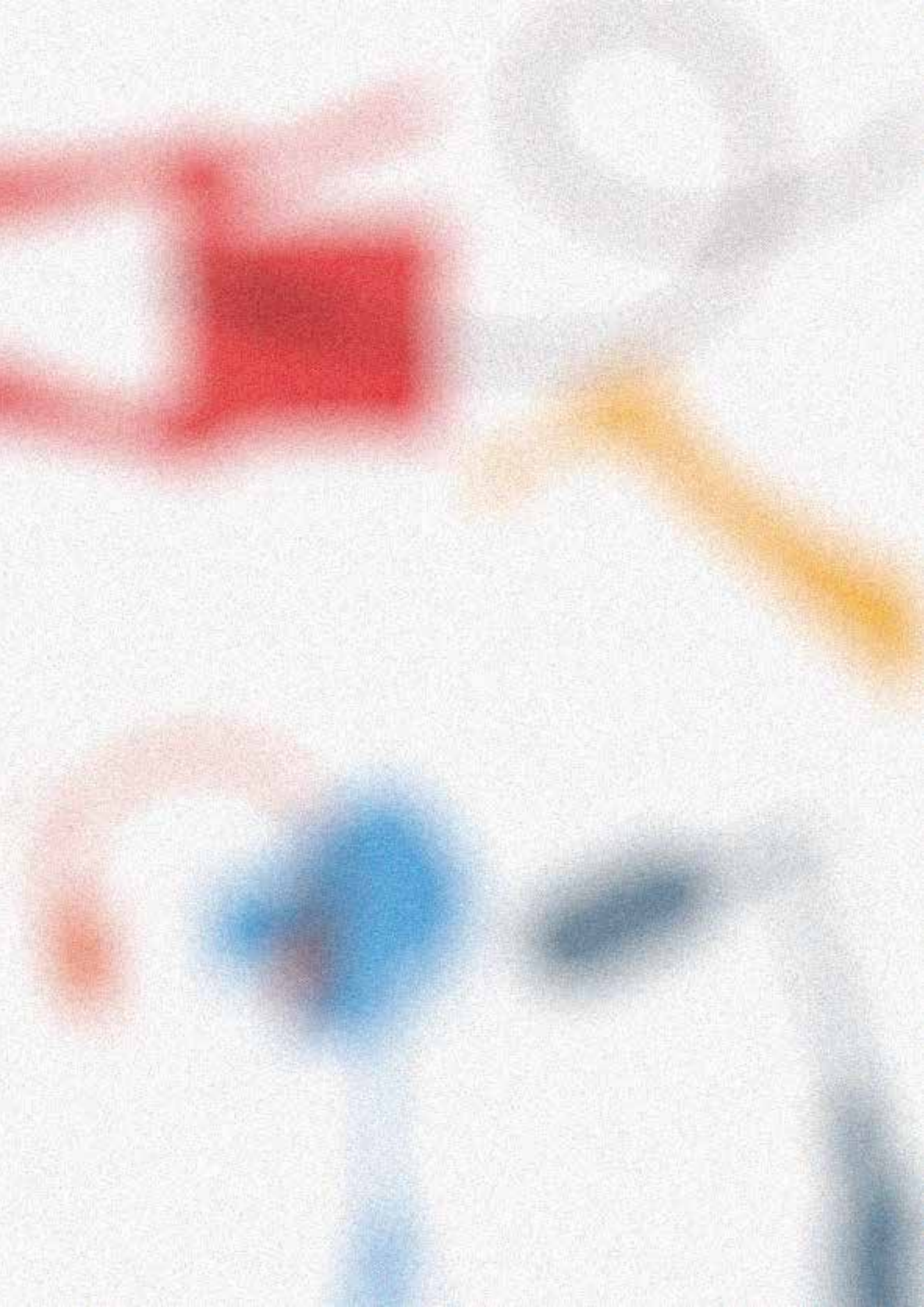


A hand holding a magnifying glass over a red box. The hand and magnifying glass are yellow, and the box is red. The background is white with a crumpled paper texture.

# DETRÁS DE CÁMARAS: **CREATIVIDAD E INVERSIÓN PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

Aprendizajes de una conversación con  
voces claves del sector audiovisual





## ÍNDICE

### P. 04 UN CONVERSATORIO REGIONAL: NOTAS SOBRE NUESTRA METODOLOGÍA

### P. 07 RESUMEN EJECUTIVO

#### FOREWORD

### P. 09 CONTENIDOS AUDIOVISUALES: EL CAPITAL DE LA ECONOMÍA DIGITAL

- P. 11 Luces, Cámara, Introducción
- P. 16 Algunos anuncios recientes de inversión en producción de contenidos locales para streaming

#### PARTE I

### P. 20 MODELOS ESTABLECIDOS Y NUEVOS RUMBOS DEL AUDIOVISUAL: DE LA DIGITALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA AL ASCENSO DEL STREAMING

- P. 21 Paréntesis histórico: un siglo audiovisual
- P. 22 El auge de la pantalla chica
- P. 23 El streaming entra en escena

#### CAPÍTULO 1

### P. 28 LAS REGLAS DEL JUEGO AUDIOVISUAL CAMBIAN PARA LOS GIGANTES DE LA INDUSTRIA

- P. 31 México, ¿una nueva Época de oro?
- P. 34 "México tiene calidad, variedad, precio e industria"
- P. 37 Colombia se perfila como potencia audiovisual
- P. 40 ¿Qué son los incentivos fílmicos?
- P. 44 Brasil: una gran industria se enfrenta a nuevos rumbos
- P. 48 Brasil: las voces al margen toman centralidad
- P. 50 Argentina: desencadenar el potencial
- P. 52 Chile: De lo bueno, ¿poco?
- P. 55 Capital de riesgo para el sector audiovisual
- P. 56 América Latina y el Caribe en los premios Oscar

#### CAPÍTULO 2

### P. 60 NUEVOS CENTROS EMERGENTES, NUEVAS OPORTUNIDADES

- P. 62 De la playa a la pantalla: República Dominicana no solo quiere ofrecer servicios, sino consolidar una industria
- P. 64 Córdoba y Mendoza quieren recordarle al mundo que hay industria audiovisual nacional más allá de Buenos Aires
- P. 66 El caso Uruguay: una oferta que supera la demanda y otros problemas envidiables, pero urgentes
- P. 68 Perú, Ecuador, Bolivia: la región andina es una zona emergente
- P. 71 El boom de Panamá está comenzando: el Festival Internacional de Cine de Panamá (IFF), una puerta de oportunidades
- P. 74 Centroamérica audiovisual: El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica
- P. 77 La animación no es un juego de niños, sino una industria con potencial enorme: un recorrido por México, Brasil y Perú
- P. 81 En Paraguay el cine emprende el vuelo

