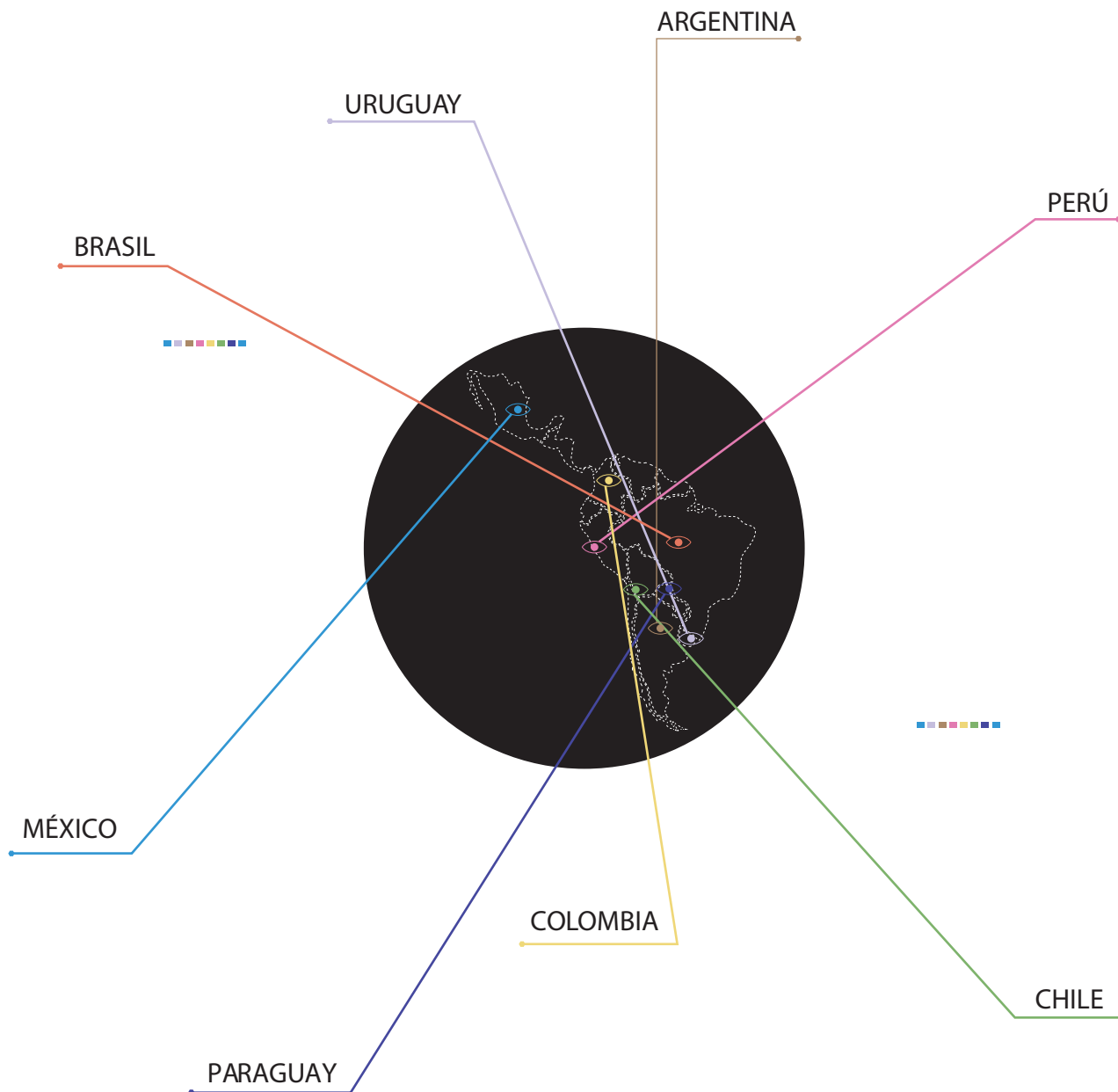


# LAS LEGISLACIONES NACIONALES Y LOS CONVENIOS COLECTIVOS DE TRABAJO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN LATINOAMERICA

UN ESTUDIO EN 8 PAISES

Por Alberto José Robles, Investigador independiente



El presente estudio fue patrocinado y coordinado por la FIA (Federación Internacional de Actores), y UNI-MEI (UNI Medios de Comunicación, Espectáculos y Artes) y los grupos latinoamericanos de cada Federación, FIA-LA y Panartes, con el objetivo de presentar una visión clara de la industria, así como las condiciones laborales y sindicales actuales para los trabajadores audiovisuales en 8 países de América latina (La investigación fue realizada entre Mayo del 2014 y Julio del 2015).

Este trabajo fue financiado por Union to Union en el contexto de proyectos conjuntos de la FIA y de UNI-MEI para el fortalecimiento sindical en la región. Union to Union es una asociación sin fines de lucro y sin pertenencia política ni religiosa. Los miembros de la asociación son LO (Unión General de Trabajadores en Suecia), TCO (Confederación Sueca de Empleados Profesionales) y Saco (Confederación Sueca de Asociaciones Profesionales). Union To Union coordina a LO, TCO, Saco y sus sindicatos afiliados en la acción internacional para el desarrollo intersindical.

# CONTENIDO

## Argentina 2

Síntesis	2
La industria	4
Situación Legal-Institucional	7
Situación Laboral	9
Situación Sindical	11

## Brasil 14

Síntesis	14
La industria	16
Situación Legal-Institucional	18
Situación Laboral	20
Situación Sindical	23

## Chile 26

Síntesis	26
La industria	28
Situación Legal-Institucional	30
Situación Laboral	31
Situación Sindical	33

## México 34

Síntesis	34
La industria	36
Situación Legal-Institucional	38
Situación Laboral	39
Situación Sindical	41

## Uruguay 42

Síntesis	42
La industria	44
Situación Legal-Institucional	46
Situación Laboral	47
Situación Sindical	48

## Paraguay 50

Síntesis	50
La industria	52
Situación Legal-Institucional	54
Situación Laboral	55
Situación Sindical	56

## Colombia 58

Síntesis	58
La industria	60
Situación Legal-Institucional	62
Situación Laboral	63
Situación Sindical	65

## Perú 66

Síntesis	66
La industria	68
Situación Legal-Institucional	70
Situación Laboral	71
Situación Sindical	72

## Informe General y Conclusiones 74

La situación de los sectores	74
Situación de los trabajadores y las trabajadoras audiovisuales	74
Organización sindical	75
El rol del Estado	76
MERCOSUR e IBERMEDIA	76

# ARGENTINA

## I. Síntesis

### Datos generales:

8º país en extensión del mundo



En América Latina es la **3ª economía** (609 mil millones de dólares, detrás de Brasil y México), <sup>1</sup>



4º país en población (41 millones, detrás de Brasil, México y Colombia) <sup>2</sup>



3º país en PBI por persona (u\$s 14.715, detrás de Uruguay y Chile). <sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

1º país de América Latina en producción de películas (120 por año y 3/millón-hab) <sup>4</sup>



2º país en conexiones de Internet (59,9%, detrás de Chile) <sup>5</sup>



2º país en conexiones de banda ancha (13,6% detrás de Uruguay) <sup>6</sup>



El apagón analógico será en **2019** <sup>7</sup>



## La industria.

**La televisión** tiene una alta presencia de TV cerrada con fuerte oligopolio privado del Grupo Clarín desde Buenos Aires y una destacada cadena pública nacional. La “Ley de Medios” vigente desde 2009 busca desmonopolizar los servicios audiovisuales pero durante cuatro años no pudo alcanzar plena aplicación, debido a medidas suspensivas judiciales. En 2014, la Corte Suprema en el “caso Clarín” resolvió la plena compatibilidad de la ley con la Constitución y la Convención Americana de Derechos Humanos.

**El cine y la producción audiovisual** se ha expandido en la última década, con fuerte apoyo estatal.

**La publicidad** tiene un amplio desarrollo; con Brasil y México concentran el 80% de la inversión latinoamericana en el sector.<sup>8</sup>

## Situación legal-institucional

Las principales leyes de la industria son la Ley 11.723 de Derechos de Autor (1933) y su decreto reglamentario 1914/2006 (Ley del Intérprete); Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (n° 26.522), Ley del Cine (n° 17.741 reformada por ley 24.377) y la Ley de Doblaje (Ley 23316 de 1988 reglamentada por Dec. 933/2013). Las principales instituciones son la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Instituto del Cine (INCAA) y el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA). En el Mercosur la RECAM.

## Situación laboral

Prácticamente todos los trabajadores/as del sector se rigen por convenios colectivos de rama de alcance nacional. Hay dos grandes vías de evasión: el trabajo “no registrado” en fraude a la ley que afecta al 34% de los asalariados/as del país y la calificación de la tarea como actividad autónoma (sin relación de dependencia). Esta última situación afecta en especial a los actores y locutores. La evasión se ha controlado más en la última década, de la mano de las paritarias nacionales de negociación colectiva anuales, inspecciones de policía de trabajo y sindicales, así como del requisito de “libre deuda laboral”. Una sociedad de gestión (SAGAI) que recauda y distribuye los derechos de propiedad intelectual de los actores intérpretes.

## Situación sindical.

Todos los sectores de la industria están sindicalmente organizados, a través de sindicatos únicos de ámbito nacional: SATSAID (TV y transmisión de Datos), SICAAPMA (Cine y publicidad), SUTEP (exhibición cinematográfica y extras), AAA (Actores), SAL (Locutores), SAP (Publicidad). Todos ellos integran la confederación sectorial COSITMECOS creada en 2004. La afiliación sindical en el sector es alta, llegando en algunos casos a alcanzar el 80%.

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> AFSCA, Resolución 938/2014.

<sup>8</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). “Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial”, Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# II. La industria

## a) Televisión

Según datos de 2009 un 5% de la población carecía de televisión,<sup>9</sup> con una sola región por debajo de ese promedio, el NEA (Noreste argentino), donde un 11% de los hogares no tienen televisión.<sup>10</sup>

**La televisión abierta** tiene cuatro cadenas de alcance nacional, todas con sede en Buenos Aires y en muchos casos con estaciones afiliadas en el interior del país, o que compran su programación para combinar con las que la ley de medios les obliga a producir localmente y como propia: Canal 13 (Grupo Clarín), Telefé (Grupo Telefónica), Grupo Vila-Manzano y Canal 7 (Estado nacional).

**La televisión cerrada** (cable y satelital), llega al 83% de los hogares.<sup>11</sup> Lidera la incidencia en América Latina, con una relativamente baja incidencia de las conexiones informales (13,1%) en relación a la región (Chile 28%, Colombia 36%, Brasil 46%, Perú 48%).<sup>12</sup> Las principales emisoras son Cablevisión (Grupo Clarín) que controla el 45% del mercado, mientras que Direct TV (satelital) controla el 21,9%. Clarín demandó la nulidad del límite de licencias para las emisoras de cable establecido en 2009 por la Ley de Medios, argumentando que esa limitación no se exige a las emisoras de TV satelital, pero la Corte Suprema rechazó la demanda en 2014.

Tanto la TV abierta como cerrada, están oligopolizadas con preeminencia del Grupo Clarín en ambos sectores (que además controla la prensa escrita y gran parte de la radiofonía y los servicios de Internet) y fuertemente concentradas en la ciudad de Buenos Aires. Hasta 2005 estuvo prohibido instalar nuevas señales no comerciales, razón por la cual no podían instalar canales entidades como las universidades, las iglesias o las organizaciones sindicales, sociales y cooperativas. Desde la recuperación de la democracia en 1983 hubo un amplio consenso para sancionar una nueva ley de medios en consonancia con los principios democráticos. En 2009 se sancionó la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley de Medios), con el apoyo unánime de los sindicatos. Entre los nuevos canales digitales regidos por la ley de medios se mencionan nuevos emprendimientos, además de los canales pedidos por que las universidades nacionales que entran como entes públicos. A esta fecha hay un concurso por 82 nuevas localizaciones de televisión digital en UHF a lo largo y ancho de todo el país.<sup>13</sup>

En materia de **televisión digital** Argentina adoptó (como todo el resto de la Sudamérica iberoamericana menos Colombia) la norma ISDB-Tb, de origen japonés/brasileño. Las transmisiones digitales empezaron el domingo 7 de septiembre de 2008 y **el apagón analógico está previsto para 2019**.<sup>14</sup> Con un total de 10 millones de hogares, el Estado ha establecido un plan de provisión gratuita de 2 millones de decodificadores a la población más vulnerable, de los cuales 1,3 millones ya se han entregado. En marzo de 2015 el sistema público (TDA) había instalado 82 estaciones digitales de transmisión en todo el país con una cobertura del 82% de la población total.<sup>15</sup>

La televisión digital ampliará la **televisión móvil** como un subsector audiovisual transversal, demandante de contenidos y formatos especiales para esta modalidad.

En materia de **contenidos** Argentina tiene una importante producción de telenovelas con estilo propio, con un considerable mercado de exportación, diversificada en los últimos años con géneros más orientados a la comedia y a las series. Por importancia en el subcontinente, se ubica detrás de México, Brasil y Colombia.<sup>16</sup> La producción de contenidos audiovisuales y de ficción para TV ha aumentado considerablemente desde la sanción de la “Ley de Medios”, en especial desde la constitución del BACUA (Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos). La principal productora privada es Pol-ka, que pasó de producir 27 obras entre su creación en 1994 y 2003 (2,7 por año),<sup>17</sup> a producir 60 obras entre 2004 y 2014 (5,4 por año). El BACUA por su parte almacenó 468 obras entre 2011 y 2014.<sup>18</sup>

La industria televisiva también se ha ampliado con la llamada Ley de Doblaje (Ley 23316 de 1988 reglamentada por Decreto 933/2013), en pleno proceso de implementación, con un importante impacto entre actores y locutores.

<sup>9</sup> CALCAGNO, Natalia, Coord. (2009). *Qué ves cuando me ves: la televisión argentina como industria cultural*, varios autores, Buenos Aires: Altamira, pag. 27.

<sup>10</sup> CALCAGNO, Natalia (2009). “Introducción”, *Qué ves cuando me ves: la televisión argentina como industria cultural*, varios autores, Buenos Aires: Altamira, pag. 19.

<sup>11</sup> Crettaz, José (2013). “En Argentina, el 83% de los hogares tiene TV paga (entre los sectores de ingresos bajos llega al 77%)”, *Latin American Media & Entertainment Observatory*, 13 de febrero de 2013.

<sup>12</sup> “Crece la piratería en la TV por cable” (febrero 2015). *Revista APTC Perú*, Año 3, N° 4, pag. 8. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>13</sup> CRETTAZ, José (2 de septiembre de 2011). “El Gobierno sacrificó la Internet móvil para tener más TV digital”, *La Nación*. Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1402744-el-gobierno-sacrificio-la-internet-movil-para-tener-mas-tv-digital>

<sup>14</sup> AFSCA, Resolución 938/2014.

<sup>15</sup> *Televisión Digital Argentina* (2015). Mapa de cobertura. Fuente: [www.tda.gob.ar/cobertura.html](http://www.tda.gob.ar/cobertura.html)

<sup>16</sup> MAZZIOTTI, Nora (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*, Bogotá, Norma, isbn: 9580495793.

<sup>17</sup> Internet Movie Data Base. Pol-Ka Producciones [ar], “Production Company – filmography”.

<sup>18</sup> BACUA, Galería de videos (consultada 01/03/2015).

**El cine y la producción audiovisual** ha registrado una amplia expansión en la última década de la mano de un fuerte apoyo estatal (Ley de Cine y INCAA), colocándose a la cabeza de la industria cinematográfica latinoamericana. Mientras que en el período 1995-2001 Argentina produjo un promedio de 37,5 películas por año,<sup>19</sup> en el período 2006-2013 ese promedio aumentó a 107 películas por año. En 2013 se produjeron 120 películas. El número es similar a la producción anual de Brasil (127 en 2013)<sup>20</sup> y México (126 en 2013)<sup>21</sup>, pero con una relación sobre la población mucho mayor, ya que mientras en Argentina se producen 3 películas cada millón de habitantes, en México es de 1 y en Brasil es de solo 0,67. Como país de referencia extra-región, España produjo 231 películas en 2013, con una proporción de 5 películas por habitante.<sup>22</sup>

Argentina, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscilan entre el 70% y el 80%.<sup>23</sup> El porcentaje de espectadores de películas argentinas en Argentina, oscila entre el 8 y el 15%.<sup>24</sup> En 2013 los espectadores que vieron películas argentinas en Argentina fueron 7,4 millones, que representaron el 15% del total.<sup>25</sup>

El cine argentino tiene un buen desempeño relativo en materia de exportaciones de películas. En el período 1998-2008 fue el país latinoamericano que más películas exportó a Europa con 52 películas que representaron el 40% del total; detrás se ubicaron Brasil con 33 películas y México con 28; el desempeño exportador argentino se triplica si se trata de coproducciones, alcanzando en el mismo período 139 películas, que representaban el 44% del total de las coproducciones latinoamericanas; en segundo lugar se ubica México con 67 films y en tercer lugar Brasil con 46.<sup>26</sup> En 2013 vieron películas argentinas en otros países 2,8 millones de espectadores, siendo los principales por orden de importancia México (0,77), España (0,58), Brasil (0,52), Colombia (0,37), Francia (0,24) y Uruguay (0,19).<sup>27</sup>

En materia de exhibición Argentina tiene un promedio de 1 entrada anual por habitante. En 2013 fueron 48 millones de espectadores, que representaron un promedio de 1,15 entradas por habitante. Se trata de un promedio “aceptable” en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colombia: 0,9), pero mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>28</sup>

En materia de pantallas, Argentina contó en 2013 con 866 salas.<sup>29</sup> Entre las empresas propietarias en primer lugar se encuentra Hoyts (con 97, que representa el 11,20% de las pantallas disponibles), seguido de Village (78 pantallas, 9,01%), N.A.I. (75 pantallas, 8,66%), Cinemark (71 pantallas, 8,20%), Cine Sunstar (29 pantallas, 3,35%), Honfleur (29 pantallas, 3,35%), Riocin (25 pantallas, 2,89%), Cinema Center (21 pantallas, 2,42%) y Norte Exhibidora Cinematográfica (15 pantallas, 1,73%). El 50% de las pantallas pertenecen a ocho empresas, en tanto que el 50% de los espectadores se concentró en tres empresas exhibidoras: Hoyts, Cinemark y Village.

En marzo de 2015 el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la empresa Empresa Argentina de Soluciones Satelitales (ARSAT) acordaron desarrollar una plataforma streaming con videos “on demand”, de producción nacional y latinoamericana, capaz de competir con Netflix y manifestaciones similares,<sup>30</sup> proyecto propuesto por el director Campanella.<sup>31</sup>

En la Feria Natpe 2012 (Miami, USA) según estadísticas y publicaciones de los organizadores, se anunció que Argentina se consolida como el cuarto país mundial exportador de formatos y contenidos para TV.<sup>32</sup>

<sup>19</sup> INCAA, Anuarios 2006/2013.

<sup>20</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013.

<sup>21</sup> IMCINE, Anuario 2013.

<sup>22</sup> Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, “El cine y el video en datos y cifras. Evolución. Número de películas realizadas 1970-2013”. Fuente: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/evolucion/npeli.html>

<sup>23</sup> INCAA, Anuario 2013. De las 24 películas más vistas que convocaron al 60% de los espectadores, 20 eran estadounidenses (1 en coproducción con Nueva Zelanda) y 4 eran argentinas (3 en coproducción con España).

<sup>24</sup> INCAA, Anuario 2013, pag. 212.

<sup>25</sup> INCAA, Anuario 2013, pag. 212.

<sup>26</sup> Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, página 23.

<sup>27</sup> INCAA, Anuario 2013, pag. 212.

<sup>28</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>29</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>30</sup> “Habrá un Netflix argentino, con contenidos nacionales”, GiraBSAS, 18 de marzo de 2015. Fuente: <http://www.girabsas.com/nota/6798/>

<sup>31</sup> “Campanella: ‘trataremos de crear una Netflix para América Latina’”, Redusers, 21 de abril de 2014. Fuente: <http://www.redusers.com/noticias/campanella-trataremos-de-crear-una-netflix-para-america-latina/>

<sup>32</sup> SOTO ARAYA, Ignacio (2013). Estudio y propuesta curricular para la carrera de comunicación audiovisual en Chile, en el contexto de la producción de contenidos para dispositivos móviles, Tesis presentada en la Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de la Santísima Concepción de Chile.

**La publicidad** tiene un amplio desarrollo en Argentina, que con Brasil y México concentran el 80% de la inversión latinoamericana en el sector.<sup>33</sup> Se trata de un sector muy sensible a la competencia global y a la evolución de los costos comparativos. En 2010 la actividad contaba con unos 20.000 trabajadores que se desempeñaban en unas 410 empresas, de las cuales 70 están afiliadas a la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP) y concentran el 69% de la inversión.<sup>34</sup> Las empresas del sector también están organizadas en la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA) y la Cámara Argentina de Cine Publicitaria (CACP). Algunas de las empresas importantes argentinas de la industria publicitaria y audiovisual, son Rizoma Films, Patagonik, Metrovisión, Che Revolution Post, y entre las empresas extranjeras radicadas se encuentran FOXLA, Disney Channel LA, MTV LA, Mc Cann Erickson, Young & Rubicam, entre otros.<sup>35</sup>

Los actores que trabajan en publicidad están representados por la Asociación Argentina de Actores que tiene firmado con las cámaras patronales un convenio especial (CCT 102/1990). Los extras que trabajan en publicidad están representados por el SUTEP y los técnicos por SICAAPMA.

<sup>33</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). "Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial", Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

<sup>34</sup> Paz Romero, Isabel Cristina (2011). "La incursión del diseño en la industria audiovisual publicitaria argentina", Escritos en la Facultad, Año VII, N° 67, Mayo 2011, Buenos Aires, ISSN 1669-2306.

<sup>35</sup> IAV Publicidad, "La agencia de publicidad argentina", 2005.



# III. Situación legal-institucional

**La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n° 26.552**, conocida como “Ley de Medios”, fue sancionada en 2009 luego de varios intentos frustrados desde la recuperación de la democracia en 1983. La ley fue redactada en base a los 21 puntos elaborados en 2004 por la Coalición por una Radiodifusión Democrática integrada por más de 300 organizaciones sociales y sindicales. Resistida por los grupos empresariales busca desmonopolizar el sector, promover la producción nacional y desconcentrarla territorialmente. Crea la AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) cuyos miembros son designados por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. La ley reconoce el acceso al espectro de tres sectores: medios públicos, privados y comunitarios, como recomiendan los relatores especiales de libertad de expresión. La reserva del 33% de las localizaciones radioeléctricas es para el sector sin fines de lucro. Establece asignación a los no estatales por concurso público y plazo de duración de las concesiones de 10 años con una sola renovación y contempla medidas de promoción como cuotas de pantalla y porcentajes de producción local, propia e independiente. Limita el capital extranjero en empresas al 30% sujeto a vigencias de convenios de reciprocidad. En 2015 aún no había podido ser implementada plenamente, debido a medidas suspensivas judiciales interpuestas por el Grupo Clarín.

**La Ley del Cine** fue originalmente sancionada en 1968 (n° 17.741), con una importante modificación realizada en 1994 (n° 24.377) que fortaleció la línea de fomento a la producción nacional que es el eje de ambas. Crea el Fondo de Fomento Cinematográfico financiado con tres impuestos especiales: a) 10% de las entradas; b) 10% de las ventas y alquileres de videos y DVDs; c) 25% del ingreso del Estado (AFSCA) por la emisión de publicidad. El fondo recauda aproximadamente unos 50 millones de dólares anuales.<sup>36</sup> La cuota de pantalla establecida por el INCAA vigente en 2015 es una película nacional por semana, por pantalla, por zona, por trimestre calendario.<sup>37</sup>

En Argentina existe una tradición de apoyo estatal a la producción cinematográfica desde la década de 1950. La ley establece un sólido sistema de financiamiento del INCAA, equivalente según Octavio Getino al aporte económico por cada película del equivalente a dos millones de espectadores, cuando el promedio de espectadores por película nacional es de algo menos de 100 mil espectadores.<sup>38</sup>

Las principales instituciones de la industria son la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Sistema Argentino de Televisión Digital Abierta (TDA), el Instituto Nacional del Cine y las Artes Visuales (INCAA) y el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA). Este último es el resultado de una política compartida entre el INCAA y el Ministerio de Planificación, con participación de los sindicatos, llevada adelante desde 2010 con el fin de promover la producción de contenidos audiovisuales para televisión, con cuotas asignadas a la producción en el interior del país. Entre 2011 y 2014 se realizaron mediante esta vía 468 obras audiovisuales.<sup>39</sup> Entre los programas exitosos implementados por el INCAA se encuentra el destino de un 30% de presupuesto al fomento de la distribución y exhibición de películas nacionales para garantizar que todas las películas realizadas puedan ser exhibidas, incluyendo la creación de los llamados “espacios INCAA”, habiéndose creado entre 2004 y 2014 la cantidad de 55 espacios INCAA en 22 provincias.<sup>40 41</sup>

Tanto la AFSCA como el INCAA contemplan instancias efectivas de participación de los sindicatos y han establecido mecanismos para que los créditos de fomento y demás decisiones estatales en favor de las empresas, estén ligados al cumplimiento de las obligaciones laborales pecuniarias a cargo de los empleadores. A este mecanismo aquí se le llama “libre deuda laboral”, documento que es emitido por el sindicato constatando que la empresa cumple con las leyes laborales y fue establecido por el decreto reglamentario de la “Ley de Medios” (Decreto 933/2013, art. 25, inciso f). El “libre deuda laboral” no abarca los incumplimientos laborales no pecuniarios.

En materia de coproducciones e integración cinematográfica, resultan importantes el MERCOSUR e IBERMEDIA. En el MERCOSUR es importante la RECAM (Reunión

<sup>36</sup> “El INCAA publicó los números de su presupuesto 2012” (7 de enero de 2013). HaciendoCine. Fuente: <http://www.haciendocine.com.ar/node/40897>

<sup>37</sup> INCAA. “Ficha n° 5: Cuotas de pantalla”. Fuente: [http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/fichas\\_didacticas/Fichas\\_05\\_Cuota\\_de\\_pantalla.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/fichas_didacticas/Fichas_05_Cuota_de_pantalla.pdf)

<sup>38</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 97-98.

<sup>39</sup> BACUA, Galería de videos (consultada 01/03/2015).

<sup>40</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 108.

<sup>41</sup> INCAA, Espacios INCAA. Fuente: <http://espacios.incaa.gov.ar/> (Consultado el 15/03/2015).



# IV. Situación laboral

Prácticamente todos los trabajadores/as audiovisuales, unos 100.000, se rigen por la Ley de Contrato de Trabajo n° 20.744) y legislación laboral complementaria como la Ley de Empleo n° 24.013 y convenios colectivos de rama de alcance nacional que mejoran las condiciones de la ley. En total rigen 18 convenios colectivos nacionales (CCT) de rama o actividad, gestionados por seis sindicatos. Cada uno de esos convenios son ultraactivos, es decir permanecen en vigencia mientras no sean reformados de común acuerdo entre el sindicato y las cámaras patronales firmantes. A ellos se suma un número considerable de convenios y acuerdos colectivos de empresa, que mejoran las condiciones de la CCT de rama y actividad. Todos los sindicatos han utilizado la herramienta del “libre deuda laboral” (documento sindical establecido por la Ley de Medios y su decreto reglamentario en el artículo 25-f, que acredita que las empresas audiovisuales cumplen con las obligaciones laborales pecuniarias) para incrementar el cumplimiento de la legislación laboral y fortalecer la sindicalización de los trabajadores del sector. En algunos casos existen reglas legales complementarias en función de derechos de autor y performance y estatutos especiales como que regula el trabajo de los periodistas (Ley 12908 de 1946).

El **SATSAID** tiene dos CCTs de actividad (TV abierta<sup>42</sup> y TV cerrada<sup>43</sup>) y un CCT de rama (Productoras de contenidos<sup>44</sup>) y más de 40 convenios por empresa, articulados con los convenios de actividad. Entre las normas de los CCTs se establece una jornada semanal de 37 horas y media para el personal administrativo y una jornada de 36 horas semanales para el personal técnico y operativo; acotación de los contratos temporarios; agravamiento de la indemnización por despido en caso de embarazo; una bolsa de trabajo gestionada por el SATSAID; régimen de horas extras acordado previamente con el sindicato; comité mixto de higiene y seguridad; guardería y jardín de infantes.

La **Asociación Argentina de Actores (Actores, bailarines, titiriteros, mimos, doblajistas)** tiene cuatro CCTs de rama: televisión,<sup>45</sup> cine,<sup>46</sup> publicidad<sup>47</sup> y teatro<sup>48</sup>. Los convenios se caracterizan por establecer contratos-tipo artísticos (para actores, bailarines, etc.), un mecanismo de pago de los salarios a través del sindicato y un sistema de inspectores sindicales en los lugares de trabajo. Además hace muchos años la AAA a través de expediente presentado en el Ministerio de Trabajo, propuso al sector empresario dedicado al doblaje, el tratamiento de un convenio colectivo que regule la actividad.<sup>49</sup> Hoy gracias a la vigencia de la ley de doblaje se está muy cerca de lograr ese convenio, ya esa ley facultó al sindicato a emitir certificados de habilitación laboral para los actores egresados del curso que en forma conjunta dicta con el ISER. Asimismo el sindicato emite el libre deuda laboral que autoriza a los laboratorios a realizar el mismo trámite para poder efectuar su tarea. A tal fin se conformó la CAEC Doblaje (Comisión Asesora de Exhibiciones Cinematográficas Doblaje) la cuál integran el INCAA, AFSCA y la Asociación Argentina de Actores.

