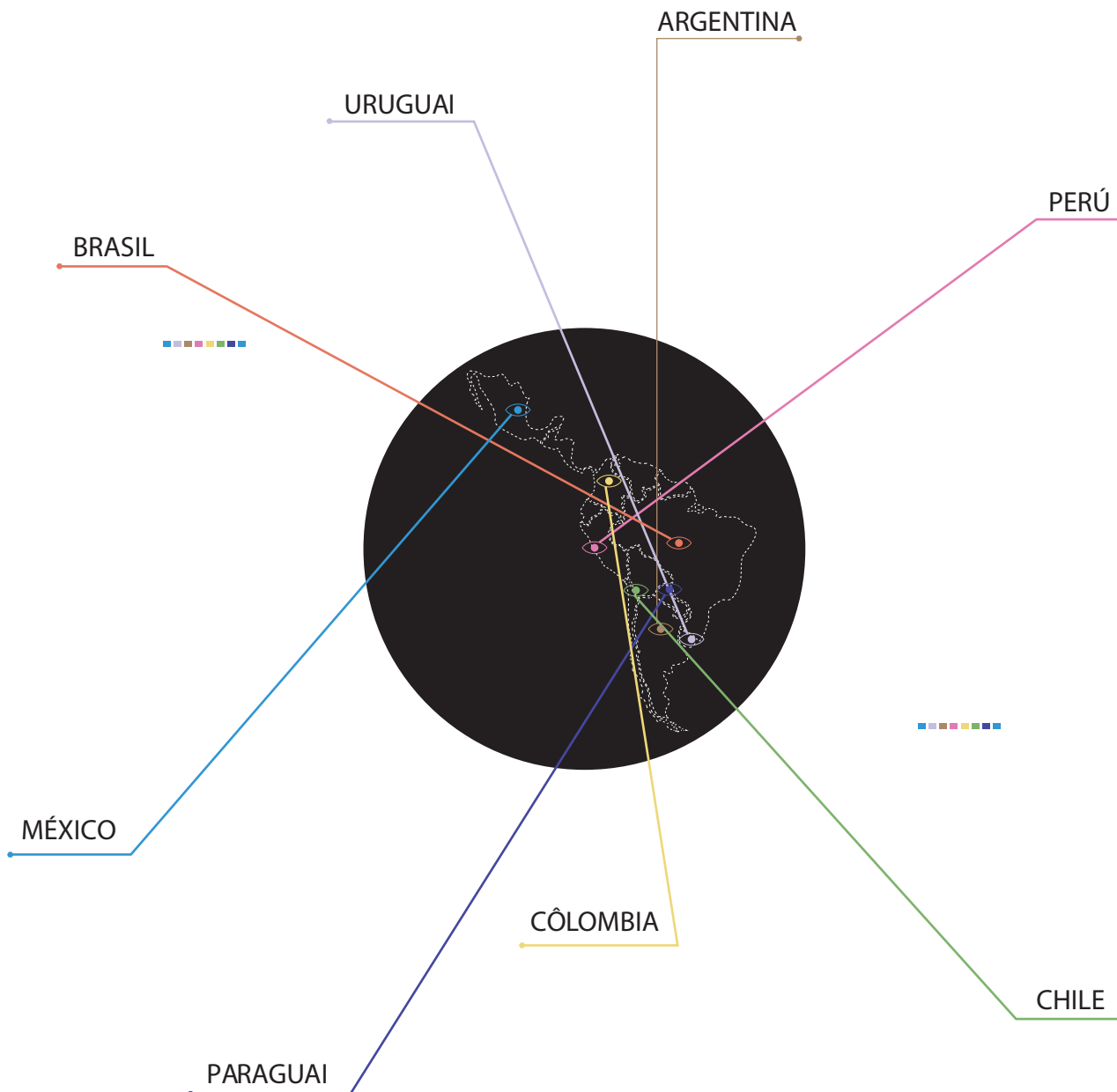


# AS LEGISLAÇÕES NACIONAIS E OS ACORDOS COLETIVOS DE TRABALHO DO SETOR AUDIOVISUAL NA AMERICA LATINA

UMA ANÁLISE EM 8 PAISES

Por Alberto José Robles, Investigador independente



A presente análise foi patrocinada e coordenada pela FIA (Federação Internacional de Atores), e UNI-MEI (UNI Meios de Comunicação, Espetáculos e Artes) e os grupos latinoamericanos de cada Federação, FIA-LA e Panartes, com o objetivo de apresentar uma visão clara da indústria, assim como as condições trabalhistas e sindicais atuais dos trabalhadores audiovisuais em 8 países da América latina (A investigação foi realizada no período de Maio de 2014 a Julho de 2015).

Este trabalho foi financiado pela Union to Union no contexto dos projetos conjuntos da FIA e da UNI-MEI para o fortalecimento sindical na região. Union to Union é uma associação sem fins lucrativos e sem participação política ou religiosa. Os membros da associação são LO (União Geral de Trabalhadores na Suécia), TCO (Confederação Sueca de Empregados Profissionais e Saco (Confederação Sueca de Associações Profissionais). Union To Union coordena a LO, TCO, Saco e seus sindicatos afiliados na ação internacional para o desenvolvimento intersindical.

Tradução do espanhol ao português: Vanessa Olguín

# CONTEÚDOS

## Argentina

2

Síntese	2
A indústria	4
Situação legal-institucional	7
Situação trabalhista	9
Situação sindical	11

## Brasil

14

Síntese	14
A indústria	16
Situação legal-institucional	18
Situação trabalhista	20
Situação sindical	23

## Chile

26

Síntese	26
A indústria	28
Situação legal-institucional	30
Situação trabalhista	31
Situação sindical	33

## México

34

Síntese	34
A indústria	36
Situação legal-institucional	38
Situação trabalhista	39
Situação sindical	41

## Uruguai

42

Síntese	42
A indústria	44
Situação legal-institucional	46
Situação trabalhista	47
Situação sindical	48

## Paraguai

50

Síntese	50
A indústria	52
Situação legal-institucional	54
Situação trabalhista	55
Situação sindical	56

## Colômbia

58

Síntese	58
A indústria	60
Situação legal-institucional	62
Situação trabalhista	63
Situação sindical	65

## Perú

66

Síntese	66
A indústria	68
Situação legal-institucional	70
Situação trabalhista	71
Situação sindical	72

## Relatório Geral e Conclusões

74

A situação dos setores	74
Situação dos trabalhadores e trabalhadoras audiovisuais	74
Organização sindical	75
O papel do Estado	76
MERCOSUL e IBERMEDIA	76

# ARGENTINA

## I. Síntese

### Dados gerais:

8º país em extensão do mundo



Na América Latina é a **3ª economia** (609 bilhões de dólares, atrás do Brasil e do México), <sup>1</sup>



4º país em população (41 milhões, atrás do Brasil, México e Colômbia) <sup>2</sup>



3º país com o PIB por pessoa (US\$ 14.715, atrás do Uruguai e Chile) <sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

1º país da América Latina em produção de filmes (120 por ano e 3/milhões-hab) <sup>4</sup>



2º país em conexões de Internet (59,9%, atrás do Chile) <sup>5</sup>



2º país em conexões de banda larga (13,6% atrás do Uruguai) <sup>6</sup>



A transmissão digital/analógica será em **2019** <sup>7</sup>



## A indústria

**Na televisão** existe alta presença de TV fechada com oligopólio forte particular do Grupo Clarín de Buenos Aires e uma destacada rede pública nacional. A “Lei dos Meios” vigente desde 2009 procura desmonopolizar os serviços audiovisuais mas durante quatro anos não pode alcançar plena aplicação, devido a medidas judiciais com efeito suspensivo. Em 2014, a Corte Suprema no “caso Clarín” resolveu a compatibilidade completa da lei com a Constituição e a Convenção Americana dos Direitos Humanos. **O cinema e a produção audiovisual** se expandiu na última década, com forte apoio Estadual. **A publicidade** tem um amplo desenvolvimento; no Brasil e no México concentrando-se 80% dos investimentos latinoamericanos do setor<sup>8</sup>

## Situação legal-institucional

As principais leis da indústria são a Lei 11.723 dos Direitos do Autor (1933) e seu decreto regulamentário 1914/2006 (Lei do Intérprete); Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (nº 26.522), Lei do Cinema (nº 17.741 reformada pela lei 24.377) e a Lei de Dublagem (Lei 23316 de 1988 regulamentada pelo Dec. 933/2013). As principais instituições são a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), o Instituto do Cinema (INCAA) e o Banco Audiovisual de Conteúdos Universais Argentino (BACUA). No Mercosul, a RECAM.

## Situação Trabalhista

Praticamente todos os trabalhadores/as do setor são regidos pelas convenções coletivas de ramo do território nacional. Há duas grandes vias de evasão: o trabalho “não registrado” em fraude da lei que afeta 34% dos assalariados/as do país e a qualificação da tarefa como atividade autônoma (sem relação de dependência). Esta última situação afeta em especial aos atores e locutores. A evasão foi melhor controlada na última década, lado a lado com a assembléia nacional de negociação coletiva anual, inspeções da fiscalização do trabalho e sindicais, assim como do requisito da “livre dívida laboral”. Uma sociedade de gestão (SAGAI) que coleta e distribui os direitos da propriedade intelectual dos atores intérpretes.

## Situação sindical

Todos os setores da indústria estão sindicalmente organizados, através de sindicatos únicos do âmbito nacional: SATSAID (TV e transmissão de dados), SICAAPMA (Cinema e publicidade), SUTEP (exibição cinematográfica e extras), AAA (Atores), SAL (Locutores), SAP (Publicidade). Todos eles integram a confederação setorial COSITMECOS criada em 2004. A filiação sindical no setor é alta, chegando em alguns casos a atingir 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, Nº 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# II. A indústria

## a) Televisão

Segundo dados de 2009, 5% da população carecia de televisão,<sup>9</sup> com somente uma região à baixo dessa média, o NEA (Nordeste argentino), onde 11% das casas não têm televisão.<sup>10</sup>

**A televisão aberta** tem quatro redes de alcance nacional, todas com sede em Buenos Aires e em muitos casos com estações filiadas no interior do país, ou que compram sua programação para combinar com as que a lei dos meios obrigam a produzir localmente e como própria: Canal 13 (Grupo Clarín), Telefé (Grupo Telefonica), Grupo Vila-Manzano e Canal 7 (Estado nacional). **A televisão fechada** (a cabo e via satélite), chega a 83% dos lares.<sup>11</sup> Lidera a incidência na América Latina, e relativamente baixa incidência de conexões informais (13,1%) em relação a outros países (Chile 28%, Colômbia 36%, Brasil 46%, Peru 48%).<sup>12</sup> As principais emissoras são Cablevisión (Grupo Clarín) que controla 45% do mercado, enquanto que Direct TV (satélite) controla 21,9%. Clarín exigiu a nulidade do limite das licenças para as emissoras a cabo, estabelecido em 2009 pela Lei dos Meios, argumentando que essa limitação não exige das emissoras de TV via satélite, mas a Corte Suprema rechaçou a exigência em 2014.

Tanto a TV aberta como a fechada/ por assinatura, estão oligopolizadas com preeminência do Grupo Clarín em ambos setores (que ainda controla a imprensa escrita, grande parte da radiofônica e dos serviços de Internet) fortemente concentradas na cidade de Buenos Aires. Até 2005 esteve proibido instalar novos sinais que não fossem comerciais, razão pela qual não podiam instalar canais as entidades como as universidades, as igrejas ou as organizações sindicais, sociais e cooperativas. Desde a recuperação da democracia em 1983 houve um amplo consenso para sancionar uma nova lei dos meios de comum acordo com os princípios democráticos. Em 2009 foi sancionada a lei 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisual (Lei dos Meios), com o apoio unânime dos sindicatos. Entre os novos canais digitais regidos pela lei dos meios, mencionam-se novos empreendimentos, além dos canais pedidos porque as universidades nacionais são classificadas como entidades públicas. Nesta data houve um concurso por 82 novas localizações de televisão digital em UHF por todo território do país.<sup>13</sup>

Com relação a **televisão digital** a Argentina adotou (assim como todo o resto da América do Sul iberoamericana menos a Colômbia) a norma ISDB-Tb, de origem japonês/brasileiro. As transmissões digitais começaram no domingo 7 de setembro de 2008 e a **transmissão digital/ analógica está prevista para 2019**.<sup>14</sup> Em um total de 10 milhões de casas, o Estado estabeleceu um plano de prevenção gratuita de 2 milhões de decodificadores para a população mais vulnerável, dos quais 1,3 milhões já foram entregues. Em março de 2015 o sistema público (TDA) havia realizado 82 estações digitais de transmissão em todo o país com cobertura de 82% da população total.<sup>15</sup>

A televisão digital ampliará a **televisão móvel** como um subsetor audiovisual transversal, autor judicial de conteúdos e formatos especiais para esta modalidade.

Quanto aos **conteúdos** a Argentina possui uma importante produção de novelas com estilo próprio, em um considerável mercado de exportação, diversificada nos últimos anos com gêneros mais orientados para a comédia e as séries. Por classificação no subcontinente, situada atrás do México, Brasil e Colômbia.<sup>16</sup> A produção de conteúdos audiovisuais e de ficção para TV tem aumentado consideravelmente desde a sanção da “Lei dos Meios”, especialmente desde a constituição do BACUA (Banco Audiovisual de Conteúdos Universais Argentinos). A principal produtora privada é Pol-ka, que passou da produção de 27 obras entre sua criação em 1994 e 2003 (2,7 por ano), para produzir 60 obras entre 2004 e 2014 (5,4 por ano).<sup>17</sup> O BACUA por conta própria armazenou 468 obras entre os anos 2011 e 2014.<sup>18</sup>

A indústria televisiva também ampliou-se com a chamada Lei de Dublagem (Lei 23316 de 1988 regulamentada pelo Decreto 933/2013), em pleno processo de implementação, com um importante impacto entre os atores e 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 a 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.gov.ar/cobertura.html](http://www.tda.gov.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).

**O cinema e a produção audiovisual** tem registrado ampla expansão na última década nas mãos do Estado pelo seu forte apoio (Lei de Cinema e INCAA), sendo aceita pela indústria cinematográfica latinoamericana. Enquanto que no período de 1995-2001 a Argentina produziu em média 37,5 filmes por ano, no período de 2006-2013 essa média aumentou para 107 filmes por ano.<sup>19</sup> Em 2013 foram produzidos 120 filmes. O número é similar à produção anual do Brasil (127 em 2013)<sup>21</sup> e no México (126 em 2013),<sup>20</sup> mas com relação a um número maior da população, pois que enquanto na Argentina são produzidos 3 filmes para cada milhão de habitantes, no México é de 1 e no Brasil de somente 0,67. Como país de referência extra-regional, Espanha produziu 231 filmes em 2013, com uma proporção de 5 filmes por habitante.<sup>22</sup>

Argentina, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentual de espectadores que oscilam entre 70% e 80%.<sup>23</sup> A porcentagem de espectadores dos filmes argentinos na Argentina, oscila entre 8 e 15%.<sup>24</sup> Em 2013 os espectadores que assistiram filmes argentinos na Argentina foram 7,4 milhões, que representaram 15% do total.<sup>25</sup>

O cinema argentino possui um bom desempenho em relação as exportações de filmes. No período de 1998-2008 foi o país latinoamericano que mais filmes exportou para a Europa 52 filmes que representaram 40% do total; atrás se localizaram Brasil com 33 filmes e México com 28; o desempenho argentino em exportação triplicou com relação as coproduções, alcançando no mesmo período 139 filmes, que representaram 44% do total das coproduções latinoamericanas; o segundo lugar fica para o México com 67 filmes e em terceiro lugar o Brasil com 46.<sup>26</sup> Em 2013 os filmes argentinos foram vistos em outros países 2,8 milhões de espectadores, sendo os principais em ordem de importância México (0,77), Espanha (0,58), Brasil (0,52), Colômbia (0,37), França (0,24) e Uruguai (0,19).<sup>27</sup>

Quanto à exibição, a Argentina calcula em média 1 ingresso anual por habitante. Em 2013 foram 48 milhões de espectadores, que representaram uma média de 1,15 ingresso por habitante. Trata-se de uma média “aceitável” em comparação com outros países da América do Sul neste mesmo ano (Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colômbia: 0,9), e muito mais abaixo que o México (2,1) Espanha (1,7), sem falar do Canadá (3,8) ou Estados Unidos (3,9).<sup>28</sup>

Quanto as telas de cinema, a Argentina contou em 2013 com 866 salas.<sup>29</sup> Entre as empresas proprietárias em primeiro lugar se encontra Hoyts (com 97, que representa 11,20% das telas disponíveis), seguido de Village (78 telas, 9,01%), N.A.I. (75 telas, 8,66%), Cinemark (71 telas, 8,20%), Cine Sunstar (29 telas, 3,35%), Honfleur (29 telas, 3,35%), Riocin (25 telas, 2,89%), Cinema Center (21 telas, 2,42%) e “Norte Exhibidora Cinematográfica” (15 telas, 1,73%). Cerca de 50% das telas pertencem à oito empresas, e em três empresas exibidoras Hoyts, Cinemark e Village, concentraram-se 50% dos espectadores.

Em março de 2015 o Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) e a Empresa Argentina de Soluções de Satélites (ARSAT) entraram em acordo para desenvolver uma plataforma streaming com vídeos “on demand”, de produção nacional e latinoamericana, capaz de competir com Netflix e manifestantes similares,<sup>30</sup> projeto proposto pelo diretor Campanella.<sup>31</sup>

Na Feira Natpe 2012 (Miami, USA) segundo estatísticas e publicidades dos organizadores, foi anunciado que a Argentina se consolida como o quarto país mundial em exportação de formatos e conteúdos 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.

## c) Publicidade

A publicidade tem amplo desenvolvimento na Argentina, enquanto que com Brasil e com o México concentram 80% dos investimentos da América Latina do setor.<sup>33</sup> Trata-se de um setor muito sensível à concorrência global e à evolução dos custos comparativos. Em 2010 a atividade contava com 20.000 trabalhadores que desempenhavam suas funções em 410 empresas, das quais 70 estão filiadas à Associação Argentina de Agências de Publicidade (AAAP) concentrando 69% dos investimentos.<sup>34</sup> As empresas do setor também estão organizadas na Câmara Argentina de Anunciantes (CAA) e na Câmara Argentina de Cinema Publicitário (CACP). Algumas das empresas importantes argentinas da indústria publicitária e audiovisual, são: Rizoma Films, Patagonik, Metrovisión, Che Revolution Post, e entre as empresas estrangeiras radicadas se encontram FOXLA, Disney Channel LA, MTV LA, Mc Cann Erickson, Young & Rubicam, entre outras.<sup>35</sup>

Os atores que trabalham em publicidade são representados pela Associação Argentina de Atores que tem acordo com as Câmaras Patronais uma convenção especial (CCT 102/1990). Os demais que trabalham em publicidade estão representados pelo SUTEP e os técnicos pela SICAAPMA.

33 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.

34 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.

35 IAV Publicidad, "La agencia de publicidad argentina", 2005.



# III. Situação legal-institucional

A **Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual nº 26.552**, conhecida como “Lei dos Meios”, foi sancionada em 2009 após várias tentativas frustradas desde a recuperação da democracia em 1983. A lei foi redatada com base nos 21 pontos elaborados em 2004 pela Confederação por uma Radiodifusão Democrática integrada por mais de 300 organizações sociais e sindicais. Combatida pelos grupos empresariais buscando desmonopolizar o setor, promover a produção nacional e desconcentrar a territorialmente. Cria a AFSCA (Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual) cujos membros são designados pelo Poder Executivo, o Poder Legislativo e o Conselho Federal de Comunicação Audiovisual. A lei reconhece o acesso ao espectro de três setores: meios públicos, privados e comunitários, como recomendam os relatores especiais da liberdade de expressão. A reserva de 33% das localizações radioelétricas é para o setor sem fins lucrativos. Fixa atribuição aos não estatais por meio de concurso público e prazo de duração das concessões de 10 anos com uma só renovação e contempla medidas de promoção como quotas de telas e porcentagens da produção local, própria e independente. Limita o capital estrangeiro para empresas de 30% sujeito a vigências dos acordos por reciprocidade. Em 2015 ainda não havia sido completamente implementada, devido à ações suspensivas judiciais interpostas pelo Grupo Clarín.

A **Lei de Cinema** foi originalmente sancionada em 1968 (nº 17.741), com uma importante modificação realizada em 1994 (nº 24.377) que fortaleceu a linha de investimento da produção nacional que é o centro de ambas. Surge o Fundo de Investimento Cinematográfico financiado com três impostos especiais: a) 10% dos ingressos; b) 10% das vendas e aluguéis de vídeos e DVDs; c) 25% a cargo do Estado (AFSCA) pela emissão da publicidade. O fundo arrecada aproximadamente 50 milhões de dólares anuais.<sup>36</sup> A quota de telas estabelecida pelo INCAA vigente em 2015 é de um filme nacional por semana, por tela, por região, por trimestre do calendário.<sup>37</sup>

Na Argentina existe uma tradicional ajuda estadual para a produção cinematográfica desde a década de 1950. A lei estabelece em um sólido sistema de financiamento do INCAA que equivale, de acordo com Octavio Getino, a contribuição econômica por cada filme equivalente a dois milhões de espectadores, quando que em média por filme nacional o número de espectadores é de menos de 100 mil espectadores.<sup>38</sup>

As principais instituições da indústria são: Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), o Sistema Argentino de Televisão Digital Aberta (TDA), o Instituto Nacional do Cinema e as Artes Visuais (INCAA) e o Banco Audiovisual de Conteúdos Universais Argentino (BACUA). Este último é o resultado de uma política conjunta entre o INCAA e o Ministério de Planificação, com participação dos sindicatos, levada a diante desde 2010 com o fim de promover a produção de conteúdos audiovisuais para televisão, com quotas direcionadas a produção no interior do país. Entre 2011 e 2014 foram realizados mediante esta via 468 obras audiovisuais.<sup>39</sup> Entre os programas de sucesso implementados pela INCAA, são destinados 30% do orçamento para o fundo de distribuição e exibição de filmes nacionais para garantir que todos os filmes realizados possam ser exibidos, incluindo o surgimento dos chamados “espaços INCAA”, com sua criação entre 2004 e 2014 a quantidade de 55 espaços INCAA em 22 províncias.<sup>40 41</sup>

Tanto a AFSCA como o INCAA contemplan instâncias efetivas de participação dos sindicatos e estabeleceram mecanismos para que os créditos de investimento e demais decisões estaduais, em favor das empresas, estejam ligados ao cumprimento das obrigações trabalhistas peculiares ao cargo do patronal. A este mecanismo aqui chamamos de “livre dívida trabalhista”, documento que é emitido pelo sindicato constatando que a empresa cumpre com as leis trabalhistas e foi estabelecido pelo decreto regulamentário da “Lei dos Meios” (Decreto 933/2013, art. 25, inciso f). A “livre dívida trabalhista” não se fecha diante os incumprimentos trabalhistas não peculiares.

Tratando-se de coproduções e integração cinematográfica, o MERCOSUL e IBERMEDIA revelaram-se de extrema importância. Para o MERCOSUL é importante a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul), fundada em 2003, conta com uma secretaria permanente em Montevideo, o Observatório

<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 nº 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).

Mercosul Audiovisual (OMA), o Programa Mercosul Audiovisual em cooperação com a União Europeia com investimento de 1,86 milhões de euros que incluem uma rede de salas, entre outras políticas.

Quanto a cooperação e associação entre os países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como IBERMEDIA, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas da Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário nobre pelas televisões públicas, com o título “Nuestro Cine”/Nosso Cinema.

Entre os acordos bilaterais se destaca o Protocolo de Cooperação entre INCAA (Argentina) e ANCINE (Brasil) de 2010, com um fundo de um milhão de dólares e uma média de quatro filmes por ano.

# IV. Situação Trabalhista

Praticamente todos os trabalhadores/as audiovisuais, aproximadamente 100.000, são regidos pela Lei de Contrato de Trabalho nº 20.744) e legislação trabalhista complementar como a Lei de Emprego nº 24.013 e convenções coletivas de ramo de alcance nacional que melhoram as condições da lei. Ao todo regem 18 convenções coletivas nacionais (CCT) de ramo ou atividade, dirigidos por seis sindicatos. Cada uma destas convenções são ultra-ativas, pois permanecem em vigência enquanto não forem modificadas de comum acordo entre o sindicato e as Câmaras Patronais responsáveis. Ao todo são um número considerável de convenções e acordos coletivos da empresa, que melhoram as condições da CCT de ramo e atividade. Todos os sindicatos utilizaram a ferramenta da “livre dívida trabalhista” (documento sindical estabelecido pela “Lei de Meios” e seu decreto regulamentário no artigo 25-f, que acredita que as empresas audiovisuais cumprem com as obrigações trabalhistas peculiares) para incrementar o cumprimento da legislação trabalhista e fortalecer a sindicalização dos trabalhadores do setor. Em alguns casos existem regras legais complementárias em função dos direitos do autor e de performance e estatutos especiais que regulam o trabalho dos jornalistas (Lei 12908 de 1946).