#### PARTE II

### P. 82 LA PRIORIDAD COMÚN: INVERTIR EN CAPITAL HUMANO

#### CAPÍTULO 3

### P. 83 COMPETENCIAS DE LA FUERZA LABORAL PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

- P. 84 Pensamiento crítico, perseverancia y curiosidad. Habilidades humanas pesan más que nunca en el siglo de la automatización
- P. 93 De lo artístico a lo técnico: *above the line* y *below the line*
- P. 96 ¿Cuáles son las grandes necesidades y retos que enfrentan los productores audiovisuales en América Latina y el Caribe? Una encuesta en el sector (Olsberg SPI)
- P. 116 Experiencias en proyectos audiovisuales impulsados por la Organización de Estados Iberoamericanos
- P. 119 Programa Ibermedia
- P. 120 Conversación con la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales

#### CAPÍTULO 4

### P. 123 LOS TRABAJOS CON DEMANDA DENTRO DE LA INDUSTRIA

- P. 124 El futuro *below the line*. Conversación con un sonidista, una directora de arte y un experto en equipo de cine
- P. 126 Somos potencia literaria. Entonces, ¿por qué es tan difícil conseguir guionistas en América Latina?
- P. 129 Dibujar la realidad: los efectos visuales (VFX) son un sector en crecimiento
- P. 132 "¿Por qué no enseñarles a los chicos del vecindario?" Cómo dar el salto de Guatemala a Hollywood, y de vuelta a Guatemala
- P. 134 La tecnología utilizada en los videojuegos está cambiando la forma en que se hacen películas en Hollywood
- P. 135 Un filósofo, una cineasta, un jefe de cocina, un asistente legal, una relacionista pública: el oficio del productor en América Latina es multidisciplinario

#### PARTE III

### P. 137 IMPLICACIONES Y RECOMENDACIONES

#### CAPÍTULO 5

### P. 138 LA PANTALLA COMO ESPEJO

- P. 140 Amplificar las voces. Conversación con mujeres del mundo audiovisual en América Latina
- P. 143 Buenas prácticas y espacios de formación: diversidad, inclusión y capacitación
- P. 147 Aprendizajes y rutas a explorar

### P. 149 AGRADECIMIENTOS

### P. 152 REFERENCIAS

UN CONVERSATORIO  
REGIONAL:

# NOTA SOBRE NUESTRA METODOLOGÍA



El presente documento se basa en una metodología híbrida que combina investigación de fuentes primarias y secundarias: portales de datos abiertos, reportes publicados por gobiernos nacionales y el sector privado, bibliografía académica, comunicados de prensa, fuentes periodísticas, además de entrevistas en profundidad con casi cien actores claves del sector audiovisual latinoamericano: productores, hacedores de políticas públicas, funcionarios, inversionistas, guionistas, directores de empresas, ejecutivos de empresas de entretenimiento, investigadores y equipos técnicos en la región. Asimismo, se incorporan los resultados de una encuesta enfocada en las necesidades específicas del sector en lo referente a la formación de capital humano y las competencias de la fuerza laboral para identificar las habilidades técnicas –lo que en la jerga de la industria se conoce como el sector *below the line*– que es necesario desarrollar en nuestra región. La encuesta fue diseñada e implementada por la consultora independiente Olsberg SPI.

## AUTOR

**DIEGO OLAVARRÍA**— *Autor principal e investigador*

Diego Olavarría es escritor e investigador. En 2015, recibió el Premio Nacional de Crónica Joven Ricardo Garibay y en 2020 le fue otorgado el Premio Nacional de Bellas Artes Carlos Montemayor de Crónica Literaria, ambos en México. Es autor de los libros *El paralelo etíope* e *Historia de nuestro futuro*, proyecto de investigación desarrollado junto con el Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza. Sus investigaciones periodísticas lo han llevado a una decena de países, incluyendo Venezuela, Cuba, Etiopía y Filipinas. Desde 2017, ha colaborado con el Banco Interamericano de Desarrollo contando historias relacionadas con el mundo de las industrias culturales y creativas.



## COAUTORAS

**ALEJANDRA LUZARDO**— *Especialista líder en Innovación y Creatividad  
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*

Alejandra Luzardo es líder estratega en Innovación y Creatividad en el grupo BID, donde dirige iniciativas sobre las industrias culturales y creativas, el emprendimiento creativo y las nuevas tecnologías. También coordina la investigación, diseño, ejecución y evaluación de proyectos en los sectores de la Economía Naranja. Actualmente articula el diálogo de políticas para el sector de la economía creativa con un eje intersectorial para repensar cómo potenciar su contribución en el empleo y en la reactivación económica de América Latina y el Caribe. Encabezó la creación de Idear Soluciones (Demand Solutions), un modelo de negocios que aplica la lógica empresarial y enfoques creativos para abordar problemas en temas como salud, transporte, energía y seguridad ciudadana. Su trabajo cubre diferentes ámbitos del sector del entretenimiento y tecnologías disruptivas, construyendo soluciones tecnológicas en línea a través de una variedad de organizaciones internacionales. Es miembro fundador de Prodiseño, Escuela de Comunicación Visual y Diseño en Caracas, Venezuela, y tiene una maestría en Comunicación y Producción de Cine de la American University, Washington DC.

**MERCEDES MATEO DÍAZ**— *Jefe de División de Educación  
Banco Interamericano de Desarrollo*

Mercedes Mateo Díaz es la jefe de la División de Educación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), donde lidera a un equipo de especialistas y profesionales para apoyar la transformación de los sistemas educativos en América Latina y el Caribe. Ha impulsado una amplia alianza regional con más de cuarenta socios del sector público y privado para repensar la educación y fortalecer los ecosistemas de aprendizaje. Su trabajo cubre diferentes ámbitos de la política social, con un énfasis en la desigualdad. Ha coordinado la investigación, el diseño, la ejecución y evaluación de proyectos innovadores en educación. También ha realizado contribuciones en las áreas de reforma institucional, participación laboral femenina, educación para la primera infancia y políticas de cuidado infantil, desarrollo de habilidades blandas y cohesión social. Tiene un doctorado en Ciencias Políticas de la Universidad de Lovaina. En 2004, fue investigadora del Fondo Belga de Investigación Científica (FNRS) y, hasta 2007, trabajó como investigadora honoraria en la misma institución. Entre 2002 y 2004 fue investigadora postdoctoral Marie Curie en el Centro Robert Schumann del Instituto Universitario Europeo.