El **Sindicato de la Industria Cinematográfica de Argentina (SICA)** tiene un convenio de actividad.<sup>50</sup> Computa la jornada desde la salida y el regreso cuando las filmaciones son a más de 30 km de la Capital Federal, establece mínimos de duración por tipos de película y un recargo del 50% sin se extiende, acuerda contratos tipos obligatorios.

El **Sindicato Único de Trabajadores de Espectáculos Públicos (SUTEP)** tiene dos convenios de rama y cuatro convenios de actividad en la industria audiovisual: salas de cine (exhibidores),<sup>51</sup> salas multipantalla,<sup>52</sup> controles de cine,<sup>53</sup> vendedores de golosinas,<sup>54</sup> extras de cine<sup>55</sup> y extras de TV.<sup>56</sup> En el caso de los extras se establece el pago de salarios a través del sindicato y las inspecciones sindicales en los lugares de filmación. En los casos de trabajadores de salas se establecen limitaciones a la contratación por tiempo parcial, un mínimo de operadores, se regulan las propinas, se establece una jornada de 7 horas continuas u 8 discontinuas con 36 horas corridas de descanso semanal, nuevas licencias. En 2014 el sindicato obtuvo varias conquistas en un nuevo CCT, apoyadas por una gran huelga, aumentando los francos mensuales, incluyendo un domingo al mes, estableciendo notificaciones con 48 horas de antelación, garantizando no menos de 3 días de trabajo por semana y la exigencia de que el 65% del personal tenga contratos de trabajo permanentes y horas extras acordadas previamente con cada trabajador.

El **Sindicato Único de la Publicidad (SUP)** tiene un convenio en la industria audiovisual.<sup>57</sup> Establece una semana de 40 horas.

<sup>42</sup> CCT 131/1975.

<sup>43</sup> CCT 223/1975.

<sup>44</sup> CCT 634/2011.

<sup>45</sup> CCT 322/1975.

<sup>46</sup> CCT 357/1975.

<sup>47</sup> CCT 102/1990.

<sup>48</sup> CCT 307/1973.

<sup>49</sup> Asociación Argentina de Actores (2014). “La Asociación Argentina de Actores participó del panel ‘Doblaje Industria Nacional’ en el Marco del Encuentro Nacional de la Palabra”, Sitio de la Asociación Argentina de Actores, 25 de abril de 2014.

<sup>50</sup> CCT 235/1975.

<sup>51</sup> CCT 493/2007.

<sup>52</sup> CCT 523/2007.

<sup>53</sup> CCT 269/1975.

<sup>54</sup> CCT 123/1975.

<sup>55</sup> CCT 137/1970.

<sup>56</sup> CCT 524/2007.

<sup>57</sup> CCT 57/1989.

**La Sociedad** Argentina de Locutores (SAL) tiene tres convenios colectivos de rama en el sector audiovisual: TV abierta (CCT 214/75), TV cerrada (CCT 432/75) y locutores independientes (CCT 302/75). Los locutores cuentan además con un régimen legal de habilitación profesional establecido por Resolución 709/2003 del ex COMFER. La SAL viene denunciando la creciente violación de la exigencia de habilitación profesional, incluso por parte de las autoridades.<sup>58</sup>

**Los salarios** se establecen anualmente mediante las llamadas “paritarias”, negociaciones entre cada sindicato con las cámaras patronales, homologadas por el Ministerio de Trabajo. Los salarios mínimos de convenio son superiores al salario mínimo vital y móvil que se establece anualmente de manera tripartita; su monto al 01/01/2015 es de 4716 pesos argentinos (542 dólares).

La legalidad laboral en Argentina tiene **tres grandes vías de evasión**: a) el trabajo no registrado en fraude a la ley que afecta a un 34,3% de los asalariados/as del país;<sup>59</sup> b) la tercerización; c) la calificación de la tarea como actividad autónoma (sin relación de dependencia). Esta última situación se presenta en las tareas discontinuas o con múltiples empleadores, con especial gravedad en el caso de los actores y locutores. La evasión laboral se ha visto más controlada en la última década, de la mano de las paritarias nacionales de negociación colectiva anuales, las inspecciones de la policía de trabajo y los sindicatos. En el sector ha resultado una herramienta muy eficaz para reducir el trabajo no registrado, la exigencia establecida por el Estado en la última década a las empresas de contar con una constancia de “libre deuda laboral”.

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión (SAGAI) que recauda los derechos de intérprete establecidos por decreto 1914/2006 (Ley del Intérprete).

En 2011, a propuesta de la AAA y el SATSAID, se creó en el INCAA la Unidad de Fomento para la Producción de Ficción Televisiva, con el fin de gestionar el art. 97 de la *Ley de Medios* que establece que el 25% de los fondos del organismo deben destinarse a la producción de ficción televisiva.<sup>60</sup> Ambos sindicatos obtuvieron también que los subsidios solo se entregaran a productoras que acreditaran la contratación laboral registrada legalmente de su personal. Un importante logro en la última década es la registración laboral del 100% de los trabajadores/as de la industria cinematográfica.<sup>61</sup> Argentina invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 18,1% del PBI, por encima del promedio de América Latina (13,2%) donde se ubica en tercer lugar detrás de Cuba (22,8%) y Brasil (21,3%) y del promedio de Europa (26,7%).<sup>62</sup>

**La salud** de los trabajadores audiovisuales y sus familias está cubierta por el sistema de obras sociales sindicales que constituye el centro del Sistema Nacional de Seguro Social y se regula por las leyes 22.269 y 23.661. El sistema se financia con un aporte del trabajador del 3% y del 5% por el empleador. Cubre a todos los trabajadores registrados, y una parte importante de los no registrados siempre que estén adheridos al sistema de monotributo, un régimen para trabajadores “autónomos” de ingresos bajos y moderados. El sistema tiene dificultades para cubrir a los trabajadores discontinuos, como el caso de los actores, locutores y trabajadores de la industria cinematográfica. La Asociación Argentina de Actores tiene establecido en los convenios colectivos normas de duración de los contratos para atenuar esta deficiencia.

Todos los sindicatos de trabajadores audiovisuales argentinos que trata este informe, tienen **obra social**. A saber, el SATSAID posee la Obra Social del Personal de Televisión, cuyo nombre de fantasía es TV Salud, la AAA posee la Obra Social de Actores (OSA), SICA posee la Obra Social del Personal de la Industria Cinematográfica (OSPIC), SUTEP posee la Obra Social del Personal del Espectáculo Público (OSPEP), el SUP posee la Obra Social del Personal de la Publicidad (OSPP) y la SAL posee la Obra Social de Locutores (OSDEL).

**El régimen de previsional** se rige por la Ley 24.241, que regula el Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA). En 2008 el sistema de fondos de pensión, privatizado en 1993, fue reestatizado según lo establece la constitución. Los requisitos para el retiro son de 60 años para las mujeres y 65 años para los hombres, en ambos casos luego de 30 años de servicio. El sistema se financia con rentas generales y aportes del 11% para el trabajador dependiente y de otro tanto para el empleador. Los trabajadores no registrados pueden acceder a la pensión por cese si están adheridos al “monotributo”. Al igual que en el caso de la salud el sistema no contempla la situación de los trabajadores discontinuos, como el caso de los actores, locutores y trabajadores de la industria cinematográfica.

<sup>58</sup> Sergio Gelman, Presidente de la SAL, Entrevista personal 2013.

<sup>59</sup> Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, tomado de la Encuesta Permanente de Hogares IV-Trim-2014.

<sup>60</sup> Asociación Argentina de Actores (2011). “Producciones de ficción nacional: cumplimos cerrando una etapa”, Boletín Mensual n° 9, Buenos Aires, 4 de mayo de 2011.

<sup>61</sup> “El cine nacional en su mejor momento”, La Ciudad, 2013. Fuente: <http://www.laciudadweb.com.ar/el-cine-nacional-en-su-mejor-momento/>

<sup>62</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

# V. Situación sindical

Todos los sectores de la industria están sindicalmente organizados, a través de sindicatos únicos: SATSAID (TV y transmisión de Datos), SICA (Cine y publicidad), SUTEP (salas cinematográficas y extras), AAA (Actores), SAL (Locutores), SUP (Publicidad). Todos ellos integran la confederación sectorial COSITMECOS creada en 2004. La afiliación sindical en el sector es alta, llegando en algunos casos al 80%.

La fortaleza de los sindicatos en el sector audiovisual argentino debe entenderse en el marco de un modelo histórico de protagonismo sindical que llegó al poder por primera vez con el peronismo en 1946, pero que ya registraba altos niveles de organización sindical por rama nacional, negociación colectiva y obra social (servicios sindicales de turismo y salud social), desde comienzos del siglo XX. El sindicalismo argentino se regula por la ley 23551 de 1988. Se caracteriza por la unificación en cabeza del sindicato más representativo en cada rama de la economía, la existencia de convenciones colectivas ultraactivas (siguen vigentes si no son reemplazadas de común acuerdo por las partes) en casi todos los sectores, la realización de paritarias anuales para establecer salarios y renovar los CCTs, un sistema de salud con centro en obras sociales sindicales y la gran expansión de los representantes sindicales en los lugares de trabajo elegidos por votación de todos los trabajadores de la empresa, que alcanzan en la actualidad unos 75.000 representantes sindicales. En ese marco el sindicalismo argentino tiene una alta y creciente densidad sindical, que en 2010 llegaba el 42% de los asalariados, el porcentaje más alto del continente, con excepción de Cuba.<sup>63</sup> Existen cinco centrales sindicales pero ese paralelismo sindical al nivel central, no se repite en el nivel de los sindicatos por rama y oficio, que en la mayoría de los casos mantienen la organización unitaria de la rama o el oficio y decide su afiliación a una u otra central. Las centrales por su parte no promueven la creación de sindicatos paralelos en las ramas y oficios.

## **Sindicato Argentino de Televisión, Telecomunicaciones Servicios**

**Audiovisuales y Datos (SATSAID).** Organiza y representa a unos 37.000 trabajadores y trabajadoras que prestan tareas fundamentalmente en empresas de televisión abierta, cerrada y productoras de contenidos audiovisuales, de los cuales 29.000 se encuentran afiliados/as (78%), entre ellos 5.220 mujeres. El sindicato cuenta con más de 300 delegados (representantes electos en los lugares de trabajo), 672 delegados congresales y 165 delegados paritarios. Tiene su sede en Buenos Aires y cuenta con 30 seccionales en todo el país. Ha firmado tres convenios colectivos de trabajo (CCT) que cubren las actividades del sector y más de 40 convenios de empresa articulados con los de actividad. Gestiona su propia obra social, TV SALUD, cubriendo el seguro de salud de los trabajadores y trabajadoras del sector y sus familias. A ello se suma un plan de cobertura ampliada de salud, descuento en textos escolares, fiesta del Día del Niño/a, torneos de fútbol, ajuar del recién nacido/a, descuentos en hoteles y pasajes (turismo social). Es propietario de una amplia infraestructura que incluye edificios y locales sindicales, 3 hoteles y campings propios. Emite semanalmente un programa de TV propio llamado "Imagen de Trabajo" por el canal América TV de Buenos Aires. Está afiliado a la COSITMECOS (Confederación Sindical de Trabajadores de los Medios de Comunicación Social) y UNI.

**Asociación Argentina de Actores (AAA).** Fundado en 1919. Organiza y representa a unos 20.000 actores, actrices, bailarines/as y técnicos auxiliares de la actuación, de los cuales 6.000 se encuentran afiliados/as (30%). Sobre 18 miembros de su comisión directiva, 8 son mujeres. El sindicato cuenta con inspectores propios en los lugares de actuación. Tiene su sede en Buenos Aires y 13 delegaciones en el país. Ha firmado cuatro convenios colectivos de trabajo (CCT) que cubren el sector. Supervisa e interviene en el pago de los salarios, que deben realizarse en su sede. Gestiona la obra social OSA, cubriendo el seguro de salud de los trabajadores y trabajadoras del sector y sus familias. A ello se suma planes de descuento en textos escolares y turismo social. Administra el Registro de Cooperativas de Teatro Independiente. Es propietario de una amplia infraestructura que incluye edificios y 2 hoteles propios. Está afiliado a la Central de Trabajadores CTA, a la COSITMECOS, y a la Federación Internacional de Actores FIA. En la actualidad preside la FIA - LA Grupo Latinoamericano de FIA.

**Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales (SICAAPMA).** Creado en 1948. Organiza y representa a unos 3.000 trabajadores y trabajadoras profesionales y técnicos de la industria cinematográfica, técnicos de publicidad y a los trabajadores de animación para cine y

<sup>63</sup> Hayter, Susan y Stoevska, Valentina (noviembre 2011). Social Dialogue Indicators. International Statistical Inquiry 2008-2009. "Table 1. Trade Union Density", OIT, Ginebra, págs.12-13. Para las Américas los datos del trabajo son los siguientes: Argentina (2006) 37,6%, Brasil (2007) 20,9%, Canadá (2007) 31,4%, Chile (2007) 11,5%, Cuba (2008) 81,4%, México (2008) 17%, Estados Unidos (2007) 11,4% y Uruguay (2006) 19%. La OIT cuenta con algunos datos parciales más actualizados en su "Base de datos estadísticos sobre sindicalización" (<http://laborsta.ilo.org/applv8/data/TUM/UNIONS2014.xls>). Allí no figura Argentina, pero figuran datos de Perú con una densidad sindical del 1,8% en 2012, en descenso luego de haber alcanzado un pico de 4,9% en 2005. Brasil aparece con 16 millones de afiliados sindicales en 2011, de los cuales el 59% eran hombres, correspondiéndole una densidad sindical del 26%, siempre sobre trabajo asalariado, un porcentaje que se ha reducido levemente respecto al promedio 1990-2010 que osciló entre un máximo de 30,3% en 2005 y un mínimo de 27,6% en 1998. Chile en 2012 registraba 940.000 afiliados a sindicatos, de los cuales 65% eran hombres, con una densidad del 14,6%, en ascenso frente al período 1997-2011, que tuvo un mínimo de 10,7% en 1999 y un máximo de 14,1% en 2011. La tendencia del cono sur contrasta con países como EEUU que en el período 1983-2013 bajaron de 20,1% a 11,3%, Gran Bretaña que bajó de 49,3% en 1986 a 23,1% en 2012, o Australia que bajó de 40,5% en 1990 a 18,2% en 2012. Un trabajo de la CSA del año 2010 estimó en 42% la densidad sindical en Argentina, 28% en Brasil y 22% en Paraguay, siempre sobre asalariados; pero al mismo tiempo recalzó el hecho de que en Argentina, Chile y Uruguay tienen una asalarización que supera el 70%, mientras que en Perú, Bolivia y Colombia no supera el 50%. Fuente: CSA "Sindicalización y densidad sindical en las Américas", OIT-ACTRAV, Actividades, Recursos 2010, Lima.





# BRASIL

## I. Síntesis

### Datos generales:

En el mundo, es el **5º** país por población y también por extensión. ●



En América Latina es la **1ª economía** (2.245 mil millones de dólares),<sup>1</sup> ●



**1º** país en población (200 millones) <sup>2</sup> ●



**3º** país en PBI por persona (u\$s 11.208, detrás de Uruguay, Chile, Argentina y Venezuela).<sup>3</sup> ●



### Datos audiovisuales:

**2º** país de América Latina en producción de películas (127 por año y 0,6/millón-hab) <sup>4</sup> ●



**6º** país en conexiones de Internet (51,6%, detrás de Chile, Argentina, Uruguay, Venezuela y Colombia),<sup>5</sup> ●



**5º** país en conexiones de banda ancha (10,08% detrás de Uruguay, Argentina, Chile y México).<sup>6</sup> ●



El apagón analógico está previsto para **2018**<sup>7</sup> ●





## La industria.

**La televisión** brasileña no llega a un 9,5% de la población.<sup>8</sup> Predomina la televisión abierta fuertemente monopolizada por el Grupo Globo y solo un 29% de la población tiene TV cerrada por suscripción.<sup>9</sup> Con Argentina y México, lidera la producción cinematográfica latinoamericana, con unas 120 películas anuales. En los últimos años hubo un fuerte aumento de **la producción audiovisual** para TV con apoyo estatal. **La publicidad** tiene un amplio desarrollo en Brasil, que con Argentina y México concentran el 80% de la inversión latinoamericana.<sup>10</sup>

## Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley 12.485 de 2011 de TV por Suscripción, la Ley Rouanet (nº 8313/1991) y la Ley del Audiovisual (nº 8685/1993). Las principales instituciones de la industria son la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), la Agencia Nacional del Cine (ANCINE), el Consejo Superior del Cine, la Secretaría del Audiovisual y el Fondo Sectorial del Audiovisual.

## Situación laboral

En Brasil es de gran importancia la “categoría profesional” que permite acceder a la Libreta de Trabajo (*carteira de trabalho*). Tanto los trabajadores/as de radio y televisión (*radialistas*), como los de la industria cinematográfica, y los actores y actrices, tienen normas federales que garantizan la profesionalización. En el caso de los actores se encuentra amenazada. La cobertura mediante convenios colectivos es desapareja y no hay CCT de rama nacional, predominando el convenio estadual de rama. La tercerización se ha extendido y se agravará a partir de la reciente sanción de la Ley de Tercerización en 2015.

## Situación sindical

La organización sindical de la industria se apoya en sindicatos de base estadual, con grandes asimetrías según el estado. Los trabajadores/as *radialistas* están organizados en una federación nacional (FITERT) integrada por 20 sindicatos estaduais (sobre 26 estados y el distrito federal) y dos municipales. Los trabajadores/as del cine están organizados en dos sindicatos interestaduais con bases en Río de Janeiro (STIC) y São Paulo (SINDCINE), respectivamente, en tanto que los directores de São Paulo están organizados en APACI. Los actores están organizados en varios sindicatos de actores (SATED) estaduais (São Paulo, Río de Janeiro, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Río Grande do Sul, Piauí, Bahía, Paraná y Baranhao). Los trabajadores de exhibición cinematográfica y de los teatros están organizados en sindicatos estaduais, que a su vez en varios casos integran federaciones estaduais o interestaduais de trabajadores en empresas de difusión cultural y artística (*trabalhadores em empresas de difusão cultural e artística*).

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> Ministerio das Comunicações, Portaria nº 477/2014.

<sup>8</sup> IPEA (13 de marzo de 2014). “SIPS revela como o público avalia as telecomunicações”, IPEA. Fuente: [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21678](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21678)

<sup>9</sup> IPEA (13 de marzo de 2014). “SIPS revela como o público avalia as telecomunicações”, IPEA. Fuente: [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21678](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21678)

<sup>10</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). “Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial”, Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# II. La industria

## a) Televisión

La televisión brasileña se caracteriza por una alta presencia de la TV abierta y por registrar un porcentaje muy alto de **hogares sin televisión**, estimada oficialmente en 2014 en el 9,5%, es decir 19 millones de personas.<sup>11</sup>

**La televisión abierta** está fuertemente monopolizada por grupos privados, entre los que predomina el Grupo Globo, un multimedia que también posee empresas industriales y financieras, con cinco emisoras estatales (Río de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Brasilia y Nordeste) y 177 repetidoras. Otras tres redes privadas son importantes, la Red Record de la Iglesia Universal de Dios, SBT de Silvio Santos y Bandeirantes de la familia Saad. No hay una cadena estatal nacional.

**La televisión cerrada por suscripción (por asinatura)** registra un 29% de los hogares con conexiones<sup>12</sup>, un porcentaje relativamente bajo en América Latina, con muy alta proporción de conexiones informales (46%)<sup>13</sup> y predominio de las conexiones satelitales. Las principales empresas son Telmex (53%) y Sky (29%), ésta última del Grupo Globo.<sup>14</sup>

Para **la televisión digital** Brasil adoptó (como todo el resto de la Sudamérica iberoamericana menos Colombia) la norma ISDB-Tb, de origen japonés/brasileño. Las transmisiones digitales empezaron en 2006 y **el apagón digital está previsto para 2018**.<sup>15</sup>

La expansión de la televisión digital ampliará también la televisión móvil como un subsector transversal de la industria audiovisual, demandante de contenidos y formatos especiales para esta modalidad.

En materia de **contenidos** Brasil tiene una importante producción de telenovelas con estilo propio, con un considerable mercado de exportación. Por importancia lidera junto con México la producción del subcontinente, monopolizada por el Grupo Globo.<sup>16</sup> Por otra parte la creación en 2006 del Fondo Nacional Audiovisual (*Fundo Setorial do Audiovisual*), la Ley n° 12.485 de 2011 estableciendo una cuota de pantalla para la TV cerrada de 3 horas y media semanales de producción nacional audiovisual y el Programa Todas las Pantallas de 2014, ha impulsado fuertemente la industria audiovisual orientada a TV. El grupo Globo ha intentado frenar la aplicación de la ley por medio de demandas judiciales.

La actividad de doblaje tiene un amplio desarrollo. Solo en Sao Paulo existen 23 empresas de doblaje que incluso están organizadas en una cámara (sindicato) patronal. El SATED/SP tiene firmado un CCT con esa cámara.

## b) Cine

**El cine y la producción audiovisual** ha registrado una amplia expansión en la última década de la mano de un fuerte apoyo estatal (creación de ANCINE en 2001 y autarquía en 2002; Fondo Sectorial del Audiovisual en 2006; Ley de cuotas de pantalla 12.485 de 2011 y Programa Todas las Pantallas de 2014).

Mientras que en el período 1995-2004 Brasil produjo un promedio de 21 películas por año, en el período 2005-2013 ese promedio aumentó a 79 películas por año.<sup>17</sup> En 2013 se produjeron 127 películas.<sup>18</sup> El número es similar a la producción anual de Argentina (120 en 2013)<sup>19</sup> y México (126 en 2013),<sup>20</sup> pero con una relación sobre la población mucho menor, ya que mientras en Argentina se producen 3 películas cada millón de habitantes, en México es de 1 y en Brasil es de solo 0,67. Como país de referencia extra-región, España produjo 231 películas en 2013, con una proporción de 5 películas por habitante.<sup>21</sup>

Brasil, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscilan entre el 70% y el 80%.<sup>22</sup>

<sup>23</sup> El porcentaje de espectadores de películas brasileñas en Brasil, oscila entre el 10 y el 19%.<sup>24</sup>

<sup>11</sup> IPEA (13 de marzo de 2014). "SIPS revela como o público avalia as telecomunicações", IPEA. Fuente: [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21678](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21678)

<sup>12</sup> IPEA (13 de marzo de 2014). "SIPS revela como o público avalia as telecomunicações", IPEA. Fuente: [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21678](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21678)

<sup>13</sup> "Crece la piratería en la TV por cable" (febrero 2015). Revista APTC Perú, Año 3, N° 4, pag. 8. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>14</sup> "Brasil registra 19,24 milhões de assinantes em agosto" (1 de octubre de 2014), Tela Viva. Fuente: <http://www.telaviva.com.br/01/10/2014/brasil-registra-19-24-milhoes-de-assinantes-em-agosto/pt/393479/news.aspx>

<sup>15</sup> Ministerio das Comunicações, Portaria n° 477/2014.

<sup>16</sup> MAZZIOTTI, Nora (2006). Telenovela: industria y prácticas sociales, Bogotá, Norma, isbn: 9580495793.

<sup>17</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 9.

<sup>18</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 9.

<sup>20</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>21</sup> IMCINE, Anuario 2013. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, "El cine y el video en datos y cifras. Evolución. Número de películas realizadas 1970-2013". Fuente: <http://www.mecd.gov.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/evolucion/npe.html>

<sup>22</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 13. De las 20 películas más vistas en 2013 que convocaron a 74,4 millones de personas, 16 eran estadounidenses y 4 eran brasileñas.

<sup>23</sup> ANCINE, Cenário para um Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual, Conselho Superior do Cinema, Brasilia, 31 de marzo de 2011, p. 5. El estudio cuantifica la hegemonía de los films de EEUU en un 78%.

<sup>24</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 7.

En 2013 los espectadores que vieron películas brasileñas en Brasil fueron 27,7 millones, que representaron el 18% del total.<sup>25</sup>

En el período 1998-2008 fue el segundo país latinoamericano que más películas exportó a Europa con 33 películas que representaron el 25% del total; delante se ubica Argentina con 52 películas y detrás México con 28; el desempeño exportador argentino mejora si se trata de coproducciones, alcanzando en el mismo período 46 películas, que representaban el 15% del total de las coproducciones latinoamericanas, detrás de Argentina con 139 y México con 67 films.<sup>26</sup>

En materia de exhibición Brasil tiene un promedio de aproximadamente 0,7 entrada anual por habitante.<sup>27</sup> En 2013 fueron 149 millones de espectadores, que representaron un promedio de 0,75 entradas por habitante. Se trata de un promedio “bajo” en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Chile: 1,2; Argentina: 1,15; Colombia: 0,9), y mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>28</sup>

En materia de pantallas, Brasil contó en 2013 con 2679 salas.<sup>29</sup> Se trata de un número muy bajo y con fuertes distorsiones regionales, ya que solo una de cada diez ciudades brasileñas tiene cine y la mitad de la población del país vive en ciudades que no tiene ningún cine.<sup>30</sup> Entre las empresas propietarias en primer lugar se encuentra Cinemark (con 523, que representa el 20% de las pantallas disponibles), seguido de Cinépolis (216 pantallas, 8%), Severiano/Ribeiro/Kinop/Lex (167 pantallas, 6%), Araújo (121 pantallas, 4,5%), Espaço (114 pantallas, 4,2%), UCI (99 pantallas, 3,6%), Arcoíris/Arcoplex (93 pantallas, 3,4%), MovieCom (90 pantallas, 3,3%) y Cinesystem (90 pantallas, 3,3%).<sup>31</sup>

## c) Publicidad

**La publicidad** tiene un amplio desarrollo en Brasil, que con Argentina y México concentran el 80% de la inversión latinoamericana en el sector.<sup>32</sup> Se trata de un sector muy sensible a la competencia global y a la evolución de los costos comparativos. En 2010 la publicidad brasileña tenía 13.863 empresas, que emplean a 98.000 personas, concentradas principalmente en São Paulo.<sup>33</sup> El 67% de la inversión se realiza en publicidad televisiva y en segundo lugar en la prensa escrita con un 11,8%.<sup>34</sup>

La cámara empresarial que agrupa a las mayores empresas de publicidad es la Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

<sup>25</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 7.

<sup>26</sup> Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, página 23.

<sup>27</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 7.

<sup>28</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>29</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 22.

<sup>30</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 22.

<sup>31</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 23.

<sup>32</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). “Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial”, Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

<sup>33</sup> COSCELLI, João (18 de octubre de 2013). “Publicidade é o setor da comunicação que mais emprega do Brasil”, PropMark. Fuente: <http://propmark.uol.com.br/mercado/46005:publicidade-e-o-setor-da-comunicacao-que-mais-emprega>

<sup>34</sup> ALMEIDA, Bruno (7 de marzo de 2012). “El mercado de publicidad en Brasil creció en un 8,5% en 2011”, Latin Link. Fuente: <http://latinlink.usmediacconsulting.com/2012/03/el-mercado-de-publicidad-en-brasil-crecio-en-un-85-en-2011/?lang=es>

# III. Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley Federal de Incentivo Cultural o Ley Rouanet (n° 8313/1991), la Ley del Audiovisual (n° 8685/1993) y Ley 12.485 de 2011 de TV por Suscripción. La radiodifusión está regulada por una gran cantidad de normas, en muchos casos obsoletas, que entre otras cosas establecen un plazo de quince años de duración de las concesiones de televisión, sin límite de renovación (Decreto 52795/1963).

**La Ley Federal de Incentivo Cultural o Ley Rouanet (n° 8313/1991)** estableció un sistema mecenazgo con incentivos fiscales para que las empresas y las personas puedan descontar del impuesto a la renta el 100% de lo que destinen a obras culturales, que se transformó en el principal mecanismo de inversión en cultura, concentrando el 80% del gasto federal. La ley influyó considerablemente en el comportamiento empresario y los departamentos de comunicación y marketing de las principales empresas se orientaron a administrar proyectos culturales que difundan la imagen y los productos que comercializan.<sup>35</sup> Ha sido muy criticada por el efecto de mercantilización de la cultura, por poner las actividades culturales bajo control de las empresas y por concentrar el 80% del monto en los estados de São Paulo y Río de Janeiro.<sup>36</sup>

En la producción cinematográfica la Ley Rouanet funciona vinculada a la **Ley del Audiovisual** (n° 8685/1993), mecanismo que impulsó hechos como la creación de Globo Filmes del Grupo Globo asociado con las grandes productoras estadounidenses, y el financiamiento de películas por parte de las empresas estatales brasileñas.<sup>37</sup> La cuota de pantalla vigente es de 63 días al año en todas las pantallas, el doble que la que regía en la década de 1990,<sup>38</sup> mecanismo fuertemente combatido por el sector empresarial.<sup>39</sup>

**La Ley 12.485 de 2011 de TV por suscripción (Lei da TV por Assinatura)** busca aumentar la producción nacional, regional e independiente de obras audiovisuales. Ha sido resistida por los grandes grupos empresariales y apoyada por los sindicatos y las asociaciones de productores audiovisuales.<sup>40 41</sup> La ley establece que los canales de TV por suscripción deben transmitir un mínimo de 3 horas y media de “contenidos brasileños”, de los cuales la mitad como mínimo debe ser independiente. Establece también que las prestadoras de televisión por suscripción deben ofrecer a los suscriptores una variedad de canales mínimos, de los cuales uno de cada seis debe ser brasileño, incluyendo canales de las cámaras de diputados y senadores, del poder judicial, una emisora oficial del Poder Ejecutivo, de los municipios, las universidades, comunitario, de la ciudadanía y educativo. La empresa Sky (Grupo Globo), la Asociación Brasileña de Radiodifusores (ABRA), la Asociación Neo TV y el Partido Democratas (DEM) han presentado acciones judiciales pidiendo la inconstitucionalidad de la ley que aún están pendientes.<sup>42</sup>

Las principales instituciones de la industria son la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (*Agência Nacional de Telecomunicações*) -ANATEL-, la Agencia Nacional del Cine (*Agência Nacional do Cinema*) -ANCINE-, el Consejo Superior del Cine (*Conselho Superior do Cinema*), Secretaría del Audiovisual y el Fondo Sectorial del Audiovisual. En el ámbito del Mercosur es importante la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur).