O **SATSAID** possui duas CCTs de atividade (TV aberta<sup>42</sup> e TV fechada/por assinatura<sup>43</sup>) e uma CCT de ramo (Produtoras de conteúdos<sup>44</sup>) e mais de 40 convenções por empresa, articuladas com os acordos de atividade. Entre as normas das CCTs se estabelece uma jornada semanal de 37 horas e meia para o pessoal administrativo e uma jornada de 36 horas semanais para o pessoal técnico e operacional; aferição dos contratos temporários; agravamento da indenização por demissão em caso de gravidez; uma bolsa de trabalho dirigida pela SATSAID; regime de horas extras acordado previamente com o sindicato; comitê misto de higiene e segurança; creche e jardim de infância.

A **Associação Argentina de Atores (Atores, bailarinos, titeriteiros, mímicos, dubladores)** tem quatro CCTs de ramo: televisão,<sup>45</sup> cinema,<sup>46</sup> publicidade<sup>47</sup> e teatro<sup>48</sup>. As convenções se caracterizam por estabelecer contratos-tipo artísticos (para atores, bailarinos, etc.), um mecanismo de pagamento dos salários através do sindicato e um sistema de inspetores sindicais nos lugares de trabalho. Além disso faz muitos anos a AAA através do processo apresentado no Ministério do Trabalho, propôs ao setor empresarial que se dedica a dublagem, o processamento de um acordo coletivo que regule a atividade.<sup>49</sup> Hoje graças a vigência da lei de dublagem conseguiremos em breve esse acordo, essa lei autorizou o sindicato a emitir certificados de habilitação trabalhista para os atores licenciados do curso que de forma conjunta emite com o ISER. Dessa maneira o sindicato emite a “livre dívida trabalhista” que autoriza os laboratórios a realizarem o mesmo trâmite para poder desempenhar sua tarefa. Com esse fim, foi formada a CAEC Dublagem (Comissão Assessora de Exibições Cinematográficas Dublagem) a qual integram o INCAA, AFSCA e a Associação Argentina de Atores.

O **Sindicato da Indústria Cinematográfica da Argentina (SICA)** possui um acordo de atividade.<sup>50</sup> Calcula-se a jornada de trabalho desde a saída do trabalhador até o retorno, quando as filmagens estão a mais de 30 km da Capital Federal, estabelece um mínimo de duração pelo tipo de filme e um acréscimo de 50% se excedido o tempo, estabelecendo acordo de contrato obrigatório.

O **Sindicato Único de Trabalhadores de Espetáculos Públicos (SUTEP)** possui duas convenções de ramo e quatro acordos de atividade na indústria audiovisual: salas de cinema (exibidores),<sup>51</sup> salas multi-ecrãs,<sup>52</sup> controles de cinema,<sup>53</sup> vendedores de doces,<sup>54</sup> extras de cinema<sup>55</sup> e extras de TV.<sup>56</sup> No caso de extras se estabelece o pagamento dos salários através do sindicato e as inspeções sindicais nos lugares da filmagem. Nos casos de trabalhadores de salas se estabelecem limitações para a contratação por tempo parcial, um mínimo de operadores, se regulam as gorjetas, se estabelece um tempo de trabalho de 7 horas contínuas ou 8 descontínuas em 36 horas seguidas de descanso semanal, novas licenças. Em 2014 o sindicato obteve várias conquistas na nova CCT, apoiadas por uma grande greve, aumentando os rendimentos livres mensais, incluindo um domingo ao mês, estabelecendo notificações com 48 horas de antecedência, garantindo não menos de 3 dias de trabalho por semana e a exigência de que 65% do pessoal tenha contratos de trabalho permanentes e horas extras acordadas previamente com cada trabalhador.

O **Sindicato Único de Publicidade (SUP)** possui acordo com a indústria audiovisual.<sup>57</sup> Estabelece jornada de 40 horas semanais.

<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.

**A Sociedade Argentina de Locutores (SAL)** tem três convenções coletivas de ramo no setor audiovisual: TV aberta (CCT 214/75), TV fechada (CCT 432/75) e locutores independentes (CCT 302/75). Os locutores contam ainda com um regimento legal de habilitação profissional estabelecido pela Resolução 709/2003 do ex COMFER. A SAL vêm denunciando a crescente violação da exigência da habilitação profissional, inclusive por parte das autoridades.<sup>58</sup>

**Os salários** se estabelecem anualmente mediante as chamadas “paritarias”, negociações entre cada sindicato com as câmaras patronais, homologadas pelo Ministério do Trabalho. Os salários mínimos das convenções são superiores ao salário mínimo vital e móvel que se estabelece anualmente dividida em três partes; sua quantia para 01/01/2015 é de 4716 pesos argentinos (542 dólares).

A lei trabalhista na Argentina tem **três grandes vias de evasão**: a) o trabalho não registrado, em fraude da lei que afeta a 34,3% dos assalariados/as do país;<sup>59</sup> b) a tercerização; c) a qualificação da tarefa como atividade autônoma (sem relação de dependência). Esta última situação aparecem nas tarefas descontínuas ou com vários trabalhadores, especialmente no caso dos atores e locutores. A evasão trabalhista foi melhor controlada na última década, juntamente com as paritarias nacionais de negociação coletiva anuais, as inspeções da fiscalização do trabalho e dos sindicatos. No setor provou ser uma ferramenta muito eficaz para reduzir o trabalho não registrado, a exigência estabelecida pelo Estado na última década para as empresas foi para contar com uma constância de “livre dívida laboral”.

Os atores e atrizes contam ainda com uma sociedade de gestão (SAGAI) que faz valer os direitos do intérprete estabelecidos pelo decreto 1914/2006 (Lei do Intérprete).

Em 2011, a proposta da AAA e do SATSAID, foi criada no INCAA a Unidade de Promoção para a Produção de Ficção Televisiva, com o fim de administrar o art. 97 da *Lei dos Meios* que estabelece que 25% dos fundos da organização devem se destinar à produção de ficção televisiva.<sup>60</sup> Ambos sindicatos obtiveram a resposta de que os subsídios só seriam entregues às produtoras que certificassem a contratação trabalhista registrada legalmente de seu pessoal. Um importante acontecimento na última década foi o registro trabalhista de 100% dos trabalhadores/as da indústria cinematográfica.<sup>61</sup>

A Argentina investiu na previdência social e de saúde no período de 2009-2011 o total de 18,1% do PIB, acima da média da América Latina (13,2%) onde se localiza em terceiro lugar atrás de Cuba (22,8%) Brasil (21,3%) e da média da Europa (26,7%).<sup>62</sup>

A saúde dos trabalhadores audiovisuais e seus familiares estão cobertos pelo sistema de obras sociais sindicais que constitui o centro do Sistema Nacional de Seguro Social controlada pelas leis 22.269 e 23.661. O sistema se financia com a contribuição do trabalhador de 3% e de 5% pelo empregador. Cobre todos os trabalhadores registrados, e uma parte importante dos não registrados sempre que estejam aderidos ao sistema do programa de contribuição, um regimento para trabalhadores “autônomos” de contribuição baixa e moderada. O sistema tem dificuldades para cobrir os trabalhadores temporários, como o caso dos atores, locutores e trabalhadores da indústria cinematográfica. A Associação Argentina de Atores estabeleceu nos acordos coletivos normas de duração dos contratos para atenuar esta dificuldade.

Todos os sindicatos de trabalhadores audiovisuais argentinos que trata deste informe, possuem **obra social**. Para constar, o SATSAID possui a Obra Social do pessoal de Televisão, cujo nome artístico é TV Saúde, a AAA possui a Obra Social de Atores (OSA), SICA possui a Obra Social do pessoal da Indústria Cinematográfica (OSPIC), SUTEP possui a Obra Social do pessoal do Espetáculo Público (OSPEP), o SUP possui a Obra Social do pessoal da Publicidade (OSPP) e a SAL possui a Obra Social de Locutores (OSDEL).

O regime previdenciário regido pela Lei 24.241, que regulamenta o Sistema Integrado Previdencial Argentino (SIPA). Em 2008 o sistema de fundos de pensão, privatizado em 1993, foi reestatizado segundo o que estabelece a constituição. Os requisitos para a aposentadoria são de 60 anos para as mulheres e 65 anos para os homens, ambos casos após 30 anos de serviço. O sistema se financia com rendas gerais e contribuição de 11% para o trabalhador dependente e de outra quantia por parte do empregador. Os trabalhadores não registrados podem ter acesso a pensão por cessação se estão aderidos ao “Programa de contribuição”. Igualmente que no caso da saúde o sistema não contempla a situação dos trabalhadores descontínuos, como no caso dos atores, locutores e trabalhadores da indústria 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. Situação sindical

Todos os setores da indústria estão sindicalmente organizados, por meio de sindicatos únicos: SATSAID (TV e transmissão de Dados), SICA (Cinema e publicidade), SUTEP (salas cinematográficas e extras), AAA (Atores), SAL (Locutores), SUP (Publicidade). Todos eles integram a confederação setorial COSITMECOS criada em 2004. A filiação sindical no setor é alta, chegando em alguns casos a 80%.

A força dos sindicatos no setor audiovisual argentino se deve ao entendimento no âmbito de um modelo histórico de protagonismo sindical que chegou ao poder pela primeira vez com o Peronismo em 1946, mas que já registrava altos níveis de organização sindical de ramo nacional, negociação coletiva e obra social (serviços sindicais de turismo e saúde social), a contar do início do século XX. O sindicalismo argentino se regulamentou pela lei 23551 de 1988. Caracterizada pela unificação da liderança do sindicato mais representativo em cada ramo da economia, a existência de convenções coletivas ultrativas (continuam vigentes se não forem substituídas de comum acordo pelas partes) em quase todos os setores, a realização de paritárias anuais para estabelecer salários e renovar as CCTs, um sistema de saúde com foco em obras sociais sindicais e a grande expansão dos representantes sindicais nos lugares de trabalho eleitos por meio de voto de todos os trabalhadores da empresa, que atualmente atinge 75.000 representantes sindicais. Neste âmbito o sindicalismo argentino esta em alta e crescente densidade sindical, que em 2010 chegava a 42% dos assalariados, a porcentagem mais alta do continente, com exceção de Cuba.<sup>63</sup> Existem cinco matrizes sindicais, no entanto esse paralelismo sindical a nível central, não se repete no nível dos sindicatos de ramos e atividades, que na maioria dos casos mantêm a organização unitária quanto ao ramo e a atividade e escolhe uma ou outra sede como sua filial. As filiais por sua parte não promovem a criação de sindicatos paralelos para os ramos e atividades.

**Sindicato Argentino de Televisão, Telecomunicações Serviços Audiovisuais e Dados (SATSAID).** Organiza e representa 37.000 trabalhadores e trabalhadoras que prestam serviços fundamentais nas empresas de televisão aberta, fechada e produtoras de conteúdos audiovisuais, dos quais 29.000 encontram-se associados (78%), entre eles 5.220 mulheres. O sindicato conta com mais de 300 delegados (representantes eleitos no local de trabalho), 672 delegados congressistas e 165 delegados paritários. Tem sua sede em Buenos Aires e conta com 30 divididos por setores em todo o país. Celebrou três novas convenções coletivas de trabalho (CCT) que cobrem as atividades do setor e mais de 40 acordos empresariais articulados com os de atividade. Administra sua própria obra social, TV SALUD, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Totalizando um plano de cobertura amplo de saúde, descontos nos textos escolares, festa do Dia da Criança, campeonatos de futebol, enxoval do recém-nascido/a, descontos em hotéis e passagens (turismo social). É proprietário de uma ampla infraestrutura que inclui prédios e locais sindicais, 3 hotéis e campings próprios. Emite semanalmente um programa de TV próprio chamado “Imagem de Trabalho” pelo canal América TV de Buenos Aires. Está filiado à COSITMECOS (Confederação Sindical de Trabalhadores dos Meios de Comunicação Social) e à UNI.

**Associação Argentina de Atores (AAA).** Fundada em 1919. Organiza e representa 20.000 atores, atrizes, bailarinos/as e técnicos auxiliares da atuação, dos quais 6.000 estão associados/as (30%). Dos 18 membros da comissão de dirigentes, 8 são mulheres. O sindicato conta com inspetores próprios nos lugares de atuação. Tem sua sede em Buenos Aires e 13 delegações no país. Assinou quatro convenções coletivas de trabalho (CCT) que cobrem o setor. Supervisa e intervêm no pagamento dos salários, que devem ser realizados em sua sede. Administra a obra social OSA, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Totalizando planos de desconto em textos escolares e turismo social. Administra o Registro de Cooperativas do Teatro Independente. É proprietário de uma ampla infraestrutura que inclui prédios e 2 hotéis próprios. Está filiado à Central de Trabalhadores CTA, à COSITMECOS, e à Federação Internacional de Atores FIA. Atualmente é presidente da FIA – LA Grupo Latinoamericano da FIA.

**Sindicato da Indústria Cinematográfica Argentina, Animação, Publicidade e Meios Audiovisuais (SICAAPMA).** Criado em 1948. Organiza e representa 3.000 trabalhadores e trabalhadoras profissionais e técnicos da indústria cinematográfica, técnicos de publicidade e os trabalhadores de animação para cinema e publicidade, dos

<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, 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/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.

quais virtualmente totalizam-se (100%) de associados. De onze membros da comissão de dirigentes, duas são mulheres. Tem sua sede em Buenos Aires. Assinou convenções coletivas de trabalho (CCT) de ramo com as câmaras de filmagens de longa metragens e com a câmara de cinema publicitário. Administra a obra social OSPIC, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Totalizando planos de desconto em textos escolares, festa do Dia da Criança, recém-nascido/a, descontos em hotéis e turismo social. É proprietário de uma considerável infraestrutura que inclui o prédio sindical e 2 campings próprios. Está filiado à COSITMECOS e à CTA.

**Sindicato Único de Trabalhadores do Espetáculo Público (SUTEP).** Fundado em 1953. Organiza e representa os trabalhadores assalariados de espetáculos públicos -entre eles 10.000 trabalhadores e trabalhadoras de cinematógrafos- e 7.000 extras. A porcentagem de associados é de 80%. Dos 18 membros da comissão de dirigentes, 7 são mulheres. O sindicato conta com 100 delegados (representantes eleitos nos lugares de trabalho). Tem sua sede em Buenos Aires e 40 seccionais em todo o país. Assinou dezoito convenções coletivas de trabalho (CCT), das quais seis cobrem o setor. Administra a obra social OSPEP, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Totalizam planos de desconto em textos escolares, festa do Dia das Crianças, campeonatos de futebol, enxoval para recém-nascidos, descontos em hotéis e turismo social. É proprietário de uma ampla infraestrutura que inclui prédios e locais sindicais, 3 hotéis e campings próprios. Está filiado à COSITMECOS, CETE, CGT e à UNI.

**Sociedade Argentina de Locutores (SAL).** Fundada em 1943. Organiza e representa 11.000 locutores e locutoras habilitados/as na Argentina. Dos quinze membros da comissão de dirigentes e três revisores de contas, seis são mulheres. Com sua sede em Buenos Aires e 24 seccionais em todo o país. Assinou cinco convenções coletivas de trabalho (CCT) das quais duas cobrem o setor audiovisual. Administra a obra social OSDEL, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Recentemente tem planos de capacitação. Administra o registro de habilitação exclusiva de locutores e locutoras estabelecido pela Resolução 709/2003 do ex COMFER. É proprietário de uma considerável infraestrutura integrada pelas sedes sindicais. Está filiada à COSITMECOS, CATE, CGT e à UNI.

**Sindicato Único de Publicidade (SUP).** Fundado em 1958. Representa 20.000 trabalhadores e trabalhadoras dos quais estão associados 5.000 (25%). Com sede em Buenos Aires. Assinou três convenções coletivas de trabalho (CCT) das quais uma cobre o setor audiovisual. Administra a obra social OSPP, cobrindo o seguro de saúde dos trabalhadores e trabalhadoras do setor e seus familiares. Recentemente possui planos de turismo social. É proprietário de sua sede sindical. Está filiado à COSITMECOS e à CGT.



# BRASIL

## I. Síntese

### Dados gerais:

No mundo, é o **5º** país em população e também em extensão. ●



Na América Latina é a **1ª economia** (2.245 bilhões de dólares),<sup>1</sup> ●



**1º** país em população (200 milhões)<sup>2</sup> ●



**3º** país em PIB por pessoa (US\$ 11.208, atrás do Uruguai, Chile, Argentina e Venezuela)<sup>3</sup> ●



### Dados audiovisuais:

**2º** país da América Latina em produção de filmes (127 por ano e 0,6/milhões-hab)<sup>4</sup> ●



**6º** país em conexões de Internet (51,6%, atrás do Chile, Argentina, Uruguai, Venezuela e Colômbia),<sup>5</sup> ●



**5º** país em conexões de banda larga (10,08% atrás do Uruguai, Argentina, Chile e México).<sup>6</sup> ●



A transmissão digital/analógica está prevista para **2018**<sup>7</sup> ●





## A indústria

**A televisão** brasileira não chega a 9,5% da população.<sup>8</sup> Predomina a televisão aberta fortemente monopolizada pela Rede Globo e só 29% da população tem TV por assinatura.<sup>9</sup> Junto com a Argentina e o México, lidera a produção cinematográfica latinoamericana, com 120 filmes anuais. Nos últimos anos houve um forte aumento da **produção audiovisual** para TV com o apoio estadual. **A publicidade** se encontra em amplo desenvolvimento no Brasil. Na Argentina e no México estão concentrados 80% do investimento latinoamericano.<sup>10</sup>

## Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei 12.485 de 2011 de TV por Assinatura, a Lei Rouanet (nº 8313/1991) e a Lei do Audiovisual (nº 8685/1993). As principais instituições da indústria são a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o Conselho Superior do Cinema, a Secretaria do Audiovisual e o Fundo Setorial do Audiovisual.

## Situação trabalhista

No Brasil é de grande importância a “categoria profissional” que permite ter acesso a *Carteira de Trabalho*. Tanto os trabalhadores/as de rádio e televisão (*radialistas*), como os da indústria cinematográfica, e os atores e atrizes, possuem normas federais que garantem a profissão. No caso dos atores encontra-se ameaçada. A cobertura mediante acordos coletivos é desigual e não tem CCT de ramo nacional, predominando o acordo estadual de ramo. A tercerização se estendeu e se agravará a partir da recente sanção da Lei de Terceirização em 2015.

## Situação sindical

A organização sindical da indústria se apoia nos sindicatos de base estadual, com grandes assimetrias segundo o Estado. Os trabalhadores/as *radialistas* estão organizados em uma federação nacional (FITERT) integrada por 20 sindicatos estaduais (sobre 26 estados e o distrito federal) e dos municípios. Os trabalhadores/as do cinema estão organizados em dois sindicatos interestaduais com sedes no Rio de Janeiro (STIC) e São Paulo (SINDCINE), respectivamente, enquanto que os diretores de São Paulo estão organizados em APACI. Os atores estão organizados em vários sindicatos de atores (SATED) estaduais (São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Piauí, Bahia, Paraná e Maranhão). Os trabalhadores de exibição cinematográfica e dos teatros estão organizados em sindicatos estaduais, que por sua vez integram federações estaduais ou interestaduais de *trabalhadores nas 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, Nº 4, Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

# II. A indústria

## a) Televisão

A televisão brasileira se caracteriza por alta presença da TV aberta e por registrar uma porcentagem muito alta de **casas sem televisão**, estimada oficialmente em 2014 em 9,5%, ou seja 19 milhões de pessoas.<sup>11</sup>

A **televisão aberta** está fortemente monopolizada por grupos privados, entre os que predominam o Grupo Globo, um multimeio que também possui empresas industriais e financeiras, com cinco emissoras estaduais (Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Brasília e Nordeste) e 177 repetidoras. Outras três redes privadas são importantes, a Red Record da Igreja Universal do Reino de Deus, SBT de Silvio Santos e Bandeirantes da família Saad. Não há canal estadual nacional.

A **televisão por assinatura** registra 29% das casas com conexões<sup>12</sup>, porcentagem relativamente baixa na América Latina, com alta proporção de conexões informais (46%)<sup>13</sup> e predomínio das conexões via satélite. As principais empresas são Telmex (53%) e Sky (29%), esta última do Grupo Globo.<sup>14</sup>

Para a **televisão digital** Brasil adotou (como todo o resto da América do Sul Iberoamericana, menos a Colômbia) a norma ISDB-Tb, de origem japonês/brasileiro. As transmissões digitais começaram em 2006 e **a transmissão digital/analógica está prevista para 2018**.<sup>15</sup>

A expansão da televisão digital ampliará também a **televisão móvel** como um subsetor transversal da indústria audiovisual, recorrente de conteúdos e formatos especiais para esta modalidade.

Em relação aos **conteúdos** Brasil tem uma importante produção de novelas com estilo próprio, em um considerável mercado de exportação. Por importância lidera junto com o México a produção do subcontinente, monopolizada pelo Grupo Globo.<sup>16</sup> Por outra parte a criação em 2006 do *Fundo Setorial do Audiovisual*, a Lei nº 12.485 de 2011 estabelecendo uma quota de tela para a TV por assinatura de 3 horas e meia semanais de produção nacional audiovisual e o Programa “Todas as Telas” de 2014, impulsionou fortemente a indústria audiovisual para TV. O grupo Globo tentou frear a aplicação da lei por meio de ações jurídicas.

A atividade de dublagem está em amplo desenvolvimento. Só em São Paulo existem 23 empresas de dublagem que inclusive estão organizadas em uma Associação (sindicato) Patronal

. El SATED/SP tem assinado uma CCT com essa Associação.

## b) Cinema

O **cinema e a produção audiovisual** registrou ampla expansão na última década juntamente com um forte apoio estadual (criação da ANCINE em 2001 e entidade em 2002; Fundo Setorial do Audiovisual em 2006; Lei de quotas de telas 12.485 de 2011 e Programa Todas as Telas de 2014).

Enquanto que no período 1995-2004 Brasil produziu uma média de 21 filmes por ano, no período de 2005-2013 essa média aumentou para 79 filmes por ano.<sup>17</sup> Em 2013 produziram 127 filmes.<sup>18</sup> O número é similar ao da produção anual da Argentina (120 em 2013)<sup>19</sup> e México (126 em 2013),<sup>20</sup> mas com uma relação sobre a população muito mais baixa, porque enquanto na Argentina produzem 3 filmes a cada milhão de habitantes, no México é de 1 e no Brasil é de somente 0,67. Como país de referência extra-regional, Espanha produziu 231 filmes em 2013, com uma proporção de 5 filmes por habitante.<sup>21</sup>

Brasil, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagem de espectadores que oscila entre 70% e 80%.<sup>22 23</sup> A porcentagem de espectadores de filmes brasileiros no Brasil, oscila entre 10 e 19%.<sup>24</sup> Em 2013 os espectadores que assistiram filmes brasileiros no Brasil foram 27,7 milhões, que

<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, Nº 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 nº 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/nepeli.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, Brasília, 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.

representaram 18% no total.<sup>25</sup>

No período 1998-2008 foi o segundo país latinoamericano que mais filmes exportaram para a Europa com 33 filmes que representaram 25% do total; na frente se encontra Argentina com 52 filmes e atrás México com 28; o desempenho exportador argentino melhora tratando-se de coproduções, alcançando no mesmo período 46 filmes, que representavam 15% do total das coproduções latinoamericanas, atrás da Argentina com 139 e México com 67 filmes.<sup>26</sup>

Com relação a exibição, o Brasil tem uma média de aproximadamente 0,7 de ingresso anual por habitante. Em 2013 foram 149 milhões de espectadores, que representaram uma média de 0,75 ingresso por habitante.<sup>27</sup> Se trata de uma média “abaixo” se comparado com outros países da América latina esse mesmo ano (Chile: 1,2; Argentina: 1,15; Colombia: 0,9), e ainda mais baixo que o México (2,1) e Espanha (1,7), sem falar do Canadá (3,8) ou dos Estados Unidos (3,9).<sup>28</sup>

Quanto as telas, Brasil contou em 2013 com 2679 salas.<sup>29</sup> Trata-se de um número muito baixo com fortes diferenças regionais, porque somente uma de cada dez cidades brasileiras têm cinema e a metade da população do país vive em cidades que não tem nenhum cinema.<sup>30</sup> Entre as empresas proprietárias em primeiro lugar encontra-se Cinemark (com 523, que representa 20% das telas disponíveis), seguido de Cinépolis (216 telas, 8%), Severiano/Ribeiro/Kinop/Lex (167 telas, 6%), Araújo (121 telas, 4,5%), Espaço (114 telas, 4,2%), UCI (99 telas, 3,6%), Arcoíris/Arcoplex (93 telas, 3,4%), MovieCom (90 telas, 3,3%) e Cinesystem (90 telas, 3,3%).<sup>31</sup>

## c) Publicidade

**A publicidade** se encontra em amplo desenvolvimento no Brasil, e que na Argentina e no México concentram 80% do investimento latinoamericano no setor.<sup>32</sup> Trata-se de um setor muito sensível a concorrência global e a evolução dos custos comparativos. Em 2010 a publicidade brasileira tinha 13.863 empresas, que empregam 98.000 pessoas, concentram-se principalmente em São Paulo.<sup>33</sup> Os 67% do investimento são aplicados na publicidade televisiva e em segundo lugar na imprensa escrita 11,8%.<sup>34</sup>

A Câmara Empresarial que agrupa as maiores empresas de publicidade é a 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 nº 122, México, Cepal, página 23.