## ASISTENCIA EN LA INVESTIGACIÓN

**LILIÁN LÓPEZ CAMBEROS**— *Periodista, editora y autora.*

## SOBRE LA ALIANZA BID/NETFLIX

En años recientes, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se ha posicionado como un referente en las industrias creativas y culturales, también llamadas Economía Naranja. El BID ha impulsado la investigación, el desarrollo de conocimiento, las políticas públicas y más de trescientos proyectos de las industrias culturales y creativas desde sus inicios. Para ello, acompaña a gobiernos, entidades públicas, centros de investigación, consultores y empresas. Para el desarrollo de esta publicación, los investigadores contaron con el apoyo de distintos departamentos del Banco y colaboraron con diversos actores claves del sector.

Desde su llegada a Latinoamérica hace una década, Netflix trabaja de la mano de gobiernos e instituciones de América Latina, asociaciones de productores y otros actores para entender de qué forma puede aportar al desarrollo del ecosistema del entretenimiento. Recientemente, Netflix se unió a la Coalición para el Desarrollo de Habilidades del Siglo XXI en América Latina y el Caribe, impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo. Como parte de este importante esfuerzo, Netflix brindó apoyo financiero para el desarrollo de esta publicación.

# NETFLIX



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento hace un repaso del sector audiovisual en América Latina y el Caribe mediante una metodología híbrida que combina investigación de fuentes primarias y secundarias, y entrevistas a cerca de cien actores claves en la industria. Presentamos un mapa de la región que no pierde de vista sus hitos audiovisuales e intenta fijar su lente en debates de política pública y habilidades del siglo XXI. Complementamos nuestro recorrido con las experiencias de creadores y creadoras emergentes, productores, ejecutivos de empresas de entretenimiento, trabajadores institucionales y de asociaciones filmicas. Buscamos generar una discusión en torno al potencial de esta industria estratégica y explorar cuáles son los retos que enfrenta su fuerza de trabajo, dónde se capacita y cómo se incorpora a las producciones, y cuáles son las habilidades técnicas con mayor demanda actual. Para 2025, nuestra región necesita invertir en capacitación y aprovechar las oportunidades que supone este sector en crecimiento.

En el camino tratamos de responder algunas preguntas urgentes sobre el funcionamiento de nuestro ecosistema audiovisual: ¿dónde operan los productores y de qué tamaño suelen ser las compañías de producción audiovisual en América Latina y el Caribe?, ¿dónde y cómo se recluta a los profesionales del sector?, ¿contamos con las habilidades técnicas para suplir esta demanda?, ¿existen cursos de capacitación suficientes?, ¿qué son los puestos *below the line* y cuáles tienen más demanda en los mercados emergentes?

Estamos a las puertas de un nuevo boom audiovisual en América Latina y el Caribe. Solo en 2019 se calcula que se invirtieron unos 5,7 mil millones de dólares en producciones audiovisuales, impulsando la creación de más de 1,6 millones de empleos directos e indirectos, según un estudio de Olsberg SPI. Aunque sin duda la crisis por el covid-19 golpeó duramente todas las esferas de la vida, el confinamiento masivo impactó el sector de un modo inédito, con el cese de rodajes de un buen número de producciones. Sin embargo, la demanda de contenidos audiovisuales no disminuyó; por el contrario, siguió creciendo a través de nuevos formatos como el streaming. Gracias a las grandes inversiones que inyecta en las economías locales, el sector audiovisual puede contribuir a una recuperación rápida de las economías creativas. Debido a su histórica capacidad de adaptación, su resiliencia y su talento, América Latina y el Caribe está en una posición en la que puede aprovechar la coyuntura.

Si ponemos la lupa en el sector audiovisual, se dibujan dos tendencias: las plataformas de streaming, que se consumen ahora en uno de cada cinco hogares de Latinoamérica, están cada vez más interesadas en producir contenidos originales para el mercado de nuestra región, que ha demostrado tener un gran aprecio por los contenidos propios. Pero, además, la demanda a nivel global de los contenidos producidos aquí, tanto en español como en portugués, subraya el potencial de América Latina y el Caribe como región exportadora audiovisual, capaz de llevar sus historias a los lugares más diversos del mundo.

Países que cuentan con industrias audiovisuales más desarrolladas como Brasil, México, Argentina y, más recientemente, Colombia y Chile, exploran la manera de fortalecer la creación audiovisual como eje de atracción para las inversiones globales de un sector que mueve miles de millones de dólares y que impacta en ramas tan diversas de la economía como el turismo y la construcción. En Uruguay, República Dominicana, Panamá, Perú, entre otros, emergen nuevos centros que buscan posicionarse como lugares competitivos para establecer servicios de producción filmicos y *hubs* audiovisuales.

La experiencia ha demostrado que contar con leyes de fomento para la industria audiovisual es un paso importante, pero no el único, y que los gobiernos de la región tienen la oportunidad de aprovechar el potencial impacto económico y generador de empleo de esta industria. La conexión entre la agenda digital de los países y el capital humano del sector audiovisual es irrefutable. Debido a esto es importante impulsar políticas públicas pertinentes que dinamicen el sector, atiendan los retos locales y apunten a profesionales bien formados y de prestigio, con una capacidad creativa reconocida mundialmente y una ventaja comparativa en el mercado.

Precisamente porque se trata de un sector que crece a pasos acelerados, los procesos de producción y distribución audiovisual están en constante transformación. Una encuesta comisionada para este estudio mostró que la ausencia de cursos y opciones de capacitación al nivel de los estándares requeridos por la industria global, y la falta de sintonía entre la experiencia curricular y la práctica, fueron vistos como los principales retos a los que se enfrenta la fuerza laboral de producción audiovisual en América Latina y el Caribe.

La prioridad común de los actores de la industria audiovisual es atender la falta de capital humano y por eso



insisten en la necesidad de invertir en la capacitación de nuevas generaciones de jóvenes, sobre todo de aquellos que se hallan en situaciones socialmente vulnerables. No es momento para perder la oportunidad de aportar a la reactivación económica de la región con un sector de la Economía Naranja en crecimiento. Las evidencias demuestran que las llamadas habilidades del siglo XXI son primordiales y serán algunas de las más necesarias en el tránsito laboral que supondrá el proceso de automatización de millones de empleos: frente a este panorama, se hacen indispensables el pensamiento crítico, la habilidad de aprender a aprender, la autorregulación y otras *soft skills* como la empatía, la perseverancia y la creatividad.

Asimismo, la diversidad del talento será clave para que América Latina y el Caribe se consolide como una potencia audiovisual. Las historias que contamos y cómo las contamos son una representación de nuestra riqueza cultural. Es vital amplificar las voces e incluir en los espacios de creación a grupos históricamente excluidos como mujeres, pueblos originarios, comunidad afrodescendiente, personas con discapacidad y de contextos sociales marginados. El audiovisual es el canal ideal para ensayar nuevas narrativas ancladas en estas voces, y su experiencia y talento al frente y detrás de cámaras son cruciales para lograrlo. Una puerta de entrada al sector es la educación y por ello es estratégico abrir programas de formación, becas, *bootcamps* y residencias artísticas específicamente diseñadas para detonar la diversidad.