Brasil viene llevando adelante políticas de formación de públicos<sup>43</sup> y de producción de contenidos audiovisuales para todo tipo de pantallas (*Brasil de Todas as Telas*), promoviendo la producción regional e independiente. Para la segunda mitad de 2014 el contenido brasileño en la TV paga se había quintuplicado, pasando de 400 horas anuales en 2011 a dos mil horas anuales.<sup>44</sup>

En materia de coproducciones e integración cinematográfica, resultan importantes el MERCOSUR e IBERMEDIA. En el MERCOSUR es importante la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur), creada en 2003, que cuenta con una secretaría permanente en Montevideo, el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), el Programa Mercosur Audiovisual en cooperación con la

<sup>35</sup> DUART, Artur (24 de septiembre de 2012). “Brasil y la Ley Federal de incentivo cultural”, Magma Cultura, Fuente: <http://marmacultura.com/blog/index.php/2012/09/24/brasil-y-la-ley-federal-de-incentivo-local/?lang=es>

<sup>36</sup> FERREIRA, Juca (6 de febrero de 2015). “Juca Ferreira abre fogo contra a lei Rouanet” (Entrevista), O Globo. Fuente: <http://oglobo.globo.com/cultura/juca-ferreira-abre-fogo-contra-lei-rouanet-15258675>

<sup>37</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 117-131.

<sup>38</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 117-131.

<sup>39</sup> “As cotas de tela em xeque”, Globo, Brasil. F: <http://oglobo.globo.com/cultura/as-cotas-de-tela-em-xeque-11886144>

<sup>40</sup> “Brasil: campaña de las televisoras de pago contra la nueva ley” (28 de marzo de 2012). Global Voices. Fuente: <http://es.globalvoicesonline.org/2012/03/28/brasil-campana-de-las-televisoras-de-pago-contra-la-nueva-ley/>

<sup>41</sup> “Anúncio da Sky contra Lei 12.485 gera protesto de produtores audiovisuais” (28 de febrero de 2012). Cultura e Mercado. Fuente: <http://www.culturaemercado.com.br/noticias/anuncio-da-sky-contra-lei-12-485-gera-protesto-de-produtores-audiovisuais/>

<sup>42</sup> BIANCHI, Felipe (4 de agosto de 2014). “Lei da TV paga, uma pequena revolução”, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé. Fuente: [http://baraodeitarare.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=592:lei-da-tv-paga-uma-pequena-revolucao&catid=12&Itemid=185](http://baraodeitarare.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=592:lei-da-tv-paga-uma-pequena-revolucao&catid=12&Itemid=185)

<sup>43</sup> GETINO, Octavio (2007). “Consumos y nuevas tecnologías”, en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 257-295. Gettino destaca la importancia de formar públicos, relacionar la industria audiovisual y musical, integrar mercados y pantallas diversas, etc.

<sup>44</sup> BIANCHI, Felipe (4 de agosto de 2014). “Lei da TV paga, uma pequena revolução”, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé. Fuente: [http://baraodeitarare.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=592:lei-da-tv-paga-uma-pequena-revolucao&catid=12&Itemid=185](http://baraodeitarare.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=592:lei-da-tv-paga-uma-pequena-revolucao&catid=12&Itemid=185)

Unión Europea con un presupuesto 1,86 millones de euros que incluye una red de salas, entre otras políticas.

Para la cooperación y asociación entre países iberoamericanos, se destaca lo que se conoce como IBERMEDIA, un fondo internacional dependiente de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, **Brasil**, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

Entre los acuerdos bilaterales se destaca el Protocolo de Cooperación entre INCAA (Argentina) y ANCINE (Brasil) de 2010, con un fondo de un millón de dólares y un promedio de cuatro películas anuales.

# IV. Situación laboral

En Brasil es de gran importancia la “categoría profesional”, que protege una actividad y registra a cada trabajador y cada contrato mediante una Libreta de Trabajo y Previsión Social (*carteira de trabalho e previdência social*) que emite el Ministerio de Trabajo, con intervención del sindicato (DRT). Existen dos leyes generales de profesionalización de los trabajadores/as audiovisuales: la Ley 6615/78 para los trabajadores/as de radio y televisión (*radialistas*) y la Ley 6533/78 para los actores, actrices, demás artistas y técnicos, incluyendo los cinematográficos. Los sindicatos radialistas organizados en FITERT, SINDCINE y al menos los SATED/RJ y SATED/SP han firmado convenios colectivos de rama de ámbito estadual. Adicionalmente muchos sindicatos firman convenios colectivos con las empresas más importantes. Brasil también tiene un sistema de participación en los lucros o resultados (PLR) muy generalizado que se implementa mediante negociación colectiva (Ley 10.101/2000).

Esas tres leyes, al encuadrar profesionalmente las “categorías” de radiodifusión, cinematografía y actuación artística, garantizan la aplicación de las leyes laborales reunidas en la recopilación legal conocida como Consolidación de las Leyes de Trabajo (CLT-Consolidação das Leis do Trabalho), así como la organización sindical de cada categoría y la posibilidad de firmar convenios colectivos de trabajo. A los trabajadores bajo la CLT se los conoce como trabajadores “*celetistas*”.

En el caso de los radialistas se aplica la **Ley Federal 6615/1978, reglamentada por Decreto 84.134 de 1979**. Las dos normas fundamentales de la ley es la jornada reducida (entre 5 y 8 horas diarias según el sector) y un adicional del 40% en caso del ejercicio de dos funciones. La ley establece una jornada semanal mínima remunerada de 24 horas y la solidaridad en caso de subcontratación. Los textos y planes de trabajo deben ser entregados con una antelación mínima de 24 horas.

Todos los sindicatos con excepción del de Río Grande do Norte, tienen convenciones colectivas de trabajo anuales de ámbito estadual con las cámaras patronales de cada estado y con las principales empresas. Como la importancia de los sindicatos estaduales varía, los más importantes como los de São Paulo, Río de Janeiro o Minas, obtienen mejores condiciones que el resto, como guarderías (*creche*), cómputo de la jornada desde que se parte para el lugar de grabación, horas extras 100% los feriados, etc. El principal problema es la precarización de las condiciones a través de la tercerización, que alcanza un 35-40%.

**La Ley Federal 6533/1978** reglamentada por el Decreto 82.385/1978 regula la profesión de actores, actrices y demás artistas, así como los técnicos no radialistas, entre ellos los de la industria cinematográfica. Establece la jornada reducida de 6 horas con variaciones según el medio y un tope de dos funciones diarias. Impone la indemnización por daños y perjuicios en caso de rescisión del contrato antes del plazo y la solidaridad en caso de subcontratación. Gastos de transporte y alimentos a cargo del empleador en caso de desplazamiento. Prioridades escolares para los hijos de los artistas que deben desplazarse. Los textos y planes de trabajo deben ser entregados con una antelación mínima de 72 horas. Recientemente los sindicatos de actores y artistas (Satedes) se han movilizado contra el intento de declarar inconstitucional los artículos 7 y 8 de la Ley 6533/1978, referidos a la registración e intervención del sindicato en los contratos de trabajo artísticos.<sup>45 46</sup>

**El SATED/SP** ha celebrado **convenciones colectivas** en las ramas de Radio y TV, Cine, Agencias de Propaganda y Doblaje, además de otras convenciones para sectores no audiovisuales. **El SATED/RJ** ha celebrado convenciones colectivas en los sectores de TV y Doblaje.

**Las CCTs de Televisión** (SATED/RJ 2014/2015; SATED/SP 2012/2014) establecen limitaciones para contrataciones de corto plazo por “nota contractual” (eventual o sustituto), auxilios por guardería (*creche*), aclaraciones sobre los alcances de la cláusula de exclusividad de los artistas, adicionales y seguros por viaje. En la CCT-RJ se establecen adicionales por merchandising en TV abierta, reexhibición nacional, trabajo nocturno del 40% así como un compromiso de participación en las ganancias, plazo para memorización

45 Supremo Tribunal Federal (27 de septiembre de 2013). “Normas sobre exigência de diploma para registro de artista são questionadas pela PGR”, STF. Fuente: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=249452> SATEDES (21 de diciembre de 2013).

46 “Importante!! Carta ao Ministério Público” Fuente: <https://www.facebook.com/sindicatodosartistasetecnicos/posts/273673632784983>

de textos de 72 horas y fuertes limitaciones a la cláusula de exclusividad. La CCT-SP establece aviso por escrito en caso de despido por falta grave, licencia por exámenes y adopción para mujeres.

**Las CCTs de Doblaje** (SATED/RJ 2013/2014; SATED/SP 2013/2014) detallan extensamente las características de las tareas de doblaje para regular remuneraciones y condiciones, se establece que el pago es por personaje; que el idioma extranjero duplica el monto y que los cronogramas de trabajo (*escalas de trabalho*) deben ser comunicados con un un mínimo de 48 horas. En la **CCT del SATED-RJ** se establecen limitaciones para contrataciones de corto plazo por “nota contractual” (eventual o sustituto); a la cláusula de exclusividad; se incluye el doblaje de juegos electrónicos; se acuerda una jornada de seis horas diarias y 36 semanales con descanso dominical; las horas extras se pagan 50% y 75% si excede la octava hora diaria y el idioma extranjero duplica la remuneración. En la **CCT del SATED-SP** se duplica la remuneración en caso de canto y triplica si es para cine; se establece el descanso dominical, una garantía de remuneración en caso de enfermedad hasta 15 días; multa de 5% en caso de pago de salario fuera de plazo más 0,15% por día adicional; ticket-comida de R\$15 por día; se estipula un aumento del 100% en caso de horas extras en domingos y feriados.

**La CCT de Agencias de Propaganda** 2012/2013 (SATED/SP) incluye reembolso de gastos para pruebas, una multa de 10% por incumplimiento de las obligaciones de hacer en caso de demora del pago del salario de más de 20 días y 5% por cada día adicional, vale por comida, cláusulas de estabilidad en caso de secuelas por accidente de trabajo y enfermedad, adicional nocturno del 60%, horas extras 100%, acceso de los dirigentes sindicales a la empresa con aviso previo de 48 horas.

**La CCT de empresas de exhibición cinematográfica 2012/2013** (SP) establece un piso salarial para los trabajadores en ciudades del interior del estado que no puede ser inferior al 70% de lo pactado en São Paulo; adicional para el gerente (gratificação gerencial), adicional por fallo de caja (gratificação por quebra de caixa), vale para comidas (vale refeição), adicionales de transporte y comida por trabajar en la función de medianoche (sessão da meia noite), adicional de transporte por salida después de la media noche, estabilidad por servicio militar hasta 30 días después de la baja, estabilidad el año anterior a la jubilación para empleados con más de cinco años de antigüedad, establece cuatro descansos mensuales, de los cuales uno debe ser en domingo, los controles de asistencia deben ser acordados en la convención colectiva, las empresas deben comunicar al sindicato del día de elección de la CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes).

En el ámbito específico de **la industria cinematográfica** existe una notable diferencia en situación laboral entre zona norte con sede en Río de Janeiro y la zona sur, con sede en São Paulo; en aquella la situación de precariedad y desconocimiento de la ley es generalizada, mientras que en ésta última hay mucha más negociación colectiva entre el sindicato y las patronales, y como consecuencia de ello, cumplimiento de la ley. Pese a ello el 90% de los trabajadores/as cinematográficos de Brasil trabajan bajo la condición de “freelancers”, debido a los cual no se le aplica la CLT ni realizan la contribución sindical. En ese tanto SINDCINE como STIC tienen firmadas **convenciones colectivas de trabajo** de rama estadual, aquel con la cámara del sector paulista SIAESP (en Brasil las cámaras empresariales también son denominadas “sindicatos”) y éste con la carioca SICAV-RJ. Las convenciones regulan las relaciones laborales tanto con los trabajadores/as por tiempo indeterminado como los “freelancers”. Establecen una jornada de 6 horas en estudio y 8 horas en exteriores, con dos horas extras como máximo; horas extras 75%; cómputo de la jornada desde la presentación en el lugar de filmación; licencias por examen, matrimonio (5), fallecimiento de familiar (3 días); auxilios por enfermedad y funeral; estabilidad un año antes de la jubilación; adelanto del salario hasta 40%; adicional nocturno del 20%. La CCT de Sao Paulo es tomado también como referencia en Río de Janeiro y Santa Catarina. En 2015 el SINDCINE estaba en tratativas para firmar CCTs en Río Grande do Sul, Paraná

**Los salarios** se establecen anualmente mediante los convenios colectivos o las tablas salariales acordadas. El salario mínimo vital y móvil que se establece anualmente mediante decreto del Poder Ejecutivo; su monto al 01/01/2015 es de 788 reales (290 dólares).<sup>47</sup>

Un hecho muy negativo es la decisión del pasado 7 de abril de 2015 de la Cámara de Diputados de tratar en plenario sin pasar por comisión el proyecto de ley 4330/04 de

47 DIESSE (enero 2015). “Salário mínimo de 2015 será de R\$ 788”, Nota Técnica nº 143, enero 2015. Fuente: <http://www.dieese.org.br/notatecnica/2015/notaTec143SalarioMinimo.pdf>

Tercerización Laboral, que permite la tercerización de todas las actividades de una empresa, aún las principales, modificando la situación actual que permite solo la tercerización de actividades secundarias.<sup>48</sup> Se ha estimado que de aprobarse la norma, se triplicarían los trabajadores y trabajadoras en esa situación, afectando a más de la mitad de los asalariados, que verían reducidos sus salarios en un 30%.<sup>49</sup> Los sindicatos se han movilizado para frenar la sanción de la ley.<sup>50</sup>

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión, Inter Artis Brasil (IAB), Associação de Gestão Coletiva dos Artistas Intérpretes do Audiovisual do Brasil, que recauda los derechos de artistas audiovisuales en todo el país.

Brasil invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 21,3% del PBI, muy por encima del promedio de América Latina (13,2%), detrás de Cuba (22,8%) que se ubica en primer lugar y del promedio de Europa (26,7%).<sup>51</sup>

**En Brasil no hay seguro de salud. La salud** de los trabajadores/as y sus familias es atendida por el sistema público gratuito en caso de certificar su condición de “personas carentes” o por planes de salud privados contratados personalmente. En algunos casos, las empresas suelen contratar planes de salud para sus empleados, pero esa cobertura no se negocia colectivamente con los sindicatos.

**El régimen de previsional** se rige por la Ley 8213 de 1991 que establece dos sistemas: un sistema general obligatorio y un régimen complementario facultativo. Los requisitos para el retiro es de 60 años para las mujeres y 65 años para los hombres, en ambos casos luego de 30 años de servicio. El sistema se financia con rentas generales y aportes de entre 9% y 11% para el trabajador dependiente y del 22% para el empleador. No contempla la situación de los trabajadores discontinuos, como el caso de los actores, locutores y trabajadores de la industria cinematográfica.

<sup>48</sup> BARRUCHO, Luís Guilherme (8 de abril de 2015). “Câmara aprova projeto que regulamenta terceirização”, BBC. Fuente: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/04/150408\\_terceirizacao\\_camara\\_pai\\_lgb](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/04/150408_terceirizacao_camara_pai_lgb)

<sup>49</sup> PREITE SOBRINHO, Wanderley (10 de abril de 2015). “Lai da terceirização é a maior derrota popular desde o golpe de 64 (Entrevista a Ruy Braga)”, Carta Capital. Fuente: <http://www.cartacapital.com.br/economia/lei-da-terceirizacao-e-a-maior-derrota-popular-desde-o-golpe-de-64-2867.html> Ruy Braga sostiene que sobre 50 millones de trabajadores, hoy hay 12 millones de tercerizados y que la ley agregaría otros 18 millones con una reducción de un 30% de los salarios.

<sup>50</sup> FITERT (8 de abril de 2015). “FITERT participa do ato contra a terceirização”. Fuente: <http://www.fitert.org.br/site/Noticias/2647/fitert-participa-de-ato-contra-a-terceirizacao?p=>

<sup>51</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)



# V. Situación sindical

La organización sindical de la industria se apoya en sindicatos de base estadual, con grandes asimetrías según el estado. Los trabajadores/as *radialistas* están organizados en una federación nacional (FITERT) integrada por 20 sindicatos estaduais (sobre 26 estados y el distrito federal) y dos municipales. Los trabajadores/as del cine están organizados en dos sindicatos interestaduais con bases en Río de Janeiro (STIC) y São Paulo (SINDCINE), respectivamente, en tanto que los directores de São Paulo están organizados en APACI. Los actores están organizados en varios sindicatos de actores (SATED) estaduais (São Paulo, Río de Janeiro, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Río Grande do Sul, Piauí, Bahía, Paraná y Baranhao). La afiliación sindical en el sector es muy variable.

El modelo sindical brasileño está apoyado principalmente en sindicatos de base estadual (de primer grado o de segundo grado), ámbito en el que se realizan los convenios colectivos con las cámaras patronales, llamadas también sindicatos. En algunos casos se han formado federaciones o confederaciones nacionales. En total existen unos 20 mil sindicatos<sup>52</sup>. La legislación establece una “contribución sindical” obligatoria para todos los trabajadores, equivalente a un día de trabajo por año, de la cual el 60% corresponde a los sindicatos de base, el 15% a las federaciones, el 5% a las confederaciones y el 10% a las centrales.<sup>53</sup> La legislación brasileña no contempla la organización sindical en los lugares de trabajo, debido a lo cual la misma es muy débil.<sup>54</sup> En ese marco el sindicalismo brasileño tiene una densidad sindical media estimada en un 29% que se ha mantenido estable en las últimas dos décadas.<sup>55</sup>

Existen cinco centrales sindicales legalmente reconocidas, pero solo el 30% de los sindicatos se encuentra afiliado a alguna de ellas.<sup>56</sup>

**Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (FITERT).** Organiza y representa a unos 250.000 trabajadores de las empresas transmisoras de radio y televisión, de los cuales 30% son mujeres. Tiene unos 50.000 afiliados/as (20%). La federación está integrada por 20 sindicatos estaduais (en Brasil hay 26 estados y un distrito federal) y dos sindicatos municipales. Los 20 sindicatos estaduais son: São Paulo, Río de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Río Grande do Sul, Goiás, Brasília, Mato Grosso Sur, Mato Grosso, Amazonas, Maranhao, Pernambuco, Pará, Piauí, Río Grande do Norte, Roraima, Bahía, Amapá, Campina Grande (Paríba). Los dos sindicatos municipales son Imperatriz del estado de Maranhao e Iléus del estado de Bahía. Todos los sindicatos estaduais tienen convenciones colectivas de rama, con excepción de RGN. La FITERT fue creada en 1990 dentro de la CUT como alternativa a la FENARTE, una federación de radialistas creada en 1962 y afiliada a la UGT. El mayor empleador del sector es Globo que solo en São Paulo y Río de Janeiro emplea a 38 mil radialistas. Tiene sedes en Brasília y São Paulo. Está afiliado a la CUT y UNI.

**SATEDs.** Los actores, actrices, artistas, modelos y técnicos relacionados con la actuación están organizados en sindicatos estaduais que llevan el nombre de Sindicato de los Artistas y Técnicos en Espectáculos de Diversiones (*Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espectáculos de Diversões*), los SATEDs. Existen SATEDs en 21 estados y el Distrito Federal (São Paulo, Río de Janeiro, Espírito Santo, Ceará, Minas Gerais, Río Grande do Sul, Paraná, Bahía, Pernambuco, Piauí, Santa Catarina, Goiás, Mato Grosso, Maranhão, Rondônia, Sergipe, Río Grande do Norte, Alagoas y DF/Tocantins/Pará/Amazonas). Aún sin formar una federación, los SATEDs se mantienen en contacto y coordinan constantemente su accionar a través de Internet y el correo electrónico. En Sao Paulo hay registrados (con carteira) 30.000 artistas y técnicos de los cuales algo menos de la mitad son actores y actrices, mientras que en Río de Janeiro están registrados unos 20 mil. En la actividad audiovisual los SATED de Sao Paulo y Río de Janeiro tiene firmadas CCTs para TV y doblaje; el SATED-SP además tiene una CCT con agencias de Propaganda. Además prestan servicios de capacitación, descuentos en salud y planes de vivienda a sus afiliados. Los SATEDs de SP y MG están afiliados a la UGT. Cinco SATEDes (SP/RJ/ES/CE/MG) están afiliados a la FIA.

En el sector de la industria cinematográfica los trabajadores y trabajadoras audiovisuales están organizados en dos sindicatos interestaduais: SINDCINE y STIC.

<sup>52</sup> ROBLES, Pepe (mayo 2011). “El movimiento obrero brasileño: del peleguismo al lulismo”, Nuestra América, n° 7. Fuente: <http://elpancholococa.blogspot.com.ar/2011/05/el-movimiento-obrero-brasileno-del.html>

<sup>53</sup> CLT, arts. 578-610.

<sup>54</sup> APP Sindicato (2004). “Perguntas relativas a reforma sindical”. Fuente: <http://www.app Sindicato.org.br/Include/Paginas/movimentos-sindicais.aspx>

<sup>55</sup> Hayter, Susan y Stoevska, Valentina (noviembre 2011). Social Dialogue Indicators. International Statistical Inquiry 2008-2009. “Table 1. Trade Union Density”, OIT, Ginebra, pags.12-13. Para las Américas los datos del trabajo son los siguientes: Argentina (2006) 37,6%, Brasil (2007) 20,9%, Canadá (2007) 31,4%, Chile (2007) 11,5%, Cuba (2008) 81,4%, México (2008) 17%, Estados Unidos (2007) 11,4% y Uruguay (2006) 19%. La OIT cuenta con algunos datos parciales más actualizados en su “Base de datos estadísticos sobre sindicalización” (<http://laborsta.ilo.org/apply8/data/TUM/UNIONS2014.xls>). Allí no figura Argentina, pero figuran datos de Perú con una densidad sindical del 1,8% en 2012, en descenso luego de haber alcanzado un pico de 4,9% en 2005. Brasil aparece con 16 millones de afiliados sindicales en 2011, de los cuales el 59% eran hombres, correspondiéndole una densidad sindical del 26%, siempre sobre trabajo asalariado, un porcentaje que se ha reducido levemente respecto al promedio 1990-2010 que osciló entre un máximo de 30,3% en 2005 y un mínimo de 27,6% en 1998. Chile en 2012 registraba 940.000 afiliados a sindicatos, de los cuales 65% eran hombres, con una densidad del 14,6%, en ascenso frente al período 1997-2011, que tuvo un mínimo de 10,7% en 1999 y un máximo de 14,1% en 2011. La tendencia del cono sur contrasta con países como EEUU que en el período 1983-2013 bajaron de 20,1% a 11,3%, Gran Bretaña que bajó de 49,3% en 1986 a 23,1% en 2012, o Australia que bajó de 40,5% en 1990 a 18,2% en 2012. Un trabajo de la CSA del año 2010 estimó en 42% la densidad sindical en Argentina, 28% en Brasil y 22% en Paraguay, siempre sobre asalariados; pero al mismo tiempo recalzó el hecho de que en Argentina, Chile y Uruguay tienen una asalarización que supera el 70%, mientras que en Perú, Bolivia y Colombia no supera el 50%. Fuente: CSA “Sindicalización y densidad sindical en las Américas”, OIT-ACTRAV, Actividades, Recursos 2010, Lima.

<sup>56</sup> ROBLES, Pepe (mayo 2011). “El movimiento obrero brasileño: del peleguismo al lulismo”, Nuestra América, n° 7. Fuente: <http://elpancholococa.blogspot.com.ar/2011/05/el-movimiento-obrero-brasileno-del.html>





# CHILE

## I. Síntesis

### Datos generales:



En América Latina es la **6ª economía** (277 mil millones de dólares, detrás de Brasil México, Argentina, Venezuela, Colombia)<sup>1</sup>



**7º** en población (17,6 millones, detrás de Brasil, México, Colombia, Argentina, Perú y Venezuela)<sup>2</sup>



**2º** país en PBI por persona (u\$s 15.732, detrás de Uruguay).<sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

**37 películas** por año (1,7/millón-hab)<sup>4</sup>



**1º** país en conexiones de Internet (66,5%)<sup>5</sup>



**3º** país en conexiones de banda ancha (12,9% detrás de Uruguay y Argentina)<sup>6</sup>



La fecha tentativa del apagón analógico se estableció para **2019**<sup>7</sup>



## La industria.

**La televisión abierta** chilena tiene una matriz de origen exclusivamente estatal/universitaria que ingresó en un proceso de privatización en los '90 que llevó a que la televisión abierta tenga siete cadenas y que cuatro de ellas se disputen constantemente el liderazgo: Mega, Canal 13, Chilevisión, La Red, Telecanal, UCV y TVN, éste último estatal. **La televisión cerrada** tiene una alta penetración distribuida por mitades entre la satelital y el cable, con la empresa estadounidense VTR como líder con un tercio del mercado. **El cine y la producción audiovisual** se ha expandido en la última década, con fuerte apoyo estatal, dando origen a una incipiente industria cinematográfica que se ha instalado como la cuarta industria latinoamericana, detrás de las tres tradicionales (Argentina, Brasil y México). **La publicidad** representa el 0,50% del PBI (1.400 millones de dólares) de los cuales el 48% es publicidad televisiva, generando unos 3.000 puestos de trabajo.<sup>8</sup>

## Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley 20.243 de 2008 sobre Derechos Morales y Patrimoniales de los Intérpretes de las Ejecuciones Artísticas Fijadas en Formato Audiovisual; las leyes 18.838 de 1989 (reformada por ley 19.131 de 1992) y n° 19.733 de 2014 de Televisión Digital Terrestre; la Ley de Fomento Audiovisual 19.981 de 2004. Las principales instituciones de la industria son la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA), Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART) y el Fondo de Fomento al Audiovisual.

## Situación laboral

Las relaciones laborales en Chile se rigen por el Código de Trabajo que a su vez tiene una sección especial para regular el contrato de los trabajadores de artes y espectáculos, establecida por la Ley 19.889 sancionada en 2003. Los trabajadores y trabajadoras también se ven muy afectados por la tercerización y los incumplimientos sobre la jornada de trabajo. En la rama audiovisual solo hay convenios colectivos de empresa firmados en el sector de televisión.

## Situación sindical

Chile tiene sindicalismo con un desarrollo considerable aunque limitado por restricciones legales que han impuesto un modelo de sindicatos por establecimiento, subcontratista y empresa y convenios colectivos del mismo alcance, en el que están prohibidos los convenios colectivos de rama, promoviendo la fragmentación de la representación sindical. En la rama audiovisual los tres sectores están organizados mediante dos sindicatos interempresa y una federación: SIDARTE, SINTECI y FETRA TV.

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 8. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> Ley de Televisión Digital Terrestre n° 19.733 de 2014, artículo transitorio 2do. La ley establece la fecha máxima del apagón para cinco años "desde la entrada en vigencia de la modificación al Plan de Radiodifusión Televisiva".

<sup>8</sup> ACHAP (2013). Inversión Publicitaria 2013. Fuente: [http://www.achap.cl/documentos/Informe\\_Inv\\_Publicitaria\\_Achap\\_2013.pdf](http://www.achap.cl/documentos/Informe_Inv_Publicitaria_Achap_2013.pdf)

# II. La industria

## a) Televisión

Según datos de 2009 Chile tiene el porcentaje más bajo de América Latina de hogares sin televisión con un 1,1%, sin variaciones territoriales de consideración.<sup>9</sup>

La **televisión abierta** chilena tiene una matriz histórica exclusivamente estatal/universitaria con cuatro canales “históricos” (TVN, UC-TV, UCH-TV y UCV-TV) complementada con las privatizaciones de los ‘90. Actualmente existen siete cadenas televisivas de alcance nacional, de las cuales cuatro -las primeras mencionadas- se disputan constantemente el liderazgo: Mega de Grupo chileno Bethia propietario también de Falabella; Canal 13 del Grupo chileno Luksik y la Universidad Católica; Chilevisión del grupo estadounidense Turner; TVN (estatal), La Red y Telecanal, ambas del grupo latino-estadounidense Albavisión con canales en trece países latinoamericanos, y UCV de la Universidad Católica de Valparaíso. Estas cadenas acumulan el 90% de las concesiones de televisión abierta del país.<sup>10</sup>

La **televisión cerrada** tiene una alta penetración, estimada en el 62% de los hogares,<sup>11</sup> pero con un 23% estimado de conexiones informales, un porcentaje alto de informalidad si se lo compara con Argentina (13,1%), pero bajo si se lo compara con otros países de la región como Colombia (36%), Brasil (46%) y Perú (48%).<sup>12</sup> Los sistemas están distribuidos por mitades entre la satelital (51,1%) y el cable (48,9%), pero aquella ha venido creciendo fuertemente.<sup>13</sup> La empresa estadounidense VTR (35,9%) lidera la cantidad de suscripciones, seguida por Movistar de Telefónica (21,1%), Claro (América Móvil) y DirecTV.<sup>14</sup>

En materia de **televisión digital** Chile adoptó (como todo el resto de la Sudamérica iberoamericana menos Colombia) la norma ISDB-Tb, de origen japonés/brasileño. Las transmisiones digitales empezaron en 2009 y **la fecha tentativa del apagón analógico se estableció para 2019**.<sup>15</sup>

## b) Cine

**El cine y la producción audiovisual** se ha expandido en la última década, con fuerte apoyo estatal (Ley de Fomento del Audiovisual de 2004, CACI, FONDART), dando origen a una incipiente industria cinematográfica que se ha instalado como la cuarta industria latinoamericana, detrás de las tres tradicionales (Argentina, Brasil y México).