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

<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> 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, Nº 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.usmediaconsulting.com/2012/03/el-mercado-de-publicidad-en-brasil-crecio-en-un-85-en-2011/?lang=es>

# III. Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei Federal de Incentivo Cultural ou Lei Rouanet (nº 8313/1991), a Lei do Audiovisual (nº 8685/1993) e Lei 12.485 de 2011 de TV por Assinatura. A radiodifusão está regulamentada por uma grande quantidade de normas, em muitos casos obsoletas, que entre outras coisas estabelecem um prazo de quinze anos de duração das concessões de televisão, sem limite de renovação (Decreto 52795/1963).

**A Lei Federal de Incentivo Cultural ou Lei Rouanet (nº 8313/1991)** estabeleceu um sistema de patrocínio com incentivos fiscais para que as empresas e as pessoas possam descontar do imposto de renda 100% do que se destina à obras culturais, que se transformou em principal mecanismo de investimento na cultura, concentrando 80% do gasto federal. A lei influenciou consideravelmente no comportamento empresarial e os departamentos de comunicação e marketing das principais empresas organizaram-se para administrar projetos culturais que disponibilizam a imagem e os produtos que comercializam.<sup>35</sup> Foi muito criticada pelo efeito de mercantilização da cultura, por colocar as atividades culturais sob o controle das empresas e por concentrar 80% do montante nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.<sup>36</sup>

Na produção cinematográfica a Lei Rouanet funciona vinculada a **Lei do Audiovisual** (nº 8685/1993), mecanismo que impulsionou feitos como a criação do Globo Filmes do Grupo Globo associado às grandes produtoras americanas, e o financiamento de filmes por parte das empresas estaduais brasileiras.<sup>37</sup> A quota de tela vigente é de 63 dias ao ano em todas as telas, o dobro que vigorava na década de 1990,<sup>38</sup> mecanismo fortemente combatido pelo setor empresarial.<sup>39</sup>

**A Lei 12.485 de 2011 da TV por assinatura (Lei da TV por Assinatura)** procura aumentar a produção nacional e regional independente das obras audiovisuais. Encontrou resistência nos grandes grupos empresariais e apoiada pelos sindicatos e as associações de produtores audiovisuais.<sup>40 41</sup> A lei estabelece que os canais de TV por assinatura devem transmitir no mínimo 3 horas e meia de “conteúdos brasileiros”, dos quais a metade como mínimo deve ser independente. Estabelece também que as prestadoras de televisão por assinatura devem oferecer aos assinantes uma variedade de canais mínimos, dos quais a cada seis canais um deve ser brasileiro, incluindo canais das câmaras de deputados e senadores, do poder judicial, uma emissora oficial do Poder Executivo, dos municípios, as universidades, comunitário, da cidadania e educativo. A empresa Sky (Grupo Globo), a Associação Brasileira de Radiodifusores (ABRA), a Associação Neo TV e o Partido Democrata (DEM) apresentaram ações judiciais pedindo a inconstitucionalidade da lei que ainda estão pendentes.<sup>42</sup>

As principais instituições da indústria são a (*Agência Nacional de Telecomunicações*) -ANATEL-, a (*Agência Nacional do Cinema*) -ANCINE-, el (Conselho Superior do Cinema), Secretaria do Audiovisual e o Fundo Setorial do Audiovisual. No âmbito do Mercosul é importante a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul).

Brasil tem levado adiante políticas de formação de públicos<sup>43</sup> e de produção de conteúdos audiovisuais para todo tipo de tela (Brasil de Todas as Telas), promovendo a produção regional e independente. Para a segunda metade de 2014 o conteúdo brasileiro na TV paga havia quintuplicado, passando de 400 horas anuais em 2011 para duas mil horas anuais.<sup>44</sup>

No que diz respeito as coproduções e integração cinematográfica, são de fundamental importância o MERCOSUL e IBERMEDIA. No MERCOSUL é importante a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul), criada em 2003, que conta com uma secretaria permanente em Montevidéu, o Observatório Mercosul Audiovisual (OMA), o Programa Mercosul Audiovisual em cooperação com a União Europeia com um orçamento de 1,86 milhões de euros que

<sup>35</sup> DUART, Artur (24 de septiembre de 2012). “Brasil y la Ley Federal de incentivo cultural”, Magma Cultura, Fuente: <http://magmacultura.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-queque-11886144>

<sup>40</sup> “Brasil: campaña de las televisiones 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-televisiones-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). “Ley 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). “Ley 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)

incluem uma rede de salas, entre outras políticas.

Para a cooperação e associação entre países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como IBERMEDIA, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, **Brasil**, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o título Nuestro cine/Nosso Cinema.

Entre os acordos bilaterais se destaca o Protocolo de Cooperação entre INCAA (Argentina) e ANCINE (Brasil) de 2010, com um fundo de um milhão de dólares e uma média de quatro filmes por ano.

# IV. Situação trabalhista

No Brasil é de grande importância a “categoria profissional”, que protege a atividade e registra cada trabalhador e cada contrato mediante uma (*carteira de trabalho e previdência social*) emitida pelo Ministério do Trabalho, com intervenção do sindicato (DRT). Existem duas leis gerais de profissionalismo dos trabalhadores/as audiovisuais: a Lei 6615/78 para os trabalhadores/as de rádio e televisão (*radialistas*) e a Lei 6533/78 para os atores, atrizes, e demais artistas e técnicos, incluindo os cinematográficos. Os sindicatos radialistas organizados em FITERT, SINDCINE e ao menos os SATED/RJ e SATED/SP assinaram acordos coletivos de ramo do âmbito estadual. Recentemente muitos sindicatos assinaram acordos coletivos com as empresas mais importantes. Brasil também tem um sistema de participação nos lucros ou resultados (PLR) muito generalizado implementado mediante negociação coletiva (Lei 10.101/2000).

Essas três leis, ao enquadrar profissionalmente as “categorias” de radiodifusão, cinematografia e atuação artística, garantem a aplicação das leis trabalhistas reunidas na recopilação legal conhecida como (*CLT-Consolidação das Leis do Trabalho*), assim como a organização sindical de cada categoria e a possibilidade de assinar acordos coletivos de trabalho. Aos trabalhadores segundo a CLT são conhecidos como trabalhadores “*celetistas*”.

No caso dos radialistas se aplica a **Lei Federal 6615/1978, regulamentada pelo Decreto 84.134 de 1979**. as duas normas fundamentais da lei são a jornada reduzida (entre 5 e 8 horas diárias de acordo com o setor) e um adicional de 40% no caso do exercício das duas funções. A lei estabelece uma jornada semanal mínima remunerada de 24 horas e a solidariedade no caso de subcontratação. Os textos e planos de trabalho devem ser entregues com antecipação mínima de 24 horas.

Todos os sindicatos com exceção do situado no Rio Grande do Norte, têm **convenções coletivas de trabalho anuais do âmbito estadual** com as Associações Patronais de cada estado e com as principais empresas. Como a importância dos sindicatos estaduais pode variar, os mais importantes como os de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas, obtêm as melhores condições que o resto, como (creche), contagem da jornada desde que saem para o lugar da gravação, horas extras 100% nos feriados, etc. O principal problema é a precarização das condições através da **tercerização**, que alcança de 35 a 40%.

A **Lei Federal 6533/1978 regulamentada pelo Decreto 82.385/1978** regula a profissão de atores, atrizes e demais artistas, assim como os técnicos não radialistas, entre eles os da indústria cinematográfica. Estabelece a jornada reduzida de 6 horas com variações de acordo com o meio e no máximo de duas funções diárias. Impõe a indenização por danos e prejuízos em caso de rescisão do contrato antes do prazo e a solidariedade em caso de subcontratação. Gastos de transporte e alimentos por parte do empregador em caso de deslocamento. Prioridades escolares para os filhos dos artistas que devem se descolar. Os textos e planos de trabalho devem ser entregues com antecipação mínima de 72 horas. Recentemente os sindicatos de atores e artistas (Satedes) se mobilizaram contra a tentativa de declarar inconstitucional os artigos 7 e 8 da Lei 6533/1978, referentes ao registro e intervenção do sindicato nos contratos de trabalho artísticos.<sup>45 46</sup>

O **SATED/SP** celebrou **convenções coletivas** nos ramos de Rádio e TV, Cinema, Agências de Propaganda e Dublagem, além de outras convenções para os setores não audiovisual. O **SATED/RJ** celebrou convenções coletivas nos setores de TV e Dublagem.

**As CCTs de Televisão** (SATED/RJ 2014/2015; SATED/SP 2012/2014) estabelecem limitações para contratações de curto prazo para “nota contratual” (eventual ou substituto), auxílios de (*creche*), esclarecimentos sobre as normas da cláusula de exclusividade dos artistas, adicionais e seguros de viagem. Na CCT-RJ estabeleceram adicionais pelas merchandising da TV aberta, reexibição nacional, trabalho noturno de 40% assim como o compromisso da participação nos lucros, prazo para memorização de textos de 72 horas e fortes limitações na cláusula de exclusividade. A CCT-SP estabeleceu aviso por escrito em caso de dispensa por falta grave, licença médica e adoção para mulheres.

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>

**As CCTs de Dublagem** (SATED/RJ 2013/2014; SATED/SP 2013/2014) detalham extensamente as características das tarefas da dublagem para regulamentar remunerações e condições, é estabelecido que o salário é por personagem; que o idioma estrangeiro duplica o valor e que as (*escalas de trabalho*) devem ser comunicadas no prazo mínimo de 48 horas. Na **CCT do SATED-RJ** são estabelecidas limitações para contratações de curto prazo por “nota contratual” (eventual ou substituto); na cláusula de exclusividade; incluem-se a dublagem de jogos eletrônicos; negociando uma jornada de seis horas diárias e 36 semanais com descanso aos domingos; as horas extras são pagas 50% e 75% se excederem a oitava hora diária e o idioma estrangeiro duplica a remuneração. Na **CCT de SATED-SP** é duplicada a remuneração no caso de canto e triplicado se é para cinema; é estabelecido o descanso aos domingos, uma garantia de remuneração no caso de doença até 15 dias; multa de 5% no caso de pagamento de salário fora do prazo mais 0,15% por dia adicional; ticket-refeição de R\$15 por dia; estipula-se um aumento de 100% no caso de horas extras aos domingos e feriados.

**A CCT das Agências de Propaganda** 2012/2013 (SATED/SP) incluem reembolso de gastos para provas, uma multa de 10% por incumprimento das obrigações em fazer no caso de demora do pagamento do salário de mais de 20 dias e 5% a cada dia adicional, vale refeição, cláusulas de estabilidade em caso de sequelas por acidente de trabalho e doença, adicional noturno de 60%, horas extras 100%, acesso dos dirigentes sindicais na empresa com aviso prévio de 48 horas.

**A CCT das empresas de exibição cinematográfica 2012/2013** (SP) estabelece um piso salarial para os trabalhadores nas cidades do interior do estado que não pode ser inferior a 70% do estipulado em São Paulo; adicional para o gerente (*gratificação gerencial*), (*gratificação por quebra de caixa*), (*vale refeição*), adicional de transporte e refeição por trabalhar na *sessão da meia noite*, adicional de transporte por saída depois da meia noite, estabilidade por serviço militar até 30 dias depois da licença, estabilidade no ano que antecede a aposentadoria para empregados com mais de cinco anos de antiguidade, estabelece quatro descansos mensais, dos quais um deve ser no domingo, os controles de assistência devem ser negociados na convenção coletiva, as empresas devem comunicar ao sindicato quando do dia da eleição da CIPA (*Comissão Interna de Prevenção de Acidentes*).

No âmbito específico da **indústria cinematográfica** existe uma notável diferença na situação trabalhista entre a zona norte com sede no Rio de Janeiro e na zona sul, com sede em São Paulo; na primeira a situação de precariedade e o desconhecimento da lei é generalizado, enquanto que na última há muito mais negociação coletiva entre o sindicato e as patronais, e como consequência disso, cumprimento da lei. Embora 90% dos trabalhadores/as cinematográficos do Brasil trabalhem sob a condição de “freelancers”, devido ao qual não se aplica a CLT nem realizam a contribuição sindical. Neste momento SINDCINE assim como a STIC têm assinadas **convenções coletivas de trabalho** de ramo estadual, aquela com a Associação do setor paulista SIAESP (no Brasil as Associações empresariais também são denominadas sindicatos) e este com a carioca SICAV-RJ. As convenções regularizam as relações trabalhistas tanto com os trabalhadores/as por tempo indeterminado como com os “freelancers”. Estabelecem uma jornada de 6 horas no estúdio e 8 horas em campo, com duas horas extras no máximo; horas extras 75%; cálculo da jornada desde a apresentação no lugar da filmagem; licenças médicas, casamento (5 dias), falecimento de familiar (3 dias); auxílios por doença e funeral; estabilidade um ano antes da aposentadoria; adiantamento do salário até 40%; adicional noturno de 20%. A CCT de São Paulo é tida também como referência para o Rio de Janeiro e Santa Catarina. Em 2015 o SINDCINE estava negociando para assinar CCTs no Rio Grande do Sul, Paraná

**Os salários** se estabelecem anualmente mediante os acordos coletivos ou as tabelas salariais acordadas. O salário mínimo vital e móvel que se estabelece anualmente mediante decreto do Poder Executivo; seu valor em 01/01/2015 é de R\$788,00 reais (290 dólares).<sup>47</sup>

Um acontecimento desfavorável foi a decisão tomada em 7 de abril de 2015 da Câmara de Deputados de tratar em plenário sem passar por comissão o projeto de lei 4330/04 de Terceirização Trabalhista, que permite a terceirização de todas as atividades de uma empresa, ainda as principais, modificando a situação atual que permite somente a terceirização de atividades secundárias.<sup>48</sup> Estima-se aprovação para a norma, triplicando os trabalhadores e trabalhadoras que se encontram nessa situação, afetando mais da metade dos assalariados, que veriam a redução de 30% de seus salários.<sup>49</sup> Os sindicatos se

<sup>47</sup> DIESE (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>

<sup>48</sup> BARRUCHO, Luís Guilherme (8 de abril de 2015). “Câmara aprova projeto que regulamentar a 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.

mobilizaram para frear a sanção da lei.<sup>50</sup>

Os atores e atrizes contam ainda com uma sociedade de gestão, Inter Artis Brasil (IAB), Associação de Gestão Coletiva dos Artistas Intérpretes do Audiovisual do Brasil, que faz valer os direitos dos artistas audiovisuais em todo o país.

Brasil investiu na segurança social e saúde durante o período 2009-2011, 21,3% do PIB, acima da média da América Latina (13,2%), atrás de Cuba (22,8%) que se localiza em primeiro lugar e da média da Europa (26,7%).<sup>51</sup>

**No Brasil não ha seguro de saúde.** A saúde dos trabalhadores/as e seus familiares é atendida pelo sistema público gratuito em caso de certificação pela condição de necessidade “pessoas carentes” ou por planos de saúde particulaes contratados pessoalmente. Em alguns casos, as empresas costumam contratar planos de saúde para seus empregados, mas essa cobertura não se negocia coletivamente com os sindicatos.

**O regime previdenciário** regido pela Lei 8213 de 1991 que estabelece os sistemas: um sistema geral obrigatório e um regime complementário facultativo. Os requisitos para a aposentadoria é de 60 anos para as mulheres e 65 anos para os homens, ambos casos logo após 30 anos de serviço. O sistema é financiado de maneira geral pelas rendas e contribuições entre 9% e 11% para o trabalhador dependente e de 22% para o empregador. Não contempla a situação dos trabalhadores descontínuos, como o caso dos atores, locutores e trabalhadores da indústria cinematográfica.

<sup>50</sup> FITERT (8 de abril de 2015). “FITERT participa do ato contra a tercerização”.  
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. Situação sindical

A organização sindical da indústria se apoia nos sindicatos de base estadual, com grandes assimetrias segundo o Estado. Os trabalhadores/as *radialistas* estão organizados em uma federação nacional (FITERT) integrada por 20 sindicatos estaduais (sobre 26 estados e o distrito federal) e dos municípios. Os trabalhadores/as do cinema estão organizados em dois sindicatos interestaduais com sedes no Rio de Janeiro (STIC) e São Paulo (SINDCINE), respectivamente, enquanto que os diretores de São Paulo estão organizados em APACL. Os atores estão organizados em vários sindicatos de atores (SATED) estaduais (São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Piauí, Bahia, Paraná e Maranhão). A filiação sindical no setor é muito variável.

O modelo sindical brasileiro está apoiado principalmente nos sindicatos de base estaduais (de primeiro grau ou de segundo grau), âmbito em que são realizados os acordos coletivos com as associações patronais, chamadas também de sindicatos. Em alguns casos foram formadas federações ou confederações nacionais. No total existem 20 mil sindicatos<sup>52</sup>. A legislação estabelece uma “contribuição sindical” obrigatória para todos os trabalhadores, equivalente a um dia de trabalho por ano, da qual 60% corresponde aos sindicatos de base, 15% para as federações, 5% para as confederações e 10% para as sedes.<sup>53</sup> A legislação brasileira não contempla a organização sindical nos lugares de trabalho, devido ao qual a mesma é muito frágil.<sup>54</sup> Neste caso o sindicalismo brasileiro tem densidade sindical média estimada em 29% que se manteve estável nas últimas duas décadas.<sup>55</sup>

Existem cinco sedes sindicais legalmente reconhecidas, mas só 30% dos sindicatos estão filiados à alguma delas.<sup>56</sup>

**Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (FITERT).** Organiza e representa a 250.000 trabalhadores das empresas transmissoras de rádio e televisão, dos quais 30% são mulheres. Tem 50.000 filiados/as (20%). A federação está integrada por 20 sindicatos estaduais (no Brasil tem 26 estados e um distrito federal) e dois sindicatos municipais. Os 20 sindicatos estaduais são: São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Goiás, Brasília, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Amazonas, Maranhão, Pernambuco, Pará, Piauí, Rio Grande do Norte, Roraima, Bahia, Amapá, Campina Grande (Paraíba). Os dois sindicatos municipais estão em Imperatriz do estado do Maranhão e Iléus do estado da Bahia. Todos os sindicatos estaduais tem convenções coletivas de ramo, com exceção do RGN. A FITERT foi criada em 1990 dentro da CUT como alternativa à FENARTE, uma federação de radialistas criada em 1962 e filiada à UGT. O maior empregador do setor é a Globo que só em São Paulo e Rio de Janeiro emprega a 38 mil radialistas. Tem sedes em Brasília e São Paulo. Está filiado à CUT e à UNI.

**SATEDs.** Os atores, atrizes, artistas, modelos e técnicos relacionados com a atuação estão organizados em sindicatos estaduais que levam o nome de *Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões*, os SATEDs. Existem SATEDs em 21 estados e o Distrito Federal (São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Ceará, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia, Pernambuco, Piauí, Santa Catarina, Goiás, Mato Grosso, Maranhão, Rondônia, Sergipe, Rio Grande do Norte, Alagoas e DF/Tocantins/Pará/ Amazonas). Ainda sem formar uma federação, os SATEDs mantêm contato e coordenam constantemente suas ações através da Internet e de e-mail. Em São Paulo os registrados (em carteira) são 30.000 artistas e técnicos dos quais algo menos da metade são atores e atrizes, enquanto que no Rio de Janeiro estão registrados 20 mil. Na atividade audiovisual os SATED de São Paulo e Rio de Janeiro têm assinadas CCTs para TV e dublagem; o SATED-SP além disso tem uma CCT com agências de Propaganda. Também prestam serviços de capacitação, descontos em saúde e planos de moradia de seus associados. Os SATEDs de SP e MG estão filiados à UGT. Cinco SATEDs (SP/RJ/ES/CE/MG) estão filiados à FIA.

No setor da indústria cinematográfica os trabalhadores e trabalhadoras audiovisuais estão organizados em dois sindicatos interestaduais: SINDCINE e STIC.

<sup>52</sup> ROBLES, Pepe (mayo 2011). “El movimiento obrero brasileño: del peleguismo al lulismo”, Nuestra América, nº 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 recalco 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, nº 7. Fuente: <http://elpancholococa.blogspot.com.ar/2011/05/el-movimiento-obrero-brasileno-del.html>

○ **SINDCINE (Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual)** tem sua sede em São Paulo e seu âmbito de atuação nos estados do sul e sudoeste. O sindicato tem projetado formar sindicatos independentes em cada um dos estados em que atua com o fim de organizar-se como federação. A indústria cinematográfica se encontra quase em sua totalidade precarizada, mas em São Paulo é a indústria publicitária que permite uma considerável importância das relações e negociações coletivas. O sindicato oferece vários benefícios a seus sócios, como um seguro de lucro cessante em caso de acidente de trabalho, cobertura de funerais e fundos de solidariedade. Integra a FITEC e a UNI.

○ **STIC (Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual)** tem sua sede no Rio de Janeiro e seu âmbito de atuação nos estados do Acre, Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rondônia, Roraima e Sergipe. O sindicato tem assinado uma CCT 2014-2015, mas devido a quase e total informalidade em que se desenvolve a indústria cinematográfica seu campo de aplicação é muito pequena, razão pela qual o sindicato também se encontra em grandes dificuldades.

Os trabalhadores do **setor de exibição cinematográfica** costumam estar organizados em sindicatos estaduais junto aos trabalhadores de teatros (*sindicatos de empregados nas empresas teatrais e Cinematográficas*). Os principais sindicatos do setor são o sindicato de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, que assinaram acordos coletivos para o setor, os que por sua vez integram federações estaduais e interestaduais de trabalhadores em empresas de difusão cultural e artística, muitas vezes individualizados pela sigla FITECA.



# CHILE

## I. Síntese

### Dados gerais:



Na América Latina é a **6ª economia** (277 bilhões de dólares, atrás do Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colômbia)<sup>1</sup>



**7º** país em população (17,6 milhões, atrás do Brasil, México, Colômbia, Argentina, Peru e Venezuela)<sup>2</sup>



**2º** país em PIB por pessoa (US\$ 15.732, atrás do Uruguai)<sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

**37 filmes** por ano (1,7/milhões-hab)<sup>4</sup>



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



**3º** país em conexões de banda larga (12,9% atrás do Uruguai e Argentina)<sup>6</sup>



A data esperada para a transmissão digital/analógica foi estabelecida para **2019**<sup>7</sup>



## A indústria

A **televisão aberta** chilena tem uma matriz de origem exclusivamente estadual/universitária que entrou em um processo de privatização nos anos 90 o que levou a televisão aberta a ter sete canais, quatro deles disputam constantemente a liderança: Mega, Canal 13, Chilevisión, La Red, Telecanal, UCV e TVN, este último estadual. A **televisão por assinatura** tem alta penetração dividida entre a via satélite e a cabo, com a empresa norte-americana VTR como líder por obter um terço do mercado. O **cinema e a produção audiovisual** se expandiu na última década, com forte apoio estadual, dando origem a uma incipiente indústria cinematográfica que se instalou como a quarta indústria latinoamericana, atrás das três tradicionais (Argentina, Brasil e México). A **publicidade** representa 0,50% do PIB (1.400 milhões de dólares) dos quais 48% é publicidade televisiva, gerando 3.000 empregos.<sup>8</sup>

## Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei 20.243 de 2008 sobre os Direitos Morais e Patrimoniais dos Intérpretes das Apresentações Artísticas Fixadas no Formato Audiovisual; as leis 18.838 de 1989 (reformada pela lei 19.131 de 1992) e n° 19.733 de 2014 da Televisão Digital Terrestre; a Lei da Produção Audiovisual 19.981 de 2004. As principais instituições da indústria são a Subsecretaria de Telecomunicações (Subtel), o Conselho Nacional de Televisão (CNTV), Conselho de Arte e a Indústria Audiovisual (CAIA), Fundo Nacional de Desenvolvimento Cultural e as Artes (FONDART) e o Fundo de Fomento ao Audiovisual.

## Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Chile são regidas pelo Código do Trabalho que por sua vez possui uma seção especial para regulamentar o contrato dos trabalhadores de artes e espetáculos, estabelecida pela Lei 19.889 sancionada em 2003. Os trabalhadores e trabalhadoras também são seriamente afetados pela tercerização e os incumprimentos sobre a jornada de trabalho. No ramo audiovisual somente existe acordos coletivos de empresa assinados no setor de televisão.