La industria audiovisual debería ser un objetivo prioritario por su peso en el empleo y la economía, pero también porque incide en nuestras identidades culturales, forma comunidad y aumenta nuestra proyección internacional. Las políticas públicas centradas en el sector deben contar con una visión integradora: comprender tanto el audiovisual en todos sus formatos: cine, series de televisión, cortometrajes, publicidad, videojuegos y animación, como entender que ellos tienen la capacidad de trascender su propia naturaleza y enlazarse con la cultura, el turismo y la imagen país.

América Latina y el Caribe se encuentra en un momento propicio para aprovechar las lecciones de otros ecosistemas audiovisuales y consolidar su propia industria. La cooperación transregional es tan importante como un trabajo conjunto entre gobierno, sector privado, asociaciones profesionales y organizaciones multilaterales. Esperamos que este documento sea uno de los primeros pasos en esa dirección.



## FOREWORD

# CONTENIDOS AUDIOVISUALES: EL CAPITAL DE LA ECONOMÍA DIGITAL

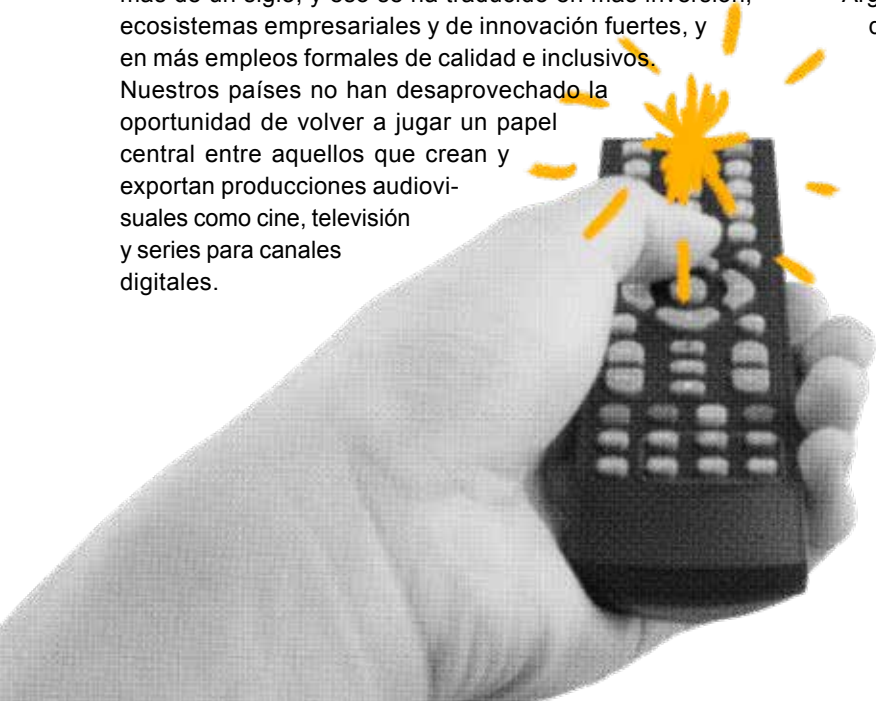
Estamos en el año 2030 y en América Latina la economía lleva años repuntando. La pandemia del covid-19 es un recuerdo triste pero lejano, y el PIB de la economía creativa de la región ha aumentado sostenidamente a lo largo de la década. La región se ha consolidado como zona emergente de un sector que lleva veinte años de estable crecimiento: la industria del entretenimiento y la producción de contenidos audiovisuales.

Gracias a decisiones políticas audaces y alianzas estratégicas, América Latina y el Caribe ha podido generar cuadros técnicos y talento para recuperarse de la peor crisis socioeconómica a la que se ha enfrentado en más de un siglo, y eso se ha traducido en más inversión, ecosistemas empresariales y de innovación fuertes, y en más empleos formales de calidad e inclusivos. Nuestros países no han desaprovechado la oportunidad de volver a jugar un papel central entre aquellos que crean y exportan producciones audiovisuales como cine, televisión y series para canales digitales.

En este mapa imaginado a futuro, los estudios de animación en ciudades como Medellín o Montevideo harán largometrajes animados y series para públicos en Canadá y Rusia. Los guionistas en Chile escribirán series que tocarán a las audiencias en Estambul y París. Las producciones brasileñas, muchas dirigidas y protagonizadas por afrobrasileños, serán la sensación en Nairobi y en Londres. Las mujeres jóvenes producirán y dirigirán más que nunca.

No será únicamente un florecimiento de los trabajos tradicionales del sector, sino de aquellos que requieren nuevas habilidades clave en el siglo XXI. Podemos imaginar que, en ciudades como Puebla, en México y Mendoza, en Argentina, una nueva industria ha florecido: la de animadores de efectos visuales (VFX), que han convertido a estas ciudades en *hubs* de tecnología aplicada al arte.

Al mismo tiempo, países como República Dominicana, Uruguay y Paraguay se han consolidado como centros que ofrecen servicios de producción de alto nivel. Películas que en algún momento se habrían filmado en Europa del Este eligen mejor Montevideo, atraídas por el profesionalismo de su mano de obra, su infraestructura y su legislación audiovisual *film-friendly*. Desde hace tiempo, República Dominicana es la opción más obvia de quienes buscan filmar escenas de playa y el país ha aprovechado ese recurso para desarrollar una industria que hoy ofrece además servicios de posproducción.



Este panorama que acabo de describir no tiene por qué ser una ficción digna de la pantalla grande. Desde hace años, el consumo de productos audiovisuales en nuestra región y en el mundo no hace sino crecer. Hay quienes estiman que hacia 2026 habrá más de cien millones de suscriptores de streaming en América Latina; considerando que en la región somos más de 600 millones de habitantes, la cifra es notable.<sup>01</sup>

La explosión de la demanda de contenidos, aunada a políticas públicas favorables que incluyen leyes de cine e incentivos a la producción, ha estimulado la industria en todo el continente. Los grandes mercados históricos como México y Brasil producen volúmenes récord de contenidos audiovisuales; otros como Colombia han visto crecer la industria a tasas sostenidas. Países que hace dos décadas no producían películas ahora estrenan cintas que son fuente de orgullo y reconocimiento internacional. En toda América Latina y el Caribe, la inversión en infraestructura ha generado empleos, convirtiéndola en un sitio donde es posible rodar y producir. Una vez que hayamos superado la pandemia y los rodajes se restablezcan en forma, estos tendrán la capacidad de reanimar otros sectores severamente afectados por la pandemia, como el de la hotelería y el turismo.