Mientras que en el período 1996-2003 Chile produjo un promedio de 5,8 películas por año,<sup>16</sup> en el período 2004-2014 ese promedio aumentó a 17 películas por año.<sup>17</sup> En franca tendencia ascendente, en 2013 se produjeron 36 películas y en 2014 se produjeron 37.<sup>18</sup> Si se toma en cuenta la proporción de películas sobre la cantidad de habitantes, en 2014 Chile llegó a 1,7 películas cada millón de habitantes, solo superada en América Latina por Argentina con 3.

Las principales productoras de cine y publicidad son Fabula Ltda., Promocine, Andrea Films, Wood Producciones, Accion Chile, Procine, Cine 3 Producciones, Cinemágica, Demente, Invercine, etc.

Chile, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscilan entre el 80% y el 90%.<sup>19</sup> <sup>20</sup>

<sup>21</sup> El porcentaje de espectadores de películas chilenas en Chile, oscila entre el 3% y el 10%.

<sup>22</sup> En 2011 los espectadores que vieron películas chilenas en Chile fueron 900 mil, que representaron el 5,6% del total,<sup>23</sup> y en 2013 fueron 1,6 millones que representaron 0,7%.<sup>24</sup>

En materia de exhibición Chile tiene un promedio de 1 entrada anual por habitante. En 2013 fueron 21 millones de espectadores, que representaron un promedio de 1,2 entradas por habitante.<sup>25</sup> Se trata de un promedio “aceptable” en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Argentina: 1,1; Brasil: 0,7; Colombia: 0,9), pero mucho más

<sup>9</sup> Escuela de Periodismo UDP (2009). La relación de los chilenos con la televisión e Internet, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Fuente: <http://www.udp.cl/funciones/descargaArchivos.asp?seccion=documentos&id=71>

<sup>10</sup> SIERRA, Lucas (2006). “Hacia la televisión digital en Chile. Historia y transición”, Estudios Públicos, invierno 2006, CEPChile. pp. 134-135. Fuente: [http://www.cepchile.cl/dms/archivo\\_3834\\_2011/r103\\_1sierra\\_television.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_1sierra_television.pdf)

<sup>11</sup> “América Latina: TV por Suscripción llegará a 111,42 millones de usuarios en el 2018” (17 de febrero de 2015). Cable Servicios, Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/america-latina-tv-por-suscripcion-llegara-a-11142-millones-de-usuarios-en-el-2018/>

<sup>12</sup> “Crece la piratería en la TV por cable” (febrero 2015). Revista APTC Perú, Año 3, N° 4, pag. 8. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>13</sup> “Chile: TV paga creció 10% en 2014 según Subtel” (10 de abril d 2015). Prensario. Fuente: <http://www.prensario.net/12621-Chile-TV-paga-crecio-10-en-2014-segun-Subtel.note.aspx>

<sup>14</sup> “Chile: TV paga creció 10% en 2014 según Subtel” (10 de abril d 2015). Prensario. Fuente: <http://www.prensario.net/12621-Chile-TV-paga-crecio-10-en-2014-segun-Subtel.note.aspx>

<sup>15</sup> Ley de Televisión Digital Terrestre n° 19.733 de 2014, artículo transitorio 2do. La ley establece la fecha máxima del apagón para cinco años “desde la la entrada en vigencia de la modificación al Plan de Radiodifusión Televisiva”.

<sup>16</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 135.

<sup>17</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletines 2/8. Fuente: [http://proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_cifras\\_listado.php](http://proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_cifras_listado.php)

<sup>18</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 8. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

<sup>19</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 137.

<sup>20</sup> Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (febrero de 2012). Reporte estadístico n° 18 Cine, pag. 8. Fuente: <http://www.cultura.gob.cl/reportecine/reportecine.pdf>

<sup>21</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 8. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>26</sup>

En materia de pantallas, Chile contó en 2013 con 332 salas, en todas las regiones del país.<sup>27</sup> Entre las empresas exhibidoras en primer lugar se encuentra Cinemark (con 102, que representa el 30,72%), Cine Hoyts (84 salas, 25,30%), Cinemundo (68 salas, 20,48%), Cineplanet (59 salas, 17,77%), Mall Plaza del Sol (9 salas, 2,71%), Pavillion (8 salas, 2,41%), Cine Star (5 salas, 1,51%) y Paseo del Valle (4 salas, 1,20%).<sup>28</sup> Se trata de una muy alta concentración en la que las primeras cuatro empresas concentran el 94% de las pantallas.

En marzo de 2015 el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la empresa Empresa Argentina de Soluciones Satelitales (ARSAT) acordaron desarrollar una plataforma streaming con videos “on demand”, de producción nacional y latinoamericana, capaz de competir con Netflix y manifestaciones similares,<sup>29</sup> proyecto propuesto por el director Campanella.<sup>30</sup>

### c) Publicidad

**La publicidad** representa el 0,50% del PBI (1.400 millones de dólares) de los cuales el 48% es publicidad televisiva, generando unos 3.000 puestos de trabajo.<sup>31</sup>

### d) Doblaje

**El doblaje** ha repuntado en la última década y está liderado por estudios como DINT, el más grande con nueve salas de grabación, Aedea Studio e Hispamérica Doblajes.<sup>32</sup>

<sup>22</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 139.

<sup>23</sup> Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014). Mapeo de las industrias creativas de Chile, Santiago de Chile, pag. 210. Fuente: [http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo\\_industrias\\_creativas.pdf](http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf)

<sup>24</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 8. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

<sup>25</sup> “Aumentan espectadores de cine nacional, socios de bibliotecas públicas y discos hechos en Chile” (6 de noviembre de 2014). Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile. Fuente: <http://www.cultura.gob.cl/institucionales/aumentan-espectadores-de-cine-nacional-socios-de-bibliotecas-publicas-y-discos-hechos-en-chile/>

<sup>26</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>27</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 28. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

<sup>28</sup> Chile Audiovisual (2014). Resultados del espectáculo cinematográfico en Chile 2013, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, pag. 22. Fuente: [http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res\\_espec\\_cine\\_v8.pdf](http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/informe2013/assets/08-res_espec_cine_v8.pdf)

<sup>29</sup> “Habrá un Netflix argentino, con contenidos nacionales”, GiraBSAS, 18 de marzo de 2015. Fuente: <http://www.girabsas.com/nota/6798/>

<sup>30</sup> “Campanella: ‘trataremos de crear una Netflix para América Latina’”, Redusers, 21 de abril de 2014. Fuente: <http://www.redusers.com/noticias/campanella-trataremos-de-crear-una-netflix-para-america-latina/>

<sup>31</sup> ACHAP (2013). Inversión Publicitaria 2013. Fuente: [http://www.achap.cl/documentos/Informe\\_Inv\\_Publicitaria\\_Achap\\_2013.pdf](http://www.achap.cl/documentos/Informe_Inv_Publicitaria_Achap_2013.pdf)

<sup>32</sup> DE LA MAZA, Matía (22 de marzo de 2014). “El mercado de los ‘voztros’: cómo se hace doblaje en Chile” (). La Tercera. Fuente: <http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2014/03/661-570692-9-el-mercado-de-los-voztros-como-se-hace-doblaje-en-chile.shtml>

# III. Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley 20.243 de 2008 sobre Derechos Morales y Patrimoniales de los Intérpretes de las Ejecuciones Artísticas Fijadas en Formato Audiovisual; las leyes 18.838 de 1989 (reformada por ley 19.131 de 1992) y nº 19.733 de 2014 de Televisión Digital Terrestre; la Ley de Fomento Audiovisual 19.981 de 2004.

## **La Ley nº 20.243 de 2008 sobre Derechos Morales y Patrimoniales de los Intérpretes de las Ejecuciones Artísticas Fijadas en Formato Audiovisual,**

sancionada en 2008, estableció el derecho irrenunciable e intransferibles de los intérpretes y artistas a percibir una remuneración en caso de emisión de la obra audiovisual por televisión, cine, medios digitales interactivos o uso lucrativo del videograma, sin perjuicio de la ley de derechos de autor.

## **La ley nº 18.838 de 1989 y la ley nº 19.131 de 1992 regulan el servicio de televisión.**

La segunda, sancionada en los primeros años de recuperada la democracia, se dictó para reformar algunos aspectos de la ley dictada a poco de finalizar la dictadura de Pinochet, especialmente la duración de las licencias que era indefinida y que se estableció en 25 años (la más extensa de la región). Sin embargo para los canales ya establecidos en 1992 (los cuatro históricos, Mega, La Red y Chilevisión) se preservó la duración indefinida. La ley crea el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) como autoridad de ejecución, integrado por miembros designados mediante un proceso que involucra al Poder Ejecutivo y al Senado. No limita la presencia de capital extranjero en los medios pero exige que sus titulares sean chilenos. Establece el sistema de concursos públicos para asignar las licencias. El SINTECI ha dado prioridad a la implementación de la ley 19.889, exigiendo como requisito de aprobación de los proyectos que incluyan el contrato laboral y los pagos de cotizaciones de leyes sociales. La ley ha alcanzado una amplia aplicación a los técnicos y profesionales del cine y audiovisual, pero una baja aplicación a los actores y actrices y demás artistas, como lo ha denunciado SIDARTE.

**La Ley nº 20.750 de Televisión Digital Terrestre** fue sancionada en 2014, luego de grandes demoras debido a presiones y recursos administrativos y judiciales de las empresas de medios que aún en el presente han obstaculizado su plena vigencia.<sup>33</sup> Se establece la obligación de respetar el pluralismo y de dedicar al menos cuatro horas semanales a programas educativos.

**La Ley nº 19.981 de Fomento Audiovisual** fue sancionada en 2004. Chile no tenía hasta entonces una ley del cine y contaba con el FONDART desde 1992, que resultaba insuficiente para financiar el costo de las películas. Crea el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA), de composición mixta, incluyendo un representante de los actores y otro de los técnicos. Crea el Fondo de Fomento Audiovisual con fondos del presupuesto nacional que serían asignados anualmente mediante concursos públicos.

Las principales instituciones de la industria son la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA), Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART) y el Fondo de Fomento al Audiovisual.

En materia de coproducciones e integración cinematográfica, resultan importantes el MERCOSUR e IBERMEDIA. Chile participa como estado asociado del MERCOSUR en la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur), creada en 2003, que cuenta con una secretaría permanente en Montevideo, el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), el Programa Mercosur Audiovisual en cooperación con la Unión Europea con un presupuesto 1,86 millones de euros que incluye una red de salas, entre otras políticas.

En materia de cooperación y asociación entre países iberoamericanos, se destaca lo que se conoce como IBERMEDIA, un fondo internacional dependiente de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, **Chile**, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario

<sup>33</sup> SIERRA, Lucas (2006). "Hacia la televisión digital en Chile. Historia y transición", Estudios Públicos, invierno 2006, CEPChile. pp. 134-135. Fuente: [http://www.cepchile.cl/dms/archivo\\_3834\\_2011/r103\\_lsierra\\_television.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_lsierra_television.pdf)



# IV. Situación laboral

Las relaciones laborales en Chile se rigen por el Código de Trabajo que a su vez tiene una sección especial para regular el contrato de los trabajadores de artes y espectáculos, establecida por la Ley 19.889 sancionada en 2003, aunque en los hechos la misma no se aplica. Los trabajadores y trabajadoras también se ven muy afectados por la tercerización y los incumplimientos sobre la jornada de trabajo. En la rama audiovisual solo hay convenios colectivos de empresa firmados en el sector de televisión.

La **Ley 19.889 conocida como Ley de Trabajadores de las Artes y el Espectáculo** fue sancionada en 2003. Incluye en el Código del Trabajo un capítulo especialmente para regular el contrato de trabajo en actividades artísticas y del espectáculo, incluyendo la televisión, el cine y demás actividades audiovisuales. Establece la obligación de realizar el contrato por escrito (escrituración) en todos los casos, por breve que sea el plazo. Jornada máxima de diez horas diarias. Descanso semanal obligatorio de 36 horas continuas. Obligación de traslado, alimentación y alojamiento cuando haya que trasladarse a otra ciudad. Períodos salariales no mayor de 30 días.

SIDARTE ha denunciado que los canales y productoras evaden la ley sistemáticamente, utilizando para contratar a los actores modalidades civiles fraudulentas, como “la boleta de honorarios”, es decir considerando el trabajo del actor como un servicio civil o exigiendo que el actor o los actores se presenten como una empresa, ya sea como una productora o como una empresa unipersonal para emitir facturas.<sup>34</sup>

En el *Mapeo de Industrias Creativas* publicado en 2014 por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) se indica que 5.900 actores y directores chilenos trabajan en cine y televisión. Sectorialmente, el mismo mapeo establece que 6.964 trabajadores/as se desempeñan en televisión, 3.255 en la industria “audiovisual” y 55.775 en publicidad.<sup>35</sup> El mapeo no discrimina la cantidad de trabajadores/as que se desempeñan en los cinematógrafos pero teniendo en cuenta la cantidad de salas y los planteles de las empresas exhibidoras en otros países pueden estimarse en unos 4.000 trabajadores/as.

En el sector de actores y actrices, así como en el del cine no hay convenio colectivo. En el sector televisión varios sindicatos han firmado convenios colectivos. Por ejemplo, el Sindicato de Canal 13 miembro de FETRA TV, tiene firmado un convenio colectivo trianual para el período 2015-2017 que establece premios por antigüedad quinquenal para los asociados, jornada de 45 horas semanales con una hora diaria libre para colación, descanso mínimo de 13 horas con excepciones compensadas con mayor tiempo, 48 horas de descanso semanal, indemnización especial por terminación de contrato, bono especial por cobertura de sucesos extraordinarios, horas extras de 50% en días hábiles y 60% en días domingos y festivos, diversos beneficios salariales para los asociados para transporte nocturno, tareas riesgosas, trabajo nocturno, accidentes, asignación por colación, pérdida de caja, aguinaldos de septiembre y navidad, bono en marzo, asignación por matrimonio, nacimiento, becas de estudio para hijos, vacaciones de 20 días, viáticos, permiso sindical, indemnización por retiro voluntario y retiro no voluntario (entre 32 y 40 días por año de servicio), bonificación del 80% de recetas médicas, fondo médico, pasajes aéreos para capacitación sindical, gratificación anual.

**Los salarios** se establecen y reajustan en los convenios colectivos, cuando los hay. El salario mínimo (ingreso mínimo) se establece anualmente por el Poder Ejecutivo luego de un consenso tripartito; su monto al 01/07/2014 es de 225.000 pesos chilenos (365 dólares).

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión (Chile Actores) que recauda los derechos de intérprete establecidos por las leyes de derechos de autor y de intérprete.

Chile invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 10,4% del PBI, por debajo del promedio de América Latina (13,2%), encabezado por Cuba (22,8%), siendo el promedio de Europa (26,7%).<sup>36</sup>

**La salud** de los trabajadores/as en Chile tiene dos grandes sistemas, uno público y el otro privado: FONASA e ISAPRE. En todos los casos los trabajadores/as tienen que

<sup>34</sup> “Sidarte en picada contra canales de televisión: “Haremos todo para que se cumpla la ley”” (2 de noviembre de 2014). Radio Universidad de Chile, Fuente: <http://radio.uchile.cl/2014/11/02/sidarte-en-picada-contra-canales-de-television-haremos-todo-para-que-se-cumpla-la-ley>

<sup>35</sup> Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014). Mapeo de Industrias Creativas, Chile, pag 54. Fuente: [http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo\\_industrias\\_creativas.pdf](http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf)

<sup>36</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)



# V. Situación sindical

Chile tiene sindicalismo con un desarrollo considerable aunque limitado por restricciones legales que han impuesto un modelo de sindicatos por establecimiento, subcontratista y empresa y convenios colectivos del mismo alcance, en el que están prohibidos los convenios colectivos de rama, promoviendo la fragmentación de la representación sindical. En la rama audiovisual los tres sectores están organizados mediante dos sindicatos interempresa y una federación: SIDARTE, SINTECI y FETRA-TV. Fuera de ellos existen algunos sindicatos de empresa.

## **Federación de Sindicatos de Empresas de Canales y Productoras de Televisión**

**Chilenas (FETRA-TV).** Es una federación nacional que reúne a los sindicatos de los canales y productoras de televisión, entre los que sobresalen los sindicatos de TVN, Chilevisión, Mega, CDF, CNN, UCV y Canal 13. Los sindicatos de los siete canales tienen actualmente convenios colectivos firmados. Los sindicatos tienen centros recreacionales o turísticos de su propiedad y convenios con diversas empresas de descuentos para sus afiliados. La federación ha denunciado fuertemente la subcontratación ilícita, como la denuncia en la OIT quejándose de la conducta de Canal 13 realizada en 2005 donde denunciaron que el 30% del personal está subcontratado.<sup>38</sup> Está afiliado a UNI.

El **Sindicato de Actores de Chile (SIDARTE)** es un sindicato interempresa que representa a actores, actrices y demás artistas fundado en 1967. En 2014 tenía 1900 afiliados, de los cuales el 51% son mujeres; la mitad de ellos tiene alguna Isapre y solo un 30% estaba afiliado/a a una aseguradora de fondos de pensión.<sup>39</sup> De los siete miembros de su directiva tres son mujeres. Tiene su sede en Santiago y delegaciones en Maule, Biobío, Los Lagos, Araucanía Antofagasta y Tarapacá. No ha firmado ningún convenio colectivo pero recurre a los mecanismos de diálogo social establecidos por el Ministerio de Trabajo con el fin de avanzar en el respeto de la ley laboral sobre todo con las productoras, que se han mostrado más dispuestas al diálogo que los canales, que han adoptado una postura de gran dureza. Por ser un sindicato interempresa, la ley restringe su posibilidad de tener una convención colectiva, si la empresa no está dispuesta. Tiene un teatro, sede propia, book de actores, descuentos en empresas para socios, convenios en salud, dental, oftalmológica, oncológica y atención hospitalaria. Integra la Coordinadora Nacional de Sindicatos Interempresa que reclama el pleno derecho a la negociación colectiva, sobre lo que ha presentado una queja en la OIT. El sindicato y está afiliado a la CUT y a UNI. Integra el Frente de Trabajadores de las Artes y la Plataforma de las Artes Escénicas.

## **Sindicato Nacional Interempresa de Profesionales y Técnicos del Cine y**

**Audiovisual (SINTECI).** Fundado en 1994 tiene unos 600 afiliados, sobre unos 2.500 trabajadores/as del sector de los cuales un 40% son mujeres. La directiva de cinco miembros está integrada por tres mujeres. Es un sindicato interempresa pero está en pleno proceso de constituir una federación con Plataforma Audiovisual, organización a la que pertenece junto con otras nueve organizaciones del sector (Asociación de Documentalistas, Asociación de Directores y Guionistas, Sindicato de Actores, Asociaciones regionales, etc.) No tiene convenios colectivos, afectado por la restricción legal a negociar colectivamente que la ley impone a los sindicatos interempresa. Tiene convenios de descuentos para asociados odontológicos y con hospitales que poseen especialidades, por ejemplo atención oncológica. No pertenece a ninguna central y pertenece a la FITEC y UNI.

Entre otros sindicatos del sector detectados se encuentra el Sindicato de Trabajadores de Claro Chile, que a su vez ha formado una red informal con el Sindicato de Trabajadores de Claro de Perú.

<sup>38</sup> OIT. Caso núm. 2392 (Chile). Fuente: [http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:50002:0::NO::P50002\\_COMPLAINT\\_TEXT\\_ID:2909191](http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:50002:0::NO::P50002_COMPLAINT_TEXT_ID:2909191)

<sup>39</sup> INE (2013). Cultura y Tiempo Libre Informe 2013, INE, Chile, pag. 178. Fuente: [http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario\\_de\\_publicaciones/pdf/cultura\\_tiempo\\_libre\\_informe\\_2013.pdf](http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/cultura_tiempo_libre_informe_2013.pdf)

# MÉXICO

## I. Síntesis

### Datos generales:

En el mundo, es el **14º** país por extensión y el más poblado de habla hispana ●



En América Latina es la **2ª economía** (1.261 mil millones de dólares),<sup>1</sup> ●



**2º** país en población (122 millones)<sup>2</sup> ●



**7º** país en PBI por persona (u\$s 10.307, detrás de Uruguay, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil y Panamá)<sup>3</sup> ●



### Datos audiovisuales:

**2º** país de América Latina en producción de películas (126 por año y 1/millón-hab)<sup>4</sup> ●



**9º** país en conexiones de Internet (43,5%, detrás de Chile, Argentina, Uruguay, Venezuela, Colombia, Brasil, Costa Rica y República Dominicana),<sup>5</sup> ●



**4º** país en conexiones de banda ancha (10,85% detrás de Uruguay, Argentina y Chile)<sup>6</sup> ●



El apagón analógico está previsto para el 31 de diciembre de **2015**<sup>7</sup> ●



## La industria.

**La televisión** mexicana no llega a un 5,1% de la población.<sup>8</sup> Predomina la televisión abierta fuertemente monopolizada por los grupos Televisa y Azteca. Un 32,2% de la población tiene TV cerrada por suscripción.<sup>9</sup> México lideró históricamente la **producción cinematográfica** latinoamericana pero a partir de la década de 1990 retrocedió fuertemente, equilibrándose con Argentina y Brasil, con unas 126 películas anuales, aunque sigue encabezando ampliamente la exhibición con 248 millones de espectadores (5° del mundo). **La publicidad** tiene un amplio desarrollo en México, que con Argentina y Brasil concentran el 80% de la inversión latinoamericana.<sup>10</sup> México es asimismo líder en la industria del **doblaje** al español.

## Situación legal-institucional

México realizó en 2013 una importante reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión (arts. 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105). Las leyes principales de la industria son la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), la Ley del Sistema Público de Radiodifusión (LSPR), la Ley Federal de Cinematografía (LFC) y su reglamentación. Las principales instituciones de la industria son la Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), el FIDECINE, el FONCINE y los Estudios Churubusco.

## Situación laboral

El principal problema es una alta precariedad e informalidad estimada en el 60%, agravada con la reforma de la Ley Federal del Trabajo (LFT) de 2012 y la tercerización que supera la mitad de la plantilla. Los trabajadores de radio y televisión están amparados por un Contrato Ley para el sector de ámbito nacional. La mayoría de los actores y técnicos cinematográficos mantienen relaciones laborales autónomas.

## Situación sindical

México tiene un sistema de afiliación automática al sindicato reconocido. La organización sindical de la industria se apoya principalmente en sindicatos nacionales. Los trabajadores/as de TV están organizados mayoritariamente en el SITATYR -que también incluye a los extras- y en menor medida en el STIRT, sobre todo locutores. Los trabajadores/as del cine están organizados en tres sindicatos nacionales (STYM, STIC y STPC). Los actores y técnicos relacionados con la actuación están organizados en ANDA.

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> COFETEL, Comunicado de Prensa 14/2012, del 28 de marzo de 2012.

<sup>8</sup> INEGI (2012). "Estadística sobre disponibilidad de tecnología de información y comunicaciones en los hogares", p. 9. Fuente: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf)

<sup>9</sup> INEGI (2012). "Estadística sobre disponibilidad de tecnología de información y comunicaciones en los hogares", p. 9. Fuente: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf)

<sup>10</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). "Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial", Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# II. La industria

## a) Televisión

México estimó oficialmente en 2012 que un 5,1% de hogares sin televisión, lo que equivale a 6 millones de personas. Esta situación se agrava en los estados más postergados como Oaxaca, donde ese mismo año 22,7% de los hogares no tenían televisión, Chiapas (21,3%) y Guerrero (15,9%).<sup>11</sup>

**La televisión abierta** se encuentra bajo el control de dos empresas, Televisa y TV Azteca, que juntas controlan el 93% de la audiencia, uno de los más altos del mundo.<sup>12</sup> Este fuerte control privado se producía sin presencia de una TV pública nacional hasta 2014 que se creó por ley un sistema público de TV, aún en proceso de instalación.

**La televisión cerrada (cable y satelital)** se estima en un 58% en 2014,<sup>13</sup> aunque según datos de 2012 solo el 32,2% de los hogares tenía suscripciones formales,<sup>14</sup> lo que indica un alto nivel de informalidad y un porcentaje de suscripciones algo menor al promedio latinoamericano pero en fuerte crecimiento en los últimos años.<sup>15</sup> Televisa también monopoliza el mercado de TV cerrada con un 60% de los abonados a través de cinco empresas de TV satelital y cable: Sky (39,2%), Cablemás (7,5%), Cablevisión (5,6%), Cablecom (4,8%) y TVI (3%).<sup>16</sup>

Para la **televisión digital** México adoptó (como Estados Unidos, Canadá y gran parte de Centroamérica) la norma ATSC, de origen estadounidense. Las transmisiones digitales empezaron en 2014 y **el apagón digital está previsto para el 31 de diciembre 2015**.<sup>17</sup>

La expansión de la televisión digital ampliará también la **televisión móvil** como un subsector transversal de la industria audiovisual, demandante de contenidos y formatos especiales para esta modalidad.

En materia de **contenidos** México tiene una importante producción de telenovelas con estilo propio, con un considerable mercado de exportación. Por importancia lidera junto con Brasil la producción del subcontinente, monopolizada por el Grupo Televisa.<sup>18</sup>

La industria del **doblaje** en México tiene una larga tradición que se remonta a la década de 1940, generando doblajes para toda América Latina. En las últimas décadas la industria ha retrocedido relativamente, frente al avance o el ingreso de otros países, como Venezuela y Argentina y a la tendencia a realizar los doblajes en cada país.<sup>19</sup>

## b) Cine

**El cine mexicano** sufrió un serio retroceso a partir de 1990, debido al retiro del Estado, la eliminación de la cuota de pantalla y el TLCAN (1994), luego de haber liderado históricamente la industria latinoamericana, aunque en la última década a vuelto a crecer.<sup>20</sup> Mientras que en el período 1984-1993 México produjo un promedio de 74 películas por año, en el período 1994-2003 ese promedio se redujo a 23 películas por año.<sup>21</sup> En la última década la producción se recuperó parcialmente, realizándose en 2013 126 películas.<sup>22</sup> El número es similar a la producción anual de Argentina (120 en 2013)<sup>23</sup> y Brasil (127 en 2013),<sup>24</sup> pero con una relación sobre la población muy diferente, ya que mientras en Argentina se producen 3 películas cada millón de habitantes, en México es de 1 y en Brasil es de solo 0,67. Como país de referencia extra-región, España produjo 231 películas en 2013, con una proporción de 5 películas por habitante.<sup>25</sup>

México, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscila en el 80%.<sup>26</sup> El porcentaje de espectadores de películas brasileñas en Brasil, oscila entre el 4 y el 12%.<sup>27 28</sup> En 2013 los espectadores que vieron películas mexicanas en México fueron 30,1 millones, que representaron el 12% del total.<sup>29</sup>

<sup>11</sup> "La tumba de los mitos de la TV en México" (31 de mayo de 2012). Política Digital.

Fuente: <http://www.politicadigital.com.mx/?P=leernoticiaprint&Article=21453>

<sup>12</sup> Albornoz, Yamile (julio de 2004). "Análisis industrial competitivo del sector televisión en México", Gestiopolis. Fuente: <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/aicyao.htm>

<sup>13</sup> "América Latina: TV por Suscripción llegará a 111,42 millones de usuarios en el 2018" (17 de febrero de 2015). Cable Servicios, Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/america-latina-tv-por-suscripcion-llegara-a-11142-millones-de-usuarios-en-el-2018/>

<sup>14</sup> INEGI (2012). "Estadística sobre disponibilidad de tecnología de información y comunicaciones en los hogares", p. 9. Fuente: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf)

<sup>15</sup> "América Latina: TV por Suscripción llegará a 111,42 millones de usuarios en el 2018" (17 de febrero de 2015). Cable Servicios, Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/america-latina-tv-por-suscripcion-llegara-a-11142-millones-de-usuarios-en-el-2018/>

<sup>16</sup> "México: 15,7 millones de suscriptores de TV paga a septiembre" (26 de marzo de 2015). Prensario. Fuente: <http://www.prensario.net/12484-Mexico-15-7-millones-de-suscriptores-de-TV-paga-a-septiembre.note.aspx>

<sup>17</sup> COFETEL, Comunicado de Prensa 14/2012, del 28 de marzo de 2012.

<sup>18</sup> MAZZIOTTI, Nora (2006). Telenovela: industria y prácticas sociales, Bogotá, Norma, isbn: 9580495793.

<sup>19</sup> "La industria del doblaje en México va en aumento" (12 de julio de 2008). Jornada, UNAM, Fuente: <http://www.jornada.unam.mx/2008/07/12/index.php?section=espectaculos&article=a08n2esp>

<sup>20</sup> GETINO, Octavio (2007). "México", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 214-229.

<sup>21</sup> GETINO, Octavio (2007). "México", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pág. 219.

<sup>22</sup> IMCINE, Anuario 2013, p. 15

<sup>23</sup> INCAA, Anuario 2013.

<sup>24</sup> IMCINE, Anuario 2013, pag. 15.

<sup>25</sup> Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, "El cine y el video en datos y cifras. Evolución. Número de películas realizadas 1970-2013". Fuente: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/evolucion/npeli.html>

<sup>26</sup> GETINO, Octavio (2007). "México", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 220.

<sup>27</sup> Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, página 42.

<sup>28</sup> IMCINE, Anuario 2013, pag. 15.