## Situação sindical

Chile tem sindicalismo com um desenvolvimento considerável ainda que limitado por restrições legais impostas em um modelo de sindicato por estabelecimento, subcontratista da empresa e acordos coletivos do mesmo alcance, no qual estão proibidos os acordos coletivos de ramo, que promovem a fragmentação da representação sindical. No ramo audiovisual os três setores estão organizados mediante dois sindicatos interempresa e uma federação: SIDARTE, SINTECI e 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 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. A indústria

## a) Televisão

Segundo dados de 2009 Chile tem a porcentagem mais baixa da América Latina de casas sem televisão com 1,1%, sem variações regionais de consideração.<sup>9</sup>

A **televisão aberta** chilena tem uma matriz histórica exclusivamente estadual/universitária com quatro canais “tradicionais” (TVN, UC-TV, UCH-TV e UCV-TV) complementada com as privatizações dos anos 90. Atualmente existem sete canais televisivos de alcance nacional, dos quais quatro - os primeiros mencionados- disputam constantemente a liderança: Mega do Grupo chileno Bethia proprietário também da Falabella; Canal 13 do Grupo chileno Luksik e a Universidade Católica; Chilevisión do grupo norte-americano Turner; TVN (estadual), La Red e Telecanal, ambas do grupo latino-norte-americano Albavisión com canais em treze países latinoamericanos, e UCV da Universidade Católica de Valparaíso. Estes canais acumulam 90% das concessões da televisão aberta do país.<sup>10</sup>

A **televisão por assinatura** tem alta penetração, estimativa de 62% das casas,<sup>11</sup> mas com 23% de estimativa de conexões informais, porcentagem alta de informalidades se comparado com Argentina (13,1%), mais baixo se comparado com outros países da região como Colômbia (36%), Brasil (46%) e Peru (48%).<sup>12</sup> Os sistemas estão divididos pela metade entre a via satélite (51,1%) e a cabo (48,9%), no entanto a tv por assinatura vem crescendo fortemente.<sup>13</sup> A empresa norte-americana VTR (35,9%) lidera a quantidade de assinaturas, seguida por Movistar da Telefônica (21,1%), Claro (América Móvil) e DirecTV.<sup>14</sup>

Para a **televisão digital** Chile adotou (como todo o resto da América do Sul Iberoamericana menos a Colômbia) a norma ISDB-Tb, de origem japonês/brasileiro. As transmissões digitais começaram em 2009 e **a data prevista para a transmissão digital/análoga foi estabelecida para 2019**.<sup>15</sup>

## b) Cinema

O **cinema e a produção audiovisual** se expandiu na última década, com forte apoio estadual (Lei de Fomento do Audiovisual de 2004, CACI, FONDART), dando origem a uma incipiente indústria cinematográfica que se instalou como a quarta indústria latinoamericana, atrás das três tradicionais (Argentina, Brasil e México).

Enquanto que no período 1996-2003 Chile produziu uma média de 5,8 filmes por ano,<sup>16</sup> no período 2004-2014 essa média aumentou para 17 filmes por ano.<sup>17</sup> Em franca tendência ascendente, em 2013 produzindo 36 filmes e em 2014 produziram 37.<sup>18</sup> Levando em consideração a proporção de filmes sobre a quantidade de habitantes, em 2014, Chile chegou a 1,7 filmes para cada milhão de habitantes, somente superada na América Latina por Argentina com 3.

As principais produtoras de cinema e publicidade são Fabula Ltda., Promocine, Andrea Films, Wood Producciones, Accion Chile, Procine, Cine 3 Producciones, Cinemágica, Demente, Invercine, etc.

Chile, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que oscilam entre 80% e 90%.<sup>19 20 21</sup> A porcentagem de espectadores de filmes chilenos no Chile, oscila entre 3% e 10%.<sup>22</sup> Em 2011 os espectadores que assistiram filmes chilenos no Chile foram 900 mil, que representam 5,6% do total,<sup>23</sup> e em 2013 foram 1,6 milhões que representam 0,7%.<sup>24</sup>

No que diz respeito a exibição, Chile tem uma média de 1 ingresso anual por habitante. Em 2013 foram 21 milhões de espectadores, que representaram uma média de 1,2 ingressos por habitante.<sup>25</sup> Se trata de uma média “aceitável” comparando com outros países da América

<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\\_lsierra\\_televisión.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_lsierra_televisión.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)

latina neste mesmo ano (Argentina: 1,1; Brasil: 0,7; Colômbia: 0,9), e ainda mais baixo que o México (2,1) e Espanha (1,7), sem falar do Canadá (3,8) ou dos Estados Unidos (3,9).<sup>26</sup>

Quanto as telas, Chile contou em 2013 com 332 salas, em todas as regiões do país.<sup>27</sup> Entre as empresas exibidoras no primeiro lugar se localiza Cinemark (com 102, que representa 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%) e Paseo del Valle (4 salas, 1,20%).<sup>28</sup> Trata-se de alta concentração no que diz respeito às quatro primeiras empresas que concentram 94% das Telas.

Em março de 2015 o Instituto Nacional do Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) e a Empresa Argentina de Soluções Satelitais (ARSAT) concordaram desenvolver uma plataforma streaming com vídeos “on demand”, de produção nacional e latinoamericana, capaz de competir com Netflix e manifestações similares,<sup>29</sup> projeto proposto pelo diretor Campanella.<sup>30</sup>

### c) Publicidade

**A publicidade** representa 0,50% do PIB (1.400 milhões de dólares) dos quais 48% é publicidade televisiva, gerando 3.000 empregos.<sup>31</sup>

### d) Dublagem

**A dublagem** experimentou um crescimento na última década e está liderado por estúdios como DINT, o mais grande com nove salas de gravação, Aeeda 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. Situação legal-institucional

As principais leis que impactam a indústria são a Lei 20.243 de 2008 sobre os Direitos Morais e Patrimoniais dos Intérpretes das Apresentações Artísticas Fixadas no Formato Audiovisual; as leis 18.838 de 1989 (reformada pela lei 19.131 de 1992) e nº 19.733 de 2014 da Televisão Digital Terrestre; a Lei da Produção Audiovisual 19.981 de 2004.

**A Lei nº 20.243 de 2008 sobre os Direitos Morais e Patrimoniais dos Intérpretes das Apresentações Artísticas Fixadas no Formato Audiovisual**, sancionada em 2008, estabeleceu o direito irrenunciável e intransferível dos intérpretes e artistas ao perceber uma remuneração no caso de emissão da obra audiovisual pela televisão, cinema, meios digitais interativos ou uso lucrativo do videograma, sem prejuízo da lei de direitos do autor.

**A lei nº 18.838 de 1989 e a lei nº 19.131 de 1992 regulamentam o serviço da televisão.** A segunda, sancionada nos primeiros anos uma vez recuperada a democracia, proferiu para reformar alguns aspectos da lei proferida pouco tempo antes de finalizar a ditadura de Pinochet, especialmente a duração das licenças que era indefinida e que estabeleceu durante 25 anos (a mais extensa da região). No entanto para os canais já estabelecidos em 1992 (os quatro tradicionais, Mega, La Red e Chilevisión) foi apresentada a duração indefinida. A lei cria o Conselho Nacional de Televisão (CNTV) como autoridade de execução, integrado por membros designados mediante um processo que envolve o Poder Executivo e o Senado. Não limita a presença de capital estrangeiro para os meios mas exige que seus titulares sejam chilenos. Estabelece o sistema de concursos públicos para atribuir as licenças. O SINTECI priorizou a implementação da lei 19.889, exigindo como requisito de aprovação dos projetos, que incluam o contrato trabalhista e os pagamentos das contribuições das leis previdenciárias. A lei obteve ampla aplicação aos técnicos e profissionais do cinema e do audiovisual, mas baixa aplicação aos atores, atrizes e demais artistas, como foi denunciado pelo SIDARTE.

**A Lei nº 20.750 de Televisão Digital Terrestre** foi sancionada em 2014, depois de muito tempo devido as pressões e recursos administrativos e judiciais das empresas de meios que ainda hoje dificultam sua plena vigência.<sup>33</sup> Foi estabelecida a obrigação de respeito ao pluralismo e a dedicação de pelo menos quatro horas semanais para programas educativos.

**A Lei nº 19.981 de Investimento Audiovisual** foi sancionada em 2004. Chile não tinha até então uma lei do cinema e contava com o FONDART desde 1992, que resultava insuficiente para financiar o custo dos filmes. Cria o Conselho de Arte e a Indústria Audiovisual (CAIA), de composição mista, incluindo um representante dos atores e outro de técnicos. Cria o Fundo de Investimento Audiovisual com fundos do orçamento nacional que seriam designados anualmente mediante concursos públicos.

As principais instituições da indústria são a Subsecretaria de Telecomunicações (Subtel), o Conselho Nacional de Televisão (CNTV), Conselho de Arte e a Indústria Audiovisual (CAIA), Fundo Nacional de Desenvolvimento Cultural e as Artes (FONDART) e o Fundo de Investimento do Audiovisual.

Com relação as coproduções e integração cinematográfica, são de fundamental importância o MERCOSUL e IBERMEDIA. Chile participa como estado filiado do MERCOSUL e na RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul), criada em 2003, que conta com uma secretaria permanente em Montevideo, o Observatório Mercosul Audiovisual (OMA), o Programa Mercosul Audiovisual em cooperação com a União Européia com um orçamento de 1,86 milhões de euros que incluem uma rede de salas, entre outras políticas.

Para a cooperação e associação entre países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como IBERMEDIA, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o título Nuestro cine/Nosso Cinema.

<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\\_televisión.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3834_2011/r103_lsierra_televisión.pdf)



# IV. Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Chile são regidas pelo Código do Trabalho que por sua vez tem uma seção especial para regulamentar o contrato dos trabalhadores de artes e espetáculos, estabelecida pela Lei 19.889 sancionada em 2003, embora nos atos a mesma não é aplicada. Os trabalhadores e trabalhadoras também são seriamente afetados pela tercerização e os incumprimentos sobre a jornada de trabalho. No ramo audiovisual somente existe acordos coletivos de empresa assinados no setor de televisão.

A **Lei 19.889 conhecida como Lei de Trabalhadores das Artes e o Espetáculo** foi sancionada em 2003. Inclui no Código do Trabalho um capítulo especialmente para regulamentar o contrato de trabalho nas atividades artísticas e do espetáculo, incluindo a televisão, o cinema e demais atividades audiovisuais. Estabelece a obrigação de realizar o contrato por escrito (escrituração) em todos os casos, por mais breve que seja o prazo. Jornada máxima de dez horas diárias. Descanso semanal obrigatório de 36 horas contínuas. Auxílio para transporte, alimentação e alojamento quando houver a necessidade de se locomover para outra cidade. Períodos salariais não maior de 30 dias.

SIDARTE denunciou que os canais e produtoras sonogam a lei sistematicamente, utilizando para contratar os atores das modalidades civis fraudulentas, chamadas “la boleta de honorarios” (nota sem valor fiscal), é dizer considerando o trabalho do ator como um serviço civil ou exigindo que o ator ou os atores se apresentem como uma empresa, seja ela uma produtora ou como uma empresa unipessoal para emitir notas fiscais.<sup>34</sup>

No *Mapeamento das Indústrias Criativas* publicado em 2014 pelo Conselho Nacional da Cultura e das Artes (CNCA) é indicado que 5.900 atores e diretores chilenos trabalham em cinema e televisão. No Setor, o mesmo mapeamento estabelece que 6.964 trabalhadores/as trabalham em televisão, 3.255 na indústria “audiovisual” e 55.775 em publicidade.<sup>35</sup> O mapeamento não discrimina a quantidade de trabalhadores/as que trabalham nos cinematógrafos mas levando em conta a quantidade de salas e telas das empresas exibidoras em outros países podem estimar-se 4.000 trabalhadores/as.

No setor de atores e atrizes, assim como no do cinema não há acordo coletivo. No setor de televisão vários sindicatos assinaram acordos coletivos. Por exemplo, o Sindicato do Canal 13 membro da FETRA TV, tem assinado um acordo coletivo trienal para o período 2015-2017 que estabelece prêmios por tempo de serviço quinquenal para os associados, jornada de 45 horas semanais com uma hora diária livre para almoço, descanso mínimo de 13 horas com exceções compensadas por maior tempo, 48 horas de descanso semanal, indenização especial por término de contrato, bônus especial por cobertura de incidentes extraordinários, horas extras de 50% em dias úteis e 60% nos domingos e feriados, diversos benefícios salariais para os associados, para transporte noturno, tarefas de risco, trabalho noturno, acidentes, vale refeição, quebra de caixa, bônus de setembro (festas Pátrias) e natal, bônus em março (escolar), bônus por casamento, nascimento, bolsas de estudo para filhos, férias de 20 dias, viagem e gastos, filiação sindical, indenização por demissão voluntária e não voluntário (entre 32 e 40 dias por ano de serviço), reembolso de 80% de receitas médicas, fundo médico, passagens aéreas para capacitação sindical e gratificação anual.

**Os salários** são estabelecidos e reajustados nos acordos coletivos, quando há. O salário mínimo é estabelecido anualmente pelo Poder Executivo depois de um consenso tripartido; seu montante no dia 01/07/2014 era de 225.000 pesos chilenos (365 dólares).

Os atores e atrizes contam ainda com uma sociedade de gestão (Chile Actores) que reúne os direitos de intérprete estabelecidos pelas leis dos direitos de autor e de intérprete.

Chile investiu na segurança social e saúde no período 2009-2011, 10,4% do PIB, abaixo da média da América Latina (13,2%), começando por Cuba (22,8%), sendo a média da Europa (26,7%).<sup>36</sup>

**A saúde** dos trabalhadores/as no Chile possui dois grandes sistemas, um público e outro privado: FONASA e ISAPRE. Em todos os casos os trabalhadores/as têm que contribuir

<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)

obrigatoriamente com 7% de seu rendimento para o sistema de saúde, tendo a opção de escolher uma “instituição de saúde” privada (ISAPRE) ou ficar com o Fundo Nacional de Saúde (FONASA). A maioria da população estão no FONASA. Nenhum dos dois sistemas é completamente gratuito, salvo para os setores carentes. Ao querer cobrir a família, deve-se apresentar para a entidade de saúde os dependentes familiares. No sistema ISAPRE as empresas tem a possibilidade de contratar ISAPRES fechadas, que abrangem seu pessoal; é o caso do Canal13 onde mediante acordo coletivo a empresa e os associados fizeram acordo para contratar uma Isapre fechada (cláusula 26, ponto b “Fundo de Saúde”). No setor de Cinema e Audiovisual, a maioria está na FONASA.

**O regime previdenciário** chileno é um sistema de capitalização individual mediante seguros privados (AFPs) estabelecido durante a ditadura de Pinochet pelo Decreto Lei 3.500 de 1980. O sistema foi muito criticado e em 2005 a presidenta Bachelet promulgou a Lei 20.255 estabelecendo um sistema solidário para compensar os desequilíbrios do sistema privado; equivalente em 2014 a presidenta Bachelet apresentou um projeto para criar uma AFP estadual, embora o projeto tenha sido questionado pela CUT, por insuficiência, exigindo um sistema solidário de distribuição.<sup>37</sup>

|  
| 37“CUT dice que proyecto de AFP estatal no  
| sirve para “garantizar pensiones dignas”  
| (2 de mayo de 2014). La Tercera, Chile,  
| Fuente: <http://www.latercera.com/noticia/nacional/2014/05/680-576322-9-cut-dice-que-proyecto-de-afp-estatal-no-sirve-para-garantizar-pensiones-dignas.shtml>  
|

# V. Situação sindical

Chile tem sindicalismo com um desenvolvimento considerável ainda que limitado por restrições legais impostas em um modelo de sindicato por estabelecimento, subcontratista de empresa e acordos coletivos do mesmo alcance, no qual estão proibidos os acordos coletivos de ramo, que promovem a fragmentação da representação sindical. No ramo audiovisual os três setores estão organizados mediante dois sindicatos interempresa e uma federação: SIDARTE, SINTECI e FETRA TV. Sem contar estes, existem alguns sindicatos de empresa.

**A Federação de Sindicatos de Empresas de Canais e Produtoras de Televisão Chilenas (FETRA-TV).** É uma federação nacional que reúne os sindicatos dos canais e produtoras de televisão, entre os que se sobressaem: TVN, Chilevisión, Mega, CDF, CNN, UCV e Canal 13. Os sindicatos dos sete canais tem atualmente acordos coletivos assinados. Os sindicatos possuem centros recreativos/turísticos de sua propriedade e acordos com diversas empresas de descontos para seus associados. A federação denunciou fortemente a subcontratação ilegal, como a denúncia na OIT reclamando a conduta do Canal 13 realizada em 2005 onde denunciaram que 30% dos trabalhadores estavam subcontratados.<sup>38</sup> Estão filiados à UNI.

**O Sindicato de Atores do Chile (SIDARTE)** é um sindicato interempresa que representa os atores, atrizes e demais artistas fundado em 1967. Em 2014 tinha 1900 associados, dos quais 51% são mulheres; a metade deles têm acesso a alguma Isapre e somente 30% estavam assegurados/as a uma seguradora de fundos de pensão.<sup>39</sup> Dos sete membros de seus dirigentes, três são mulheres. Tem sua sede em Santiago e delegações em Maule, Biobío, Los Lagos, Araucanía Antofagasta e Tarapacá. Não assinou nenhum acordo coletivo mas recorre aos mecanismos de diálogo social estabelecidos pelo Ministério de Trabalho com a finalidade de avançar no respeito da lei trabalhista sobre tudo com as produtoras, que se mostraram mais dispostas ao diálogo do que os canais, que adotaram uma postura de grande dureza. Por ser um sindicato interempresa, a lei restringe sua possibilidade de ter uma convenção coletiva, se a empresa não está disposta. Possuem um teatro, sede própria, book de atores, descontos nas empresas para sócios, convenios de saúde, dental, oftalmológico, oncologia e atenção hospitalar. Integra a Coordenadora Nacional dos Sindicatos Interempresa que reclama o pleno direito à negociação coletiva, sobre o que foi apresentado uma queixa na OIT. O sindicato está filiado à CUT e à UNI. Integra a Frente de Trabalhadores das Artes e a Plataforma das Artes Cénicas.

**Sindicato Nacional Interempresa de Profissionais e Técnicos do Cinema e Audiovisual (SINTECI).** Fundado em 1994 têm 600 associados, um total de 2.500 trabalhadores/as do setor dos quais 40% são mulheres. Dos cinco membros de dirigentes, três são mulheres. É um sindicato interempresa mas está em pleno processo de se constituir como federação com Plataforma Audiovisual, organização a que pertence junto com outras nove organizações do setor (Associação de Documentalistas, Associação de Diretores e Roteiristas, Sindicato de Atores, Associações regionais, etc.) Não tem convenções coletivas, afetada sob a restrição legal de negociar coletivamente que a lei impõe aos sindicatos interempresa. Possuem descontos nos convênios odontológicos para associados e com hospitais que possuem especialidades, por exemplo atenção oncológica. Não pertence a nenhuma central e pertence à FITEC e à UNI.

Entre outros sindicatos do setor detectados encontra-se o Sindicato de Trabalhadores da Claro Chile, que por sua vez formou uma rede informal com o Sindicato de Trabalhadores da Claro do 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. Síntese

### Dados gerais:

No mundo, é o **14º** país por extensão e o mais populoso de língua hispânica ●



Na América Latina é a **2ª economia** (1.261 bilhões de dólares)<sup>1</sup> ●



**2º** país em população (122 milhões)<sup>2</sup> ●



**7º** país em PIB por pessoa (US\$ 10.307, atrás do Uruguai, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil e Panamá)<sup>3</sup> ●



### Dados audiovisuais:

**2º** país da América Latina em produções de filmes (126 por ano e 1/milhão-hab)<sup>4</sup> ●



**9º** país em conexões de Internet (43,5%, atrás do Chile, Argentina, Uruguai, Venezuela, Colômbia, Brasil, Costa Rica e República Dominicana)<sup>5</sup> ●



**4º** país em conexões de banda larga (10,85% atrás do Uruguai, Argentina e Chile)<sup>6</sup> ●



A transmissão digital/analógica está prevista para 31 de dezembro de **2015**<sup>7</sup> ●



## A indústria

A **televisão** mexicana não chega a 5,1% da população.<sup>8</sup> Predomina a televisão aberta fortemente monopolizada pelos grupos Televisa e Azteca. 32,2% da população tem TV fechada por assinatura.<sup>9</sup> México liderou historicamente a **produção cinematográfica** latinoamericana mas a partir da década de 1990 retrocedeu fortemente, equilibrando-se com a Argentina e Brasil, com 126 filmes anuais, e ainda continua liderando amplamente a exibição com 248 milhões de espectadores (5º do mundo). A **publicidade** tem amplo desenvolvimento no México, que na Argentina e Brasil concentram 80% do investimento latinoamericano.<sup>10</sup> México é da mesma forma líder na indústria de **dublagem** para o espanhol

## Situação legal-institucional

México realizou em 2013 uma importante reforma constitucional sobre telecomunicações e radiodifusão (arts. 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105). As principais leis da indústria são a Lei Federal de Telecomunicações e Radiodifusão (LFTR), a Lei do Sistema Público de Radiodifusão (LSPR), a Lei Federal de Cinematografía (LFC) e sua regulamentação. As principais instituições da indústria são o Instituto Federal de Telecomunicações (IFT), IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), o FIDECINE, o FONCINE e os Estudios Churubusco

## Situação trabalhista

O principal problema é a alta precariedade e informalidade de aproximadamente 60%, agravada com a reforma da Lei Federal do Trabalho (LFT) de 2012 e a tercerização que supera a metade da força de trabalho. Os trabalhadores de rádio e televisão estão amparados por um Contrato Ley para o setor de âmbito nacional. A maioria dos atores e técnicos cinematográficos mantêm relações trabalhistas autônomas.

## Situação sindical

México tem um sistema de associação automática ao sindicato reconhecido. A organização sindical da indústria se apoia principalmente nos sindicatos nacionais. A maioria dos trabalhadores/as de TV estão organizados em SITATYR -que também inclui aos extras- e um número reduzido no STIRT, principalmente locutores. Os trabalhadores/as do cinema estão organizados em três sindicatos nacionais (STYM, STIC y STPC). Os atores e técnicos relacionados diretamente com a atuação estão organizados na 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. A indústria

## a) Televisão

México estimou oficialmente para 2012 que 5,1% das casas não tem televisão, o que equivale a 6 milhões de pessoas. Esta situação se agrava nos estados mais desfavorecidos como Oaxaca, onde esse mesmo ano 22,7% das casas não tinham televisão, Chiapas (21,3%) e Guerrero (15,9%).<sup>11</sup>

**A televisão aberta** se encontra sob o controle de duas empresas, Televisa e TV Azteca, que juntas controlam 93% da audiência, uma das mais altas do mundo.<sup>12</sup> Este forte controle privado era produzido sem a presença de uma TV pública nacional até 2014 que foi criado por lei um sistema público de TV, ainda em processo de instalação.

**A televisão fechada (a cabo e via satélite)** se estima em 58% em 2014,<sup>13</sup> embora segundo dados de 2012 somente 32,2% das casas tinham assinaturas formais,<sup>14</sup> o que indica um alto nível de informalidade e uma porcentagem de assinantes um pouco menor para a média latinoamericana mas em forte crescimento nos últimos anos.<sup>15</sup> Televisa também monopoliza o mercado da TV fechada com 60% dos assinantes através de cinco empresas de TV via satélite e cabo: Sky (39,2%), Cablemás (7,5%), Cablevisión (5,6%), Cablecom (4,8%) e TVI (3%).<sup>16</sup>

Para a **televisão digital** México adotou (como os Estados Unidos, Canadá e grande parte da América Central) a norma ATSC, de origem americana. As transmissões digitais começaram em 2014 e **a data prevista para a transmissão digital/análoga está prevista para 31 de dezembro de 2015.**<sup>17</sup>

A expansão da televisão digital ampliará também a **televisão móvel** como um subsetor transversal da indústria audiovisual, recorrente de conteúdos e formatos especiais para esta modalidade.