Sin embargo, hay más por hacer si queremos que la industria juegue un papel mayor en el desarrollo de la región. Invertir e implementar políticas públicas para convertir el talento en eje principal del sector audiovisual va en línea con algo que los expertos en política pública, economistas, creadores y académicos de América Latina y el Caribe han insistido desde hace años: la apuesta por aquellas industrias que se nutren de ideas, tecnología y creatividad.

Esto se dice más fácil de lo que se logra: desde el siglo XV, la región ha sido exportadora de materias primas. En el siglo XX, con el avance de la globalización, América Latina incrementó su producción de soya, piedras preciosas, petróleo, minerales y gas natural. Sin embargo, nuestros países son cada vez más vulnerables a los *shocks* de los precios internacionales. Si a esto sumamos la crisis del covid-19, queda claro que se necesita de nuevas opciones que permitan desarrollar economías y sociedades más resilientes.

Las industrias culturales y creativas son un recurso que se regenera con cada golpe de inspiración de los creadores, y una fuerza capaz de acelerar la innovación. Una nueva discusión en torno al valor de estas industrias ya empieza a gestarse en la región: en las agrupaciones de productores de Argentina, los institutos de cine y de audiovisual; en los congresos nacionales; en las universidades públicas y privadas; en la banca de fomento.

El incremento de la demanda y producción de contenidos locales exige unir fuerzas entre el mundo del entretenimiento y el mundo de la educación y la formación para construir los cimientos de una industria que será de gran relevancia en las próximas décadas. Y para ello, los ecosistemas son claves para desplegar herramientas y apoyar políticas que permitan formar al talento y fortalecer el capital humano. El BID lidera una coalición para promover habilidades del siglo XXI que actualmente cuenta con más de cuarenta miembros del sector público y privado, incluyendo a Netflix. Esta coalición promueve una nueva generación de políticas de educación y capacitación que responda a los retos presentes: entornos extremadamente dinámicos, con un mercado laboral cambiante y sociedades cada vez más diversas.

Con las políticas públicas adecuadas y una visión a largo plazo podremos adelantarnos a los desafíos que el sector enfrenta y construir una industria que cree empleos y abone a la recuperación económica. Prepararemos el capital humano que el sector exige para generar los productos creativos que hoy son la principal fuente de ingresos de la economía digital. En nuestras manos está que el futuro que imaginamos sea una realidad, no una esperanza. En nuestras manos está una región más próspera, más creativa, donde el talento latinoamericano y caribeño sea protagonista.

## MARCELO CABROL

— Gerente del Sector Social del  
Banco Interamericano de Desarrollo

---

01 Digital TV Research, *Latin America OTT TV & Video Forecasts* (marzo de 2021). [https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC\\_sample\\_313.pdf](https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC_sample_313.pdf)

# LUCES, CÁMARA, INTRODUCCIÓN.



Todos podemos nombrar una película, una emisión de televisión o una serie latinoamericana que nos marcó, ya sea el programa cómico que nos hacía reír de niños, las telenovelas que nos sentamos a ver en familia, o la aclamada cinta que abarrotó las salas de cine. No es de extrañarse: América Latina y el Caribe lleva casi un siglo produciendo cine y televisión que han llegado a las pantallas —grandes, chicas y ahora tamaño celular— del mundo.

Detrás de cada uno de esos programas, protagonizados apenas por unos cuantos rostros famosos, se forjaba ya una poderosa industria que era responsable de empleos y dinamismo económico en la Ciudad de México, Buenos Aires, Sao Paulo y Caracas: la industria audiovisual (AV). Aunque los empleos más obvios son los de quienes realizan el trabajo de cámara y que giran sus lentes desde una grúa aérea, las guionistas que pasan las noches en vela imaginando historias, o los fotógrafos que convierten las ordinarias calles de una ciudad en un paisaje evocador, detrás de una producción audiovisual

también hay coloristas que se encargan de hacer azul el mar y negra la noche, asistentes que construyen las escenografías con ladrillos y madera, o incluso chefs del *catering* que preparan el bufé de desayuno para el equipo técnico desmañado. Y ni se diga el gasto en infraestructura física: la industria invierte una buena cantidad de recursos en sets y escenografía, y dedica infinitas horas a la posproducción en estudios de última tecnología. Estos esfuerzos —titánicos, creativos y muy técnicos— muchas veces no se ven en la engañosa sencillez de la escena que aparece en pantalla. Pero basta observar los cientos de créditos que aparecen al final de cualquier película para darse cuenta de que detrás de cada rodaje hay cientos —o incluso miles— de empleos altamente técnicos y calificados.

Aunque suele asociarse con farándula y vestidos largos, es importante recordar que esa es solo la cara más visible de una actividad en la que participan miles de personas que realizan oficios diversos y que la industria audiovisual y del entretenimiento es sinónimo de inversión y desarrollo. La maquinaria económica de esta industria distribuye alrededor de 177.000 millones de dólares en inversión cada año.<sup>02</sup>

En América Latina se calcula que en 2019 se invirtieron unos 5,7 mil millones de dólares en producciones audiovisuales y que esto impactó en más de un millón y medio de empleos directos e indirectos<sup>03</sup>, es decir, que la

02 Olsberg SPI, *Global Screen Production- The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19* (25 de junio de 2020), 5. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>

03 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 13 y 15.

**EN AMÉRICA LATINA SE CALCULA QUE EN 2019 SE INVIRTIERON UNOS 5,7 MIL MILLONES DE DÓLARES EN PRODUCCIONES AUDIOVISUALES Y QUE ESTO IMPACTÓ EN MÁS DE UN MILLÓN Y MEDIO DE EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS**



industria empleó a una cantidad de personas superior a la población de Montevideo. A pesar de este gran impacto económico, la mayoría de los gobiernos de la región aún no han aprovechado todo el potencial que el sector ofrece, lo que podría lograrse con las políticas públicas adecuadas que incentiven a la industria.