<sup>29</sup> ANCINE, Informe Anual Preliminar 2013, pag. 7. Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez,

En el período 1998-2008 fue el tercer país latinoamericano que más películas exportó a Europa con 28 películas que representaron el 25% del total; delante se ubica Argentina con 52 películas y México con 33; el desempeño exportador mexicano mejora levemente si se trata de coproducciones, alcanzando en el mismo período 67 películas, detrás de Argentina con 139 y Brasil con 46 films.<sup>30</sup>

En materia de exhibición México pegó un enorme salto en los '90, pasando del 14º lugar en 1994 al 4º lugar del mundo en 2000,<sup>31</sup> con un promedio de aproximadamente 2 entradas anuales por habitante. En 2013 fueron 248 millones de espectadores, que representaron un promedio de 2,1 entradas por habitante.<sup>32</sup> Se trata del promedio más alto por lejos de América Latina ese mismo año (Chile: 1,2; Argentina: 1,15; Colombia: 0,9; Brasil: 0,7), y superior incluso a España (1,7), aunque de todos modos el promedio es bastante inferior a sus socios del TLCAN, Canadá (3,8) y Estados Unidos (3,9).<sup>33</sup>

En materia de pantallas, México contó en 2013 con 5547 salas.<sup>34</sup> Se trata de un número muy alto, el doble de Brasil con la mitad de población. Sin embargo el IMCINE ha señalado que el principal problema atacar en este aspecto es que el 91% de los municipios no tiene salas de cine y el 40% de la población no tiene un cine cerca.<sup>35</sup> Entre las empresas propietarias predomina ampliamente Cinépolis con 57,3% de los espectadores, seguido de Cinemex (15,1%), MM Cinemas (12,5%) y Cinemark (6,8%).<sup>36</sup> Cinépolis es la cuarta empresa exhibidora más grande del mundo, con presencia también en Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Colombia, Perú, Brasil e India.<sup>37</sup>

## c) Publicidad

**La publicidad** tiene un amplio desarrollo en México, que con Argentina y Brasil concentran el 80% de la inversión latinoamericana en el sector.<sup>38</sup> Se trata de un sector muy sensible a la competencia global y a la evolución de los costos comparativos.

En 2010 la publicidad mexicana tenía una 250 agencias publicitarias, de las cuales unas 20 concentran la mayor parte de la inversión. Las más importantes son seis agencias multinacionales: Young & Rubicam, Panamericana Ogilvy & Mather (Grupo Ogilvy), McCann Erickson, J. W. Thompson, Leo Burnett, Noble DMB&B.

La cámara empresarial que agrupa a las mayores empresas de publicidad es la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP).

<sup>30</sup> Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, página 23.

<sup>31</sup> Reforma, 6 de marzo de 2001, citado por GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo en "El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)", tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, diciembre 2006, pág. 270.

<sup>32</sup> IMCINE, Anuario 2013, pag. 15.

<sup>33</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>34</sup> IMCINE, Anuario 2013, pag. 15.

<sup>35</sup> Entrevista a Jorge Sánchez Sosa (2014). "Adiós al mito de las cuotas de pantalla", Informador.mx, Guadalajara. Fuente: <http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2014/519838/6/adios-al-mito-de-las-cuotas-de-pantalla.htm>

<sup>36</sup> Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, página 40.

<sup>37</sup> Martínez Piva, Jorge; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global, Serie Estudios y Perspectivas n° 122, México, Cepal, páginas 39-40.

<sup>38</sup> Martín Llaguno, Marta; Baquerin de Riccitelli, Teresa (2011). "Radiografía del sector publicitario argentino. Características sociodemográficas, organizacionales y actitudinales de la fuerza laboral de la comunicación comercial", Ecos de la Comunicación, Año 4, N° 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# III. Situación legal-institucional

En 2013 México realizó una **reforma constitucional (arts. 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105) en materia de telecomunicaciones y radiodifusión** como consecuencia del Pacto por México celebrado el año anterior entre los principales partidos políticos (PRI, PAN, PRD y Ecologista). La reforma busca fortalecer una política de inclusión digital, acceso de la población a la información y el conocimiento, la creación de una red integrada de los servicios de telecomunicaciones y la atenuación de los oligopolios, a la vez que dispone crear dos redes nacionales públicas.

**La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)** se sancionó en 2014, pero con críticas del PAN y el PRD. Crea el Instituto Federal de Telecomunicaciones, establece cuatro tipos de concesiones de radiodifusión (comercial, pública, privada y social), regula las concesiones de licencias y los derechos de los usuarios, establece un plazo de 20 años de duración para las licencias de TV con renovación ilimitada -uno de los plazos más extensos del mundo. La legislación está fuertemente influenciada por la empresa Televisa, al punto que la anterior ley de radiodifusión sancionada en 2007 -y declarada inconstitucional en varios puntos centrales- fue conocida masivamente como “Ley Televisa”. Pese a ello la principal innovación de las leyes de radiodifusión sancionadas en 2014 es la creación de un sistema público de radiodifusión cuyo objetivo es romper el duopolio de Televisa y TV Azteca.

**La Ley Federal de Cinematografía (LFC)** fue sancionada en 1992 con reformas posteriores y su reglamentación de 2001. La ley de inspiración neoliberal eliminó casi totalmente la presencia del Estado en la industria cinematográfica, suprimiendo también la cuota de pantalla y prohibiendo el doblaje al español en el cine con excepción de las películas infantiles (esta prohibición sería declarada inconstitucional en 2000). En 1996 hubo una reforma atenuando levemente el privatismo de la ley y en 1999 una reforma más profunda estableciendo una cuota de pantalla del 10% (menor a la que autoriza el TLCAN del 30%) y la creación del FIDECINE.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) suscripto por Estados Unidos, México y Canadá en 1992 ha tenido una enorme incidencia en todas las áreas socio-económicas de México. Con respecto a la industria audiovisual se ha criticado que México a diferencia de Canadá, no invocara la “excepción cultural”, creada en la OMC por Francia en 1993 y adoptada por la UNESCO en 2005, que le ha permitido a Canadá llevar adelante políticas de financiamiento, promoción y protección de su industria audiovisual, sin que el TLCAN pueda impedirlo.<sup>39</sup>

Las principales instituciones de la industria son el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), el FIDECINE (Fondo de Inversión y Estímulo del Cine), el FONCINE (Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica) y los Estudios Churubusco de propiedad estatal, cuyos servicios son utilizados por el 95% de los filmes producidos en México.

En materia de asociación entre países latinoamericanos se destaca el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica de 1993, al que adhirió España. Es muy importante también el ámbito establecido por el Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

<sup>39</sup> Aimée Vega Montiel, Maricela Portillo y Jerónimo Repoll (2008). Las claves necesarias para una comunicación para la democracia, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Tabasco, ISBN 9789689024729, página 103.



# IV. Situación laboral

México tiene un serio problema de alta precariedad e informalidad laboral estimada en el 60%, agravada con la reforma de la Ley Federal del Trabajo (LFT) de 2012 y la práctica generalizada de la tercerización que en promedio supera la mitad de la plantilla de las empresas. La contratación de los trabajadores formales no tercerizados suele realizarse a través de los sindicatos.

Los trabajadores de radio y televisión no informales ni tercerizados están amparados por un **Contrato Ley de Radio y Televisión (CLRT)**. Un contrato ley (arts. 404 a 421 de la LFT) es un tipo de convenio colectivo de máxima jerarquía legal, que regula una rama de la industria y resulta obligatorio para todos los trabajadores/as y empresas del sector. El CLTR rige a unos 30 mil trabajadores afiliados a 11 sindicatos.<sup>40</sup> Establece un salario mínimo de US\$ 25 diarios; representatividad en cada empresa del sindicato mayoritario; contratación obligatoria de los trabajadores/as propuestos por el sindicato, obligación de certificado para trabajar de locutor, comentarista o cronista; protección contra el despido y las sanciones para los trabajadores sindicalizados; obligatoriedad de que los locutores, cronistas, comentaristas y personal técnico sean miembros del sindicato; jornada de 40 horas semanales y 100% en caso de horas extras; vacaciones anuales iniciales de siete días laborables; comisiones paritarias de seguridad e higiene en cada empresa; prima por retiro voluntario con más de siete años de un promedio de entre 14 y 17 días de remuneración por año de antigüedad.

Los actores y actrices que trabajan en Televisa y TV Azteca, empresas que prácticamente monopolizan el empleo audiovisual de ficción en televisión, se rigen por convenios colectivos que ANDA ha firmado con esas empresas. Debido a estos convenios esas empresas solo pueden contratar actores, actrices y demás artistas que sean afiliados/as al sindicato. La jornada se establece en seis horas, luego de lo cual se deben pagar horas extras. Este régimen no contempla inscripción en el seguro social (IMSS).

Los técnicos de cine, en un 75% se rigen por contrataciones individuales sin ninguna protección laboral ni sindicalización (freelancers). Un 25% está sindicalizado principalmente en StyM, que media en la contratación y establece las condiciones con las empresas productoras de películas. En el sector de las salas cinematográficas hay varios contratos de protección firmados por Cinemex, Cinermark y Cinopolis, con el STIC, pero también con la cuestionada “federación sindical” de Ramón Gamez, conocido como el Zar de los Contratos de Protección.

**Los salarios** de los trabajadores sindicalizados se establecen cada dos años mediante convenios colectivos o tablas salariales acordadas, según se traten de sindicatos federales o locales. Aproximadamente unos 4 millones de asalariados están cubiertos por convenios colectivos.<sup>41</sup> Con respecto al salario mínimo, existen dos salarios mínimos, según zona, que se establece anualmente mediante resolución del CONSAMI (Comisión Nacional de los Salarios Públicos), organismos tripartito descentralizado; su monto al 01/04/2015 es de 70,10 pesos diarios (4,6 dólares o 168 dólares mensuales) para la Zona A y de 68,28 pesos diarios (4,5 dólares) para la Zona B.<sup>42</sup>

México invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 7,7% del PBI, muy por debajo del promedio de América Latina (13,2%), donde Cuba (22,8%) se ubica en primer lugar y del promedio de Europa (26,7%).<sup>43</sup>

## **México atiende la salud de los trabajadores/as mediante un seguro diferente según se trate del sector público o privado.**

Los trabajadores/as bajo relación de dependencia en el sector privado cuentan con el seguro de salud que gestiona el IMSS (Instituto Mexicano de Seguridad Social), de integración tripartita, mediante un aporte obligatorio, al que se suman aportes del empleador y el Estado. Los trabajadores autónomos puede ingresar a este sistema voluntariamente. El seguro de salud del IMSS cubre al 40% de la población,<sup>44</sup> afectado por las altas tasas de informalidad y tercerización.

**El régimen de previsual** se rige por la Ley de Seguro Social de 1997 que establece un sistema de capitalización individual administrado por un tipo especializado de

<sup>40</sup> “Impulsará SITATYR modernización de Contrato Ley de Radio y TV” (14 de diciembre de 2011). Notimex. Fuente: <http://www.sdpnoticias.com/notas/2011/12/14/impulsara-sitatty-modernizacion-de-contrato-ley-de-radio-y-television>

<sup>41</sup> Enrique de Garza Toledo (2006). “La polémica acerca de la tasa de sindicalización en México”, Trabajo 2(2): 135-146.

<sup>42</sup> CONASAMI.

<sup>43</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

<sup>44</sup> Fuente: Población derechohabiente del IMSS en 2011, 46 millones.



# V. Situación sindical

México tiene un modelo sindical que permite establecer por convenio colectivo la afiliación automática al sindicato reconocido o la contratación exclusiva de trabajadores/as sindicalizados/as. Existen sindicatos federales y sindicatos locales, pero sólo aquellos pueden firmar convenios colectivos. Una característica del modelo mexicano son los llamados “contratos de protección” que han impedido en muchos casos el desarrollo del sindicalismo representativo en muchas empresas. La organización confederal del sindicalismo mexicano tiene un gran ámbito llamado Congreso del Trabajo, ligado al PRI, al que están afiliadas las confederaciones, federaciones y los sindicatos nacionales. Existen varias confederaciones, pero las dos más importantes son la CMT y la CROC. Por fuera del Congreso del Trabajo existen sindicatos autónomos que nunca han podido organizarse en confederaciones.

**Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio (SITATYR)** organiza y representa a unos 22.000 trabajadores/as, principalmente de las empresas de televisión. Por fuera del sindicato quedan unos 44.000 trabajadores/as bajo regímenes de tercerización. Se trata de un sindicato federal con 39 secciones a lo largo del país. Negocia y gestiona, junto con otros once sindicatos, el Contrato Ley de Radio y Televisión. También tiene convenios colectivos con las empresas de televisión más importantes. El mayor empleador del sector es Televisa y en segundo lugar TV Azteca. La reciente ley de 2014 creando el Sistema Público de Radiodifusión creó dos cadenas públicas en las que se estima trabajarán a la brevedad unos 10.000 trabajadores/as. El sindicato tiene varias áreas de recreación y descuentos turísticos y médicos para sus afiliados. Está afiliado a la CNT y UNI.

Otros sindicatos actuantes en el sector de radiodifusión mexicano son el **STIRT (Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión)**, un sindicato nacional con 73 secciones que agrupa principalmente a los locutores y trabajadores de radio; y el **SIEMARM (Sindicato Industrial de Empleados y Artistas de Radiodifusoras Mexicanas, Similares y Conexos)**, ambos pertenecientes a la CTM. Asimismo, en Monterrey actúa el Sindicato de Trabajadores de Radio y TV (STRT), un sindicato local.

**ANDA.** Los actores, actrices, artistas, modelos y técnicos relacionados con la actuación están organizados en la Asociación Nacional de Actores (ANDA), sindicato de ámbito nacional con 14.000 afiliados. Ha firmado convenios colectivos con Televisa y TV Azteca que establecen que los artistas contratados por esas empresas deben ser afiliados del sindicato. Posee una importante sede en el DF que incluye el Teatro Jorge Negrete y cuenta con secciones y delegaciones en Tijuana, Ciudad Juárez, Monterrey, Guadalajara, Acapulco, Veracruz y Mérida. No está afiliada a ninguna confederación nacional y está afiliada a la FIA pero hace varios años que no participa ni mantiene contacto.

Los trabajadores/as del cine están organizados principalmente en dos sindicatos nacionales (STyM y STIC). El **STyM (Sindicato de Trabajadores Técnicos y Manuales de la Producción Cinematográfica)** tiene unos 500 afiliados que constituyen el 25% de la técnicos que actúan en la industria, muchos de ellos pertenecientes a Estudios Churubusco de propiedad estatal. Tiene sede propia en el DF y administra una caja de fondos de pensión de sus afiliados, prestando también cobertura de salud. Afiliado a la FITEC.

El **STIC (Sindicato de trabajadores de la Industria Cinematográfica)** organiza principalmente a los trabajadores/as que se desempeñan en las salas cinematográficas, donde ha firmado contratos de protección con Cinemex, Cinermark y Cinopolis. Tiene unos 8.000 afiliados sobre un total de 60.000 trabajadores/as del sector.<sup>46</sup>

Por su parte la CROC tiene un sindicato llamado **Unión de Trabajadores Ejecutantes de la Música, Danzantes, Bailarines, Artistas, Intérpretes, Modelos, Edecanes, Extras y Trabajadores en General de Espectáculos Públicos, Cine y Video, Similares y Conexos**, que en forma abreviada se conoce como **Unión de Músicos y Artistas CROC**, que en 2002 declaraba tener 2.500 afiliados.<sup>47</sup>

<sup>46</sup> STPS. Datos de la STPS de México para el año 2002.

<sup>47</sup> STPS. Datos de la STPS de México para el año 2002.

# URUGUAY

## I. Síntesis

### Datos generales:



En América Latina es la **10ª economía** (55 mil millones de dólares, detrás de Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colombia, Chile, Perú, Ecuador y República Dominicana) <sup>1</sup>



Uno de los países de menor población (3,4 millones) <sup>2</sup>



**1º** país en PBI por persona (u\$s 16.350) <sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

**14 películas** por año (3,6/millón-hab) <sup>4</sup>



**3º** país en conexiones de Internet (58,1%, detrás de Chile y Argentina) <sup>5</sup>



**1º** país en conexiones de banda ancha (21,13%) <sup>6</sup>



El apagón analógico será el 21 de noviembre de **2015** <sup>7</sup>



## La industria.

**La televisión** uruguaya está casi totalmente concentrada en Montevideo, donde hay tres canales privados y uno público de TV abierta. Tiene una alta extranjerización, principalmente de producciones de Argentina y Estados Unidos. En 2014 se sancionó una “Ley de Medios” (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual) que tiene entre sus fines aumentar la producción nacional. **La televisión cerrada** tiene una alta penetración con amplio predominio cable, con la empresa estadounidense DirectTV (18%) y la argentina Cablevisión (17%) del Grupo Clarín, liderando el mercado. **El cine y la producción audiovisual** se ha expandido en la última década, con fuerte apoyo estatal, aunque el mercado es muy pequeño para sostener por sí mismo una industria cinematográfica. **La publicidad** se ha expandido fuertemente con un 50% de las obras destinadas a mercados externos<sup>8</sup>

## Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley n° 19.307 de servicios de comunicación audiovisual (2014) y la Ley n° 18284 del ICAU y el audiovisual (2008). Las principales instituciones de la industria son el Consejo de Comunicación Audiovisual (aún no instalado), el Instituto de Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU) y el Fondo de Fomento Cinematográfico.

## Situación laboral

Las relaciones laborales en Uruguay se rigen por una variedad de leyes no sistematizadas en ningún ordenamiento. El empleo informal se ha reducido del 40% en 2004 al 25% en 2012.<sup>9</sup> En 2008 se sancionó la Ley 18384 estableciendo el Estatuto del Artista y creando el Registro Nacional de Artistas y Actividades Conexas. En 2005 se revitalizó la institución de los Consejos de Salarios, ámbitos de negociación tripartita organizados en grupos por ramas y sectores; uno de los grupos, el n° 18 de Servicios Culturales de Esparcimiento y Comunicaciones, en el que se incluye el sector audiovisual. En la rama audiovisual no publicitaria SUA ha firmado un convenio colectivo de rama.

## Situación sindical.

Uruguay tiene un sindicalismo con un importante desarrollo que se ha fortalecido en los últimos años con los Consejos Salariales, uno de cuyos grupos incluye la rama audiovisual (Grupo 18). Los trabajadores/as audiovisuales están organizados el sector actoral/artístico en la Sociedad Uruguaya de Actores (SUA), el televisivo en la Federación Uruguaya de Trabajadores de Televisión y Afines (FUTTVA) y la Asociación de Trabajadores de Televisión Nacional (ATTN) y la industria cinematográfica en Gremiocine.

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> “Se estrenaron catorce películas uruguayas en 2014” (2 de enero de 2015). Teledoce, Montevideo. F: [www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/](http://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/)

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> Decreto N° 153/012 del 11 de mayo de 2012, artículo 18.

<sup>8</sup> SEGURA, Henry (18 de mayo de 2014). “Cine uruguayo juega su segundo tiempo”, El País, Uruguay. Fuente: <http://www.elpais.com.uy/divertite/cine/cine-uruguayo-momento-consolidacion-limitaciones.html>

<sup>9</sup> Oficina Regional para América Latina y el Caribe. “Reducción del empleo informal en Uruguay: políticas y resultados”, OIT, Lima, pag. 4. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_245623.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245623.pdf)

# II. La industria

## a) Televisión

Uruguay tiene una alta presencia de la televisión en la población y sólo un 2,95% de los hogares no tienen televisión, aunque ese porcentaje en las zonas rurales se eleva a 12,64%.<sup>10</sup>

La **televisión abierta** está casi totalmente concentrada en Montevideo, donde hay tres canales privados (Monte Carlo, Saeta y Teledoce) y uno público (TNU). Los tres grupos privados controlan la mayoría de los medios de radio, televisión, cable y gráficos del país. Monte Carlo TV (Canal 4) está controlado por el grupo argentino-uruguayo Romay Salvo. Saeta (Canal 8) pertenece al grupo uruguayo Fontaina-De Feo. Teledoce pertenece al grupo uruguayo Cardoso Pombo Scheck. Los tres grupos privados controlan el 95,5% del mercado.<sup>11</sup>

La **televisión cerrada** tiene una alta penetración con amplio predominio cable. Los tres grupos privados que controlan la televisión abierta se asociaron para crear la empresa Equitel para controlar el tendido del cable y otras infraestructuras claves de la televisión paga.<sup>12</sup> Los tres grupos controlan la mitad de los abonados a través de varias empresas de cable, y a ellos se suma la empresa estadounidense DirectTV de TV satelital (21%) y la argentina Cablevisión (10%) del Grupo Clarín.<sup>13</sup>

La televisión uruguaya, tanto abierta como paga, tiene una alta extranjerización, principalmente de producciones de Argentina y Estados Unidos.<sup>14</sup> Más del 50 % de los programas de entretenimiento son producidos en Argentina, en tanto que el 71% de las ficciones son producidas fuera del país (30% en Estados Unidos; 14% en Europa; 11% en Argentina y 16% en el resto de América Latina).<sup>15</sup> La sanción de la “Ley de Medios” en 2014, aún pendiente de reglamentación, tiene como uno de sus principales objetivos aumentar la producción nacional televisiva.

## b) Cine

**El cine y la producción audiovisual** se ha expandido en la última década, con un apoyo estatal que ha crecido pero es aún insuficiente, aunque el mercado es muy pequeño para sostener por sí mismo una industria cinematográfica. Antes del año 2001 (año de estreno de *25 Watts*) Uruguay prácticamente no tenía producción sistemática de largometrajes. A partir de ese año y sobre todo desde la sanción de la ley del cine y la creación del ICAU, empezaron a producirse largometrajes regularmente, con predominio del documental, además de una considerable producción de cortometrajes y cine publicitario que existe desde los años ‘90.

En 2005 se produjeron cinco películas,<sup>16</sup> en 2010 se produjeron diez películas<sup>17</sup>, que pasaron a quince en 2013 y a catorce en 2014.<sup>18 19</sup> Un enorme esfuerzo para un país de poco más de tres millones de habitantes, de 3,6 películas cada millón de habitantes, el porcentaje más alto de América Latina, pero teniendo en cuenta que hasta 2014, las relaciones laborales eran irregulares y sin amparo en la seguridad social.

Uruguay, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que superan el 80%.<sup>20</sup> El porcentaje de espectadores de películas uruguayas en Uruguay, oscila entre el 2% y el 6%,<sup>21</sup> bastante más bajo que otros países latinoamericanos con cinematografía propia que convocan entre el doble y el triple. En 2013 los espectadores que vieron películas uruguayas en Uruguay fueron 75.463, que representaron el 3% del total.<sup>22</sup>

En materia de exhibición Uruguay tiene un promedio de 0,7 entrada anual por habitante. Datos de 2011 indican que fueron 2,6 millones de espectadores,<sup>23</sup> que representaron un promedio de 0,75 entradas por habitante. Se trata de un promedio algo bajo en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Brasil: 0,7; Colombia: 0,9; Argentina: 1; Chile:

<sup>10</sup> SLEKIS RIFFEL, Graciela (2014). Reporte Social 2013, Principales características del Uruguay social, Fuente: <http://es.slideshare.net/GracielaSlekisRiffel/reportes-2013-uruguay-social>

<sup>11</sup> LANZA, Edison y BUQUET, Gustavo (2011). La televisión privada comercial en Uruguay, FES, Montevideo, pp. 22-23. Fuente: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/08659.pdf>

<sup>12</sup> LANZA, Edison y BUQUET, Gustavo (2011). La televisión privada comercial en Uruguay, FES, Montevideo, pp. 22-23. Fuente: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/08659.pdf>

<sup>13</sup> “Banda ancha móvil crece 16,9% en Uruguay” (20 de octubre de 2014). Signals Telecom. Fuente: <http://signalstelecomnews.com/banda-ancha-movil-crece-169-en-uruguay/>

<sup>14</sup> “TV: crece la influencia argentina en Uruguay” (8 de agosto de 2013). La Nación, Buenos Aires. Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1608462-tv-crece-la-influencia-argentina-en-uruguay>

<sup>15</sup> “TV: crece la influencia argentina en Uruguay” (8 de agosto de 2013). La Nación, Buenos Aires. Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1608462-tv-crece-la-influencia-argentina-en-uruguay>

<sup>16</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 148.

<sup>17</sup> MARTÍNEZ CARRIL, Manuel (16 de mayo de 2014). “Sobre el cine uruguayo: en búsqueda del público perdido”, Semanario Brecha, Montevideo. Fuente: [www.accu.org.uy/detalle\\_actualidad.php?recordID=361](http://www.accu.org.uy/detalle_actualidad.php?recordID=361)

<sup>18</sup> “Se estrenaron catorce películas uruguayas en 2014” (2 de enero de 2015). Teledoce, Montevideo. F: [www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/](http://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/)

<sup>19</sup> SEGURA, Henry (18 de mayo de 2014). “Cine uruguayo juega su segundo tiempo”, El País, Uruguay. Fuente: <http://www.elpais.com.uy/divertite/cine/cine-uruguayo-momento-consolidacion-limitaciones.html>

<sup>20</sup> ICAU (16 de febrero de 2011). Boletín de Novedades. F: [www.icaugubuy.innovaportal/file/10142/1/boletin-02-16-11.pdf](http://www.icaugubuy.innovaportal/file/10142/1/boletin-02-16-11.pdf)

<sup>21</sup> “Nunca se vio tanto cine nacional como en 2011” (28 de diciembre de 2011). Ciento18Ochenta, Uruguay. F: [www.180.com.uy/articulo/23566\\_Nunca-se-vio-tanto-cine-nacional-como-en-2011](http://www.180.com.uy/articulo/23566_Nunca-se-vio-tanto-cine-nacional-como-en-2011)

<sup>22</sup> MARTÍNEZ CARRIL, Manuel (16 de mayo de 2014). “Sobre el cine uruguayo: en búsqueda del público perdido”, Semanario Brecha, Montevideo. Fuente: [www.accu.org.uy/detalle\\_actualidad.php?recordID=361](http://www.accu.org.uy/detalle_actualidad.php?recordID=361)

<sup>23</sup> “Nunca se vio tanto cine nacional como en 2011” (28 de diciembre de 2011). Ciento18Ochenta, Uruguay. F: [www.180.com.uy/articulo/23566\\_Nunca-se-vio-tanto-cine-nacional-como-en-2011](http://www.180.com.uy/articulo/23566_Nunca-se-vio-tanto-cine-nacional-como-en-2011)

1,2), y mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>24</sup>

En materia de pantallas y sin datos actualizados, Uruguay contaba en 2005 con 85 salas, siendo los exhibidores más importantes Moviecenter (22 salas) y Hoyts (13 salas).<sup>25</sup> En Uruguay es muy importante el “circuito cultural” de salas integrado por la Cinemateca Uruguay y el SODRE con 10 salas, donde el cine de EEUU sólo alcanza un 10% en el porcentaje exhibido.<sup>26</sup>

## c) Publicidad

**La publicidad** se ha afianzado como industria en Uruguay desde los años ‘90, con un 50% de las obras destinadas a mercados externos.<sup>27</sup> La actividad facturó en 2009 56 millones de dolares de los cuales exportó 22 millones.<sup>28</sup> La SUA ha prestado atención a la importancia del mercado publicitario y la alta evasión que se produce en el mismo, estableciendo que anualmente en Uruguay se producen 547 comerciales por año, con una contratación de 58 trabajadores por comercial (5 directores, 30 técnicos, 3 actores y 20 extras).<sup>29</sup> La actividad factura unos u\$s 56 millones y exportó la mitad (22 millones), en datos de 2009.<sup>30</sup>

<sup>24</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>25</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 148.

<sup>26</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 148.

<sup>27</sup> SEGURA, Henry (18 de mayo de 2014). “Cine uruguayo juega su segundo tiempo”, El País, Uruguay. Fuente: <http://www.elpais.com.uy/divertite/cine/cine-uruguayo-momento-consolidacion-limitaciones.html>

<sup>28</sup> MEC “Hacia la cuenta satélite en cultura del Uruguay” citada en “Empleo en producción audiovisual publicitaria”, SUA, Uruguay, 2014. F: <https://prezi.com/c53amrupv3wo/produccion-audiovisual-publicitaria/>

<sup>29</sup> SUA (2014). “Empleo en producción audiovisual publicitaria”, SUA, Uruguay. F: <https://prezi.com/c53amrupv3wo/produccion-audiovisual-publicitaria/>

<sup>30</sup> SUA (2014). “Empleo en producción audiovisual publicitaria”, SUA, Uruguay. F: <https://prezi.com/c53amrupv3wo/produccion-audiovisual-publicitaria/>

# III. Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley n° 19.307 de servicios de comunicación audiovisual (2014) y la Ley n° 18284 del ICAU y el audiovisual (2008). Las principales instituciones de la industria son el Consejo de Comunicación Audiovisual (aún no instalado), el Instituto de Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU) y el Fondo de Fomento Cinematográfico.

## La Ley n° 19.307 de Servicios de Comunicación Audiovisual o “Ley de Medios”

fue sancionada a fines de 2014. Limita la cantidad de suscripciones de TV paga al 25% del total y hasta 35% si no existiera competencia, así como la publicidad a 15 minutos por hora. Prohíbe medios dominados por capital extranjero. Dispone la creación del Consejo de Comunicación Audiovisual, cuyos miembros serán elegidos por los poderes Ejecutivo y Legislativo. Limita las licencias por empresa a tres de radio o televisión abierta y seis de televisión paga. El 60% deberá ser producción o coproducción nacional y el 30% independiente. Impone cuotas de producción y emisión nacional: 50% en la TV privada, 70% en la TV pública y 20% en la ficción. Incluye la cláusula de conciencia para los periodistas.