Em relação aos **conteúdos** México tem uma importante produção de novelas com estilo próprio, com um considerável mercado de exportação. Por importância lidera junto com o Brasil a produção do subcontinente, monopolizada pelo Grupo Televisa.<sup>18</sup>

A indústria da **dublagem** no México tem longa tradição desde sua origem na década de 1940, desenvolvendo dublagens para toda América Latina. Nas últimas décadas a indústria retrocedeu relativamente, frente ao avanço ou início de outros países, como Venezuela e Argentina na tendência de realizar as dublagens em cada país.<sup>19</sup>

## b) Cinema

O **cinema mexicano** sofreu um sério retrocesso a partir de 1990, devido a retirada do Estado, a eliminação da quota de tela e o TLCAN (1994), após ter liderado historicamente a indústria latinoamericana, embora na última década tenha retomado seu crescimento.<sup>20</sup> Enquanto que no período de 1984-1993 México produziu uma média de 74 filmes por ano, no período de 1994-2003 essa média foi reduzida a 23 filmes por ano.<sup>21</sup> Na última década a produção se recuperou parcialmente, realizando em 2013 126 filmes.<sup>22</sup> O número é similar a produção anual da Argentina (120 em 2013)<sup>23</sup> e Brasil (127 em 2013),<sup>24</sup> mas com relação ao número da população muito diferente, já que enquanto na Argentina são produzidos 3 filmes a cada milhão de habitantes, no México é de 1 e no Brasil é de somente 0,67. Como país de referência extra-regional, Espanha produziu 231 filmes em 2013, com uma proporção de 5 filmes por habitante.<sup>25</sup>

México, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que oscila em 80%.<sup>26</sup> A porcentagem de espectadores de filmes brasileiros no Brasil, oscila entre 4 e 12%.<sup>27 28</sup> Em 2013 os espectadores que assistiram filmes mexicanos no México foram 30,1 milhões, que representaram 12% do 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", Gestiópolis. 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-157-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 nº 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,

No período 1998-2008 foi o terceiro país latinoamericano que mais filmes exportou para a Europa com 28 filmes que representaram 25% do total; na frente se localiza a Argentina com 52 filmes e México com 33; o desempenho exportador mexicano melhora levemente tratando-se de coproduções, alcançando no mesmo período 67 filmes, atrás da Argentina com 139 e Brasil com 46 filmes.<sup>30</sup>

No que diz respeito a exibição, México teve um salto qualitativo nos anos 90 passando de 14º lugar em 1994 para 4º lugar do mundo em 2000,<sup>31</sup> com uma média de aproximadamente 2 ingressos anuais por habitante. Em 2013 foram 248 milhões de espectadores, que representaram uma média de 2,1 ingressos por habitante.<sup>32</sup> Trata-se da média mais alta da América Latina esse mesmo ano (Chile: 1,2; Argentina: 1,15; Colômbia: 0,9; Brasil: 0,7), e superior inclusive a Espanha (1,7), ainda que de todos os modos a média é bastante inferior a de seus sócios do TLCAN, Canadá (3,8) e Estados Unidos (3,9).<sup>33</sup>

Com relação as telas, México contou em 2013 com 5547 salas.<sup>34</sup> Trata-se de um número muito alto, o dobro do Brasil com a metade da população. Contudo, o IMCINE senhalou que o principal problema que afeta neste aspecto é que 91% dos municípios não tem salas de cinema e 40% da população não tem um cinema perto.<sup>35</sup> Entre as empresas proprietárias predomina amplamente Cinépolis com 57,3% dos espectadores, seguido da Cinemex (15,1%), MM Cinemas (12,5%) e Cinemark (6,8%).<sup>36</sup> Cinépolis é a quarta maior empresa exibidora do mundo, com presença também em Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Colômbia, Perú, Brasil e Índia.<sup>37</sup>

## c) Publicidade

**A publicidade** está em amplo desenvolvimento no México, e com Argentina e Brasil concentram 80% dos investimentos latinoamericanos no setor.<sup>38</sup> Trata-se de um setor muito sensível à concorrência global e com a evolução dos custos comparativos.

Em 2010 a publicidade mexicana tinha cerca de 250 agências publicitárias, das quais 20 concentram a maior parte dos investimentos. As mais importantes são seis agências multinacionais: Young & Rubicam, Panamericana Ogilvy & Mather (Grupo Ogilvy), McCann Erickson, J. W. Thompson, Leo Burnett, Noble DMB&B.

A câmara empresarial que agrupa as maiores empresas de publicidade é a Associação Mexicana de Agências de Publicidade (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. Situação legal-institucional

Em 2013 México realizou uma **reforma constitucional (arts. 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105) sobre telecomunicações e radiodifusão** como consequência da Parceria feita por México comemorado o ano passado entre os principais partidos políticos (PRI, PAN, PRD e Ecologista). A reforma procura fortalecer uma política de inclusão digital, acesso da população à informação e ao conhecimento, a criação de uma rede integrada dos serviços de telecomunicações e a atenuação dos oligopólios, ao mesmo tempo que dispõe criar duas redes nacionais públicas.

**A Lei Federal de Telecomunicações e Radiodifusão (LFTR)** foi sancionada em 2014, com críticas do PAN e do PRD. Cria o Instituto Federal de Telecomunicações, estabelecendo quatro tipos de concessões de radiodifusão (comercial, pública, privada e social), regulamenta as concessões de licenças e os direitos dos usuários, estabelece um prazo de 20 anos de duração para as licenças de TV com renovação ilimitada -um dos prazos mais extensos do mundo. A legislação está fortemente influenciada pela empresa Televisa, de tal modo que a lei anterior de radiodifusão sancionada em 2007 -e declarada inconstitucional em vários pontos centrais- foi conhecida massivamente como “Lei Televisa”. Apesar disso a principal inovação das leis de radiodifusão sancionadas em 2014, foi a criação de um sistema público de radiodifusão cujo objetivo romper o duopólio entre Televisa e TV Azteca.

**A Lei Federal de Cinematografia (LFC)** foi sancionada em 1992 com reformas posteriores e sua regulamentação de 2001. A lei de inspiração neoliberal eliminou quase que totalmente a presença do Estado na indústria cinematográfica, suprimindo também a quota de tela e proibindo a dublagem para o espanhol no cinema com exceção dos filmes infantis (esta proibição deveria ser declarada inconstitucional em 2000). Em 1996 houve uma reforma atenuando levemente o privatismo da lei e em 1999 uma reforma mais profunda estabelecendo uma quota de telas de 10% (menos que a autorizada por TLCAN 30%) e a criação do FIDECINE.

O Tratado de Livre Comércio da América do Norte (TLCAN) subscrito por Estados Unidos, México e Canadá em 1992 teve uma enorme incidência em todas as áreas socio-econômicas do México. Com respeito a indústria audiovisual foi criticado que México ao contrário do Canadá, não invocou a “exceção cultural”, criada na OMC por França em 1993 e adotada pela UNESCO em 2005, que permitiu ao Canadá levar adiante políticas de financiamento, promoção e proteção de sua indústria audiovisual, sem que TLCAN pudesse impedir.<sup>39</sup>

As principais instituições da indústria são o Instituto Federal de Telecomunicações (IFT), IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), o FIDECINE (Fundo de Investimento e Estímulo do Cinema), o FONCINE (Fundo de Fomento à Qualidade Cinematográfica) e os Estudios Churubusco de propriedade estadual, cujos serviços são utilizados 95% dos filmes produzidos no México.

Em relação a filiação entre países latinoamericanos se destaca o Acordo Latinoamericano de Coprodução Cinematográfica de 1993, ao que aderiu Espanha. É muito importante também o âmbito estabelecido pela Convenção de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o 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. Situação trabalhista

México tem um sério problema, a alta precariedade e informalidade trabalhista estimada em 60%, agravada com a reforma da Lei Federal do Trabalho (LFT) de 2012 e a prática generalizada da tercerização que em média supera a metade da força de trabalho das empresas. A contratação dos trabalhadores formais não tercerizados costuma ser realizada através dos sindicatos.

Os trabalhadores de rádio e televisão não informais e não tercerizados estão amparados por **Contrato Lei de Rádio e Televisão (CLRT)**. Um contrato lei (arts. 404 a 421 de la LFT) é um tipo de acordo coletivo da máxima hierarquia legal, que regulamenta um ramo da indústria e se faz obrigatório para todos os trabalhadores/as e empresas do setor. O CLTR rege aproximadamente 30 mil trabalhadores associados em 11 sindicatos.<sup>40</sup> Estabelece um salário mínimo de US\$ 25 diários; representante em cada empresa do sindicato maioritário; contratação obrigatória dos trabalhadores/as propostos pelo sindicato, obrigação de certificado para trabalhar de locutor, comentarista ou cronista; proteção contra o desemprego e as sanções para os trabalhadores sindicalizados; obrigatoriedade dos locutores, cronistas, comentaristas e pessoal técnico sejam membros do sindicato; jornada de 40 horas semanais e 100% em caso de horas extras; férias anuais iniciais de sete dias trabalhados; comissões, assembléias de segurança e higiene em cada empresa; prêmio por demissão voluntário com mais de sete anos, uma média entre 14 e 17 dias de remuneração por ano por tempo de serviço.

Os atores e atrizes que trabalham na Televisa e TV Azteca, empresas que praticamente monopolizam o emprego audiovisual de ficção na televisão, são regidos por acordos coletivos que ANDA assinou com essas empresas. Devido a estes acordos essas empresas só podem contratar atores, atrizes e demais artistas que sejam associados/as ao sindicato. A jornada de trabalho é estabelecida por seis horas, após esse período deve-se pagar horas extras. Este regime não contempla inscrição no seguro social (IMSS).

Os técnicos de cinema, 75% são regidos por contratações individuais sem nenhuma proteção trabalhista nem sindicalização (freelancers). 25% está sindicalizado principalmente em StyM, que é mediadora na contratação e estabelece as condições com as empresas produtoras de filmes. No setor das salas cinematográficas há vários contratos de proteção assinados por Cinemex, Cinermark e Cinopolis, com o STIC, mas também com a questionadora “federação sindical” de Ramón Gamez, conhecido como o Zar dos Contratos de Proteção.

**Os salários** dos trabalhadores sindicalizados são estabelecidos a cada dois anos mediante acordos coletivos ou tabelas salariais acordadas, pelos sindicatos federais ou locais. Aproximadamente 4 milhões de assalariados estão assegurados por acordos coletivos.<sup>41</sup> Com respeito ao salário mínimo, existem dois salários mínimos, por região, que se estabelece anualmente mediante resolução do CONSAMI (Comissão Nacional dos Salários Públicos), órgão tripartido descentralizado; seu montante em 01/04/2015 de 70,10 pesos diários (4,6 dólares ou 168 dólares mensais) para a Região A e de 68,28 pesos diários (4,5 dólares) para a Região B.<sup>42</sup>

México investiu na previdência social e na saúde no período de 2009-2011, 7,7% do PIB, muito abaixo da média da América Latina (13,2%), onde Cuba (22,8%) que se localiza em primeiro lugar, e da média da Europa (26,7%).<sup>43</sup>

**México atende a saúde dos trabalhadores/as mediante um seguro diferente de acordo com o setor público ou privado.** Os trabalhadores/as sob relação de dependência no setor privado contam com o seguro de saúde que administra o IMSS (Instituto Mexicano de Segurança Social), de integração tripartida, mediante um investimento obrigatório, ao que é somado contribuições do empregador e do Estado. Os trabalhadores autônomos podem aderir este sistema voluntariamente. O seguro de saúde do IMSS cobre 40% da população,<sup>44</sup> afetada pelas altas taxas de informalidades e tercerização.

**O regime previdenciário** é regido pela Lei de Seguro Social de 1997 que estabelece um sistema de capitalização individual administrado por um tipo específico de empresa

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

<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.

chamado AFORE (Administradora de Fondos para el Retiro). A partir dos 60 anos (idade avançada) ou 65 (velhice) e um período mínimo de contribuição, é possível ter acesso a uma pensão cujo montante em cada caso dependerá da quantidade contribuída e a idade de se aposentar. O sistema é financiado pela renda total e contribuições de 6,5% para o trabalhador dependente, o mais baixo do continente. Não contempla a situação dos trabalhadores descontínuos, como o caso dos atores, locutores e trabalhadores da indústria cinematográfica. Com a alta taxa de informalidade e a baixa taxa de contribuições, a cobertura por velhice no México chega somente a 35%, quase a metade da média da América Latina.<sup>45</sup>

|  
| 45 “Sólo 35% de trabajadores tiene hoy segura  
| su pensión” (27 de abril de 2015), Excelsior.  
| Declaraciones de Alfonso Navarrete Prida,  
| Secretario de Trabajo y Previsión Social de  
| México.

# V. Situação sindical

México possui um modelo de sindicato que permite estabelecer por acordo coletivo a associação automática ao sindicato reconhecido ou a contratação exclusiva de trabalhadores/as sindicalizados/as. Existem sindicatos federais e sindicatos locais, mas só o primeiro pode assinar acordos coletivos. Uma característica do modelo mexicano são os chamados “contratos de proteção” que impediram em muitos casos o desenvolvimento do sindicalismo representativo em muitas empresas. A organização confederalista do sindicalismo mexicano tem um grande âmbito chamado Congresso do Trabalho, ligado ao PRI, o qual estão filiadas as confederações, federações e os sindicatos nacionais. Existem várias confederações, mas as duas mais importantes são a CMT e a CROC. Fora do Congresso do Trabalho existem sindicatos autônomos que nunca puderam se organizar em confederações.

## **Sindicato Industrial de Trabalhadores e Artistas de Televisão e Rádio (SITATYR)**

organiza e representa entorno de 22.000 trabalhadores/as, principalmente das empresas de televisão. Fora do sindicato ficam uns 44.000 trabalhadores/as sob o regime de tercerização. Trata-se de um sindicato federal com 39 seções por todo o país. Negocia e administra, junto com outros onze sindicatos, o Contrato Lei de Rádio e Televisão. Também tem acordos coletivos com as empresas de televisão mais importantes. O maior empregador do setor é a Televisa e em segundo lugar a TV Azteca. A recente lei de 2014 ao criar o Sistema Público de Radiodifusão criou duas redes públicas nas que estimam-se que há 10.000 trabajadores/as temporários. O sindicato tem várias áreas de recreação e descontos turísticos e médicos para seus associados. Está filiado à CNT e à UNI.

Outros sindicatos atuantes no setor de radiodifusão mexicano são o **STIRT (Sindicato de Trabalhadores da Indústria de Rádio e Televisão)**, um sindicato nacional com 73 seções que agrupa principalmente aos locutores e trabalhadores de rádio; e o **SIEMARM (Sindicato Industrial de Empregados e Artistas de Radiodifusores Mexicanas, Similares e Conexos)**, ambos pertencentes a CTM. Do mesmo modo, em Monterrey atua o Sindicato de Trabalhadores de Rádio e TV (STRT), um sindicato local.

**ANDA.** Os atores, atrizes, artistas, modelos e técnicos relacionados com a atuação estão organizados na Associação Nacional de Atores (ANDA), sindicato de âmbito nacional com 14.000 associados. Assinou acordos coletivos com a Televisa e a TV Azteca que estabelecem que os artistas contratados por essas empresas devem filiar-se ao sindicato. Possui uma importante sede no DF que inclui o Teatro Jorge Negrete e conta com seções e delegações em Tijuana, Cidade Juárez, Monterrey, Guadalajara, Acapulco, Veracruz e Mérida. Não está filiada a nenhuma confederação nacional e está filiada à FIA mas faz vários anos que não participa nem mantém contato.

Os trabalhadores/as do cinema estão organizados principalmente em dois sindicatos nacionais (**STyM y STIC**). O **STyM (Sindicato de Trabalhadores Técnicos e Manutenção da Produção Cinematográfica)** tem uns 500 associados que constituem 25% de técnicos que atuam na indústria, muitos deles pertencentes do Estudios Churubusco de propriedade estadual. Tem sede própria no DF e administra uma caixa de fundos de pensão de seus assegurados, prestando também cobertura para a saúde. Filiado à FITEC.

O **STIC (Sindicato de trabalhadores da Indústria Cinematográfica)** organiza principalmente os trabalhadores/as que desempenham nas salas cinematográficas, onde assinou contratos de proteção com Cinemex, Cinermark e Cinopolis. Tem uns 8.000 associados sob um total de 60.000 trabalhadores/as do setor.<sup>46</sup>

Por sua parte a CROC tem um sindicato chamado **União de Trabalhadores Executantes da Música, Dançantes, Bailarinos, Artistas, Intérpretes, Modelos, Assistentes, Extras e Trabalhadores em Geral de Espectáculos Públicos, Cinema e Vídeo, Similares e Conexos**, que de forma simplificada é conhecida como **União de Músicos e Artistas CROC**, que em 2002 declarava ter 2.500 associados.<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.

# URUGUAI

## I. Síntese

### Dados gerais:



Na América Latina Uruguai é a **10ª economia** (55 bilhões de dólares, atrás do Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colômbia, Chile, Perú, Equador e República Dominicana) <sup>1</sup>



um dos países de menor população (3,4 milhões) <sup>2</sup>



**1º** país em PIB por pessoa (US\$ 16.350) <sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

**14 filmes** por ano (3,6/milhão-hab) <sup>4</sup>



**3º** país em conexões de Internet (58,1%, atrás do Chile e Argentina) <sup>5</sup>



**1º** país em conexões de banda larga (21,13%) <sup>6</sup>



A transmissão digital/análogica será no dia 21 de novembro de **2015** <sup>7</sup>



## A indústria

A **televisão** uruguaia está quase totalmente concentrada em Montevideo, onde há três canais privados e um público de TV aberta. Tem alta estrangeirização, principalmente de produções da Argentina e Estados Unidos. Em 2014 sancionou uma “Lei de Meios” (Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual) que tem entre suas finalidades aumentar a produção nacional. A **televisão fechada** tem alta penetração com amplo predomínio a cabo, com a empresa americana DirectTV (18%) e a argentina Cablevisión (17%) do Grupo Clarín, liderando o mercado. **O cinema e a produção audiovisual** se expandiu na última década, com forte apoio estadual, embora o mercado seja muito pequeno para autossustentar-se como indústria cinematográfica. **A publicidade** tem se expandido fortemente com 50% das obras destinadas aos mercados externos <sup>8</sup>

## Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei nº 19.307 de serviços de comunicação audiovisual (2014) e a Lei nº 18284 do ICAU e o audiovisual (2008). As principais instituições da indústria são o Conselho de Comunicação Audiovisual (ainda não instalado), o Instituto de Cinema e Audiovisual do Uruguai (ICAU) e o Fundo de Fomento Cinematográfico.

## Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Uruguai são regidas por uma variedade de leis não sistematizadas de nenhuma ordem. O emprego informal foi reduzido de 40% em 2004 a 25% em 2012.<sup>9</sup> Em 2008 foi sancionada a Lei 18384 estabelecendo o Estatuto do Artista e criando o Registro Nacional de Artistas e Atividades Conexas. Em 2005 foi revitalizada a instituição dos Conselhos de Salários, âmbitos de negociação tripartida organizados em grupos por ramos e setores; um dos grupos, o nº 18 de Serviços Culturais de Lazer e Comunicações, em que se inclui o setor audiovisual. No ramo audiovisual não publicitário SUA firmou um acordo coletivo de trabalho.

## Situação sindical

Uruguai tem sindicalismo com importante desenvolvimento que se fortaleceu nos últimos anos com os Conselhos Salariais, um dos grupos cujo faz parte o ramo audiovisual (Grupo 18). Os trabalhadores/as audiovisuais estão organizados no setor artístico de atores na Sociedade Uruguaia de Atores (SUA), o setor televisivo na Federação Uruguaia de Trabalhadores de Televisão e Afins (FUTTVA) e a Associação de Trabalhadores de Televisão Nacional (ATTN) e a indústria cinematográfica na 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. A indústria

## a) Televisão

Uruguai tem alta presença da televisão na população e só 2,95% das casas não possuem televisão, ainda que essa porcentagem nas zonas rurais se eleva a 12,64%.<sup>10</sup>

**A televisão aberta** está quase totalmente concentrada em Montevideo, onde há três canais privados (Monte Carlo, Saeta e Teledoce) e um público (TNU). Os três grupos privados controlam a maioria dos meios de rádio, televisão, cabo e gráficos do país. Monte Carlo TV (Canal 4) está controlado pelo grupo argentino-uruguaio Romay Salvo. Saeta (Canal 8) pertence ao grupo uruguaio Fontaina-De Feo. Teledoce pertence ao grupo uruguaio Cardoso Pombo Scheck. Os três grupos privados controlam 95,5% do mercado.<sup>11</sup>

A **televisão por assinatura** tem alta penetração com amplo predomínio a cabo. Os três grupos privados que controlam a televisão aberta se associaram para criar a empresa Equitel para controlar a instalação a cabo e outras infra-estruturas essenciais da televisão paga.<sup>12</sup> Os três grupos controlam a metade dos assinantes através de várias empresas a cabo, e a eles soma-se a empresa americana DirectTV da TV via satélite (21%) e a argentina Cablevisión (10%) do Grupo Clarín.<sup>13</sup>

A televisão uruguaia, tanto aberta como paga, tem alta estrangeirização, principalmente das produções da Argentina e dos Estados Unidos.<sup>14</sup> Mas os 50% dos programas de entretenimento são produzidos na Argentina, por tanto 71% das produções são de ficção feitas fora do país (30% nos Estados Unidos; 14% na Europa; 11% na Argentina e 16% no resto da América Latina).<sup>15</sup> A sanção da “Lei de Meios” em 2014, ainda pendente de regulamentação, tem como um de seus principais objetivos aumentar a produção nacional televisiva.

## b) Cinema

**O cinema e a produção audiovisual** tem se expandido na última década, com o apoio estadual que tem crescido mas é ainda insuficiente, embora o mercado seja muito pequeno para autossustentar-se como indústria cinematográfica. Antes do ano 2001 (ano da estreia de *25 Watts*) Uruguai praticamente não tinha produção sistemática de longa-metragens. A partir desse ano e sobre tudo desde a sanção da lei do cinema e a criação do ICAU, começaram a produzir longa-metragens regularmente, com o predomínio de documentários, além de uma considerável produção de curta-metragens e cinema publicitário que existe desde os anos 90.

Em 2005 produziram cinco filmes,<sup>16</sup> em 2010 produziram dez filmes<sup>17</sup>, que passaram a ser quinze em 2013 e quatorze em 2014.<sup>18 19</sup> Um enorme esforço para um país com pouco mais de três milhões de habitantes, de 3,6 filmes para cada milhão de habitantes, a porcentagem mais alta da América Latina, mas levando em conta que até 2014, as relações trabalhistas eram irregulares e sem amparo da previdência social.

Uruguai, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que superam 80%.<sup>20</sup> A porcentagem de espectadores de filmes uruguaio no Uruguai, oscila entre 2% e 6%,<sup>21</sup> muito mais baixo que outros países latino-americanos com cinematografia própria que convocam em média o dobro ou o triplo. Em 2013 os espectadores que assistiram filmes uruguaio no Uruguai foram 75.463, que representam 3% do total.<sup>22</sup>

No que diz respeito a exibição, o Uruguai tem uma média de 0,7 ingresso anual por habitante. Dados de 2011 indicam que foram 2,6 milhões de espectadores,<sup>23</sup> que representaram a média de 0,75 ingressos por habitante. Trata-se de uma média pouco baixa em comparação com outros países da América do Sul neste mesmo ano (Brasil: 0,7; Colômbia: 0,9; Argentina: 1;

<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.icaugub.uy/innovaportal/file/10142/1/boletin-02-16-11.pdf](http://www.icaugub.uy/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)

Uruguai: 1,1; Chile: 1,2), e muito mais baixo que México (2,1) e Espanha (1,7), sem falar no Canadá (3,8) ou Estados Unidos (3,9).<sup>24</sup>

Com relação as telas e sem dados atualizados, Uruguai contava em 2005 com 85 salas, sendo os exibidores mais importantes Moviecenter (22 salas) e Hoyts (13 salas).<sup>25</sup> No Uruguai é muito importante o “circuito cultural” de salas integrado pela Cinemateca Uruguai e o SODRE com 10 salas, onde o cinema dos Estados Unidos só alcança 10% da porcentagem de exibição.<sup>25</sup>

### c) Publicidade

**A publicidade** se estabeleceu como indústria no Uruguai nos anos 90, com 50% das obras destinadas aos mercados externos.<sup>27</sup> A atividade faturou em 2009 o valor de 56 milhões de dólares dos quais exportou 22 milhões.<sup>28</sup> A SUA deu a devida atenção para a importância do mercado publicitário e a alta evasão que foi produzida no mesmo, estabelecendo que anualmente no Uruguai são produzidos 547 comerciais por ano, com a contratação de 58 trabalhadores por comercial (5 diretores, 30 técnicos, 3 atores e 20 extras).<sup>29</sup> A atividade fatura aproximadamente U\$S 56 milhões e exportou a metade (22 milhões), nos registros de 2009.<sup>30</sup>

<sup>24</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>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. Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei nº 19.307 de serviços de comunicação audiovisual (2014) e a Lei nº 18284 do ICAU e o audiovisual (2008). As principais instituições da indústria são o Conselho de Comunicação Audiovisual (ainda não instalado), o Instituto de Cinema e Audiovisual do Uruguai (ICAU) e o Fundo de Fomento Cinematográfico.

**A Lei nº 19.307 de Serviços de Comunicação Audiovisual ou “Lei de Meios”** foi sancionada no final de 2014. Limita a quantidade de assinaturas da TV paga para 25% do total e até 35% se não existir concorrência, assim como a publicidade para 15 minutos por hora. Proíbe meios dominados por capital estrangeiro. Disponibiliza a criação do Conselho de Comunicação Audiovisual, cujos membros serão elegidos pelos poderes Executivo e Legislativo. Limita as licenças por empresa para três de rádio ou televisão aberta e seis de televisão paga. 60% deverá ser referente a produção ou coprodução nacional e 30% independente. Impõe quotas de produção e emissão nacional: 50% na TV privada, 70% na TV pública e 20% na ficção. Inclui a cláusula de consciência para os jornalistas.