Al igual que en otros rubros de la economía creativa, la pandemia ha afectado de forma considerable a la industria del entretenimiento a nivel mundial y en nuestra región: el confinamiento causado por el covid-19, por ejemplo, ha causado la pérdida a nivel global de 10 millones de empleos de tiempo completo equivalentes en la cadena de valor audiovisual.<sup>04</sup> Luego de años de crecimiento del número de películas nacionales que se estrenaban y de asistentes al cine, en 2020 fuimos testigos de momentos difíciles. Las salas de cine en América Latina y el Caribe juegan un papel crucial en el tejido social y económico de nuestras comunidades, lo que explica su rápido crecimiento: en 2019 había un promedio de 21 salas de cine por cada millón de habitantes.<sup>05</sup> Las pérdidas por el impacto de la pandemia en países como México, que concentra la mayor cantidad de salas en la región, se calculó en casi 18.407 millones de pesos entre marzo de 2020 y febrero de 2021, según reportó la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine).<sup>06</sup>

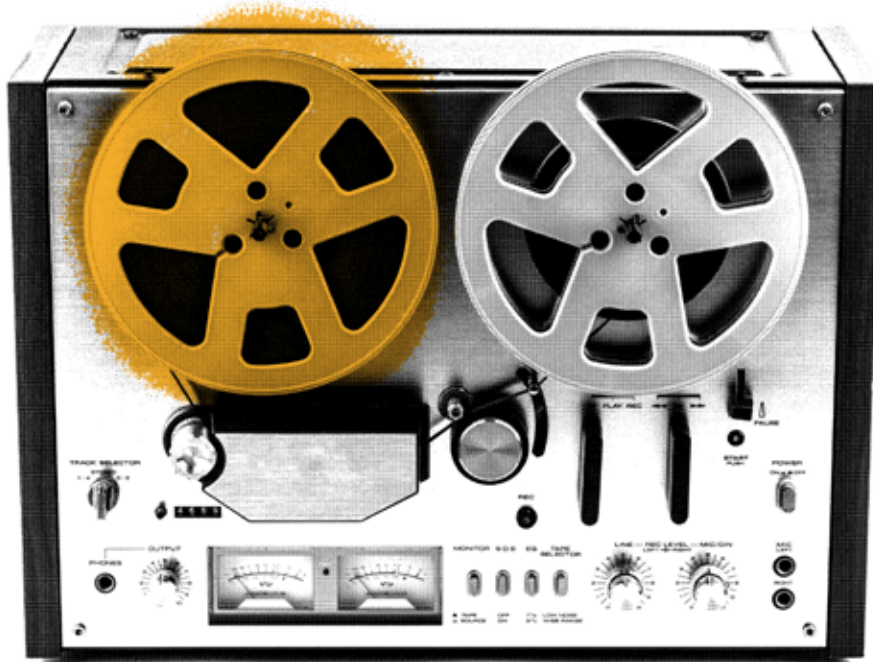
Esto mismo ocurrió en los rodajes de todo el mundo, que tuvieron que ponerse en pausa, causando un impacto negativo en el empleo de miles de personas y pérdidas para las productoras.<sup>07</sup> Sin embargo, a lo largo de la crisis, el sector de la producción audiovisual demostró su resiliencia: la industria fue una de las primeras en adaptarse a la realidad epidemiológica e incorporar medidas sanitarias para reiniciar los rodajes. También fue capaz de actos de gran solidaridad social: los contenidos audiovisuales, que muchos creadores y empresas de entretenimiento ofrecieron de manera gratuita durante los primeros meses del confinamiento o *lockdown* global de 2020, fueron algunos de los principales paliativos que ayudaron a sobrellevar los encierros con un poco más de tranquilidad. Ya fuera entreteniéndose con películas, telenovelas, series, televisión o videos de internet, millones de latinoamericanos hicieron más tolerable el peso psicológico de resguardarse en casa gracias a la solidaridad del sector audiovisual. Del mismo modo, diversas empresas del sector se movilizaron creando fondos para apoyar a los trabajadores más afectados por el paro de algunas producciones.<sup>08</sup>

Además de este importante valor social, hay especialistas que sugieren que la industria audiovisual y del entretenimiento jugará un papel importante en la recuperación de las economías pospandemia. Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo sobre el impacto de la pandemia en los sectores culturales destacó que la interrupción en las cadenas de valor, la baja prioridad del área en los esfuerzos de recuperación y los recortes presupuestales son algunos de los retos más urgentes que enfrenta el sector cultural ante la actual crisis sanitaria y económica.<sup>09</sup>

Ante estas dificultades, la producción de películas y series, que suele implicar la ejecución de grandes presupuestos en tiempos acotados, puede jugar un papel clave en dinamizar la recuperación económica en el corto plazo. Esto se debe también a que, en promedio, 67% de los gastos de la producción impacta indirectamente en otros sectores.<sup>10</sup>

67%

de los gastos de la producción impacta indirectamente en otros sectores.



04 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 2.

05 Oscar Berrendo, Juan Antonio Serrano y Enrique Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019* (Madrid: EGEDA, 2019), 41. <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>

06 Alejandra Rodríguez, "El impacto de la pandemia a cines en México: 334 millones de boletos no vendidos en 11 meses", *El Financiero* (9 de febrero de 2021). <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-impacto-de-la-pandemia-a-cines-en-mexico-334-millones-de-boletos-no-vendidos-en-11-meses/>

07 Mario Carbonell, "La doble crisis de la industria cinematográfica en México (5/5)", *France 24* (4 de septiembre de 2020). <https://www.france24.com/es/20200904-m%C3%A9xico-crisis-industria-cine-pandemia>

08 Milenio, "Netflix y AMACC dan fondo de apoyo a mil 437 trabajadores de industria cinematográfica" (15 de julio de 2020). <https://www.milenio.com/espectaculos/cine/netflix-amacc-fondo-1-437-trabajadores-industria-cine>

09 Banco Interamericano de Desarrollo [BID], *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos* (2020), 5. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>

10 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 6-7.