La Ley de Medios fue y sigue siendo muy resistida por el sector empresario, especialmente por ANDeBU (Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos) que sostuvo que solo los regímenes fascistas tienen leyes de medios.<sup>31</sup> Actualmente la Ley de Medios se encuentra impugnada por el sector empresarial judicialmente y el gobierno ha anunciado que no la reglamentará hasta que las impugnaciones judiciales sean resueltas.<sup>32</sup>

**La Ley del Audiovisual n° 18.284** fue sancionada en 2008. Uruguay no tenía ley del cine, aunque desde los años '90 habían creado algunas instituciones públicas para promover el cine y venían actuando organizaciones privadas como la Cinemateca Uruguaya, que favorecieron la producción de corto y medimetrajes.<sup>33</sup> La ley se originó en un proyecto de ASOPROD (Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay). La Ley crea el Instituto del Cine y el Audiovisual de Uruguay (ICAU) integrado por representantes del Estado, del sector privado y cultural, y de las organizaciones representativas de los colectivos que actúan en la industria cinematográfica, incluyendo los sindicatos. Se crea el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, con un presupuesto de un millón de dólares, un presupuesto considerable para el tamaño de país, que se sumará a otros fondos públicos como el del municipio de Montevideo, así como los del Mercosur e Ibermedia. El resultado fue una multiplicación por seis de la inversión pública en el cine y el audiovisual, con una ocupación de 4.000 puestos de trabajo entre permanentes y temporales.<sup>34</sup>

Las principales instituciones son la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSC), el Consejo de Comunicación Audiovisual (aún no constituido), el Instituto del Cine y el Audiovisual de Uruguay (ICAU) y el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual. En el sector privado ocupa un papel muy importante la Cinemateca Uruguaya.

En materia de **coproducción e integración cinematográfica**, resultan importantes el MERCOSUR e IBERMEDIA. En el MERCOSUR es importante la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur), creada en 2003, que cuenta con una secretaría permanente en Montevideo, el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), el Programa Mercosur Audiovisual en cooperación con la Unión Europea con un presupuesto 1,86 millones de euros que incluye una red de salas, entre otras políticas.

En materia de cooperación y asociación entre países iberoamericanos, se destaca lo que se conoce como IBERMEDIA, un fondo internacional dependiente de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, **Uruguay** y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

<sup>31</sup> “Andebu: “Regímenes autoritarios son los que tienen ley de medios” (9 de noviembre de 2014), El País, Uruguay. F: <http://www.elpais.com.uy/informacion/andebu-regimenes-autoritarios-son-que.html>

<sup>32</sup> “Tabaré Vázquez ‘congeló’ la reglamentación de la ley de medios de su país” (16 de marzo de 2015). Fibra Tecnologías de la Comunicación. F: <http://revistafibra.info/tabare-vazquez-congelo-la-reglamentacion-de-la-ley-de-medios-de-su-pais/>

<sup>33</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pags. 97-98.

<sup>34</sup> ICAU “¿Qué es? F: <http://icau.mec.gub.uy/innovaportal/v/4719/3/mecweb/noticias?leftmenuid=1120>



# IV. Situación laboral

Las relaciones laborales en Uruguay se rigen por una variedad de leyes no sistematizadas en ningún ordenamiento. El empleo informal se ha reducido del 40% en 2004 al 25% en 2012.<sup>35</sup> En 2005 se revitalizó la institución de los Consejos de Salarios, ámbitos de negociación tripartita organizados en grupos por ramas y sectores; uno de los grupos, el n° 18 de Servicios Culturales de Esparcimiento y Comunicaciones, es el ámbito que corresponde a los trabajadores/as audiovisuales.

**La Ley n° 18384 del Estatuto del Artista** fue sancionada en 2008 y constituye una conquista sindical. Crea el Registro Nacional de Artistas y Actividades Conexas donde se deben inscribir los artistas. Entre las disposiciones de la ley figuran la inclusión de los períodos de ensayo en el cómputo del tiempo de servicio del artista a los fines jubilatorios. A ellos se agrega que cuando hay un único contrato con varias actuaciones, el período entre una actuación y otra será considerado parte del plazo del contrato, siempre que no exceda los quince días. Cuando la suma de los períodos computables en el año civil sea de 150 jornadas de trabajo o más, se computará un año íntegro de servicios. La reglamentación de la Ley 18384 se realizó por Decreto 266/2009 pero las autoridades previsionales aún no habían adaptado los mecanismos.

**GREMIOCINE y SUA firmaron un CCT para el sector cinematográfico** con ASOPROD (representante de los empleadores) en 2014 el primer CCT para el sector audiovisual. Establece una cláusula compensadora de la inflación al finalizar el plazo en caso de haber diferencia en perjuicio del trabajador. Frecuencia de pago semanal o quincenal en producción y en postproducción también puede ser mensual. Cláusulas sobre seguridad; alimentación, traslados y hospedaje. Cómputo de la jornada (del punto de encuentro al punto de encuentro). En el capítulo dedicado a actores crea la figura del veedor fiscalizador sindical en el lugar de trabajo, para la SUA. Categorización de los personajes a cargo de SUA. Precisiones sobre la cesión los derechos de intérprete. Cobro de media jornada por suspensión de tareas. Sección especial para el trabajo nocturno de los técnicos.

**Los salarios** se establecen en los Consejos de Salarios, de composición sectorial y tripartita. El salario mínimo lo establece el Presidente previa consulta con los actores sociales; su monto al 01/01/2015 es de 10.000 pesos uruguayos (400 dólares).<sup>36</sup>

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión (SUGAI) que recauda los derechos de intérprete, creada por decreto presidencial en 2011.

Uruguay invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 17,9% del PBI, por encima del promedio de América Latina (13,2%) donde se ubica en cuarto lugar detrás de Cuba (22,8%), Brasil (21,3%) y Argentina (18,1%) y del promedio de Europa (26,7%).<sup>37</sup>

**La salud** en Uruguay tiene tres sistemas: prepago, mutual y público. La mayoría opta por el mutual, en donde el trabajador/a dependiente aporta entre 4,5-8% y el empleador un 8%, mientras que el trabajador independiente aporta 6%. En el prepago hay que pagar un adicional y en el público hay que demostrar incapacidad económica para aportar (tarjeta de pobre). Los trabajadores audiovisuales y artísticos intermitentes tienen dificultades para la cobertura, porque debe tener el pago mensual al día para poder ser atendido.

**El régimen de previsional** es un sistema mixto que combina el reparto solidario (BPS) con la capitalización individual (AFAP). Se rige por la Ley 16.713. Cada persona aporta 15% de su ingreso al Banco de Previsión Social (BPS). En algunos casos obligatoriamente y en otros voluntariamente (sobre todo para los trabajadores más antiguos) las personas aportantes eligen una AFAP (Administradora de Fondo de Ahorro Previsional) donde abre una cuenta individual de capitalización con una parte de su aporte. Los trabajadores audiovisuales con desempeño intermitente tiene serios problemas para reunir los requisitos de la jubilación, pero la Ley del Intérprete, al reducir los días necesarios para computar un año de servicio y establecer otros mecanismos en el mismo sentido, aumenta las posibilidades de jubilación.

<sup>35</sup> Oficina Regional para América Latina y el Caribe. "Reducción del empleo informal en Uruguay: políticas y resultados", OIT, Lima, pag. 4. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms\\_245623.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms_245623.pdf)

<sup>36</sup> Decreto del 7 de enero de 2015.

<sup>37</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

# V. Situación sindical

Uruguay tiene un sindicalismo con un importante desarrollo que se ha fortalecido en los últimos años con los Consejos Salariales, uno de cuyos grupos incluye la rama audiovisual (Grupo 18). Los trabajadores/as audiovisuales están organizados el sector actoral/artístico en la Sociedad Uruguaya de Actores (SUA), el televisivo en la Federación Uruguaya de Trabajadores de Televisión y Afines (FUTTVA) y la Asociación de Trabajadores de Televisión Nacional (ATTN) y la industria cinematográfica en Cinegremio.

La **Sociedad Uruguaya de Actores (SUA)** es un sindicato nacional fundado en 1941 que organiza a actores, actrices, diseñadores/as y técnicos/as. Tiene unos 1500 afiliados/as de los cuales 700 son actores y actrices; la cantidad de mujeres afiliadas es mayor que el de hombres. De siete miembros del consejo directivo, tres son mujeres. En el sector audiovisual tiene un convenio colectivo de trabajo firmado conjuntamente con Gremiocine con ASOPROD para el sector cinematográfico. Esta en tratativas para realizar un convenio sobre el sector publicitario. El Sindicato tiene una Caja de Socorros que se sostiene con un impuesto al espectáculo en vivo y ofrece algunos programas de carácter universal como partida para anteojos. Afiliada al PIT-CNT y a FIA.

**Federación Uruguaya de Trabajadores de Televisión y Afines (FUTTVA)** está integrada por cinco sindicatos de empresa: la Asociación de Empleados de Saeta (AES), la Asociación de Empleados de Monte Carlo TV (ADEMT), la Asociación de Empleados de Red de Televisión (ADERT), la Asociación de Funcionarios de VTV y la Asociación de Empleados de Teledoce (ADET). Está afiliada al PÍT-CNT y UNI.

**GREMIOCINE** es una organización integrada por unos 400 socios/as que representan a unos 4.000 trabajadores/as de la industria cinematográfica. Participa en representación de los trabajadores/as del sector en los Consejos Salariales y junto a la SUA firmó en 2014 el primer convenio colectivo del sector con ASOPROD. Entre sus conquistas se encuentra la lucha exitosa por el Estatuto del Artista. Integra el PIT-CNT, la FITEC y UNI. En abril de 2015 se conformó la Confederación Uruguaya de las Comunicaciones, el Espectáculo y el Entretenimiento.

<sup>46</sup> STPS. Datos de la STPS de México para el año 2002.  
<sup>47</sup> STPS. Datos de la STPS de México para el año 2002.



# PARAGUAY

## I. Síntesis

### Datos generales:



En América Latina es la **13ª economía** (29 mil millones de dólares, detrás de Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colombia, Chile, Perú, Ecuador, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica, Panamá y Bolivia). <sup>1</sup>



Uno de los países de baja población (6,8 millones) <sup>2</sup>



**14º** país en PBI por persona (u\$s 3.680, detrás de Uruguay, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica, Surinam, Colombia, Perú, Ecuador y República Dominicana). <sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

**3 películas** por año (0,4/millón-hab) <sup>4</sup>



**12º** país en conexiones de Internet (36,9%, detrás de Chile, Argentina, Uruguay, Venezuela, Brasil, Costa Rica, R. Dominicana, México, Ecuador, Bolivia, Perú y Surinam) <sup>5</sup>



**18º** país en conexiones de banda ancha (1,7% detrás de Uruguay, Argentina, Chile, México, Brasil, Costa Rica, Colombia, Panamá, Venezuela, Surinam, Ecuador, Perú, R. Dominicana, Guyana, El Salvador, Guatemala y Nicaragua). <sup>6</sup>



El apagón analógico será en **2024** <sup>7</sup>



## La industria.

La **televisión paraguaya** está casi totalmente concentrada en Asunción, donde hay seis canales, todos privados, que forman cadenas nacionales. **El Grupo Vierci** controla Telefuturo, Red Guaraní (Canal 2) y la cadena Latele. **Albavisión** controla SNT (Canal 9) y Paravisión (Canal 5) y también tiene otros dos canales en Encarnación y Ciudad del Este con repetidoras que se ven en Asunción. Canal 13 es propiedad mayoritaria del millonario **Christian Chena**. Telefuturo por sí sola concentra la mitad del encendido.<sup>8</sup> La **televisión cerrada** tiene una penetración media con amplio predominio cable y una fuerte posición dominante de la multinacional Tigo. **El cine y la producción audiovisual** que prácticamente no existían, aparecieron con fuerza sorprendente en la última década, aunque en condiciones aún desfavorables por falta de instituciones de fomento y un mercado local muy pequeño.

## Situación legal-institucional

La principal ley que impacta en la industria es la Ley de Telecomunicaciones n° 642 de 1995 y la Comisión Nacional de Televisión (Conatel). El cine no tiene ley especial, instituto especializado ni fondo de fomento.

## Situación laboral

Las relaciones laborales en Paraguay se rigen por el Código de Trabajo, pero sólo el 20% de los trabajadores y trabajadoras son inscriptos por las empresas. Los artistas tienen una ley especial que regula sus relaciones laborales, sancionada en 2010, de poca aplicación. No hay convenios colectivos en el sector audiovisual. Se ha generalizado el trabajo por un mismo salario para todos los canales de un mismo grupo.

## Situación sindical.

Paraguay tiene un sindicalismo de bajo desarrollo, afectado por la altísima informalidad. Los trabajadores/as audiovisuales están organizados en el sector actoral/artístico por CEPATE (Centro Paraguayo de Teatro), en el televisivo por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Radio y la Televisión (Sinratel) y en el técnico audiovisual por la Organización de Profesionales del Audiovisual (OPRAP).

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> "Se estrenaron catorce películas uruguayas en 2014" (2 de enero de 2015). Teledoce, Montevideo. F: [www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/](http://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/se-estrenaron-catorce-peliculas-uruguayas-en-2014/)

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2). Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>6</sup> "Paraguay arranca el proceso de cara a la televisión digital" (17 de febrero de 2015), Última Hora, Paraguay. F: <http://www.ultimahora.com/paraguay-arranca-el-proceso-cara-la-television-digital-n873098.html>

<sup>7</sup> "Telefuturo marca el ritmo del prime time de la TV paraguaya" (25 de julio de 2012), Última Hora. F: <http://www.ultimahora.com/telefuturo-marca-el-ritmo-del-prime-time-la-tv-paraguaya-n547747.html>

# II. La industria

## a) Televisión

Paraguay tiene una considerable parte de su población sin televisión en el hogar que en 2006 llegaba al 13% de la población urbana y al 38,4% de la población rural.<sup>9</sup>

La **televisión abierta** está totalmente concentrada en Asunción, donde hay seis canales que encabezan las cadenas nacionales de radio y TV: Telefuturo, Red Guaraní, SNT, Paravisión, Canal 13 y Latele. **El Grupo Vierci**, -poderoso grupo importador, propietario entre otras empresas de Pepsico Paraguay, Editorial El País- controla Telefuturo, Red Guaraní (Canal 2) -formalmente de la familia Manzoni-Wasmosy- y la cadena Latele.

**Albavisión** -multinacional mediática latino-estadounidense- controla SNT (Canal 9) y Paravisión (Canal 5) y también tiene otros dos canales en Encarnación y Ciudad del Este con repetidoras que se ven en Asunción. Canal 13 es propiedad mayoritaria del millonario **Christian Chena**, un joven de 29 años que es el mayor traficante de dominios de Internet (domanier) del mundo hispano. Telefuturo por sí sola concentra la mitad del encendido y junto con SNT y El Trece superan el 80% del encendido.<sup>10</sup>

La **televisión cerrada** tiene una alta penetración relativamente baja, en relación al resto de la región, de aproximadamente un 30% de los hogares. En el segundo trimestre de 2014 existían 405 mil abonados, de los cuales 257 mil correspondían al cable (63%) y 146 mil a la TV satelital (37%).<sup>11</sup> La empresa multinacional Tigo, subsidiaria de la multinacional Millicom monopoliza el sector con cerca del 50% de las suscripciones,<sup>12</sup> en medio de una guerra comercial con Personal y Claro, sus competidores.<sup>13</sup> Tigo también monopoliza el mercado de telefonía móvil y servicio de Internet.<sup>14</sup>

## b) Cine

**El cine y la producción audiovisual** de largometraje en Paraguay era un hecho prácticamente desconocido hasta una década atrás. El cineasta argentino Osvaldo Getino en su libro *Cine iberoamericano, los desafíos del nuevo siglo* (2007) dice que Paraguay “no posee tradición de actividad productiva de largometraje, limitándose su experiencia de más de un siglo a no más de 3 o 4 títulos”.<sup>15</sup> Este panorama cambiará sorprendentemente en la última década, a partir de algunos premios (*Hamaca paraguaya*, 2006), coproducciones con Argentina y Brasil (*El toque del oboe*, 1999), el ingreso de Paraguay a Iberomedia, la creación de una Universidad del Cine y de una Academia de Cine y sobre todo el enorme éxito del film *7 cajas* estrenado en 2013 de *Juan Carlos Maneglia* y *Tana Schémbori*, que no solo ganó los premios de San Sebastián sino que fueron a verla 400.000 espectadores y otros 60.000 en Argentina.<sup>16</sup> En 2014 se estrenaron 3 largometrajes paraguayos y en 2015 se podrían estrenar hasta cinco películas.<sup>18</sup>

Paraguay, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que en ese país llegan al 97% de los espectadores.<sup>19</sup> El porcentaje de espectadores de películas paraguayas es prácticamente nulo debido a la ausencia de un cine paraguayo hasta hace muy pocos años. De todos modos los 300 mil espectadores que fueron a ver *7 cajas*, representaron aproximadamente un 25% del total de espectadores.

En materia de exhibición Paraguay tiene un promedio aproximado de 0,2 entrada anual por habitante. Se trata de un promedio muy bajo en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Brasil: 0,7; Colombia: 0,9; Argentina: 1; Uruguay: 1,1; Chile: 1,2), y mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>20</sup>

En materia de pantallas y sin datos actualizados, Paraguay contaba en 2006 con 57 salas, de las cuales 27 estaban en Asunción, ubicadas mayoritariamente en los *shopping centers*.<sup>21</sup>

<sup>9</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 143.

<sup>10</sup> “Telefuturo marca el ritmo del prime time de la TV paraguaya” (25 de julio de 2012), Última Hora. F: <http://www.ultimahora.com/telefuturo-marca-el-ritmo-del-prime-time-la-tv-paraguaya-n547747.html>

<sup>11</sup> “La TV paga paraguaya sobrepasó los 400 mil abonados” (2 de marzo de 2015). Nexttvlatam. F: <http://nexttvlatam.com/sector-de-tv-paga-paraguayo-sobrepaso-los-400-mil-abonados-en-junio-de-2014/?lang=es>

<sup>12</sup> “Cayeron las suscripciones al cable en Paraguay” (26 de diciembre de 2012), Nexttvlatam. F: <http://nexttvlatam.com/cable-subscriptions-fall-in-paraguay/?lang=es>

<sup>13</sup> “El negocio de la TV paga desata guerra entre titanes del sector privado” (6 de febrero de 2015), 5 Días. F: <http://5dias.com.py/38214-negocio-de-tv-paga-desata-guerra-entre-titanes-del-sector-privado>

<sup>14</sup> “Tigo y Personal tienen el 80% del mercado móvil en Paraguay” (5 de mayo de 2014), Mediatelecom. F: <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/noticias/item/60904-tigo-y-personal-tienen-86-del-mercado-movil-en-paraguay>

<sup>15</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 143.

<sup>16</sup> “Hoy hay una primavera del cine paraguayo” (17 de julio de 2014). Página 12, Argentina. F: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/subnotas/32782-8057-2014-07-17.html> ALONSO, Maripili (29 de diciembre de 2014).

<sup>17</sup> “Cine paraguayo: la maquinaria se empieza a mover”, ABC, Asunción. F: <http://www.abc.com.py/edicion-impresas/artes-espectaculos/la-maquinaria-se-empieza-a-mover-1321094.html> ALONSO, Maripili (29 de diciembre de 2014).

<sup>18</sup> “Cine paraguayo: la maquinaria se empieza a mover”, ABC, Asunción. F: <http://www.abc.com.py/edicion-impresas/artes-espectaculos/la-maquinaria-se-empieza-a-mover-1321094.html>

<sup>19</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 142.

<sup>20</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>21</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 142. GETINO, Octavio

## c) Publicidad

Desde la década de 1990 algunos cineastas organizaron productoras para realizar spots publicitarios o videos institucionales para empresas. En 2007 ya existían diez productoras organizadas en la Cámara de Empresas Paraguayas de Cine y Televisión (CAMPRO).<sup>22</sup>

<sup>22</sup> (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 141.

# III. Situación legal-institucional

La principal norma que impacta en la industria audiovisual es **la Ley de Telecomunicaciones** n° 642 sancionada en 1995. La ley regula los servicios de telefonía, radio y televisión. La ley crea la **Conatel (Comisión Nacional de Telecomunicaciones)** que es la autoridad de ejecución y cuyos miembros son designados por el Poder Ejecutivo, de la cual depende un **Consejo de Radiodifusión**, con facultades consultivas integrado por representantes de los licenciatarios en los diversos sectores de radio y televisión. La ley denomina “servicios de difusión” a la transmisión de señales de radio y televisión y establece que las licencias durarán diez años renovables.

Paraguay es uno de los pocos países latinoamericanos que no ha establecido regulaciones para promover la producción nacional en la TV o establecer cuotas de pantalla de producción nacional en los canales de aire.

Tampoco hay ley especial del cine ni un instituto oficial de fomento. Se han presentado proyectos hace varios años pero no han prosperado.

Muy importante para el cine paraguayo ha sido el ingreso en 2011 de Paraguay a Ibermedia (uno de los pocos países iberoamericanos que no había ingresado a la CAACI),<sup>23</sup> que le ha permitido formar parte de la cadena de cines, del Proyecto Ibermedia TV y del Fondo. En materia de cooperación y asociación entre países iberoamericanos, se destaca lo que se conoce como IBERMEDIA, un fondo internacional dependiente de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

En materia de **coproducción e integración cinematográfica**, resultan importante también para Paraguay el ámbito del MERCOSUR. En el MERCOSUR es importante la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur), creada en 2003, que cuenta con una secretaría permanente en Montevideo, el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), el Programa Mercosur Audiovisual en cooperación con la Unión Europea con un presupuesto 1,86 millones de euros que incluye una red de salas, entre otras políticas.

<sup>23</sup> “Paraguay por primera vez en Ibermedia”, La Caja. F: <http://www.lacaja.com.py/cine/proyectos/44-paraguay-por-primera-vez-en-ibermedia>.



# IV. Situación laboral

Las relaciones laborales en Paraguay se rigen por el Código de Trabajo. Pero el mayor problema es la alta informalidad ya que el 82% de los trabajadores/as no están inscriptos por las empresas, excluyéndolos de los sistemas legales. La sanción es una multa de 15 dólares que en realidad es un incentivo para no formalizar a los trabajadores/as.<sup>24</sup> La jornada de trabajo legal es de 8 horas diarias o 48 semanales (art. 194, CT), con un intervalo mínimo de 10 horas entre jornadas (art. 212, CT) y un día de descanso semanal (art. 213, CT).

En el sector televisión se ha generalizado la modalidad de trabajar por un mismo salario para todos los canales controlados por un mismo grupo, incluso aquellos canales ubicados en el interior del país. Es lo que está sucediendo con Albavisión y el Grupo Vierci.

En 2010 se sancionó la **Ley del Artista** que contempla la creación de un Registro Nacional de Artistas, que en 2015 estaba en pleno proceso de constitución. Al igual que el resto de la legislación laboral no es respetada por las empresas.

Debido a la gran informalidad la sindicalización en Paraguay es muy baja y la existencia de negociación colectiva es muy pequeña. **Los salarios** los establece habitualmente el empleador. El salario mínimo se negocia de manera tripartita y se propone para aprobación del Presidente cada dos años; su monto al 01/03/2014 es de 1.824.055 guaraníes (364 dólares).<sup>25</sup>

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión (Inter Artis Paraguay) que recauda los derechos de intérprete.

Paraguay invirtió en seguridad social y salud en el período 2009-2011 el 6,4% del PBI, muy por debajo del promedio de América Latina (13,2%) encabezado por Cuba (22,8%).<sup>26</sup>

**La salud** de los trabajadores y sus familias está regulada por la Ley 1032 de 1996. Los trabajadores formales acceden a una cobertura de salud provista por el IPS (Instituto de Previsión Social) aportando hasta un 9% de su salario, más un 14% del empleador y un 1,5% del Estado. Pero sólo un 15% de trabajadores accede a este sistema. El resto o tiene que pagarse un plan privado o tiene que recurrir al sistema de atención pública del Ministerio de Salud.<sup>27</sup>

**El régimen de previsional** tiene un régimen general y varias cajas sectoriales (bancarios, ferroviarios, estatales, etc.). Para jubilarse por vejez hace falta tener 60 años para hombres y mujeres y 1250 semanas de aportes (unos 24 años), aunque es posible retirarse a los 55 años si se reúnen 1500 semanas de aportes.

<sup>24</sup> "Informalidad laboral en Paraguay deja sin cobertura a cerca del 80% de los trabajadores" (30 de abril de 2013), América Economía. F: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/informalidad-laboral-en-paraguay-deja-sin-cobertura-cerca-del-80-de-los-t>

<sup>25</sup> Decreto n° 1324 del 28 de febrero de 2014.

<sup>26</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

<sup>27</sup> MANCUELLO ALUM, Julia Noemí; CABRAL DE BEJERANO, María Stella (2011), "Sistema de Salud de Paraguay", Revista Salud Pública de Paraguay, 2011, vol. 1(1), pp. 13-25. F: [http://www.mspbs.gov.py/aps/wp-content/uploads/2013/11/Sistema-de-Salud-del-Paraguay\\_2011\\_Revista-de-Salud-Publica-del-INS.pdf](http://www.mspbs.gov.py/aps/wp-content/uploads/2013/11/Sistema-de-Salud-del-Paraguay_2011_Revista-de-Salud-Publica-del-INS.pdf)

# V. Situación sindical

Paraguay tiene un sindicalismo de bajo desarrollo, afectado por la altísima informalidad. Los trabajadores/as audiovisuales están organizados en el sector actoral/artístico por CEPATE (Centro Paraguayo de Teatro) y en el televisivo por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Radio y la Televisión.

**CEPATE (Centro Paraguayo de Teatro)** es un sindicato nacional que agrupa a los actores, actrices y demás artistas fundado en 1980. fue uno de los fundadores del Movimiento Intersindical de Trabajadores (MIT) y luego la Central Unitaria de Trabajadores (CUT). Tiene 270 afiliados/as, de los cuales el 40% son mujeres y dos de los nueve miembros de la comisión directiva son mujeres. Los principales reclamos del sindicato se orientan a establecer un tarifario con las empresas de medios, lograr que se aplique la Ley del Artista y que se establezca una cuota de pantalla. Miembro de la FIA.

El **Sindicato Nacional de Trabajadores de la Radio y la Televisión (SINTRATEL)**. Fundado en 1962. Creó la Escuela de Locutores y la reglamentación del carnet profesional para locutores y operadores. Tres secretarías están dirigidas por mujeres. Uno de sus objetivos es la lucha por la sanción de una ley de medios que fortalezca la identidad cultural y un convenio colectivo de trabajo en la rama. Miembro de UNI.

**Organización de Profesionales del Audiovisual Paraguayo (OPRAP)**. Sobre seis miembros de la comisión directiva, tres son mujeres. Cuenta con un tarifario discriminado para cine, publicidad y televisión, así como programas de formación y becas.



# COLOMBIA

## I. Síntesis

### Datos generales:



En América Latina es la **5ª economía** (378 mil millones de dólares, detrás de Brasil México, Argentina y Venezuela) <sup>1</sup>



**3º** país en población (48 millones, detrás de Brasil y México) <sup>2</sup>



**10º** país en PBI por persona (u\$s 7.831, detrás de Uruguay, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica y Surinam). <sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

**28 películas** por año (0,5/millón-hab) <sup>4</sup>



**5º** país en conexiones de Internet (51,7%, detrás de Chile, Argentina, Uruguay y Venezuela) <sup>5</sup>



**7º** país en conexiones de banda ancha (9,2% detrás de Uruguay, Argentina, Chile, México, Brasil y Costa Rica) <sup>6</sup>



El apagón analógico será el 31 de diciembre de **2019** <sup>7</sup>



## La industria.

**La televisión** colombiana está dominada por dos grupos privados, Prisa (Caracol) y RCN, que concentran un 90% de la audiencia. Un 9% de la población no tiene TV.<sup>8</sup> Posee un sistema público nacional (RTVC) poco desarrollado pero varias regiones tienen sistemas públicos locales de importancia. **El cine y la producción audiovisual** se encuentran muy postergados teniendo en cuenta su potencialidad, pero en la última década se ha expandido generando una industria incipiente. También se ha expandido notablemente la producción y exportación de telenovelas, sumándose a México y Brasil como principales productores mundiales del género.

## Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son las leyes n° 14 de 1991 estableciendo las normas de radio y televisión oficial y n° 182 de 1995 regulando el servicio de televisión; y la Ley del Cine n° 814 de 2003. Las principales instituciones de la industria son la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), la Agencia Nacional del Espectro (ANE), el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y la corporación Proimágenes en Movimiento.

## Situación laboral

Colombia ha sufrido en las últimas décadas una fuerte deslaborización de las relaciones laborales, con alto desempleo, informalidad y subcontratación y baja sindicalización. En la industria audiovisual predomina el “contrato de servicios”, que carece de la protección del derecho laboral. Los actores y actrices cuentan con una sociedad de gestión que recauda los derechos de intérprete.

## Situación sindical.

Los sectores de la industria están escasamente organizados. Solo el sector de los artistas cuenta con una mínima estructura sindical a través del Círculo Colombiano de Artistas (CICA) y una embrionaria Asociación Colombiana de Actores (ACA). Los trabajadores/as de las industrias de la televisión y el cine y de las salas cinematográficas carecen organización sindical de rama y solo en algunos casos puntuales existen precarias organizaciones sindicales.

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> Proimágenes, Boletín n° 8, Marzo 2015.

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> Comisión Nacional de Televisión de Colombia, Acuerdo 002/2012 del 04/04/2012, art. 8.