A Lei de Meios foi e continua sendo muito resistida pelo setor empresarial, especialmente por ANDeBU (Associação Nacional de Broadcasters Uruguaios) que sustentou que só os regimes fascistas têm leis de meios.<sup>31</sup> Atualmente a Lei de Meios encontra-se impugnada pelo setor empresarial judicialmente e o governo anunciou que não a regulamentará até que as impugnações judiciais sejam resolvidas.<sup>32</sup>

**A Lei do Audiovisual nº 18.284** foi sancionada em 2008. Uruguai não tinha lei do cinema, embora nos anos 90 haviam criado algumas instituições públicas para promover o cinema e vinham atuando organizações privadas como a Cinemateca Uruguiaia, que favoreceram a produção de curta e média-metragens.<sup>33</sup> A lei se originou em um projeto da ASOPROD (Associação de Produtores e Realizadores de Cinema do Uruguai). A Lei cria o Instituto do Cinema e o Audiovisual do Uruguay (ICAU) integrado por representantes do Estado, do setor privado e cultural, e das organizações representativas dos coletivos que atuam na indústria cinematográfica, incluindo os sindicatos. É criado o Fundo de Fomento Cinematográfico e Audiovisual, com um orçamento de um milhão de dólares, um orçamento considerável para o tamanho do país, o qual se somará a outros fundos públicos como o do município de Montevideo, assim como os do Mercosul e Ibermedia. O resultado foi uma multiplicação por seis do investimento público no cinema e audiovisual, com ocupação de 4.000 postos de trabalho entre permanentes e temporários.<sup>34</sup>

As principais instituições são a Unidade Reguladora de Serviços de Comunicações (URSC), o Conselho de Comunicação Audiovisual (ainda não constituído), o Instituto do Cinema e o Audiovisual do Uruguay (ICAU) e o Fundo de Fomento Cinematográfico e Audiovisual. No setor privado ocupa um papel de grande importância a Cinemateca Uruguiaia.

Referente a **coprodução e integração cinematográfica**, são importantes o MERCOSUL e IBERMEDIA. No MERCOSUL é importante a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul), criada em 2003, que conta com uma secretaria permanente em Montevideo, o Observatório Mercosul Audiovisual (OMA), o Programa Mercosul Audiovisual em cooperação com a União Europeia com um orçamento de 1,86 milhões de euros que incluem uma rede de salas, entre outras políticas.

Para a cooperação e associação entre países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como na IBERMEDIA, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, **Uruguai** e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente no horário de preferência pelas televisões públicas, com o 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-congelola-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. Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Uruguai são regidas por uma variedade de leis não sistematizadas de nenhuma ordem. O emprego informal foi reduzido de 40% em 2004 a 25% em 2012.<sup>35</sup> Em 2005 a instituição dos Conselhos de Salários foi revitalizada, âmbitos de negociação tripartida organizados em grupos por ramos e setores; um dos grupos, o nº 18 de Serviços Culturais de Lazer e Comunicações, é o âmbito que corresponde aos trabalhadores/as audiovisuais.

**A Lei nº 18384 do Estatuto do Artista** foi sancionada em 2008 e constitui uma conquista sindical. Cria o Registro Nacional de Artistas e Atividades Conexas onde devem se inscrever os artistas. Entre as disposições da lei figuram a inclusão dos períodos de ensaio na contagem do tempo de serviço do artista para fins de aposentadoria. A eles adiciona-se, quando há um único contrato com várias atuações, o período entre uma atuação e outra será considerado parte do prazo do contrato, sempre que não exceda quinze dias. Quando a soma dos períodos contabilizados no ano civil for de 150 jornadas de trabalho ou mais, será contabilizado um ano íntegro de serviços. A regulamentação da Lei 18384 foi realizada pelo Decreto 266/2009 mas as autoridades previdenciárias ainda não haviam adaptado os mecanismos.

**GREMIOCINE e SUA firmaram uma CCT para o setor cinematográfico** com ASOPROD (representante dos empregadores) em 2014 a primeira CCT para o setor audiovisual. Estabelece uma cláusula compensadora da inflação ao finalizar o prazo caso haja diferença que prejudique o trabalhador. Frequência do pagamento semanal ou quinzenal para produção e pos-produção também pode ser mensal. Cláusulas sobre segurança; alimentação, traslados e hospedagem. Contagem da jornada (desde o ponto de encontro até o ponto de encontro). No capítulo dedicado aos atores cria a figura do prestador de serviços fiscais do sindicato no lugar de trabalho, para a SUA. Categorização dos personagens a cargo da SUA. Precisão sobre a cessão dos direitos do intérprete. Cobrança de meia jornada por suspensão das tarefas. Seção especial para o trabalho noturno dos técnicos.

**Os salários** são estabelecidos nos Conselhos de Salários, na composição setorial e tripartida. O salário mínimo é estabelecido pelo Presidente com prévia consulta com os atores sociais; sua quantia no dia 01/01/2015 é de 10.000 pesos uruguaios (400 dólares).<sup>36</sup>

Os atores e atrizes contam ainda com uma sociedade de gestão (SUGAI) que faz valer os direitos do intérprete, criada pelo decreto presidencial em 2011.

Uruguai investiu na previdência social e saúde no período entre 2009-2011 o total de 17,9% do PIB, acima da média da América Latina (13,2%) onde se localiza em quarto lugar atrás de Cuba (22,8%), Brasil (21,3%) e Argentina (18,1%) e da média da Europa (26,7%).<sup>37</sup>

**A saúde** no Uruguai possui três sistemas: pré-pago, mutual e pública. A maioria optam pelo mutual, onde o trabalhador/a dependente contribui entre 4,5-8% e o empregador com 8%, enquanto que o trabalhador independente contribui com 6%. No pré-pago é necessário pagar um adicional e na pública tem que demonstrar incapacidade econômica para contribuir (cartão do “pobre”). Os trabalhadores audiovisuais e artísticos temporários encontram dificuldades para a cobertura, porque deve ter o pagamento mensal em dia para poder ser atendido.

**O regime previdenciário** é um sistema misto que combina a repartição solidária (BPS) com a capitalização individual (AFAP). É regida pela Lei 16.713. Cada pessoa contribui com 15% de sua contribuição à Previdência Social (BPS). Em alguns casos é obrigatório e em outros voluntário (sobre tudo para os trabalhadores mais antigos) as pessoas contribuintes escolhem uma AFAP (Administradora de Fundo de Poupança Previdenciária) onde abre uma conta individual de capitalização com uma parte de sua contribuição. Os trabalhadores audiovisuais com desempenho temporário enfrentam sérios problemas para reunir os requisitos da aposentadoria, mas a Lei do Intérprete, ao reduzir os dias necessários para contabilizar um ano de serviço, estabelece outros mecanismos no mesmo sentido e aumenta as possibilidades da aposentadoria.

<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. Situação sindical

Uruguai tem sindicalismo com importante desenvolvimento que se fortaleceu nos últimos anos com os Conselhos Salariais, um dos grupos cujo faz parte o ramo audiovisual (Grupo 18). Os trabalhadores/as audiovisuais estão organizados no setor artístico/ de atores na Sociedade Uruguia de Atores (SUA), o setor televisivo na Federação Uruguia de Trabalhadores de Televisão e Afins (FUTTVA); a Associação de Trabalhadores de Televisão Nacional (ATTN) e a indústria cinematográfica na Cinegremio.

A **Sociedade Uruguia de Atores (SUA)** é um sindicato nacional fundado em 1941 que organiza os atores, atrizes, desenhistas e técnicos. Possui ao redor de 1500 associados/as dos quais 700 são atores e atrizes; a quantidade de mulheres associadas é maior que a de homens. A cada sete membros do conselho de dirigentes, três são mulheres. No setor audiovisual existe um acordo coletivo de trabalho, assinado conjuntamente com o Gremiocine e com ASOPROD para o setor cinematográfico. Esta sendo negociada a realização de um acordo sobre o setor publicitário. O Sindicato possui um Fundo Social que se sustenta com um imposto dado ao espetáculo ao vivo e oferece alguns programas de caráter universal como convênio para óculos. Filiada ao PIT-CNT e à FIA.

**Federação Uruguia de Trabalhadores de Televisão e Afins (FUTTVA)** está integrada por cinco sindicatos de empresa: a Associação de Empregados da Saeta (AES), a Associação de Empregados da Monte Carlo TV (ADEMT), a Associação de Empregados da Rede de Televisão (ADERT), a Associação de Funcionários da VTV e a Associação de Empregados da Teledoce (ADET). Está filiada à PIT-CNT e à UNI.

**GREMIOCINE** é uma organização integrada por 400 sócios/as que representam a 4.000 trabalhadores/as da indústria cinematográfica. Participa na representação dos trabalhadores/as do setor nos Conselhos Salariais e junto à SUA firmou em 2014 o primeiro acordo coletivo do setor com ASOPROD. Entre suas conquistas encontra-se a luta bem-sucedida pelo Estatuto do Artista. Integra o PIT-CNT, a FITEC e a UNI.

Em abril de 2015 foi formada a Confederação Uruguia das Comunicações, o Espectáculo e o Entretenimento.

<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.



# PARAGUAI

## I. Síntese

### Dados gerais:



Na América Latina Paraguai é a **13ª economia** (29 bilhões de dólares, atrás do Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colômbia, Chile, Perú, Equador, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica, Panamá e Bolívia) <sup>1</sup>



um dos países de baixa população (6,8 milhões) <sup>2</sup>



**14º** país em PIB por pessoa (US\$ 3.680, atrás de Uruguai, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica, Surinam, Colômbia, Perú, Equador e República Dominicana) <sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

**3 filmes** por ano (0,4/milhão-hab) <sup>4</sup>



**12º** país em conexões de Internet (36,9%, atrás do Chile, Argentina, Uruguai, Venezuela, Brasil, Costa Rica, R. Dominicana, México, Equador, Bolívia, Perú e Surinam) <sup>5</sup>



**18º** país em conexões de banda larga (1,7% atrás de Uruguai, Argentina, Chile, México, Brasil, Costa Rica, Colômbia, Panamá, Venezuela, Surinam, Equador, Perú, R. Dominicana, Guiana, El Salvador, Guatemala e Nicaragua) <sup>6</sup>



A transmissão digital/análogica será em **2024** <sup>7</sup>



## A indústria

A **televisão paraguaia** está quase totalmente concentrada em Asunción, onde há seis canais, todos privados, que formam redes nacionais. **O Grupo Vierci** controla Telefuturo, Rede Guaraní (Canal 2) e a rede Latele. **Albavisión** controla SNT (Canal 9) e Paravisión (Canal 5) e também tem outros dois canais em Encarnación e Ciudad del Este com repetidoras que estão em Asunción. Canal 13 é propriedade maioritária do milionário **Christian Chena**. Telefuturo sozinha concentra a metade da audiência.<sup>8</sup> **A televisão fechada por assinatura** tem uma penetração média no mercado com amplo predomínio a cabo e uma forte posição dominante da multinacional Tigo. **O cinema e a produção audiovisual** que praticamente não existiam, apareceram com força surpreendente na última década, ainda que em condições desfavoráveis por falta de instituições de fomento e um mercado local muito pequeno.

## Situação legal-institucional

A principal lei que impacta na indústria é a Lei de Telecomunicações nº 642 de 1995 e a Comissão Nacional de Televisão (Conatel). O cinema não possui lei especial, instituto especializado nem fundo de fomento.

## Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Paraguai são regidas pelo Código de Trabalho, mas somente 20% dos trabalhadores e trabalhadoras são inscritos nas empresas. Os artistas tem uma lei especial que regulamenta suas relações trabalhistas, sancionada em 2010, de pouca aplicação. Não há acordos coletivos no setor audiovisual. O trabalho foi generalizado por um mesmo salário para todos os canais de um mesmo grupo.

## Situação sindical

Paraguai tem um sindicalismo de baixo desenvolvimento, afetado pela alta informalidade. Os trabalhadores/as audiovisuais estão organizados no setor artístico de atores por CEPATE (Centro Paraguaio de Teatro), no televisivo pelo Sindicato Nacional de Trabalhadores da Rádio e a Televisão (Sinratel) e o técnico audiovisual pela Organização de Profissionais do 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> Banco Mundial, Abonados a Internet por banda ancha fija, 2013 (IT.NET.BBND.P2).

<sup>7</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-televisión-digital-n873098.html>

<sup>8</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. A indústria

## a) Televisão

Paraguai tem uma considerável parte de sua população sem televisão em casa que em 2006 chegava a 13% da população urbana e 38,4% da população rural.<sup>9</sup>

A **televisão aberta** está totalmente concentrada em Asunción, onde há seis canais que lideram as redes nacionais de rádio e TV: Telefuturo, Rede Guaraní, SNT, Paravisión, Canal 13 e Latele. O **Grupo Vierci**, -poderoso grupo importador, proprietário entre outras empresas da Pepsico Paraguay, Editorial El País- controla Telefuturo, Rede Guaraní (Canal 2) -formalmente da família Manzoni-Wasmosy- e a rede Latele.

**Albavisión** -multinacional midiática latino-estadunidense- controla SNT (Canal 9), Paravisión (Canal 5) e também tem outros dois canais em Encarnación e Ciudad del Este com repetidoras localizadas em Asunción. Canal 13 é propriedade maioritária do milionário **Christian Chena**, um jovem de 29 anos que é o maior negociador de propriedades de Internet (domanier) do mundo hispânico. Telefuturo sozinha concentra a metade da audiência e junto com SNT e El Trece superam 80% da audiência.<sup>10</sup>

A **penetração da televisão fechada** está relativamente baixa, em relação ao resto da região, de aproximadamente 30% das casas. No segundo trimestre de 2014 existiam 405 mil assinantes, dos quais 257 mil correspondiam a cabo (63%) e 146 mil a TV via satélite (37%).<sup>11</sup> A empresa multinacional Tigo, subsidiária da multinacional Millicom monopolizou o setor com aproximadamente 50% das assinaturas,<sup>12</sup> no meio de uma guerra comercial com Personal e Claro, seus concorrentes.<sup>13</sup> Tigo também monopolizou o mercado de telefonia móvel e serviço de Internet.<sup>14</sup>

## b) Cinema

O **cinema e a produção audiovisual** de longa metragem no Paraguai era algo praticamente desconhecido até uma década atrás. O cineasta argentino Osvaldo Getino em seu livro "*Cine iberoamericano, los desafíos del nuevo siglo*" (2007) disse que Paraguai "não possui tradição em atividade produtiva de longa metragem, limitando-se sua experiência de mais de um século a não mais de 3 ou 4 títulos".<sup>15</sup> Este panorama foi mudado surpreendentemente na última década, a partir de alguns prêmios (*Hamaca paraguaya*, 2006), coproduções com Argentina e Brasil "*El toque del oboe*", 1999, a entrada de Paraguai na Iberomídia, a criação de uma Universidade do Cinema e de uma Academia de Cinema e sobre tudo do enorme sucesso do filme "*7 cajas*" estreado em 2013 de *Juan Carlos Maneglia e Tana Schémbori*, que não somente ganharam os prêmios de San Sebastián como também foram vistos por 400.000 espectadores e outros 60.000 na Argentina.<sup>16</sup><sup>17</sup> Em 2014 foram estreados 3 longa metragens paraguaios e em 2015 poderiam ter estreado até cinco filmes.<sup>18</sup>

Paraguai, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que neste país chegam a 97% dos espectadores.<sup>19</sup> A porcentagem de espectadores de filmes paraguaios é praticamente nula devido a ausência de um cinema paraguaio até pouco tempo. De todos os modos os 300 mil espectadores que foram ver *7 cajas*, representaram aproximadamente 25% do total de espectadores.

No que diz respeito a exibição, Paraguai tem uma média aproximada de 0,2 ingressos anuais por habitante. Trata-se de uma média muito baixa em comparação a outros países da América do Sul neste mesmo ano (Brasil: 0,7; Colômbia: 0,9; Argentina: 1; Uruguai: 1,1; Chile: 1,2), e muito mais baixo que México (2,1) e Espanha (1,7), sem falar no Canadá (3,8) ou Estados Unidos (3,9).<sup>20</sup>

Com relação as telas e sem dados atualizados, Paraguai contava em 2006 com 57 salas, das quais 27 estão em Asunción, localizadas em sua maioria nos *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) Publicidade

Desde a década de 1990 alguns cineastas organizaram produtoras para realizar spots publicitários ou vídeos institucionais para empresas. Em 2007 já existiam dez produtoras organizadas na Câmara de Empresas Paraguias de Cinema e Televisão (CAMPRO).<sup>22</sup>

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

# III. Situação legal-institucional

A principal norma que impacta na indústria audiovisual é a **Lei de Telecomunicações nº 642** sancionada em 1995. A lei regulamenta os serviços de telefonia, rádio e televisão. A lei cria a **Conatel (Comissão Nacional de Telecomunicações)** que é a autoridade de execução cujos membros são designados pelo Poder Executivo, da qual depende um **Conselho de Radiodifusão**, com autoridades consultivas integrados por representantes dos licenciados nos diversos setores de rádio e televisão. A lei denomina “serviços de difusão” à transmissão de sinais de rádio e televisão e estabelece que as licenças duram dez anos podendo ser renovadas.

Paraguai é um dos poucos países latinoamericanos que não estabeleceu regulações para promover a produção nacional na TV ou estabelecer quotas de tela de produção nacional para os canais.

Tampouco há lei especial para o cinema nem um instituto oficial de fomento. Foram apresentados projetos faz vários anos mas não prosperaram.

Muito importante para o cinema paraguaio foi a entrada em 2011 do Paraguai na Ibermedia (um dos poucos países iberoamericanos que não havia entrado para a CAACI),<sup>23</sup> o que lhe permitiu formar parte da rede de cinemas, do Projeto Ibermedia TV e do Fundo. Tratando-se a cooperação e associação entre países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como IBERMEDIA, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o título Nuestro cine/Nosso Cinema.

Quanto a **coprodução e integração cinematográfica**, é importante também para o Paraguai o âmbito do MERCOSUL. No MERCOSUL é importante a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul), criada em 2003, que conta com uma secretaria permanente em Montevideo, o Observatório Mercosul Audiovisual (OMA), o Programa Mercosul Audiovisual em cooperação com a União Européia com um orçamento de 1,86 milhões de euros que incluem uma rede de salas, entre outras políticas.

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



# IV. Situação trabalhista

As relações trabalhistas no Paraguai são regidas pelo Código do Trabalho. Mas o maior problema é a alta informalidade já que 82% dos trabalhadores/as não estão inscritos pelas empresas, excluindo dos sistemas legais. A sanção é uma multa de 15 dólares que na realidade é um incentivo para não deixar de formalizar aos trabalhadores/as.<sup>24</sup> A jornada de trabalho legal é de 8 horas diárias ou 48 semanais (art. 194, CT), com intervalo mínimo de 10 horas entre as jornadas (art. 212, CT) e um dia de descanso semanal (art. 213, CT).

No setor de televisão se generalizou a modalidade do trabalho com o mesmo salário para todos os canais controlados pelo mesmo grupo, inclusive aqueles canais localizados no interior do país. É o que está acontecendo com Albavisión e o Grupo Vierci.

Em 2010 sancionaram a **Lei do Artista** que contempla a criação de um Registro Nacional de Artistas, que em 2015 estava em pleno processo de constituição. Da mesma forma que o restante da legislação trabalhista não é respeitada pelas empresas.

Devido a quantidade de informalidade a sindicalização no Paraguai, a existência de negociação coletiva é muito pequena. **Os salários** são estabelecidos habitualmente pelo empregador. O salário mínimo é negociado de maneira tripartida e é proposto para aprovação do Presidente a cada dois anos; seu montante no dia 01/03/2014 era de 1.824.055 guaraníes (364 dólares).<sup>25</sup>

Os atores e atrizes contam ainda com uma sociedade de gestão (Inter Artis Paraguai) que faz valer os direitos do intérprete.

Paraguai investiu na segurança social e na saúde no período 2009-2011, 6,4% do PIB, abaixo da média da América Latina (13,2%), começando por Cuba (22,8%).<sup>26</sup>

**A saúde** dos trabalhadores e seus familiares está regulamentada pela Lei 1032 de 1996. Os trabalhadores formais tem acesso a uma cobertura de saúde provinda do IPS (Instituto de Previdência Social) contribuindo até 9% de seu salário, mais 14% do empregador e 1,5% do Estado. Mas somente 15% dos trabalhadores tem acesso a este sistema. O restante ou tem que pagar por conta própria um plano privado ou tem que recorrer ao sistema de atenção pública do Ministério de Saúde.<sup>27</sup>

**O regime de previdência** tem um regime geral e várias caixas setoriais (bancários, ferroviários, estaduais, etc.). Para aposentar-se por velhice precisa ter 60 anos tanto homens como mulheres e 1250 semanas de contribuições (24 anos aproximadamente), embora seja possível aposentar-se aos 55 anos se conseguir reunir 1500 semanas de contribuições.

<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 nº 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. Situação sindical

Paraguai tem um sindicalismo de baixo desenvolvimento, afetado pela alta informalidade. Os trabalhadores/as audiovisuais estão organizados no setor artístico de atores por CEPATE (Centro Paraguuaio de Teatro) e no televisivo pelo Sindicato Nacional de Trabalhadores de Rádio e Televisão.

**CEPATE (Centro Paraguuaio de Teatro)** fundado em 1980, é um sindicato nacional que agrupa os atores, atrizes e demais artistas. foi um dos fundadores do Movimento Intersindical de Trabalhadores (MIT) e logo a Central Unitaria de Trabalhadores (CUT). Tem 270 associados/as, dos quais 40% são mulheres e dois dos nove membros da comissão de dirigentes são mulheres. As principais reclamações do sindicato são provindas a que estabeleça uma tablema de tarifas com as empresas dos meios, para conseguir que se aplique a Lei do Artista e que se estabeleça uma quota de tela. Membro da FIA.

## **O Sindicato Nacional de Trabalhadores de Rádio e Televisão (SINTRATEL).**

Fundado em 1962. Criou a Escola de Locutores e a reglamentação da carteira profissional para locutores e operadores. Três secretarias estão dirigidas por mulheres. Um de seus objetivos é a luta pela sanção de uma lei de meios que fortaleça a identidade cultural e um acordo coletivo de trabalho no ramo. Membro da UNI.

**Organização de Profissionais do Audiovisual Paraguuaio (OPRAP).** Dos seis membros da comissão de dirigentes, três são mulheres. Conta com uma tabela de tarifas discriminada para cinema, publicidade e televisão, assim como com os programas de formação e bolsas de estudo.



# COLÔMBIA

## I. Síntese

### Dados gerais:



Na América Latina é a **5ª economia** (378 mil milhões de dólares, atrás do Brasil, México, Argentina e Venezuela) <sup>1</sup>



**3º** país em população (48 milhões, atrás do Brasil e México) <sup>2</sup>



**10º** país em PIB por pessoa (US\$ 7.831, atrás do Uruguai, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica e Suriname). <sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

**28 filmes** por ano (0,5/milhão-hab) <sup>4</sup>



**5º** país em conexões de Internet (51,7%, atrás do Chile, Argentina, Uruguai e Venezuela) <sup>5</sup>



**7º** país em conexões de banda larga (9,2% atrás do Uruguai, Argentina, Chile, México, Brasil e Costa Rica) <sup>6</sup>



A transmissão analógica será para 31 de dezembro de **2019** <sup>7</sup>



## A indústria

A **televisão** colombiana está dominada pelos grupos privados, Prisa (Caracol) e RCN, que concentram 90% da audiência. 9% da população não tem TV.<sup>8</sup> Possui um sistema público nacional (RTVC) pouco desenvolvido mas nas diferentes regiões têm sistemas públicos locais de importância. **O cinema e a produção audiovisual** se encontram muito postergados levando em conta sua potencialidade, mas na última década se expandiu gerando uma indústria incipiente. Também tem se expandido notavelmente quanto a produção e exportação de novelas, juntando-se ao México e Brasil como principais produtores mundiais do gênero.

## Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são as leis nº 14 de 1991 estabelecendo as normas de rádio e televisão oficial e nº 182 de 1995 regulamentando o serviço de televisão; e a Lei do Cinema nº 814 de 2003. As principais instituições da indústria são a Autoridade Nacional de Televisão (ANTV), a Agência Nacional do Espectro (ANE), o Fundo para o Desenvolvimento Cinematográfico (FDC) e a Corporação Proimágenes em Movimento

## Situação trabalhista

A Colômbia tem sofrido nas últimas décadas com o aumento das rescisões de contratos das relações trabalhistas, com alto desemprego, informalidades, subcontratação e baixa sindicalização. Na indústria audiovisual predomina o “contrato de serviços”, que carece da proteção do direito trabalhista. Os atores e atrizes contam com uma sociedade de gestão que faz valer os direitos do intérprete

## Situação sindical

Os setores da indústria estão escassamente organizados. Somente o setor dos artistas conta com uma mínima estrutura sindical através do Círculo Colombiano de Artistas (CICA) e uma embrionária Associação Colombiana de Atores (ACA). Os trabalhadores/as das indústrias da televisão e do cinema e das salas cinematográficas carecem de organização sindical de ramo e só em alguns casos específicos existem precárias organizações sindicais.