# PORCENTAJE DEL GASTO EN PRODUCCIÓN SEGÚN TIPO DE PROYECTO Y SU IMPACTO EN OTROS SECTORES COMERCIALES<sup>11</sup>

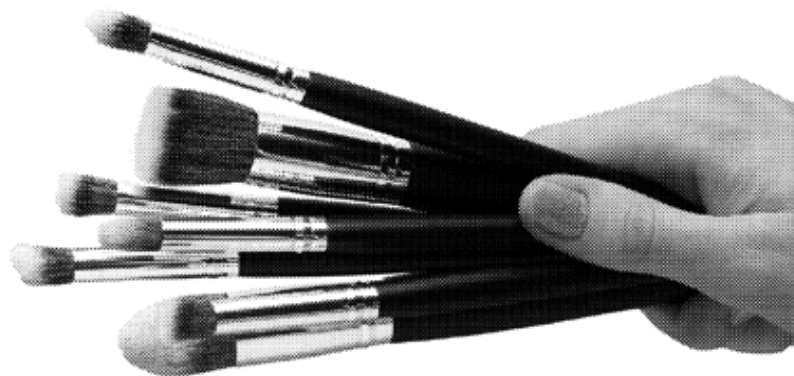
	Super producción (USD 220M de presupuesto)	Película de mediano presupuesto (USD 20M)	Película de poco presupuesto (USD 6M)	Serie de televisión High-end (USD 70M)	Serie de televisión de mediano presupuesto (USD 13M)	Promedio
SECTOR BENEFICIADO	%	%	%	%	%	%
Relativo a la producción	42,5	30,2	32,1	37,3	23,3	33,1
Servicios a las empresas	11,4	15,0	5,8	11,9	15,9	12,2
Construcción	14,6	5,5	2,6	24,6	8,5	11,2
VFX	12,5	6,4	1,8	8,1	4,5	6,7
Viajes y transportes	4,3	8,3	16,8	1,3	9,8	8,1
Hoteles y servicios alimenticios	2,3	3,6	10,6	3,6	12,8	6,6
Servicios financieros y legales	1,5	6,8	11,5	1,3	6,7	5,6
Bienes raíces	1,6	9,7	7,6	2,2	6,4	5,5
Moda y belleza	4,6	2,2	7,6	5,4	5,8	5,1
Música y artes escénicas	2,7	6,4	2,2	2,8	3,4	3,5
Servicios eléctricos	1,1	1,0	0,3	1,0	0,4	0,8
Seguridad y vigilancia	0,5	1,2	0,2	0,2	1,4	0,7
Educación	0,1	1,2	0,7	0,1	0,8	0,6
Sector salud	0,3	1,5	0,2	0,2	0,3	0,5
	100	100	100	100	100	100

El sector audiovisual ofrece otras razones para el optimismo. El reciente boom de los servicios de suscripción de video por demanda (SVOD, por sus siglas en inglés), usualmente llamados servicios de streaming, ha consolidado a América Latina y el Caribe como un mercado que busca consumir contenidos locales de alta calidad y de toda clase de géneros. A través de los servicios globales y regionales de streaming como Amazon Prime Video, Disney+, Netflix, Globo Play, Movistar+, Claro Video, HBO Max, Blim, entre otros, grandes empresas invierten en la producción de contenidos originales destinados al mercado latinoamericano, sumando así sus presupuestos a corrientes de inversión ya existentes en la región. **Como el consumo de contenido audiovisual no ha disminuido a pesar de la pandemia, las inversiones de estos actores en la región no tienen previsto tampoco una reducción.**

La llegada del modelo de los servicios de streaming hace una década ha subrayado dos tendencias claves en la historia audiovisual en América Latina: recalca su gran aprecio por los contenidos propios y demuestra su potencial como exportador audiovisual que lleva sus historias a los lugares más diversos. Esto no debe sorprendernos, ya que el sustrato creativo de la región es el resultado directo de una vasta riqueza cultural y social, y tiene atracción más allá de nuestras fronteras. El auge de la industria audiovisual es prueba de que en América Latina y el Caribe es posible hallar historias, talento artístico, locaciones para filmar, y una mirada creativa que ya ha seducido al mundo muchas veces a través de sus películas, telenovelas, series, comedias, animaciones y demás.

No obstante esto, también hay realidades que no podemos ignorar: los programas educativos son incipientes y en ocasiones, la demanda de servicios crece más rápido que la oferta de talento técnico y creativo. Y aunque algunos países han desarrollado marcos legales a través de leyes de cine y programas estatales y nacionales para acelerar el crecimiento del sector, muchos otros se encuentran en una posición difícil para competir con centros audiovisuales más consolidados en el mundo, que ofrecen talento, infraestructura e incentivos directos.

La oportunidad, sin embargo, está puesta sobre la mesa. De acuerdo con el estudio comisionado para esta publicación, la mayoría de los productores audiovisuales de América Latina y el Caribe consideran que la demanda de empleos técnicos relacionados con la producción audiovisual incrementará aquí en los próximos años. Estos puestos incluyen aquellos relacionados con los efectos especiales, efectos visuales, paisajismo y dobles de acción. Otros empleos relacionados con el talento, como aquellos relativos a guiones y maquillaje, pueden beneficiarse del perfeccionamiento adicional (*upskilling*). Muchos de los especialistas e *insiders* entrevistados en esta publicación coinciden en la urgencia de reforzar los esfuerzos de capacitación, las alianzas público-privadas, y en dotar al talento latinoamericano de los conocimientos y tecnologías necesarios para llevar a cabo los empleos que se crearán a través de la producción audiovisual. Algunos entrevistados han advertido que sus países ya enfrentan un “cuello de botella” en materia de talento audiovisual y, por ello, debemos establecer la capacitación



y perfeccionamiento de habilidades como prioridades en la región. Alcanzar este objetivo exige el trabajo conjunto de gobierno, sector privado, asociaciones profesionales y organizaciones multilaterales.

Gracias a conversaciones con productores, ejecutivos, funcionarios, guionistas, especialistas y otros expertos del sector, buscamos enfocar la cámara para entender mejor las necesidades que existen detrás de bastidores. Tenemos la certeza de que estas conversaciones apuntan a la necesidad de implementar políticas públicas específicas y por ello pueden generar recomendaciones para el desarrollo de este sector estratégico.

A través de un panorama que combina investigación, entrevista y narrativa, queremos compartir experiencias que nos ayuden a asumir el enorme reto de seguir impulsando el talento y las historias de América Latina y el Caribe, pero también las oportunidades únicas que surgen ante nosotros en este momento.



**ASÍ QUE  
¡LUCES,  
CÁMARA,  
ACCIÓN!**

# ALGUNOS ANUNCIOS RECIENTES DE INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS LOCALES

## AMAZON PRIME

“Amazon Prime Video cuenta con producciones originales de México, Brasil, Argentina, Colombia y Chile en distintas etapas de realización, y estas se estrenarán a lo largo de los próximos años. Recientemente anunciamos que en México tenemos previsto aprobar la producción de entre 10 y 15 series originales, y de 4 a 5 películas originales cada año en los próximos 3-5 años”.<sup>12</sup>

En 2021, se estrenarán segundas temporadas de *De viaje con los Derbez*, *Pan y Circo* y *El juego de las llaves*, y tercera y cuarta temporada de *Last one laughing* (LOL). Además, se estrenará una serie biográfica de Maradona (*Maradona: sueño bendito*) y un documental de deportes sobre las Chivas de Guadalajara. También lanzará la primera serie de terror mexicana en la plataforma: *Soldados o zombies*.

Para Brasil se anunció la serie dramática *Sentença* y las comedias *Desjuntados* y *5X Comedy*, una adaptación del teatro.