<sup>8</sup> DANE Gran Encuesta de Hogares, citado por ANTV, Informe del sector de la televisión en Colombia de 2013. pag. 13. Fuente: <http://www.antv.gov.co/sites/default/files/content-types/report/1566/files/informesectorialtv2013.pdf>

# II. La industria

## a) Televisión

Un 9% de la población colombiana no tiene TV, situación que alcanza el 19% en la Región Pacífico.<sup>9</sup>

**La televisión abierta** está controlada por dos cadenas: Caracol del grupo español Prisa y RCN. Entre ambas concentran casi el 90% de la audiencia total.<sup>10</sup> Estas dos grandes cadenas privadas, a su vez subcontratan para sus producciones con unas trece productoras, que a su vez realizan trabajos audiovisuales para algunas empresas estadounidenses, como Fox y Disney. La televisión pública nacional, fue privatizada en los años '90, quedando reducida a menos del 3% de la audiencia nacional bajo el nombre de llamada actualmente Señal Colombia Sistema Medios Públicos. Existen ocho emisoras públicas regionales que en algunos casos superan en audiencia a los grupos privados: Canal Capital, Telearibe, Teleantioquía (la de mayor audiencia), Telepacífico, Canal 13 o Teveandina, Televisión Regional de Oriente y Teleislas.

**La TV cerrada** tiene una penetración considerablemente alta en el contexto regional estimada en el 61%,<sup>11</sup> aunque con gran cantidad de conexiones ilegales, estimadas en un 37% (solo superadas en la región por Perú con 50%).<sup>12</sup> La televisión cerrada (cable y satelital) llegó en diciembre de 2014 a 4,8 millones de suscriptores,<sup>13</sup> a los que deben sumarse otras 3,1 millones de conexiones ilegales.<sup>14</sup> De los suscriptores formales el 74% es televisión por cable.<sup>15</sup> La empresa Claro de Telmex encabeza con el 43% de las suscripciones, seguida por Tigo-UNE con 23% y DirectTV con un 19% del mercado.<sup>16</sup>

El sistema de televisión colombiana también ha desarrollado un considerable sector de **TV comunitaria** con 200 mil asociados en 2013.<sup>17</sup>

Para la **televisión digital** Colombia adoptó la norma europea DVB-T2, a diferencia de todo el resto de la Sudamérica latina que adoptó la norma ISDB-T. Las transmisiones digitales empezaron en 2011 y el **apagón analógico está previsto para el 31 de diciembre de 2019**.<sup>18</sup>

La expansión de la televisión digital ampliará también la **televisión móvil** como un subsector transversal de la industria audiovisual, demandante de contenidos y formatos especiales para esta modalidad.

En materia de **contenidos** en Colombia ha crecido notablemente en las últimas dos décadas la producción y exportación de contenidos nacionales, principalmente de telenovelas con estilo propio, al amparo de una cuota de pantalla de TV del 70% por entonces, que llevó al país a ocupar junto a México y Brasil un lugar de liderazgo de exportadores mundiales de telenovelas.<sup>19</sup> En 2011 Colombia firmó un Tratado de Libre Comercio con EEUU que redujo la cuota de pantalla, tanto en TV como en cine al 30%.

## b) Cine

El cine y la producción audiovisual se encuentran muy postergados teniendo en cuenta su potencialidad, pero en la última década se ha expandido generando una industria incipiente. Mientras que en el período 1994-2002 Colombia produjo un promedio de 4 películas por año,<sup>20</sup> en el período 2007-2014 ese promedio aumentó a 16 películas por año, con un récord en 2014 de 28 films estrenados.<sup>21</sup> El número es similar a la producción anual de Chile (31 en 2014)<sup>22</sup>, pero con una relación sobre la población mucho menor, ya que mientras en Colombia se producen 0,6 películas cada millón de habitantes, en Chile esa relación es de 1,7 películas cada millón de habitantes.

Colombia, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscilan entre el 70% y el 80%.<sup>23</sup> El porcentaje de espectadores de películas colombianas en Colombia, oscila entre el 4% y el 11%.<sup>24</sup> En 2014 los espectadores que vieron películas colombianas en Colombia fueron 2,2 millones, que representaron el 4% del total.<sup>25</sup>

<sup>9</sup> DANE Gran Encuesta de Hogares, citado por ANTV, Informe del sector de la televisión en Colombia de 2013. pag. 13. Fuente: <http://www.antv.gov.co/sites/default/files/content-types/report/1566/files/informesectorialtv2013.pdf>

<sup>10</sup> "Crece la brecha entre canales abiertos y TV paga" (17 de febrero de 2015). Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/category/tv-de-pago/>

<sup>11</sup> "Crece la brecha entre canales abiertos y TV paga" (17 de febrero de 2015). Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/category/tv-de-pago/>

<sup>12</sup> "Crece la piratería en la TV por cable" (febrero 2015). Revista APTC Perú, Año 3, N° 4, pag. 8. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>13</sup> "TV por cable: sepa cómo está la oferta en Colombia" (17 de marzo de 2015). El Tiempo. Fuente: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/television-por-cable-las-ofertas-del-mercado-colombiano/15409215>

<sup>14</sup> Redacción Justicia (6 de abril de 2014). "Más de tres millones de hogares se roban la señal de TV". El Tiempo. Fuente: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13787602>

<sup>15</sup> "ANTV: las cifras de la TV paga en Colombia" (9 de octubre de 2014). Fuente: <http://cableservicios.com/blog/blog/category/tv-de-pago/>

<sup>16</sup> "TV por cable: sepa cómo está la oferta en Colombia" (17 de marzo de 2015). El Tiempo. Fuente: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/television-por-cable-las-ofertas-del-mercado-colombiano/15409215>

<sup>17</sup> DANE Gran Encuesta de Hogares, citado por ANTV, Informe del sector de la televisión en Colombia de 2013. pag. 30. Fuente: <http://www.antv.gov.co/sites/default/files/content-types/report/1566/files/informesectorialtv2013.pdf>

<sup>18</sup> Comisión Nacional de Televisión de Colombia, Acuerdo 002/2012 del 04/04/2012, art. 8.

<sup>19</sup> MAZZIOTTI, Nora (2006). Telenovela: industria y prácticas sociales, Bogotá, Norma, isbn: 9580495793.

<sup>20</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 157.

<sup>21</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>22</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>23</sup> INCAA, Anuario 2013. De las 24 películas más vistas que convocaron al 60% de los espectadores, 20 eran estadounidenses (1 en coproducción con Nueva Zelanda) y 4 eran argentinas (3 en coproducción con España).

<sup>24</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

En materia de exhibición Colombia alcanzó en 2014 un promedio de prácticamente 1 entrada anual por habitante (0,97).<sup>26</sup> En 2014 fueron 46 millones de espectadores, que representaron un promedio de 0,97 entradas por habitante. Se trata de un promedio “aceptable” en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colombia: 0,9), pero mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>27</sup> Pero la evolución es muy positiva si se tiene en cuenta que la cantidad de espectadores ha crecido explosivamente en los últimos años, duplicando la cantidad de espectadores de 2008<sup>28</sup> y revirtiendo el derrumbe padecido en la década del ‘90 que llegó a su punto más bajo en 1999 con 16 millones de espectadores.<sup>29</sup>

En materia de pantallas, Colombia contó en 2014 con 833 salas, casi el doble de las que había en 2007 (462),<sup>30</sup> pero aún mucho menos de las 1.085 salas que había en 1992.<sup>31</sup> Entre las empresas propietarias en primer lugar con un tercio de las salas, se encuentra CINECO (Cine Colombia SA), grupo económico colombiano perteneciente al Grupo Santo Domingo con inversiones en diversos sectores. Otros cuatro grupos privados también tienen importancia: Cinemark, Procinal, Cinépolis y Royal Films. Un 40% de las salas pertenece a pequeñas empresas independientes.<sup>32</sup>

### c) Publicidad

La industria publicitaria ha avanzado, obteniendo varios premios internacionales y se encuentra en estado de pegar un salto considerable. Las empresas se encuentran organizadas en la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP). El mercado está liderado por Sancho BBDO, una empresa tradicional fusionada con la multinacional BBDO en 1999.

<sup>25</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>26</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>27</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>28</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>29</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 155.

<sup>30</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín nº 7, 2014. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_2/espanol/1-evolucion-del-mercado-cinematografico-en-colombia.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_2/espanol/1-evolucion-del-mercado-cinematografico-en-colombia.html)

<sup>31</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 155.

<sup>32</sup> GETINO, Octavio (2007). Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, pag. 155.

# III. Situación legal-institucional

Las principales normas que impactan en la industria son la constitución, las leyes n° 14 de 1991 estableciendo las normas de radiodifusión oficial y n° 182 de 1995 regulando el servicio de televisión; y la Ley del Cine n° 814 de 2003.

**La Constitución nacional** establece que la televisión es un servicio público (art 365) y que el espectro es un bien público (art. 752).

**La Ley 182 de 1995** regula el servicio de televisión en Colombia. Contempla el derecho de rectificación, el acceso libre del Presidente de la Nación y de otras autoridades, espacios para los partidos políticos, cuota de pantalla del 70% (art. 33), tope para la inversión extranjera del 15%, contempla la creación de una red pública nacional y redes públicas regionales, límites a la cantidad de concesiones, duración de las concesiones televisivas por 10 años prorrogables. El Tratado de Libre Comercio con EEUU dispuso reducir la cuota de pantalla que era del 70%, dando lugar a fuertes pugnas sobre la reglamentación del mismo.

**La Ley del Cine n° 814 de 2003** estableció fuertes incentivos fiscales y parafiscales, con deducciones de hasta el 125%, y creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico gestionado por la corporación mixta Proimágenes en Movimiento. Los fondos se invierten en un 70% para la producción y un 30% para la promoción de las demás áreas de la industria, entre ellas las de distribución y formación de públicos. La Escuela Nacional Sindical critica la ley por tener un objetivo de promoción turística antes que de promoción de la industria y protección de los trabajadores/as del sector.<sup>33</sup>

Las principales instituciones del sector audiovisual son ANTV en el área televisiva y Proimágenes en Movimiento en el sector cinematográfico. La Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) fue creada por ley 1507 en 2012 en reemplazo y con menos facultades que la anterior Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Proimágenes en Movimiento, o simplemente Proimágenes, es una corporación mixta creada por ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), que administra el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y el Fondo Fílmico Colombia creado en 2012; en su directorio están representados las autoridades estatales y el “sector privado”, incluyendo en el mismo tanto a las empresas relacionadas con la industria (Cine Colombia, Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas), como representantes de los sectores de la producción y la realización. Por los términos en que está pensada la corporación, podría solicitarse la inclusión de las representaciones sindicales del sector.

En materia de **coproducción e integración cinematográfica** entre países iberoamericanos, se destaca lo que se conoce como **IBERMEDIA**, un fondo internacional dependiente de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, **Colombia**, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

<sup>33</sup> Entrevista con la Escuela Nacional Sindical.



# IV. Situación laboral

Colombia ha sufrido en las últimas décadas una fuerte deslaborización de las relaciones laborales, con alto desempleo, informalidad y tercerización, así como una baja sindicalización. En la industria audiovisual predomina el “contrato de servicios”, que carece de la protección del derecho laboral, aunque en la mayoría de las veces resulta ilegal. Los actores y actrices cuentan con una sociedad de gestión que recauda los derechos de intérprete.

La legislación laboral colombiana tiene su eje en el Código Sustantivo del Trabajo (CST). De gran importancia han sido las reformas al CST realizadas por la ley 50 de 1990 y otras posteriores, que ampliaron las posibilidades de subcontratación y facilitaron los despidos mediante el sistema de fondos de cesantías. A ello se suma el abuso de los regímenes legales de microempresas y cooperativas de trabajo (cooperativas de trabajo asociadas -CTA- y precooperativas de trabajo asociadas -PreCTA), que pasaron de 474 en 1999 a 3.505 en 2007 con 468 mil trabajadores/as asociados.<sup>34</sup>

La gran mayoría de los trabajadores/as audiovisuales, estimados en unos 80.000, están tercerizados o bajo “contratos de servicios” sin protección laboral. En los sectores de televisión y cine no hay sindicatos de consideración ni por lo tanto, convenios colectivos. En el sector artístico se perdió la estabilidad laboral que existía en la televisión pública hasta mediados de la década del ‘80, momento en que CICA también firmó un pacto con ASOMEDIOS, representante de las principales empresas de medios del país, que aunque se encuentra vigente ya casi no se aplica. El contrato de servicios tipo que utiliza la empresa Caracol, no solo estipula expresamente que no constituye una relación laboral sino que establece también la cesión del artista a Caracol de todos los derechos de autor e intérprete que le pudieran corresponder (ver anexo). A pesar de que la Corte Suprema ha sido muy reacia a sancionar los fraudes laborales, algunos fallos recientes estableciendo que los contratos de servicios firmados con artistas son fraudes a la ley laboral, abre una ventana para mejorar las condiciones de trabajo en la industria audiovisual. Las jornadas de trabajo en el sector audiovisual suele ser de 12 horas extendiéndose hasta 18 horas. En 2014, sobre 1400 actores y actrices socios/as de la Sociedad Colombiana de Gestión, 1260 se encontraban sin empleo.<sup>35</sup>

**Pacto CICA-ASOMEDIOS.** En 1986 el CICA firmó con la organización patronal ASOMEDIOS un “pacto” que regula integralmente el trabajo actoral. El acuerdo establece que la jornada laboral no deberá pasar de las 12 de la noche y que los actores deben ser citados a más tardar una hora y media antes de su actuación; que los días de grabación no deberán exceder de tres para las telenovelas, dos días para los unitarios de una hora y un día para los unitarios de media hora; los días en exceso deben pagarse con un 50% adicional; establece los valores para el pago de repeticiones y regalías por ventas al exterior; recaudos de transporte, comidas y alojamiento; adicional del 100% en caso de escenas retrospectivas; adicional por presentación de telenovela; adicional por repetición de escena.

**Los salarios** se establecen principalmente por convenio individual. El salario mínimo se establece anualmente por acuerdo tripartito y su monto al 01/01/2015 es de 644.350 pesos colombianos (270 dólares).

Los actores y actrices cuentan además con una sociedad de gestión (Actores SCG) creada por Ley 1403 de 2010 o “Ley Fanny Mikey”, obtenida luego de una fuerte actividad del Círculo Colombiano de Artistas.<sup>36</sup>, esta Ley modificó la Ley 23 de 1982 que concedió a los artistas intérpretes y ejecutantes de la música y productores de fonogramas, el derecho de remuneración por comunicación pública, dejando por fuera a los artistas intérpretes del audiovisual, se corrige entonces una injusticia histórica.

En materia de seguridad social y salud, Colombia invirtió en 2009-2011 el 10,5% del PBI, muy por debajo del promedio de América Latina (13,2%) y del promedio de Europa (26,7%).<sup>37</sup>

**La salud** de los trabajadores audiovisuales y sus familias está cubierta por un sistema contributivo genérico y obligatorio establecido por la Ley 100 de 1993 y se estableció

<sup>34</sup> FARNE, Stefano (2008). “Las cooperativas de trabajo asociado en Colombia: balance de la política gubernamental 2002-2007”, Revista de Economía Institucional, vol. 10, N° 18, primer semestre 2008, pag. 266. Fuente: <http://www.economiainstitutional.com/pdf/No18/sfarn18.pdf>

<sup>35</sup> Entrevista con María Eugenia Penagos.

<sup>36</sup> Entrevista con María Eugenia Penagos.

<sup>37</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

un plazo hasta el 31 de diciembre del 2000, para que todos los ciudadanos colombianos estuvieran en este régimen contributivo, que es prestado por empresas aseguradoras privadas llamadas EPS (Entidades Promotoras de Salud) y ARL (Administradoras de Riesgos Laborales). Para la firma de los contratos artísticos las empresas exigen la presentación de las constancias de aportes, equivalente al 12,5% del 40% del monto del contrato. El problema es que los trabajadores/as pierden esa cobertura cuando no tienen continuidad en las contrataciones. El Estado cuenta también con un régimen no contributivo gratuito (SISBEN) al que solo se puede acceder previa “encuesta de pobreza” y a través del CICA pudieron acceder los artistas mayores más vulnerables. En 2011 el sistema de salud colombiano colapsó debido a una negación de servicio generalizada de las EPS y desde entonces se encuentra en una situación precaria.<sup>38</sup>

**El régimen de previsional de pensiones** se rige también por la Ley 100 de 1993 que instituyó un doble sistema optativo de capitalización privada (Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad) o de reparto estatal (Régimen Solidario de Prima Media con Prestación Definida). El sistema de capitalización está administrado por empresas privadas especializadas denominadas sociedades administradoras de fondos de pensión (AFP). Los sistemas se financian con un aporte del 10% en el caso de los trabajadores asalariados, de los cuales una cuarta parte paga el trabajador y el resto el empleador (art. 20). En el caso de los contratos de servicios de artista se paga un 16% que se calcula sobre el 40% de su monto. Los requisitos para el retiro en el sistema de reparto es de 57 años para las mujeres y 62 años para los hombres, en ambos casos luego mil semanas de aportes; en el sistema de capitalización los requisitos varían según el estado financiero de la cuenta individual. Tuvo Colombia un régimen de transición en pensiones que permitía a las mujeres pensionarse a los 53 años y los hombres a los 60, pero muy pocos accedieron a ello y en líneas generales fue muy desaprovechado. Otro sistema de pensión subsidiada consistía en pagar solamente el 30% de la cotización normal durante 10 años sobre la base de un salario mínimo; al cumplirse los diez años debía el trabajador/a seguir cotizando otros diez años sobre la base normal y de igual manera se realizó el proceso a través del CICA mediante convenio Ministerial y algunos lograron obtener la pensión y otros más se cansaron en el camino. En el Congreso de la Nación se encuentra en tratamiento el proyecto de ley 133, impulsado por el CICA, estableciendo un sistema especial de pensiones para artistas.<sup>39</sup>

La Sociedad de Gestión Actores SCG ha generado un fondo con el 10% de los ingresos, determinado por ley reglamentaria que define ese porcentaje de los recaudos que por el derecho de remuneración pública se hacen, y que deben destinarse para calamidad doméstica, vejez, salud, exequiales, desempleo, etc., pero no como ayuda sino como un derecho determinado por la ley.

| 38 HERNANDO, César (17 de septiembre  
| de 2012). “Colapsó el sistema de salud de  
| Colombia”, Semana. Fuente: <http://www.semana.com/opinion/expertos/articulo/colapso-el-sistema-de-salud-en-colombia/325008>  
|  
|

| 39 Entrevista con María Eugenia Penagos.  
|

# V. Situación sindical

Colombia se caracteriza por una débil organización sindical afectada por serias violaciones a los derechos humanos. En la rama de las industrias audiovisuales solo los actores, actrices y demás artistas cuentan con organización sindical nacional, aunque relativamente precaria, a través del **Círculo Colombiano de Artistas (CICA)** y una embrionaria **Asociación Colombiana de Actores (ACA)**. En los sectores de la televisión, el cine y las salas cinematográficas solo hay algunos pequeños sindicatos de empresa.

Algunos dirigentes sindicales describen la situación social de los artistas colombianos explicando que “si bien el artista se comunica a través del mensaje proyectado en su labor, no existe una correlación entre la comunidad consumidora de arte, la sociedad en esencia, y se pierde conectividad con el mundo y sus realidades; por esta razón, el artista es considerado como un ser ajeno a los actos cotidianos de las comunidades”.

El **Círculo Colombiano de Artistas (CICA)** es una organización sindical que tiene unos 350 artistas afiliados. En 1986 firmó un Pacto con la entidad patronal ASOMEDIOS que aunque se encuentra formalmente vigente, prácticamente a quedado en desuso. Tiene capacidad de lobby sobre las autoridades estatales y las empresas. Cuenta con una sede de su propiedad ubicada en Bogotá, donde a su vez funciona un teatro. Presta especial atención a la situación de los niños artistas, las necesidades previsionales de los artistas e impulsa un sistema especial de jubilaciones para artistas (Proyecto 133). Está afiliado a la CGT y la FIA.

En algunas regiones de Colombia se han creado grupos pro defensa de los derechos de los artistas separados por subsectores (músicos, artes escénicas, literatura), precarizando la organización general del sector. Esta situación preocupa especialmente a CICA, que lucha por organizar un organismo sindical que se mueva polilateralmente en las artes de una manera integral, esfuerzo iniciado por el CICA y que muestra buenos resultados en su gestión.

La **Asociación Colombiana de Actores (ACA)** es una organización sindical creada en 2014 que tiene unos 1.000 afiliados. Tiene sede en Bogotá, ha realizado varias asambleas públicas y utiliza las redes sociales como mecanismo de organización y movilización. El sindicato es cercano a la CUT.

Otros sindicatos del sector audiovisual actuantes en Colombia son:

- **SINPRISA**, sindicato de técnicos y funcionarios del Grupo PRISA (Caracol);
- **SINPRO**, sindicato que actúa en la empresa UNE (empresa mixta de telecomunicaciones de Medellín de copropiedad estatal y de Milikon) que tiene un canal de TV. Ha manifestado su interés en afiliarse a UNI;
- **Unión de Trabajadores de Claro**, empresa que tiene un canal de TV por cable, aunque no está organizado en ese sector. Afiliado a UNI.

También existe la **Asociación Colombiana de Cinematografía (ACCAA)** integrada por todos los profesionales y técnicos de la industria cinematográfica, que a pesar de no ser un sindicato ha mantenido contactos con UNI-PANARTES.

# PERÚ

## I. Síntesis

### Datos generales:



En América Latina es la **7ª economía** (202 mil millones de dólares, detrás de Brasil México, Argentina, Venezuela, Colombia y Chile), <sup>1</sup>



**5º** país en población (30 millones, detrás de Brasil, México, Colombia, Argentina, al igual que Venezuela)<sup>2</sup>



**11º** país en PBI por persona (u\$s 6.661, detrás de Uruguay, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica, Surinam y Colombia).<sup>3</sup>



### Datos audiovisuales:

**17 películas** por año (0,5/millón-hab) <sup>4</sup>



**13º** país en conexiones de Internet (39,2%, detrás de Chile, Argentina, Uruguay, Venezuela, Colombia, Brasil, Costa Rica, R. Dominicana, México, Panamá, Ecuador y Bolivia) <sup>5</sup>



**12º** país en conexiones de banda ancha (5,1% detrás de Uruguay, Argentina, Chile, México, Brasil, Costa Rica, Colombia, Panamá, Venezuela, Surinam y Ecuador) <sup>6</sup>



La fecha del apagón analógico se estableció en el primer trimestre de **2025** <sup>7</sup>



## La industria.

**La televisión** peruana se caracteriza en primer lugar por no llegar al 20% de los hogares.<sup>8</sup> La TV abierta está dominada por tres cadenas privadas (Latina, América y ATV) que concentran el 90% de la audiencia nacional,<sup>9</sup> aunque la televisión regional ha mostrado en los últimos años una gran vitalidad y crecimiento.<sup>10</sup> Existe un sistema público nacional (TV Perú) que transmite sin publicidad. La TV por cable (estimada en el 40% en el país y 62% en Lima) está dominada por Movistar TV de Telefónica (40%), aunque la mitad de las conexiones son informales.<sup>11</sup> **El cine y la producción audiovisual** se encuentran muy postergados, aunque en la última década se ha evidenciado cierto avance. **La industria publicitaria** ha avanzado, obteniendo varios premios internacionales y se encuentra en estado de pegar un salto.

## Situación legal-institucional

Las principales leyes que impactan en la industria son la Ley de Radio y Televisión n° 28.278 de 2004, el Código de Ética y el Pacto de Autoregulación aprobados por la SNRTV; y la Ley General de Cinematografía 26.370 de 1994. Las principales instituciones de la industria son el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) y el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE).

## Situación laboral

Perú ha sufrido en las últimas décadas una fuerte deslaboralización de las relaciones laborales, con alta informalidad, subcontratación y baja sindicalización. En la industria audiovisual predomina la contratación temporaria o precaria sin que existan convenios colectivos de trabajo de ningún tipo. El trabajo de los actores y actrices se encuentra amparado por la Ley del Artista n° 28.131 de 2003, a la vez de contar con una sociedad de gestión que recauda los derechos de intérprete.

## Situación sindical.

Los sectores de la industria están sindicalizados de manera parcial. Solo el sector de los artistas cuenta con una estructura sindical a través del SAIP (Sindicato de Actores e Intérpretes del Perú).

<sup>1</sup> Banco Mundial, PIB (US\$ a precios actuales), 2013 (NY.GDP.MKTP.CD).

<sup>2</sup> Banco Mundial, Población, total, 2013 (SP.POP.TOTL).

<sup>3</sup> Banco Mundial, PIB per cápita (a precios actuales), 2013 (NY.GDP.PCAP.CD).

<sup>4</sup> Alberto Castro y Rodrigo Chávez (23 de diciembre de 2014), "Todo lo que necesitas saber sobre la taquilla del cine peruano en el 2014", Encinta. Fuente: <http://encinta.uterop.pe/2014/12/23/como-le-fue-al-cine-peruano-en-el-2014/>

<sup>5</sup> Banco Mundial, Usuarios de Internet (por cada 100 personas), 2013 (IT.NET.USER.P2).

<sup>6</sup> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</sup> Decreto Supremo 020-2014-MTC.

<sup>8</sup> INEI (marzo de 2014), Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares Octubre - Noviembre - Diciembre 2013, Informe Técnico n° 1. Fuente: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-oct-dic-2013.pdf>

<sup>9</sup> Claudia Inga y Abraham Taipe (15 de diciembre de 2014), "El negocio de la televisión vuelve a ser rentable en el Perú", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/television-peruana-negocio-vuelve-rentable-pais-noticia-1778420>

<sup>10</sup> Flores Balarezo, Carlos (21 de noviembre de 2014), "La televisión regional y su notorio crecimiento", La Industria, Trujillo.

<sup>11</sup> "Aumentan abonados de televisión por cable". Revista APTC Perú, pag. 6. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

# II. La industria

## a) Televisión

**La situación de la televisión** peruana se caracteriza en primer lugar por no llegar al 20% de los hogares.<sup>12</sup> Tres cadenas privadas de TV abierta (Latina, América y ATV) concentran el 90% de la audiencia nacional,<sup>13</sup> pero la televisión regional ha mostrado en los últimos años una gran vitalidad y crecimiento.<sup>14</sup> Posee un sistema público nacional (TV Perú) que desde 2010 transmite sin publicidad. En los años '90 y mitad de la primera década del siglo XXI, la infraestructura de la televisión abierta se deterioró de la mano de uno de los más bajos ingresos de recursos por publicidad de la región.<sup>15</sup> Pero en la última década la tendencia se ha revertido, combinada con el aumento de la producción local y alianzas de los canales locales producir obras audiovisuales, como la de Latina con la exitosa productora cinematográfica Tondero Films (*Asu Mare, A los 40*) y de América con Telefé de Argentina.<sup>16</sup>

**La televisión cerrada** (por cable y satelital) tiene presencia estimada en el 40% en el país y 62% en Lima con fuerte oligopolio de Movistar TV de Telefónica (40%), aunque la mitad de las conexiones son informales, la tasa más alta de la región.<sup>17 18</sup>

Para la **televisión digital** el Perú adoptó (como todo el resto de la Sudamérica iberoamericana menos Colombia) la norma ISDB-Tb, de origen japonés/brasileño. Las transmisiones digitales están previstas para comenzar en el cuarto trimestre de 2015 y **el apagón analógico está previsto para el primer trimestre de 2025.**<sup>19</sup>

La expansión de la televisión digital ampliará también la **televisión móvil** como un subsector transversal de la industria audiovisual, demandante de contenidos y formatos especiales para esta modalidad.

## b) Cine

En las décadas de 1970 y 1980 Perú tuvo una incipiente industria cinematográfica con apoyo estatal, basada principalmente en la producción de cortometrajes y la llamada "exhibición obligatoria" establecida por ley. Este proceso se interrumpió en los '90 con las políticas neoliberales que a través de la Ley de Racionalización de 1992 derogó las principales normas de la Ley de Fomento al Cine. En 1994, por presión de los sectores gremiales relacionados con la industria cinematográfica se sancionó la Ley de Cinematografía Peruana n° 26.370, inspirada en la regla de "excepción cultural" creada en la OMC por Francia en 1993 y que sería luego adoptada por la UNESCO en 2005.<sup>20</sup> La ley creó la CONACINE y le asignó un presupuesto de 1,5 millones de dólares anuales, pero en los hechos el presupuesto real se redujo considerablemente.<sup>21</sup> Pese a ello, sumando los recursos efectivamente transferidos a CONACINE con las coproducciones impulsadas por Ibermedia, el cine peruano se ha revitalizado considerablemente aunque aún no ha llegado a constituir una industria.<sup>22</sup> Mientras que en el período 1998-2011 Perú produjo un promedio de 4 películas por año,<sup>23</sup> en el período 2006-2013 ese promedio aumentó a 10 películas por año.<sup>24</sup> En 2013 se produjeron 12 largometrajes y en 2014 se produjeron 17.<sup>25</sup> El número aún es bajo comparado con la realidad de la región, pero indica una tendencia favorable.