<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 nº 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. A indústria

## a) Televisão

9% da população colombiana não tem TV, situação que alcança 19% na Região costeira do Pacífico.<sup>9</sup>

A **televisão aberta** é controlada por duas redes: Caracol do grupo espanhol Prisa e RCN. Entre as duas concentram quase 90% da audiência total.<sup>10</sup> Estas duas grandes redes privadas, por sua vez subcontratam para suas produções à treze produtoras, que por sua vez realizam trabalhos audiovisuais para algumas empresas norte-americanas, como Fox e Disney. A televisão pública nacional, foi privatizada nos anos 90, reduzindo a menos de 3% da audiência nacional com o atual nome “Señal Colombia Sistema Medios Públicos”. Existem oito emissoras públicas regionais que em alguns casos superam a audiência dos grupos privados: Canal Capital, Telecaribe, Teleantioquia (de maior audiência), Telepacifico, Canal 13 ou Teveandina, Televisión Regional de Oriente e Teleislas.

A **TV por assinatura** tem uma taxa de penetração consideravelmente alta no contexto regional estimada em 61%,<sup>11</sup> ainda que com grande quantidade de conexões ilegais, estimadas em 37% (somente superadas na região pelo Perú com 50%).<sup>12</sup> A televisão por assinatura (cabo e via satélite) chegou em dezembro de 2014 com 4,8 milhões de assinaturas,<sup>13</sup> aos que devem somar-se outras 3,1 milhões de conexões ilegais.<sup>14</sup> Das assinaturas formais 74% são da televisão a cabo.<sup>15</sup> A empresa Claro de Telmex inicia com 43% das assinaturas, seguida por Tigo-UNE com 23% e DirectTV com 19% do mercado.<sup>16</sup>

O sistema de televisão colombiano também desenvolveu consideravelmente um setor de **TV comunitária** com 200 mil associados em 2013.<sup>17</sup>

Para a **televisão digital** na Colombia foi adotada a norma europeia DVB-T2, se diferenciando do resto da América Latina que adotou a norma ISDB-T. As transmissões digitais começaram em 2011 e **a data prevista para a transmissão digital/analógica está prevista para 31 de dezembro de 2019.**<sup>18</sup>

A expansão da televisão digital ampliará também a **televisão móvel** como um subsetor transversal da indústria audiovisual, recorrente de conteúdos e formatos especiais desta modalidade.

Os **conteúdos** na Colombia tem crescido notavelmente nas últimas duas décadas, a produção e exportação de conteúdos nacionais principalmente de novelas com estilo próprio, dentro da quota de telas de TV de 70% até o momento, levou o país a ocupar junto com o México e com o Brasil o lugar de liderança em exportação mundial de novelas. Em 2011 a Colômbia assinou um Tratado de Livre Comércio com Estados Unidos que reduziu a quota de tela, tanto para TV como para cinema de 30%.

## b) Cinema

O cinema e a produção audiovisual se encontram muito postergados levando em conta sua potencialidade, mas na última década se expandiu gerando uma indústria incipiente. Enquanto que no período 1994-2002 Colômbia produziu uma média de 4 filmes por ano,<sup>20</sup> no período 2007-2014 essa média aumentou para 16 filmes por ano, com um recorde em 2014 de 28 filmes estreados.<sup>21</sup> O número é similar à produção anual do Chile (31 em 2014)<sup>22</sup>, mas em relação a população, muito menor pois que enquanto na Colômbia é produzido 0,6 filmes a cada milhão de habitantes, no Chile essa relação é de 1,7 filmes para cada milhão de habitantes.

Colômbia, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que oscilam entre 70% e 80%.<sup>23</sup> A porcentagem de espectadores de filmes colombianos na Colômbia, oscila entre 4% e 11%.<sup>24</sup> Em 2014 os espectadores que assistiram filmes colombianos na Colômbia foram 2,2 milhões, que representam 4% do 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)

Quanto a exibição, Colômbia alcançou em 2014 uma média de praticamente 1 ingresso anual por habitante (0,97).<sup>26</sup> Em 2014 foram 46 milhões de espectadores, que representaram uma média de 0,97 ingresso por habitante. Trata-se de uma média “aceitável” ao comparar com outros países do Sul da América Latina neste mesmo ano (Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colômbia: 0,9), e muito mais baixo que o México (2,1) e a Espanha (1,7), sem falar do Canadá (3,8) ou dos Estados Unidos (3,9).<sup>27</sup> Mas a evolução é muito positiva ao levar em conta que a quantidade de espectadores cresceu muito nos últimos anos, duplicando a quantidade de espectadores de 2008<sup>28</sup> e revertendo a queda padecida na década de 90 que chegou com pontuação mais baixa em 1999 de 16 milhões de espectadores.<sup>29</sup>

Com relação as Telas, Colômbia contou em 2014 com 833 salas, quase o dobro das que haviam em 2007 (462),<sup>30</sup> e ainda muito menos das 1.085 salas que haviam em 1992.<sup>31</sup> Entre as empresas proprietárias em primeiro lugar com um terço das salas, se encontra CINECO (Cine Colombia SA), grupo economico colombiano pertencente ao Grupo Santo Domingo com investimentos nos diversos setores. Outros quatro grupos privados também têm importância: Cinemark, Procinal, Cinépolis e Royal Films. 40% das salas pertencem a pequenas empresas independentes.<sup>32</sup>

### c) Publicidade

A indústria publicitária avançou, obtendo vários prêmios internacionais e encontram-se em estado ascendente considerável. As empresas encontram-se organizadas na União Colombiana de Empresas Publicitárias (UCEP). O mercado é liderado por Sancho BBDO, uma empresa tradicional fusionada com a multinacional BBDO em 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. Situação legal-institucional

As principais normas que impactam na indústria são a constituição, as leis nº 14 de 1991 estabelecendo as normas de radiodifusão oficial e nº 182 de 1995 regulamentando o serviço da televisão; e a Lei do Cinema nº 814 de 2003.

**A Constituição nacional** estabelece que a televisão é um serviço público (art 365) e que o espectro é considerado um bem público (art. 752).

**A Lei 182 de 1995** regulamenta o serviço de televisão na Colômbia. Contempla o direito de retificação, o acesso livre do Presidente da Nação e de outras autoridades, espaços para os partidos políticos, quota de tela de 70% (art. 33), Limite máximo para o investimento estrangeiro de 15%, contempla a criação de uma rede pública nacional e redes públicas regionais, limites para a quantidade de concessões, duração das concessões televisivas por 10 anos prorrogáveis. O Tratado de Livre Comércio com Estados Unidos dispôs a redução da quota de tela que era de 70%, dando lugar a fortes disputas pela regulamentação da mesma.

**A Lei do Cinema nº 814 de 2003** estabeleceu grandes incentivos fiscais e parafiscais, com deduções de até 125%, e criou o Fundo para o Desenvolvimento Cinematográfico administrado pela corporação mista Proimágenes em Movimiento. 70% dos fundos são investidos na produção e 30% na promoção das demais áreas da indústria, entre elas as de distribuição e formação de públicos. LA Escola Nacional Sindical critica a lei por ter um objetivo de promoção turística antes mesmo de promover a indústria e proteção dos trabalhadores/as do setor.<sup>33</sup>

As principais instituições do setor audiovisual são ANTV na área televisiva e “Proimágenes en Movimiento” no setor cinematográfico. A Autoridade Nacional de Televisão (ANTV) foi criada pela lei 1507 em 2012 substituindo, com menos poderes que a anterior, a “Comisión Nacional de Televisión” (CNTV). “Proimágenes en Movimiento”, ou simplesmente “Proimágenes”, é uma corporação mista criada pela lei 397 de 1997 (Lei Geral de Cultura), que administra o Fundo para o Desenvolvimento Cinematográfico e o Fundo Filmico Colombia criado em 2012; em seu diretório estão representados as autoridades estaduais e o “setor privado”, incluindo na mesma quantidade as empresas relacionadas com a indústria (Cinema Colombia, Associação Colombiana de Distribuidores de Filmes), como representantes dos setores da produção e a realização. Pelos termos em que está pensada a corporação, poderia ser solicitada a inclusão das representações sindicais do setor.

Para a **cooperação e integração cinematográfica** entre países iberoamericanos, se destaca o que se conhece como **IBERMEDIA**, um fundo internacional dependente da CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, **Colômbia**, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o título Nuestro cine/Nosso Cinema.

33 Entrevista con la Escuela Nacional Sindical.



# IV. Situação trabalhista

A Colômbia tem sofrido nas últimas décadas com o aumento das rescisões de contrato das relações trabalhistas, com alto desemprego, informalidades e subcontratação e baixa sindicalização. Na indústria audiovisual predomina o “contrato de serviços”, que carece da proteção do direito trabalhista, ainda que na maioria das vezes seu resultado seja ilegal. Os atores e atrizes contam com uma sociedade de gestão que faz valer os direitos do intérprete.

A legislação trabalhista colombiana se baseia no Código Substantivo do Trabalho (CST). De grande importância foram feitas as reformas ao CST realizadas pela lei 50 de 1990 e outras posteriores, que ampliaram as possibilidades de subcontratação e facilitaram os despedimentos mediante o sistema de fundos dos desempregos. A isso soma-se o abuso dos regimes legais de microempresas e cooperativas de trabalho (cooperativas de trabalho associadas -CTA- e pre-cooperativas de trabalho associadas -PreCTA), que passaram de 474 em 1999 para 3.505 em 2007 com 468 mil trabalhadores/as associados.<sup>34</sup>

A grande maioria dos trabalhadores/as audiovisuais, aproximadamente 80.000, são tercerizados ou com “contratos de serviços” sem proteção do emprego. Nos setores de televisão e cinema não há sindicatos de consideração nem, acordos coletivos. No setor artístico a estabilidade trabalhista foi perdida, existia na televisão pública até meados da década de 80, momento em que a CICA também firmou pacto com ASOMEDIOS, representante das principais empresas de meios do país, que embora encontra-se vigente, quase não se aplica. O contrato de serviços modelo que utiliza a empresa Caracol, não só estipula expressamente que não constitui uma relação trabalhista como também estabelece a cessão do artista para a Caracol de todos os direitos do autor e de intérprete que possam lhe corresponder (ver anexo). Apesar da Corte Suprema ter sido relutante para sancionar as fraudes trabalhistas, algumas falhas recentes estabelecendo que os contratos de serviços assinados com artistas são fraudes da lei trabalhista, abre uma possibilidade para melhorar as condições de trabalho na indústria audiovisual. As jornadas de trabalho no setor audiovisual costumam ser de 12 horas podendo se estender até 18 horas. Em 2014, dos 1400 atores e atrizes associados/as da Sociedade Colombiana de Gestão, 1260 se encontravam sem emprego.<sup>35</sup>

**Parceria CICA-ASOMEDIOS.** Em 1986 o CICA assinou com a organização patronal ASOMEDIOS uma “parceria” que regulamenta integralmente o trabalho dos atores. O acordo estabelece que a jornada de trabalho não deverá passar das 12 horas da noite (meia noite) e que os atores devem ser chamados uma hora e meia antes de sua atuação iniciar; que os dias de filmagem não deverão exceder de três para as novelas, dois dias para os unitários de uma hora e um dia para os unitários de meia hora; os dias que excedem devem ser pagos com adicional de 50%; estabelece os valores para o pagamento de repetições e royalties por janelas ao exterior; pagamento de transporte, comidas e alojamento; adicional de 100% em caso de cenas retrospectivas; adicional por apresentação de novela; adicional por repetição de cena.

**Os salários** são estabelecidos principalmente por acordo individual. O salário mínimo é estabelecido anualmente por acordo dividido em três partes e seu montante em 01/01/2015 é de 644.350 pesos colombianos (270 dólares).

Os atores e atrizes contam também com uma sociedade de gestão (Atores SCG) criada pela Lei 1403 de 2010 o “Lei Fanny Mikey”, obtida após uma forte atividade do Círculo Colombiano de Artistas.<sup>36</sup> Esta Lei modificou a Lei 23 de 1982 que concedeu aos artistas intérpretes e executantes da música e produtores de fonogramas, o direito de remuneração por comunicação pública, deixando de fora os artistas intérpretes do audiovisual, foi corrigido então uma injustiça histórica.

No que diz respeito a previdência social e saúde, Colômbia investiu em 2009-2011 10,5% do PIB, valor abaixo da média da América Latina (13,2%) e da média da Europa (26,7%).<sup>37</sup>

**A saúde** dos trabalhadores audiovisuais e de seus familiares está coberta por um sistema contributivo genérico e obrigatório estabelecido pela Lei 100 de 1993 e foi estabelecido um prazo até 31 de dezembro de 2000, para que todos os cidadãos colombianos

<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/sfame18.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)

estivessem neste regime contributivo, que é prestado por empresas seguradoras privadas chamadas EPS (Entidades Promotoras de Saúde) e ARL (Administradoras de Riscos Laborais). Para a assinatura dos contratos artísticos as empresas exigem a apresentação das constâncias de contribuições, equivalente ao 12,5% de 40% do valor do contrato. O problema é que os trabalhadores/as perdem essa cobertura quando não têm continuidade nas contratações. O Estado conta também com um regime não contributivo gratuito (SISBEN) ao que somente pode-se ter acesso por prévia “pesquisa de pobreza” e através do CICA tiveram acesso os artistas idosos mais vulneráveis. Em 2011 o sistema de saúde colombiano entrou em decadência devido a uma negação de serviço generalizado das EPS e desde então encontra-se em uma situação precária.<sup>38</sup>

**O regime previdenciário de pensões** é regida também pela Lei 100 de 1993 que instituiu um duplo sistema optativo de capitalização privada (Regime de Economia Individual com Solidariedade) ou de distribuição estatal (Regime Solidário de Prêmio Médio com Prestação Definida). O sistema de capitalização está sendo administrado por empresas privadas especializadas denominadas sociedades administradoras de fundos de pensão (AFP). Os sistemas são financiados com a contribuição de 10% no caso dos trabalhadores assalariados, dos quais uma quarta parte o trabalhador paga, e o restante o empregador (art. 20). No caso dos contratos de serviços de artista são pagos 16% que se calcula sobre os 40% de seu montante. Os requisitos para a aposentadoria do sistema de repartição é de 57 anos para as mulheres e 62 anos para os homens, em ambos os casos após mil semanas de contribuições; no sistema de capitalização os requisitos variam segundo o estado financeiro da conta individual. Colômbia teve um regime de transição referente as pensões que permitia às mulheres aposentar-se aos 53 anos e aos homens com 60, mas poucos tiveram acesso a isso e em linhas gerais não teve muito aproveitamento. Outro sistema de aposentadoria subsidiada consistia em pagar somente 30% da contribuição normal durante 10 anos sobre a base de um salário mínimo; ao cumprir dez anos o trabalho/a deveria continuar contribuindo outros dez anos sobre a base normal e de igual maneira foi realizado o processo através do CICA mediante acordo Ministerial e alguns conseguiram obter a aposentadoria e outros se renderam pelo cansaço. No Congresso da Nação encontra-se em reforma o projeto de lei 133, impulsionado por CICA, estabelecendo um sistema especial de aposentadorias para artistas.<sup>39</sup>

A Sociedade de Gestão de Atores SCG gerou um fundo com 10% dos rendimentos, determinado por lei regulamentaria que define essa porcentagem dos recebimentos que por direito de remuneração pública é feita, e que devem destinar-se mediante acidente doméstico, velhice, saúde, funerais, desemprego, etc., mas não como ajuda e sim como um direito determinado pela lei.

| 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. Situação sindical

Colômbia se caracteriza por uma frágil organização sindical afetada por sérias violações dos direitos humanos. No ramo das indústrias audiovisuais somente os atores, atrizes e demais artistas contam com a organização sindical nacional, ainda que relativamente precária, através do Círculo Colombiano de Artistas (CICA) e uma rudimentar Associação Colombiana de Atores (ACA). Nos setores da televisão, o cinema e as salas cinematográficas somente há alguns pequenos sindicatos de empresa.

Alguns dirigentes sindicais descrevem a situação social dos artistas colombianos explicando que “se o artista se comunica bem através da mensagem projetada em seu trabalho, não existe correlação entre a comunidade consumidora de arte, a sociedade em essência, e se perde a conexão com o mundo e sua realidade; por esta razão, o artista é considerado como um ser alheio aos atos cotidianos das comunidades”.

O **Círculo Colombiano de Artistas (CICA)** é uma organização sindical que tem uns 350 artistas associados. Em 1986 assinou uma Parceria com a entidade patronal ASOMEDIOS que embora se encontre formalmente vigente, praticamente foi a falência por desuso. Tem capacidade de lobby sobre as autoridades estaduais e de empresas. Conta com uma sede de sua propriedade localizada em Bogotá, onde por sua vez funciona um teatro. Presta assistência a situação das crianças artistas, as necessidades previdenciárias dos artistas e impulsiona o sistema especial de aposentadorias para artistas (Projeto 133). Está filiada à CGT e à FIA.

Em algumas regiões da Colômbia foram criados grupos pró defesa dos direitos dos artistas divididos por subsetores (músicos, artes cênicas, literatura), precarizando a organização geral do setor. Esta situação preocupa especialmente a CICA, que luta por organizar um sindicato que se mobilize polilateralmente nas artes de uma maneira integral, esforço iniciado pelo CICA e que mostra bons resultados em sua gestão.

A **Associação Colombiana de Atores (ACA)** é uma organização sindical criada em 2014 que tem uns 1.000 associados. Tem sede em Bogotá, realizou várias assembleias públicas e utiliza as redes sociais como mecanismo de organização e mobilização. O sindicato está próximo à CUT.

Outros sindicatos do setor audiovisual atuantes na Colômbia são:

- **SINPRISA**, sindicato de técnicos e funcionários do Grupo PRISA (Caracol);
- **SINPRO**, sindicato que atua na empresa UNE (empresa mista de telecomunicações de Medellín de copropriedade estadual e de Milikon) que tem um canal de TV. Manifestou seu interesse em se filiar à UNI;
- **União de Trabalhadores da Claro**, empresa que tem um canal de TV a cabo, embora não esteja organizado nesse setor. filiado à UNI.

Também existe a **Associação Colombiana de Cinematografia (ACCAA)** integrada por todos os profissionais e técnicos da indústria cinematográfica, que a pesar de não ser um sindicato se manteve em contato com a UNI-PANARTES.

# PERÚ

## I. Síntese

### Dados gerais:



Na América Latina é a **7ª economia** (202 bilhões de dólares, atrás do Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colômbia e Chile) <sup>1</sup>



**5º** país em população (30 milhões, atrás do Brasil, México, Colômbia, Argentina, igual que Venezuela) <sup>2</sup>



**11º** país em PIB por pessoa (US\$ 6.661, atrás do Uruguai, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Panamá, México, Costa Rica, Surinam e Colômbia) <sup>3</sup>



### Dados audiovisuais:

estimados em **17 filmes** por ano (0,5/milhão-hab) <sup>4</sup>



**13º** país em conexões de Internet (39,2%, atrás do Chile, Argentina, Uruguai, Venezuela, Colômbia, Brasil, Costa Rica, R. Dominicana, México, Panamá, Equador e Bolívia) <sup>5</sup>



**12º** país em conexões de banda larga (5,1% atrás do Uruguai, Argentina, Chile, México, Brasil, Costa Rica, Colômbia, Panamá, Venezuela, Surinam e Equador) <sup>6</sup>



A data prevista para a transmissão digital/analógica será para o primeiro trimestre de **2025** <sup>7</sup>



## A indústria

**A televisão** peruana se caracteriza em primeiro lugar por não chegar a 20% de casas sem televisão.<sup>8</sup> A TV aberta está dominada por três redes privadas (Latina, América e ATV) que concentram 90% da audiência nacional,<sup>9</sup> embora a televisão regional tenha mostrado nos últimos anos uma grande vitalidade e crescimento.<sup>10</sup> Existe um sistema público nacional (TV Perú) que transmite sem publicidade. A TV a cabo (estimada em 40% no país e 62% em Lima) está dominada por Movistar TV da Telefônica (40%), embora a metade das conexões sejam informais.<sup>11</sup> **O cinema e a produção audiovisual** encontram-se muito desfavorecidos, ainda que na última década tenha evidenciado certo avanço. **A indústria publicitária** avançou, obtendo vários prêmios internacionais e encontram-se em estado considerado ascendente.

## Situação legal-institucional

As principais leis que impactam na indústria são a Lei de Rádio e Televisão n° 28.278 de 2004, o Código de Ética e o Pacto de Autoregulação aprovados pela SNRTV; e a Lei Geral de Cinematografia 26.370 de 1994. As principais instituições da indústria são o Ministério de Transportes e Comunicações, o Conselho Consultivo de Rádio e Televisão (CONCORTV) e o Conselho Nacional de Cinematografia (CONACINE).

## Situação trabalhista

Perú sofreu nas últimas décadas uma forte número de rescisões contratuais das relações trabalhistas, com alta informalidade, subcontratação e baixa sindicalização. Na indústria audiovisual predomina a contratação temporária ou precária sem que existam acordos coletivos de trabalho de nenhum tipo. O trabalho dos atores e atrizes encontra-se amparado pela Lei do Artista n° 28.131 de 2003, ao mesmo tempo que conta com uma sociedade de gestão que faz valer os direitos do intérprete.

## Situação sindical

Os setores da indústria estão sindicalizados de maneira parcial. Somente o setor dos artistas conta com uma estrutura sindical através do SAIP (Sindicato de Atores e Intérpretes do 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.e/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. A indústria

## a) Televisão

**A situação da televisão** peruana se caracteriza em primeiro lugar por não chegar a 20% das casas sem televisão.<sup>12</sup> Três redes privadas de TV aberta (Latina, América e ATV) concentram o 90% da audiência nacional,<sup>13</sup> mas a televisão regional tem mostrado nos últimos anos grande vitalidade e crescimento.<sup>14</sup> Possui um sistema público nacional (TV Perú) que desde 2010 transmite sem publicidade. Nos anos 90 e metade da primeira década do século XXI, a infraestrutura da televisão aberta se deteriorou nas mãos de uma das mais baixas entradas de recursos por publicidade da região.<sup>15</sup> Mas na última década a tendência se reverteu, juntamente com o aumento da produção local e as parcerias dos canais locais em produzir obras audiovisuais, como a da Latina com a famosa produtora cinematográfica Tondero Films (*Asu Mare, A los 40*) e da América com Telefé da Argentina.<sup>16</sup>

A **televisão fechada** (a cabo e via satélite) tem presença estimada em 40% no país e 62% em Lima com forte oligopólio da Movistar TV da Telefônica (40%), ainda que a metade das conexões sejam informais, a taxa mais alta da região.<sup>17 18</sup>

Para a **televisão digital** o Perú adotou (como todo o resto da América do Sul iberoamericana menos a Colômbia) a norma ISDB-Tb, de origem japonês/brasileiro. As transmissões digitais estão previstas para começar no quarto trimestre de 2015 e a **transmissão digital/análoga está prevista para o primeiro trimestre de 2025**.<sup>19</sup>

A expansão da televisão digital ampliará também a **televisão móvel** como um subsetor transversal da indústria audiovisual, recorrente de conteúdos e formatos especiais para esta modalidade.

## b) Cinema

Nas décadas de 1970 e 1980 Perú teve uma incipiente indústria cinematográfica com o apoio estadual, baseada principalmente na produção de curtometragens e a chamada “exibição obrigatória” estabelecida por lei. Este processo foi interrompido nos anos 90 com as políticas neoliberais que através da Lei de Racionalização de 1992 revogaram as principais normas da Lei de Fomento do Cinema. Em 1994, por pressão dos setores de grêmios relacionados com a indústria cinematográfica sancionou a Lei de Cinematografia Peruana nº 26.370, inspirada na regra de “exceção cultural” criada na OMC na França em 1993 e que logo seria adotada pela UNESCO em 2005.<sup>20</sup> A lei criou a CONACINE e atribuiu-lhe um orçamento de 1,5 milhões de dólares anuais, mas nos atos o orçamento real foi reduzido consideravelmente.<sup>21</sup> Apesar do, cálculo dos recursos efetivamente transferidos para a CONACINE com as coproduções impulsionadas pela Ibermedia, o cinema peruano se revitalizou consideravelmente embora ainda não tenha chegado a constituir uma indústria.<sup>23</sup> Enquanto que no período 1998-2011 Perú produziu uma média de 4 filmes por ano,<sup>24</sup> no período 2006-2013 essa média aumentou para 10 filmes por ano. Em 2013 foram produzidas 12 longametragens e em 2014 produziram 17.<sup>25</sup> O número ainda é baixo comparado com a realidade da região, mas indica uma tendência favorável.

Perú, como todos os países do mundo, padece de monopólio distributivo dos filmes norte-americanos, com porcentagens de espectadores que oscilam entre 80% e 90%.<sup>26</sup> A porcentagem de espectadores de filmes peruanos no Perú tem sido baixa, oscilando em torno de 4%, mas em 2013 e 2014 essa porcentagem se elevou para 11%.<sup>27 28</sup>

Com relação a exibição, Perú tem em média de 1 ingresso anual por habitante. Em 2013 foram 35 milhões de espectadores<sup>29</sup> (enquanto que em 2000 foram 8 milhões),<sup>30</sup> que representaram uma média de 1,16 ingressos por habitante. Trata-se de uma média crescente e “aceitável” em comparação com outros países da América do Sul esse mesmo ano (Argentina: 1,1; Brasil: 0,7; Chile: 1,2; Colômbia: 0,9), e muito mais baixo o México (2,1) e a Espanha (1,7), e sem falar do Canadá (3,8) ou 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 nº 1. Fuente: <http://www.inei.gob.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, Nº 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, Nº 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>

Quanto as telas, Perú contou em 2013 com 473 salas,<sup>32</sup> que pertencem a oito redes: Cineplanet, Cinemark, Multicines UVK, Cinépolis, Cinerama, Multicines Cine Star, Multicines Movie Time e Multicines Plaza.<sup>33</sup> A distribuição territorial é desigual e há sete regiões do país, onde moram quase um milhão e meio de pessoas, nas que não há nenhuma sala: Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Madre de Dios, Moquegua e Pasco.<sup>34</sup>

### c) Publicidad

Em 2014 a indústria publicitária resultou multipremiada no Festival Internacional de Criatividade Cannes Lyon, incluindo o Grand Prix, o galardão máximo do evento, que nunca havia sido entregue a uma publicidade peruana.<sup>35</sup> O ocorrido evidencia o crescimento que teve este setor no Perú e o coloca em condições de considerável aumento.

<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-2014-2100888>

# III. Situação legal-institucional

As principais leis não especificamente trabalhistas que impactam na indústria são a Lei de Rádio e Televisão nº 28.278 de 2004, o Código de Ética e o Pacto de Autoregulação aprovados pela SNRTV; e a Lei Geral de Cinematografia 26.370 de 1994.

**A Lei de Rádio e Televisão nº 28.278 de 2004**, sancionou pela primeira vez no Perú uma lei especial para regulamentar o serviço de rádio e televisão, que antes estava incluído na lei de telecomunicações. Considera que a televisão é um “serviço privado de interesse público”, optando por uma caracterização mais moderada que a definição de “serviço público”. A lei estabelece que autoridade de execução é o Ministério de Transportes e Comunicações, e cria o Conselho Consultivo de Rádio e Televisão (CONCORTV) com a participação de vários setores da indústria, com poderes consultivos. A duração das licenças é de 10 anos renováveis. Os meios se qualificam como comerciais, educativos e comunitários, e estes dois últimos tem tratamento “preferencial”. Autoriza a participação estrangeira na propriedade dos meios até 40%. Contempla a sanção dos códigos de ética por parte dos meios para processar as queixas. Estabelece a cláusula de consciência para os jornalistas e uma quota de tela de 30%.

A Sociedade Nacional de Rádio e Televisão (SNRTV), entidade privada integrada pelos meios de radiodifusão comercial, sancionou em 2004 um Código de Ética e um Pacto de Autoregulação para fazer cumprir com a lei e estabelecer o procedimento para atender as queixas.

**A Lei Geral de Cinematografía 26.370 sancionada em 1994** criou o CONACINE, de composição mista que inclui um representante por atores, e atribuiu-lhe um orçamento de 1,5 milhões de dólares. O incumprimento sistemático do Estado de transferir o montante ordenado, levou a propor uma modificação legal que estabeleceria também um imposto especial sobre os ingressos, que chegou a ser sancionado em 2010, mas por razões técnicas não foi promulgado.

As principais instituições da indústria são o Ministério de Transportes e Comunicações, o Conselho Consultivo de Rádio e Televisão (CONCORTV) e o Conselho Nacional de Cinematografía (CONACINE). Tanto o CONCORTV como o CONACINE permitem a participação da sociedade civil.

No que diz respeito as coproduções e integração cinematográfica, resulta especialmente importante para o Perú, a **IBERMEDIA**, um fundo internacional dependente da **CAACI** (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica), integrada por Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, **Perú**, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. IBERMEDIA está regulamentada a partir do **Acordo de Integração Cinematográfica e Audiovisual Iberoamericana** de 1989 com emenda em 2007. O Programa IBERMEDIA TV emite 52 filmes iberoamericanos, semanalmente e em horário de preferência pelas televisões públicas, com o título Nuestro cine/Nosso Cinema.

O Perú é um país associado ao MERCOSUL mas não participa da RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul).



# IV. Situação trabalhista

O Peru tem sofrido nas últimas décadas uma forte quantidade de rescisões contratuais das relações trabalhistas, com alta informalidade (56% em 2014)<sup>36</sup>, subcontratação e subemprego (30% em 2012),<sup>37</sup> assim como baixa sindicalização (6%)<sup>38</sup> e baixa cobertura pelos acordos coletivos (5%).<sup>39</sup> Na indústria audiovisual predomina a contratação temporária ou precária sem que existam acordos coletivos de trabalho de nenhum tipo. O trabalho dos atores e atrizes se encontra amparado pela Lei do Artista nº 28.131 de 2003, uma importante conquista sindical, e ao mesmo tempo por contar com uma sociedade de gestão que faz valer os direitos do intérprete.

**Os salários**, devido a uma baixa cobertura dos acordos coletivos, se estabelecem em contratos individuais e os aumentos são dispostos de maneira predominante por decisão unilateral dos empregadores. O salário mínimo (RMV) não tem uma frequência estabelecida para ser fixado e é estabelecido pelo Presidente com prévia consulta tripartida; sua quantia atual foi fixada no dia 01/06/2012 o total de 750 nuevos soles (240 dólares).

**A Lei do Artista nº 28.131** é uma conquista sindical conseguida em 2003. Abrange não só aos atores, atrizes e demais artistas, como também ao pessoal técnico do cinema e televisão, como os operadores de câmera, iluminadores, operadores de audio-visual, editores, etc. A lei detalha os direitos de propriedade intelectual relacionados com a criação e interpretação artística e estabelece sua administração pelas sociedades de gestão. A duração dos direitos de criação e interpretação é de 70 anos contados a partir da morte do artista. As produções audiovisuais e publicitárias devem ter 80% de artistas peruanos/as e receber não menos de 60% da tabela salarial. A jornada é de oito horas diárias ou 48 semanais. Estabelece uma compensação por tempo de serviço e férias de dois dozeavos partes que deve ser depositada no Fundo de Direitos Sociais do Artista. A cláusula de exclusividade deve ter uma contrapartida econômica e não exceder um ano, podendo ser renovada. Estabelece uma quota de 10% de programação nacional. Cria a Comissão de Fomento das Artes Cênicas (FOMARTES) e o Prêmio Anual ao Artista Intérprete e Executante.

O Ministério do Trabalho e Emprego registrou no ano 2013 que 293 pessoas foram contratadas segundo o regime da Lei do Artista no momento de maior contratação que foi em maio.<sup>40</sup> Os atores e atrizes contam com a sociedade de gestão Inter Artis, que faz valer os direitos estabelecidos pela Lei do Artista.

Quanto a segurança social e a saúde, Peru investiu em 2009-2011 6,9% do PIB, abaixo da média da América Latina (13,2%) e da média da Europa (26,7%).<sup>41</sup>

O Censo de 2007 estabeleceu que 57% da população não tinha cobertura de saúde de nenhum tipo. Atualmente a saúde da população no Peru é regida principalmente pela Lei de Seguro Universal nº 29.344 de 2009, que procura integrar os vários sistemas contributivos e não contributivos ou subsidiados, principalmente os centros do Ministério de Saúde (Minsa) onde são atendidos 38% da população, e “EsSalud” (Lei nº 27.056) onde são atendidos 12% da população.<sup>42</sup> Para os trabalhadores em relação de dependência ou de cooperativas se aplica o seguro regular que estabelece 9% de contribuição a cargo do empregador e que se estende até um ano em caso de desemprego. Para os trabalhadores/as independentes existe um seguro voluntário.

**O regime previdenciário** tem dois sistemas alternativos: por um lado um sistema estadual de partilha chamado Sistema Nacional de Pensões (SNP), regido pelo Decreto Lei No. 19.990; por outro lado um sistema privado de capitalização individual chamado Sistema Privado de Administração de Fundos de Pensões (SPP), regido pelo Decreto Lei 25.897 de 2003 e administrado por empresas privadas especializadas chamadas Administradoras de Fundos de Pensão (AFPs). Em 2009, 90% das mulheres e 65% dos homens maiores de 65 anos não ganhavam nenhum tipo de pensão.<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, nº 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. Situação sindical

Perú se caracteriza por uma organização sindical frágil, afetada pela informalidade generalizada e por um modelo sindical com componentes que desencorajam a sindicalização, como a grande quantidade de sindicatos de empresa ou os mecanismos de cancelação de sindicatos, que somente em 2013 alcançaram 14 sindicatos cujo registro foi cancelado.<sup>44</sup>

No ramo das indústrias audiovisuais somente os atores, atrizes e demais artistas contam com organização sindical nacional, o **SAIP (Sindicato de Atores e Intérpretes do Perú)**. Dentro da precariedade do sindicalismo peruano, o SAIP conta com um considerável prestígio entre os atores, assim como influência nas autoridades e capacidade de diálogo com os patronais. Como resultado disso conquistaram a Lei do Artista nº 28.131 em 2003. O sindicato aluga o escritório de sua sede em Lima. A prestação de múltiplos serviços por parte da sociedade de gestão teve como efeito uma tendência por parte dos atores e atrizes ao dar menos importância à organização sindical. O sindicato detectou também que a população peruana em geral e os/as artistas em particular associam “o sindical” com algo antigo que levou a um forte descenso da sindicalização, razão pela qual adotou um comportamento sindical mais comunitário com o que obteve um forte aumento da sindicalização, especialmente entre os/as artistas jovens. O SAIP não está filiado a nenhuma central sindical e está internacionalmente filiado à FIA.

Outros sindicatos de trabalhadores audiovisuais são o **SUTAMP (Sindicato Único de Trabalhadores da América Móvel Perú Claro)**, criado em 2009 e muito perseguido mediante despedimentos em massa de dirigentes e associados, ainda mais ativo em 2015; em 2010 assinou com a empresa uma convenção coletiva; o SUTAMP mantém relações com o Sindicato de Trabalhadores da Claro do Chile. No âmbito do Instituto Nacional de Rádio e Televisão do Perú (IRTP) -titular da rede pública TV Perú- atua o **SUTIRTP (Sindicato Único de Trabalhadores do Instituto de Rádio e Televisão do Perú)**, criado em 2009, que tem assinado um acordo coletivo. Por sua vez os trabalhadores da Telefônica -titular do canal a cabo Movistar- estão organizados no **SUTTP (Sindicato Unitário de Trabalhadores da Telefônica do Perú)**, sindicato filiado à CGTP que têm assinados acordos coletivos com a empresa Telefônica e por sua vez tem assinado uma Convenção-Quadro Global com a UNI.

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



# RELATÓRIO GERAL E CONCLUSÕES

## 1. A situação dos setores

As diferenças entre os oito países são marcantes, sobre tudo com os modelos televisivos e cinematográficos adotados e os modelos sindicais e formas de trabalho que foram desenvolvidos em cada país.

Na **televisão**, todos os países registram forte concentração oligopólica das empresas de meios, as vezes com decisiva incidência nas lutas políticas, colocando desta maneira a relação entre os meios de comunicação e a democracia, assim como uma tendência regional a sancionar novas leis de meios focalizados na democratização dos meios. Também se nota uma tendência das empresas de televisão aberta, as por assinatura, as de telefonia e as que fornecem serviços interativos, a convergirem e disputarem pelos mesmos espaços. A aproximação da televisão digital e as novas “telas” (Internet, YouTube, Netflix, telefonia e Internet móvel, jogos, etc.) parecem abrir novos desafios tanto para os trabalhadores/as e artistas desses novos âmbitos trabalhistas, como para os sindicatos.

O **cinema e o audiovisual** encontram-se em forte expansão nos oito países, tanto na produção audiovisual para cinema e televisão, como na exibição em salas públicas. No caso da produção audiovisual, nos últimos quinze anos, é evidente que nos oito países os Estados têm aumentado o nível de intervenção e fomento, por razões de estratégia cultural. Um forte indicador desta tendência global foi a decisão tomada pela UNESCO em 2005 de consagrar o princípio da “exceção cultural” do serviço audiovisual, criado na França em 1993, para se opor na Organização Mundial do Comércio (OMC) à globalização desregulamentada que promove a ideia do “livre comércio”, que até então estava em pleno auge. Contudo na América a exceção cultural não é uniforme visto que, antes de 2005, Estados Unidos firmou tratados de livre comércio com países da região.

En alguns casos foram registradas a presença de **empresas multinacionais ou multilatinas** no setor televisivo, como Tigo/Millicom, DirectTV, Telefônica/Movistar, Claro, Prisa, Albavisión, Cinemark, Cinépolis, Hoyts, que permitiriam pensar na possibilidade de organizar redes sindicais e eventualmente iniciar conversas a nível supranacional com as empresas, com a finalidade de alcançar acordos de âmbito regional.

## 2. Situação dos trabalhadores e trabalhadoras audiovisuais

Com respeito à situação geral dos trabalhadores e trabalhadoras audiovisuais nos oito países, existe uma grande diferença entre aqueles/as que desempenham tipos de trabalho contínuos daqueles/as que desempenham tipos de trabalho temporários e descontínuos, marcados pelo tempo da “obra”. Esta última situação, nas que se encontram a maioria dos atores/atrizes, artistas, locutores e técnicos de cinema, é a mais crítica, muitas vezes próxima da indignância, visto que as leis não contemplam mecanismos para oferecer cobertura de saúde e Previdência para a velhice. Somente no Uruguai mediante o recente Estatuto do Artista (2008) -não implementado- e na Argentina, mediante os

mecanismos de continuidade estabelecidos dos acordos coletivos, foram criados algum tipo de resposta para esta situação crítica dos trabalhadores/as audiovisuais.

A segunda grande dificuldade enfrentada pelos trabalhadores e trabalhadoras audiovisuais dos oito países analisados é a informalidade, seja mediante a falta de inscrição do contrato de trabalho, a utilização fraudulenta de “contratos de serviço” civis, a terceirização, a subcontratação e demais formas de evitar as leis trabalhistas e previdenciais. Neste sentido a negociação coletiva demonstra ser uma ferramenta decisiva, pois uma das primeiras coisas que são negociadas é a rescisão de contrato dos trabalhadores/as audiovisuais. Também deve ser destacado o sucesso na Argentina com o mecanismo de “livre deuda laboral”/ *livre dívida trabalhista*. Trata-se da decisão do Estado argentino de subordinar os benefícios, créditos, subsídios e licenças que o Estado dá às empresas, ao prévio cumprimento das leis trabalhistas, exigindo para isso a autorização dos sindicatos atuantes. Em alguns casos, como no setor de cinema na Argentina, que tinha há 10 anos uma informalidade de aproximadamente 100%, alcançou a formalização de praticamente todos os técnicos de cinema.

### 3. Organização sindical

Sobre a organização sindical dos trabalhadores audiovisuais nos oito países, destacam-se quatro grandes âmbitos:

- televisão
- atores/atrizes/artistas
- indústria do cinema
- exibição cinematográfica

Em todos os países são as empresas de **televisão** as que garantem uma massa crítica das ocupações formais e contínuas para desenvolver uma organização sindical sólida. Notavelmente a força sindical de televisão varia consideravelmente de país para país. Enquanto que a Argentina, México e em menor medida Brasil possuem organizações sindicais nacionais no setor televisivo de considerável poder, em outros países como o Peru e a Colômbia não existem. O Uruguai (onde acaba de ser criada), Chile e Paraguai se encontram em situações intermediárias.

Os **atores/atrizes e artistas**, paradoxalmente, são os únicos dos quatro setores sindicais organizados nos oito países com sindicatos de presença nacional. Apesar da fragilidade que envolve o trabalho artístico, de natureza temporário e intermitente, ligado geralmente a uma “obra”, em todos os países existem sindicatos de atores/atrizes e artistas, históricos, com identidade própria, e que têm em sua existência, importantes conquistas (estatutos ou leis do artista, do intérprete, etc.). Os companheiros/as dos sindicatos de atores/atrizes da Colômbia refletiram sobre uma das entrevistas pelo fato dos artistas obterem um poder especial que denominaram “poder de tela” (referente também ao “poder de cenário”), que é o poder de convocatória dos artistas em se beneficiar do afeto do público. Os sindicatos de atores/atrizes e artistas integram de maneira inseparável o âmbito audiovisual com o teatro.

Os **sindicatos do cinema** (técnicos de produção e pós-produção) também possuem aspectos paradoxos. Nos oito países trata-se de uma quantidade pequena de trabalhadores e trabalhadoras, que, igualmente aos artistas, são caracterizados pelo trabalho “obra”, temporário e intermitente por si próprio e facilmente “terceirizados” ou “independentes” (freelancers), por sua composição técnico/artístico. Estas características fragilizam a organização sindical. Dos oito países, só na Colômbia não havia sindicato ainda que tenha uma associação de características gremial/profissional. Mas o que explica a subsistência destes sindicatos, ainda em condições precárias, é que constituem o setor estratégico da produção audiovisual.

Os sindicatos de **trabalhadores/as de salas cinematográficas** também têm componentes paradoxos. De maneira geral trata-se de um setor numeroso que reúne 80%

dos empregados na indústria cinematográfica. Além disso parece ser o setor audiovisual mais difícil de organizar, porque só na Argentina e no México possuem uma organização sindical considerável, de âmbito nacional e com acordo coletivo. No setor de exibição, predominam as novas salas e redes, na maioria multinacionais, como Cinemark, Cinepolis, Hoyts, etc.

Aos quatro grandes setores de trabalhadores/as audiovisuais mencionados é necessário acrescentar alguns **coletivos especiais de trabalhadores audiovisuais**. Em primeiro lugar os **locutores e locutoras**, que em alguns lugares como na Argentina, formaram sindicato próprio com habilitação legal para desempenhar a profissão. Em segundo lugar **os/as trabalhadores/as extras**, que compõe um dos coletivos mais numerosos do setor, mas em nenhum dos oito países possuem sindicato próprio. Argentina parece ser o país onde se organizaram de maneira mais autônoma, como setor especial do sindicato de espetáculos públicos. Notavelmente, em muitos casos não pertencem aos sindicatos de atores/atrizes e artistas.

#### 4. O papel do Estado

Nos oito países revelaram-se de grande importância o papel do Estado na indústria audiovisual, tanto nos setores de televisão como nos de cinema.

Especialmente no cinema é evidente o avanço do **papel do Estado**, de fomento e proteção da produção audiovisual, nos oito países. Trata-se de um proceso em franco crescimento e expansão que é produzido tanto em nível nacional como internacional e que integra a famosa “exceção cultural” criada na França na OMC em 1993 e adotada pela UNESCO em 2005.

Mas o papel do Estado também é muito visível na televisão. A sanção das leis de serviços de comunicação audiovisual na Argentina (2009) e no Uruguai (2014) e da televisão digital no Chile (2014), fortemente resistidas pelos grupos empresariais dos meios, põe em evidência a tendência em resistir que há um papel ativo do Estado na televisão. Também se revelou visível no Brasil com a Lei da TV por Assinatura de 2011 e no México com a última reforma constitucional de 2013.

Este crescente papel do Estado na produção audiovisual é uma grande oportunidade para os sindicatos do setor, porque permite os sindicatos recorrerem a essas instâncias estaduais para que possa incluir a questão do cumprimento das leis trabalhistas e sobre tudo a negociação coletiva nos processos de fomento. Especialmente nos créditos exigindo a “livre dívida trabalhista” (para certificar-se do cumprimento das obrigações trabalhistas) por conta dos sindicatos, como acontece na Argentina embora trate somente das obrigações pecuniárias, uma das experiências mais bem sucedidas.

#### 5. MERCOSUL e IBERMEDIA

Os sindicatos audiovisuais precisam entrar e participar das instâncias internacionais, para dar início ao diálogo social entre sindicatos e governos, empresas e câmaras. Sobre tudo a RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul) no MERCOSUL e IBERMEDIA. A participação em ambos âmbitos deveria ter como objetivo principal conduzir a nível internacional e especialmente às coproduções, a ideia da “libre deuda laboral”/ *Libre dívida Trabalhista*.

No MERCOSUL é importante levar em conta o papel dos sindicatos uruguaios, devido a sua situação de capital do bloco e secretaria permanente da RECAM e o fato de que tanto o Chile como o Equador são países associados que participam ativamente da RECAM.

A Federação Intersindical de Técnicos de Cinema e Audiovisual do Mercosul (FITEC) criada em 2008, é uma ferramenta útil para participar da RECAM e o Observatório Mercosul Audiovisual (OMA), embora a participação devesse ser ampliada em todos os sindicatos audiovisuais. Neste sentido a FITEC já havia avançado na proposta de um passaporte técnico regional e um Acordo Regional de Condições Mínimas.

Na IBERMEDIA é necessário também articular os sindicatos espanhóis e portugueses.

**“Livre dívida trabalhista/sindical”.** A experiência da “Libre deuda laboral”/livre dívida trabalhista dos sindicatos na Argentina tem se mostrado bem sucedida, tanto para formalizar os contratos de trabalho como para estimular a sindicalização.

Em cada país, a crescente participação do Estado fomentando a produção cinematográfica e audiovisual, assim como as redes de salas de fomento, permitem aos sindicatos aproveitar-se desta situação para conseguir um apoio, uma autorização, uma licença, um subsídio, uma derrogação, isenção tributária ou parafiscal, que o Estado exija às empresas entre os requisitos o cumprimento prévio das normas trabalhistas e sindicais, certificado pelos próprios sindicatos.

No MERCOSUL os sindicatos também devem exigir que os créditos e ações de fomento regionais sejam também realizados previamente “livre dívida trabalhista”. Para isso é necessário participar da RECAM. Para participar pode-se usar a FITEC e os sindicatos uruguaios, pela facilidade de actuação e experiência. Também é necessário coordenar as ações com a Coordenadoria das Centrais Sindicais do Cone Sul (CCSCCS).

Na IBERMEDIA também é possível levar a exigência da livre dívida trabalhista. Na IBERMEDIA é necessário também articular os sindicatos espanhóis e portugueses.

**Participação sindical nas Instituições audiovisuais nacionais.** Todos os sindicatos deveriam exigir o envolvimento das instituições participativas que caracterizam o setor, tanto do ramo televisivo (os conselhos de serviços audiovisuais) como no ramo cinematográfico (os institutos de cinema e fundos de fomento). Nos casos onde haja a discussão das leis dos meios ou de cinema, os sindicatos devem realizar lobby para que os projetos incluam os sindicatos como parte integrante das instituições. Existem antecedentes como exemplo na Argentina onde a integração dos sindicatos nos conselhos está prevista na lei.

### **Participação sindical nas Instituições audiovisuais internacionais.**

Principalmente na RECAM/Mercosul e IBERMEDIA/CAACI.

**Redes sindicais.** Em vários países estão atuando empresas multinacionais ou multilaterais que poderiam permitir a criação de redes sindicais UNI/FIA com foco em estabelecer e mediar as conversas supranacionais e eventualmente estabelecer Acordo-Quadro Global:

- No setor de exibição cinematográfico atuam Cinemark (Argentina, Chile, México), Cinepolis (México, Brasil), Hoyts (Argentina, Chile)
- Na televisão fechada/por assinatura atuam Tigo/Millicom (Paraguai), Personal, Claro, Movistar/Telefônica (Chile, Argentina), Direct TV (Argentina, Chile), VTR (Chile).
- Na televisão aberta atua Albavisión (Argentina, Chile, Paraguai), Telefônica, Prisa.

### **Ação sindical conjunta nas coproduções ou eventos midiáticos internacionais.**

As coproduções e os eventos midiáticos internacionais também permitem estabelecer algum tipo de ação sindical internacional conjunta, entre os sindicatos dos países envolvidos. Quando a coprodução reúne um país onde a sindicalização está melhor desenvolvida e outro onde a sindicalização que está pouco desenvolvida, a situação poderia permitir um avanço no país menos sindicalizado. Para efeito terá de recorrer sistematicamente às coproduções em funcionamento. A experiência da ação conjunta dos sindicatos de televisão no caso da Copa do Mundo ocorrida no Brasil, é um bom exemplo para se levar em conta.

Resumindo: a situação geral dos oito países, as transformações em andamento, a expansão dos setores de televisão e de cinema, e o crescente papel do Estado, revelam-se uma boa oportunidade e dá margem a várias ações possíveis para melhorar a situação dos trabalhadores/as e sindicatos audiovisuais.