Perú, como todos los países del mundo, padece el monopolio distributivo de las películas norteamericanas, con porcentajes de espectadores que oscilan entre el 80% y el 90%.<sup>26</sup> El porcentaje de espectadores de películas peruanas en Perú ha sido bajo, oscilando en el 4%, pero en 2013 y 2014 ese porcentaje se elevó al 11%.<sup>27 28</sup>

En materia de exhibición Perú tiene un promedio de 1 entrada anual por habitante. En 2013 fueron 35 millones de espectadores<sup>29</sup> (cuando en 2000 fueron 8 millones),<sup>30</sup> que representaron un promedio de 1,16 entradas por habitante. Se trata de un promedio creciente y "aceptable" en comparación con otros países sudamericanos ese mismo año (Argentina: 1,1; Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colombia: 0,9), pero mucho más bajo que México (2,1) y España (1,7), y ni que hablar de Canadá (3,8) o Estados Unidos (3,9).<sup>31</sup>

<sup>12</sup> INEI (marzo de 2014), Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares Octubre - Noviembre - Diciembre 2013, Informe Técnico n° 1. Fuente: <http://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-oct-dic-2013.pdf>

<sup>13</sup> Claudia Inga y Abraham Taipe (15 de diciembre de 2014). "El negocio de la televisión vuelve a ser rentable en el Perú", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/television-peruana-negocio-vuelve-rentable-pais-noticia-1778420>

<sup>14</sup> Flores Balarezo, Carlos (21 de noviembre de 2014). "La televisión regional y su notorio crecimiento", La Industria, Trujillo.

<sup>15</sup> Claudia Inga y Abraham Taipe (15 de diciembre de 2014). "El negocio de la televisión vuelve a ser rentable en el Perú", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/television-peruana-negocio-vuelve-rentable-pais-noticia-1778420>

<sup>16</sup> Claudia Inga y Abraham Taipe (15 de diciembre de 2014). "El negocio de la televisión vuelve a ser rentable en el Perú", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/television-peruana-negocio-vuelve-rentable-pais-noticia-1778420>

<sup>17</sup> "Aumentan abonados de televisión por cable" (febrero 2015). Revista APTC Perú, Año 3, N° 4, pag. 6. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>18</sup> "Crece la piratería en la TV por cable" (febrero 2015). Revista APTC Perú, Año 3, N° 4, pag. 8. Fuente: [http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista\\_aptc-edicion\\_5?e=0/11900790#search](http://issuu.com/revistaaptc/docs/revista_aptc-edicion_5?e=0/11900790#search)

<sup>19</sup> Decreto Supremo 020-2014-MTC.

<sup>20</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>21</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>22</sup> "Como le fue al cine peruano en 2013. Entrevista a Carlos Alcántara" (22 de diciembre de 2013). Perú21. Fuente: <http://peru21.pe/espectaculos/como-le-fue-al-cine-peruano-2013-2162417>

<sup>23</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>24</sup> "Nueva Ley del Cine aprobada en el pleno del Congreso es celebrada por directores y actores" (16 de diciembre de 2010), El Comercio, Fuente: <http://elcomercio.pe/luces/cine/nueva-ley-cine-aprobada-pleno-congreso-celebrada-directores-actores-noticia-685230>

En materia de pantallas, Perú contó en 2013 con 473 salas,<sup>32</sup> que pertenecen a ocho cadenas: Cineplanet, Cinemark, Multicines UVK, Cinépolis, Cinerama, Multicines Cine Star, Multicines Movie Time y Multicines Plaza.<sup>33</sup> La distribución territorial es muy desigual y hay siete regiones del país, donde viven casi un millón y medio de personas, en las que no hay ninguna sala: Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Madre de Dios, Moquegua y Pasco.<sup>34</sup>

### c) Publicidad

En 2014 la industria publicitaria resultó multipremiada en el Festival Internacional de Creatividad Cannes Lyon, incluyendo el Grand Prix, el galardón máximo del evento, que nunca había sido entregado a una publicidad peruana.<sup>35</sup> El hecho pone de relieve el crecimiento que ha tenido este sector en Perú y lo pone en condiciones de pegar un salto considerable.

<sup>25</sup> Alberto Castro y Rodrigo Chávez (23 de diciembre de 2014), "Todo lo que necesitas saber sobre la taquilla del cine peruano en el 2014", Encinta. Fuente: <http://encinta.utoero.pe/2014/12/23/como-le-fue-al-cine-peruano-en-el-2014/>

<sup>26</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>27</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>28</sup> DÍAZ, Reiner (19 de enero de 2015), "Cine peruano: ¿Se puede hablar de un 'boom' de la industria cinematográfica?", Semana Económica. Fuente: <http://semanaeconomica.com/article/cultura-y-estilo/cultura/152109-cine-peruano-se-puede-hablar-de-un-boom-de-la-industria-cinematografica/>

<sup>29</sup> TAIPE, Abraham (26 de diciembre de 2013). "¿Por qué el 2015 podría ser el año del boom del cine comercial en el Perú?", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/que-2015-podria-ano-boom-cine-comercial-peru-noticia-1678401>

<sup>30</sup> GETINO, Octavio (2007). "Perú", en Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo. Buenos Aires, INCAA-Ciccus, ISBN 9789879355411, página 162-171.

<sup>31</sup> Proimágenes Colombia, Cine en Cifras, Boletín n° 8, 2014-II. Fuente: [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_en\\_cifras\\_2014\\_fase2/espanol/index.html](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2014_fase2/espanol/index.html)

<sup>32</sup> TAIPE, Abraham (26 de diciembre de 2013). "¿Por qué el 2015 podría ser el año del boom del cine comercial en el Perú?", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/peru/que-2015-podria-ano-boom-cine-comercial-peru-noticia-1678401>

<sup>33</sup> TAIPE, Abraham (19 de agosto de 2014). "Cines en Perú: En siete regiones no hay una sola sala", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/siete-regiones-pais-no-hay-oferta-cines-noticia-1751043>

<sup>34</sup> TAIPE, Abraham (19 de agosto de 2014). "Cines en Perú: En siete regiones no hay una sola sala", El Comercio. Fuente: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/siete-regiones-pais-no-hay-oferta-cines-noticia-1751043>

<sup>35</sup> Fuente: <http://gestion.pe/tendencias/campanas-publicitarias-ganadoras-cannes-lyons-2014-2100888>

# III. Situación legal-institucional

Las principales leyes no específicamente laborales que impactan en la industria son la Ley de Radio y Televisión n° 28.278 de 2004, el Código de Ética y el Pacto de Autoregulación aprobados por la SNRTV; y la Ley General de Cinematografía 26.370 de 1994.

**La Ley de Radio y Televisión n° 28.278 de 2004**, sancionó por primera vez en Perú una ley especial para regular el servicio de radio y televisión, que antes estaba incluido en la ley de telecomunicaciones. Considera que la televisión es un “servicio privado de interés público”, optando por una caracterización más moderada que la definición de “servicio público”. La ley establece que autoridad de ejecución es el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y crea el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) con participación de varios sectores de la industria, con facultades consultivas. La duración de las licencias es de 10 años renovables. Los medios se califican como comerciales, educativos y comunitarios, y éstos dos últimos tienen tratamiento “preferencial”. Autoriza la participación extranjera en la propiedad de los medios hasta un 40%. Contempla la sanción de códigos de ética por parte de los medios para procesar las quejas. Establece la cláusula de conciencia para los periodistas y una cuota de pantalla del 30%.

La Sociedad Nacional de Radio y Televisión (SNRTV), entidad privada integrada por los medios de radiodifusión comercial, sancionó en 2004 un Código de Ética y un Pacto de Autoregulación para cumplir con la ley y establecer el procedimiento para atender las quejas.

**La Ley General de Cinematografía 26.370 sancionada en 1994** creó el CONACINE, de composición mixta que incluye a un representante por los actores, y le atribuyó un presupuesto de 1,5 millones de dólares. El incumplimiento sistemático del Estado de transferir el monto ordenado, llevó a proponer una modificación legal que estableciera también un impuesto especial sobre las entradas, que llegó a ser sancionado en 2010, pero que por razones técnicas no llegó a ser promulgado.

Las principales instituciones de la industria son el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) y el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE). Tanto el CONCORTV como el CONACINE permiten la participación de la sociedad civil.

En materia de coproducciones e integración cinematográfica, resulta especialmente importante para el Perú, **IBERMEDIA**, un fondo internacional dependiente de la **CAACI** (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, **Perú**, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. IBERMEDIA está regulado a partir del **Convenio de Integración Cinematográfica y Audiovisual Iberoamericana** de 1989 enmendado en 2007. El Programa IBERMEDIA TV emite 52 películas iberoamericanas, semanalmente y en horario preferente por las televisiones públicas, bajo el título Nuestro Cine/Nosso Cinema.

El Perú es un estado asociado del MERCOSUR pero no participa de la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur).



# IV. Situación laboral

El Perú ha sufrido en las últimas décadas una fuerte deslaboralización de las relaciones laborales, con alta informalidad (56% en 2014)<sup>36</sup>, subcontratación y subempleo (30% en 2012),<sup>37</sup> así como baja sindicalización (6%)<sup>38</sup> y baja cobertura por convenios colectivos (5%).<sup>39</sup> En la industria audiovisual predomina la contratación temporaria o precaria sin que existan convenios colectivos de trabajo de ningún tipo. El trabajo de los actores y actrices se encuentra amparado por la Ley del Artista n° 28.131 de 2003, una importante conquista sindical, a la vez de contar con una sociedad de gestión que recauda los derechos de intérprete.

**Los salarios**, debido a una baja cobertura de los convenios colectivos, se establecen en contratos individuales y los aumentos son dispuestos de manera predominante por decisión unilateral de los empleadores. El salario mínimo (RMV) no tiene una frecuencia establecida para ser fijado y lo establece el Presidente previa consulta tripartita; su monto actual fue fijado el 01/06/2012 en la suma de 750 nuevos soles (240 dólares).

**La Ley del Artista n° 28.131** es una conquista sindical lograda en 2003. Abarca no solo a los actores, actrices y demás artistas, sino al personal técnico de cine y televisión, como los camarógrafos, iluminadores, sonidistas, editores, etc. La ley detalla los derechos de propiedad intelectual relacionados con la creación e interpretación artística y establece su administración por las sociedades de gestión. La duración de los derechos de creación e interpretación es de 70 años contados a partir de la muerte del artista. Las producciones audiovisuales y publicitarias deben tener un 80% de artistas peruanos/as y recibir no menos del 60% de la planilla salarial. La jornada es de ocho horas diarias o 48 semanales. Establece una compensación por tiempo de servicio y vacaciones de dos doceavas partes que debe ser depositada en el Fondo de Derechos Sociales del Artista. La cláusula de exclusividad debe tener una contrapartida económica y no exceder un año, renovable. Establece una cuota del 10% de programación nacional. Crea la Comisión de Fomento de las Artes Escénicas (FOMARTES) y el Premio Anual al Artista Intérprete y Ejecutante.

El Ministerio de Trabajo y Empleo registró en el año 2013 que 293 personas fueron contratadas bajo el régimen de la Ley del Artista en el momento de mayor contratación que fue en mayo.<sup>40</sup> Los actores y actrices cuentan la sociedad de gestión Inter Artis, que recauda los derechos de establecidos por la Ley del Artista.

En materia de seguridad social y salud, Perú invirtió en 2009-2011 el 6,9% del PBI, muy por debajo del promedio de América Latina (13,2%) que encabeza Cuba (22,8%) y del promedio de Europa (26,7%).<sup>41</sup>

El Censo de 2007 estableció que el 57% de la población no tenía cobertura de salud de ningún tipo. Actualmente la salud de la población en Perú se rige principalmente por la Ley de Aseguramiento Universal n° 29.344 de 2009, que busca integrar los varios sistemas contributivos y no contributivos o subsidiados, principalmente los centros del Ministerio de Salud (Minsa) donde se atiende el 38% de la población, y EsSalud (Ley n° 27.056) donde se atiende el 12% de la población.<sup>42</sup> Para los trabajadores en relación de dependencia o de cooperativas se aplica el seguro regular que establece un 9% de aporte a cargo del empleador y que se extiende hasta un año en caso de desempleo. Para los trabajadores/as independientes existe un seguro voluntario.

**El régimen de previsional** tiene dos sistemas alternativos: por un lado un sistema estatal de reparto llamado Sistema Nacional de Pensiones (SNP), regido por el Decreto Ley No. 19.990; por otro lado un sistema privado de capitalización individual llamado Sistema Privado de Administración de Fondos de Pensiones (SPP), regido por el Decreto Ley 25.897 de 2003 y administrado por empresas privadas especializadas llamadas Administradoras de Fondos de Pensión (AFPs). En 2009 el 90% de las mujeres y el 65% de los hombres mayores de 65 años no cobraban ninguna pensión.<sup>43</sup>

<sup>36</sup> MTPE (27 de febrero de 2014). "Seis de cada 10 trabajadores laboran en una situación de informalidad". Gestión. Fuente: <http://gestion.pe/economia/seis-cada-10-trabajadores-laboran-situacion-informalidad-2090260>

<sup>37</sup> MTPE, Informe Anual del Empleo en el Perú 2012, pag. 8.

<sup>38</sup> MTEP, Anuario Estadístico Sectorial 2013, Cuadro 56 "Trabajadores en el sector privado por meses según sindicalización y negociación colectiva" (Cap. III Planillas Electrónicas).

<sup>39</sup> MTEP, Anuario Estadístico Sectorial 2013, Cuadro 56 "Trabajadores en el sector privado por meses según sindicalización y negociación colectiva" (Cap. III Planillas Electrónicas).

<sup>40</sup> MTEP, Anuario Estadístico Sectorial 2013, Cuadro 54 "Trabajadores en el sector privado por meses según tipo de trabajador" (Cap. III Planillas Electrónicas).

<sup>41</sup> Schwarzer, Helmut; Casali, Pablo; Bertranou, Fabio (2014). El Papel de los Pisos de Protección Social en América Latina y el Caribe, OIT, Lima, pags. 14-17. Fuente: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_317898.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_317898.pdf)

<sup>42</sup> ALFAGEME, Augusta (2012). "Algunas reflexiones sobre la ley de aseguramiento universal en salud en el Perú", Revista Moneda, n° 151, Julio 2012, Banco Central de Reserva del Perú, pags. 37-41. Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-151/moneda-151-08.pdf>

<sup>43</sup> DURAN VALVERDE, Fabio (2009). Cobertura contributiva de la seguridad social en el Perú, Lima, OIT, pag. 42.

# V. Situación sindical

Perú se caracteriza por una organización sindical débil, afectada por la informalidad generalizada y por un modelo sindical con componentes que desalientan la sindicalización, como la gran cantidad de sindicatos de empresa o los mecanismos de cancelación de sindicatos, que solamente en 2013 alcanzaron 14 sindicatos cuyo registro fue cancelado.<sup>44</sup>

En la rama de las industrias audiovisuales solo los actores, actrices y demás artistas cuentan con organización sindical nacional, **el SAIP (Sindicato de Actores e Intérpretes del Perú)**. Dentro de la precariedad del sindicalismo peruano, el SAIP cuenta con un considerable prestigio entre los actores, así como influencia en las autoridades y capacidad de diálogo con las patronales. Como resultado de ello conquistaron la Ley del Artista n° 28.131 en 2003. El sindicato alquila la oficina de su sede en Lima. La prestación de múltiples servicios por parte de la sociedad de gestión ha tenido como efecto una tendencia por parte de los actores y actrices a darle menos importancia a la organización sindical. El sindicato ha detectado también que la población peruana en general y los/las artistas en particular asocian “lo sindical” con algo antiguo que llevó a un fuerte descenso de la sindicalización, razón por la cual adoptó un comportamiento sindical más comunitario con el que obtuve un fuerte aumento de la sindicalización, especialmente entre los/las artistas jóvenes. El SAIP no está afiliado a ninguna central sindical y está internacionalmente afiliado a la FIA.

Otros sindicatos de trabajadores audiovisuales son el **SUTAMP (Sindicato Único de Trabajadores de América Móvil Perú Claro)**, creado en 2009 y muy perseguido mediante despidos masivos de dirigentes y afiliados, pero aún activo en 2015; en 2010 firmó con la empresa un convenio colectivo; el SUTAMP mantiene relaciones con el Sindicato de Trabajadores de Claro de Chile. En el ámbito del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) -titular de la cadena pública TV Perú- actúa el **SUTIRTP (Sindicato Único de Trabajadores del Instituto de Radio y Televisión del Perú)**, creado en 2009, que tiene firmado un convenio colectivo. A su vez los trabajadores de Telefónica -titular del canal de cable Movistar- están organizados en el **SUTTP (Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú)**, sindicato afiliado a la CGTP que tiene firmados convenios colectivos con la empresa; Telefónica a su vez tiene firmado un Acuerdo Marco Global con UNI.

44 MTEP, Anuario Estadístico Sectorial 2013, Cuadro 152 “Registros sindicales, cambio de junta directiva, cancelaciones de registros y reforma de estatutos” (Cap. VI Registro Sindical).





# INFORME GENERAL Y CONCLUSIONES



## 1. La situación de los sectores

Las diferencias entre los ocho países son muy marcadas, sobre todo por los modelos televisivos y cinematográficos adoptados y los modelos sindicales y laborales que se desarrollaron en cada país.

En **la televisión**, todos los países registran una fuerte concentración oligopólica de la empresas de medios, a veces con decisiva incidencia en las luchas políticas, poniendo en cuestión la relación entre los medios de comunicación y la democracia, así como una tendencia regional a sancionar nuevas leyes de medios focalizados en la democratización de los medios. También se nota una tendencia a que las empresas de televisión abierta y paga, las telefónicas y las que proveen servicios interactivos, confluyan y compitan por los mismos espacios. La proximidad de la televisión digital y las nuevas “pantallas” (Internet, YouTube, Netflix, telefonía e Internet móvil, juegos, etc.) parecen abrir nuevos desafíos tanto para los trabajadores/as y artistas de esos nuevos ámbitos laborales, como para los sindicatos.

**El cine y el audiovisual** se encuentran en franca expansión en los ocho países, tanto en la producción audiovisual para cine y televisión, como la exhibición en salas públicas. En el caso de la producción audiovisual es evidente que en los ocho países los Estados han aumentado en la última década y media sus niveles de intervención y fomento, por razones de estrategia cultural. Un fuerte indicador de esta tendencia global es la decisión que tomó la UNESCO en 2005 de consagrar el principio de “excepción cultural” del servicio audiovisual, creado por Francia en 1993, para oponerse en la Organización Mundial de Comercio (OMC) a la globalización desregulada que impulsa la idea de “libre comercio”, que entonces estaba en pleno auge. Pese a ello en América la excepción cultural no es uniforme ya que Estados Unidos tiene firmados tratados de libre comercio con países de la región antes del 2005.

En algunos casos se registra la presencia de **empresas multinacionales o multilatinas** en el sector televisivo, como Tigo/Millicom, DirectTV, Telefónica/Movistar, Claro, Prisa, Albavisión, Cinemark, Cinépolis, Hoyts, que permitirían pensar en la posibilidad de organizar redes sindicales y eventualmente iniciar conversaciones de nivel supranacional con las empresas a los fines de alcanzar acuerdos marco regionales.

## 2. Situación de los trabajadores y las trabajadoras audiovisuales

Con respecto a la situación general de los trabajadores y trabajadoras audiovisuales en los ocho países, existe una gran diferencia entre aquellos/as que desempeñan tipos de trabajo continuados de aquellos/as que desempeñan tipos de trabajo intermitentes y discontinuos, marcados por temporalidad de “la obra”. Esta última situación, en las que se encuentran la mayoría de los actores/actrices, artistas, locutores y técnicos de cine, es la más crítica, muchas veces cercana a la indigencia, ya que las leyes no contemplan mecanismos para proveer cobertura de salud y previsión contra la vejez. Solo en Uruguay mediante el reciente Estatuto del Artista (2008) -no implementado- y en Argentina, mediante los mecanismos de continuidad establecidos de los convenios

colectivos, se han generado algún tipo de respuesta a esta situación crítica de los trabajadores/as audiovisuales.

La segunda gran dificultad que enfrentan los trabajadores y trabajadoras audiovisuales de los ocho países analizados es la informalidad, ya sea mediante la falta de inscripción del contrato de trabajo, la utilización fraudulenta de “contratos de servicio” civiles, la tercerización, la subcontratación y demás formas de eludir las leyes laborales y previsionales. En este sentido la negociación colectiva demuestra ser una herramienta decisiva, ya que una de las primeras cosas que se negocian es la laboralización de los trabajadores/as audiovisuales. También hay que destacar el éxito en Argentina del mecanismo de “libre deuda laboral”. Se trata de la decisión del Estado argentino de supeditar los beneficios, créditos, subsidios y licencias que el Estado da a las empresas, al previo cumplimiento de las leyes laborales, exigiendo para eso el “visto bueno” de los sindicatos actuantes. En algunos casos, como en el sector del cine en Argentina, que tenía hace 10 años una informalidad cercana al 100%, se logró la formalización de prácticamente todos los técnicos y técnicas de cine.

### 3. Organización sindical

Sobre la organización sindical de los trabajadores audiovisuales en los ocho países, se notan cuatro grandes ámbitos:

- televisión
- actores/actrices/artistas
- industria del cine
- exhibición cinematográfica

En todos los países son las empresas de **televisión** las que garantizan una masa crítica de puestos de trabajo formales y con continuidad para desarrollar una organización sindical sólida. Notablemente la fortaleza de los sindicatos de televisión varía considerablemente de país a país. Mientras que Argentina, México y en menor medida Brasil tienen organizaciones sindicales nacionales en el sector televisión de considerable poder, en otros países como Perú y Colombia no existen. Uruguay (donde acaba de crearse), Chile y Paraguay tienen situaciones intermedias.

Los **actores/actrices y artistas**, paradójicamente, son el único de los cuatro sectores sindicales organizado en los ocho países con sindicatos de presencia nacional. A pesar de la fragilidad que conlleva el trabajo artístico, de naturaleza temporario e intermitente, ligado generalmente a una “obra”, en todos los países existen sindicatos de actores/actrices y artistas, históricos, con fuerte identidad propia, y que tienen en su haber importantes conquistas (estatutos o leyes del artista, del intérprete, etc.). Los compañeros/as de los sindicatos de actores/actrices de Colombia reflexionaban en una de las entrevistas sobre el hecho de que los artistas tienen un poder especial que denominaban “poder de pantalla” (transferible también al “poder de escenario”), que es el poder de convocatoria que tienen los artistas por gozar del afecto del pueblo. Los sindicatos de actores/actrices y artistas integran de manera inseparable el ámbito audiovisual con el teatro.

Los **sindicatos del cine** (técnicos de producción y postproducción) también tiene rasgos paradójicos. En los ocho países se trata de una cantidad pequeña de trabajadores y trabajadoras, que además, al igual que los artistas, se caracteriza por el trabajo “de obra”, temporario e intermitente por su propia naturaleza y fácilmente “tercerizable” o “independizable” (freelancers), por su componente técnico/artístico. Estas características le dan fragilidad a su organización sindical. De los ocho países, solo en Colombia no había sindicato aunque si había una asociación de características gremial/profesional. Pero lo que explica la subsistencia de estos sindicatos, aún en condiciones muy difíciles, es que constituyen el sector estratégico de la producción audiovisual.

Los sindicatos de **trabajadores/as de salas cinematográficas** también tienen

componentes paradójicos. En general se trata de un sector muy numeroso que reúne al 80% del personal empleado en la industria cinematográfica. Pese a ello parece ser el sector audiovisual más difícil de organizar, porque solo en Argentina y México tienen una organización sindical considerable, de ámbito nacional y con convenio colectivo. En el sector de exhibición, predominan las nuevas salas y cadenas, muchas de ellas multinacionales, como Cinemark, Cinepolis, Hoyts, etc.

A los cuatro grandes sectores de trabajadores/as audiovisuales mencionados hay que agregar algunos **colectivos especiales de trabajadores audiovisuales**. En primer lugar los **locutores y locutoras**, que en algunos lugares como Argentina, han formado sindicato propio con habilitación legal para desempeñarse en la profesión. En segundo lugar **los y las extras**, que son uno de los colectivos más numerosos del sector, pero en ninguno de los ocho países tienen sindicato propio. Argentina parece ser el país donde se han organizado de manera más autónoma, como sector especial del sindicato de espectáculos públicos. Llamativamente, en muchos casos no pertenecen a los sindicatos de actores/actrices y artistas.

#### 4. El rol del Estado

En los ocho países se ha revelado la gran importancia del rol del Estado en la industria audiovisual, tanto en los sectores de la televisión como los del cine.

Especialmente en el cine ha sido muy evidente el avance del **rol del Estado**, de fomento y protección de la producción audiovisual, en los ocho países. Se trata de un proceso en franco crecimiento y expansión que se produce tanto a nivel nacional como internacional y que integra la famosa “excepción cultural” creada por Francia en la OMC en 1993 y adoptada por la UNESCO en 2005.

Pero el rol del Estado también es muy visible en la televisión. La sanción de leyes de servicios de comunicación audiovisual en Argentina (2009) y Uruguay (2014) y de televisión digital en Chile (2014), fuertemente resistidas por los grupos empresariales de medios, pone en evidencia la tendencia a resistir un rol activo del Estado en la televisión. También ha resultado visible en Brasil con la Lei da TV por Assinatura de 2011 y en México con la última reforma constitucional de 2013.

Este creciente rol del Estado en la producción audiovisual es una gran oportunidad para los sindicatos del sector, porque permite a los sindicatos recurrir a esas instancias estatales para que se incluya la cuestión del cumplimiento de las leyes laborales y sobre todo de la negociación colectiva en los procesos de fomento. Especialmente en los créditos exigiendo el “libre deuda laboral” (para certificar el cumplimiento de las obligaciones laborales) a cargo de los sindicatos, como sucede en Argentina aunque sólo para las obligaciones pecuniarias, en una de las experiencias más exitosas.

#### 5. MERCOSUR e IBERMEDIA

Los sindicatos audiovisuales tienen que entrar y participar en las instancias internacionales, para abrir diálogo social de los sindicatos con gobiernos, empresas y cámaras. Sobre todo la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur) en el MERCOSUR y IBERMEDIA. La participación en ambos ámbitos debería tener como objetivo principal llevar al nivel internacional y en especial a las coproducciones, la idea del “libre deuda laboral”.

En el MERCOSUR es importante tener en cuenta el papel de los sindicatos uruguayos, debido a su situación de capital del bloque y secretaria permanente de la RECAM y el hecho de que tanto Chile como Ecuador son países asociados que participan activamente de la RECAM.

La Federación Intersindical de Técnicos de Cine y Audiovisual del Mercosur (FITEC) creada en 2008, es una herramienta útil para participar de la RECAM y el Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA), aunque la participación debiera ampliarse a todos los sindicatos audiovisuales. En este sentido la FITEC ya había avanzado en la propuesta de un pasaporte técnico regional y un Convenio Regional de Condiciones Mínimas.

En IBERMEDIA hay que articular también con los sindicatos españoles y portugueses.

**“Libre deuda laboral/sindical”.** La experiencia del “libre deuda laboral” de los sindicatos en Argentina ha mostrado ser muy exitosa, tanto para formalizar los contratos de trabajo como para impulsar la sindicalización.

En cada país, el crecimiento del papel del Estado fomentando la producción cinematográfica y audiovisual, así como redes de salas de fomento, permite a los sindicatos aprovechar la situación para que donde haya un crédito, una autorización, una licencia, un subsidio, una impositiva o parafiscal, el Estado exija a las empresas entre los requisitos el cumplimiento previo de los estándares laborales y sindicales, certificado por los propios sindicatos.

En el MERCOSUR los sindicatos también se debe exigir que los créditos y acciones de fomento regionales se realicen también previo “libre deuda laboral”. Para eso hay que participar de la RECAM. Para participar se puede usar la FITEC y a los sindicatos uruguayos, por su facilidad para actuar allí. También habría que coordinar las acciones con la Coordinadora de Centrales Sindicales del Cono Sur (CCSCCS).

En IBERMEDIA también se puede llevar la exigencia de “libre deuda laboral”. Allí habría que articular con los sindicatos españoles y portugueses.

**Participación sindical en instituciones audiovisuales nacionales.** Todos los sindicatos deberían exigir participar de las instituciones participativas que caracteriza al sector, tanto en la rama televisiva (los consejos de servicios audiovisuales) como en la rama cinematográfica (los institutos de cine y fondos de fomento). En los casos que se estén discutiendo leyes de medios o de cine, los sindicatos deben realizar lobby para que los proyectos incluyan a los sindicatos en la integración de las instituciones. Existen antecedentes como en Argentina donde la integración de los sindicatos en los consejos está prevista en la ley.

**Participación sindical en instituciones audiovisuales internacionales.**

Principalmente en RECAM/Mercosur e IBERMEDIA/CAACI.

**Redes sindicales.** En varios países están actuando empresas multinacionales o multilatinas que podrían permitir la creación de redes sindicales UNI/FIA con miras a establecer conversaciones supranacionales y eventualmente acuerdos marco globales:

- En el sector exhibición cinematográfica actúan Cinemark (Argentina, Chile, México), Cinépolis (México, Brasil), Hoyts (Argentina, Chile)
- En la televisión cerrada actúan Tigo/Millicom (Paraguay), Personal, Claro, Movistar/Telefónica (Chile, Argentina), Direct TV (Argentina, Chile), VTR (Chile).
- En la televisión abierta actúa Albavisión (Argentina, Chile, Paraguay), Telefónica, Prisa.

**Acción sindical conjunta en coproducciones o eventos mediáticos**

**internacionales.** Las coproducciones y los eventos mediáticos internacionales también permiten establecer algún tipo de acción sindical internacional conjunta, entre los sindicatos de los países involucrados. Cuando la coproducción reúne a un país en el que la sindicalización está más desarrollada y otro en el que está poco desarrollada, la situación podría permitir un avance en el país menos sindicalizado. Para eso hay que recorrer sistemáticamente las coproducciones en marcha. La experiencia de acción conjunta de los sindicatos de televisión en el caso de la Copa del Mundo de Brasil, es una buena práctica a tener en cuenta.

En síntesis, la situación general de los ocho países, las transformaciones en marcha, la expansión de los sectores de la televisión y el cine, el creciente rol del Estado, muestran que hay una buena oportunidad y varias acciones posibles para mejorar la situación de los trabajadores/as y sindicatos audiovisuales.