Amazon anunció asimismo un fondo de 2,65 millones de dólares para apoyar a la recuperación de productoras de televisión, cine y teatro en México y otros países latinoamericanos.<sup>13</sup>

## DISNEY+

The Walt Disney Company lanzó la plataforma de streaming Disney+ en Latinoamérica el 17 de noviembre de 2020. Más tarde, la empresa anunció que tenía 71 producciones en distintas etapas de desarrollo en América Latina, incluyendo “15 en Brasil, 21 en México, 29 en Argentina y 6 en Colombia”, según anunció Diego Lerner, presidente de The Walt Disney Company Latin America. Estas incluyen “historias de ficción, programas de entrevistas, documentales [y] shows en vivo”.<sup>14</sup>

Algunos creadores latinoamericanos que participarán en estas producciones incluyen a Jay de la Cueva, Fito Páez, Adal Ramones, Fabio Porchat y Omar Chaparro, entre otros.

Recientemente anunció que el 31 de agosto de 2021 lanzará la plataforma Star en América Latina. Dirigida a un público adulto, funcionará en un inicio como servicio complementario a Disney+, aunque tiene “el peso requerido para establecerse como un servicio digital independiente a Disney”, según Lerner. Títulos como *Santa Evita*, *No fue mi culpa*, *El galán* y *Los protectores* son algunos de los contenidos desarrollados íntegramente en América Latina que se planea estrenar.<sup>15</sup>

## GLOBO PLAY

En noviembre de 2020, el conglomerado brasileño de medios Globo anunció planes para invertir 250 millones de dólares en contenido y tecnología, y confirmó que tiene 82 shows originales en fase de desarrollo o producción.<sup>16</sup>

12 Amazon, comunicación personal (26 de febrero de 2021).

13 Infobae, “Amazon donará más de USD 2,65 millones a productoras de América Latina por covid-19” (26 de enero de 2021). <https://www.infobae.com/america/agencias/2021/01/27/amazon-donara-mas-de-usd-265-millones-a-productoras-de-america-latina-por-covid-19/>

14 Disney, “Disney+ presenta su sólida oferta de contenido original, íntegramente producido en Latinoamérica” (30 de noviembre de 2020). <https://www.disneylapresspack.com/disney-plus/post/5453>

15 Disney, “No Star+, cada consumidor encontrará exactamente o que quer ver” (14 de mayo de 2021). <https://www.disneylapresspack.com/star-plus/post/7884>

16 Tom Grater, “How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War”, *Deadline* (19 de enero de 2021). <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>



# ALGUNOS ANUNCIOS RECIENTES DE INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS LOCALES

## NETFLIX

**México** Netflix ha anunciado más de cincuenta producciones originales, con una inversión para 2021 de 300 millones de dólares, según reportó *Forbes*<sup>17</sup> en enero de 2021. Algunos de los proyectos que se esperan son *Río Grande*, *Río Bravo*, una serie de cinco cortometrajes documentales producidos por Gael García Bernal, Elena Fortes y Daniela Alatorre; películas como *Fondeados* (dirigida por el guionista y productor Marcos Bucay, de *Club de cuervos*) y series como *Los corruptores*, basada en la novela del mismo nombre de Jorge Zepeda Patterson, y la serie para jóvenes adultos *Sofía H.*, producida por Lemon Films.

**Brasil** Entre 2021 y 2022, Netflix estrenará series como *De Volta aos 15*, *Temporada de Verão* y *Maldivas*, y las segundas temporadas de *Cidade Invisível*, *Bom Dia, Verônica*, *Hermandad*, además de las versiones locales de reality shows como *Too Hot To Handle* y *Love is blind*.

Después del éxito de películas como *Pai em Dobro* y *Modo Avião*, que llegaron a más de 28 millones de hogares en el mundo, Netflix expandirá su oferta de películas originales brasileñas: ya se ha anunciado *Carnaval*, *Confissões de Uma Garota Excluída* y *Lulli*, además de las comedias *Vizinhos* y *Casamento a Distância*, y la primera película de acción brasileña original, *Carga Máxima*.

**Colombia** Se esperan más de treinta nuevos proyectos hasta 2022 para este país; entre ellos, *Ritmo salvaje*, *Juanpis*, *Nada es igual*, *Goles en contra*, *Pálpito*, *Perfil falso*, *Diomedes* y una serie con Alejandra Azcárate.

**Argentina** En febrero de 2021, Netflix confirmó la producción en Argentina de nuevas series y películas. En cuanto a las primeras, habrá una segunda temporada de *Casi feliz* (con Sebastián Wainraich y Natalie Pérez), *El amor después del amor* (una serie de ficción sobre la vida de Fito Páez), las temporadas 4 y 5 de *El marginal*, *Cielo grande* (con Pilar Pascual, Abril Di Yorio, entre otros), *El eternauta* (serie basada en la popular novela gráfica de ciencia ficción) y *El reino* (un thriller con Mercedes Morán y Diego Peretti, cuyo estreno está previsto para este invierno). También se estrenarán las películas *Granizo* (una comedia protagonizada por Guillermo Francella) y *Pipa* (encabezada por Luisana Lopilato).

**Chile** La primera serie original de Netflix en este país se llamará *42 días en la oscuridad*, y será dirigida a cuatro manos por Claudia Huaiquimilla y Gaspar Antillo. Producida por Fabula, la casa productora de los hermanos Juan de Dios y Pablo Larraín, estará centrada en la historia de una mujer desaparecida y la carrera contra el tiempo de su hermana por encontrarla.

**Perú** La primera película original de Perú para Netflix será dirigida por Bruno Ascenzo, producida por la casa productora Tondero y estará protagonizada por la peruana Stephanie Cayo y el actor español Maxi Iglesias. Para este año también se estrena la película *Distancia de rescate*, dirigida por la galardonada directora peruana Claudia Llosa y basada en la novela homónima de la autora argentina Samanta Schweblin, quien coescribió el guion con Llosa.

17 Mauricio Hernández y Roberto Aguilar, "Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021", *Forbes México* (25 de enero de 2021). <https://www.forbes.com.mx/exclusiva-netflix-invertira-mas-de-300-millones-de-dolares-en-mexico-para-2021/>

# ALGUNOS ANUNCIOS RECIENTES DE INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS LOCALES

## HBO MAX

A finales de abril de 2021, HBO Max, perteneciente a WarnerMedia, publicó sus planes para desarrollar más de cien producciones locales en América Latina durante los próximos dos años, de las cuales 33 ya se encuentran en producción.<sup>18</sup>

En febrero de 2021, WarnerMedia anunció que *Días de gallos* y *Bunker* serán sus primeras producciones latinoamericanas destinadas a la plataforma de streaming de HBO Max,<sup>19</sup> a las que se suman *Amarres*, de México, y *Bilardo, el doctor del fútbol*, un documental argentino sobre este deporte.

A lo largo de 2021, HBO también estrenará las series *Entre hombres* (Argentina), *El huésped americano* (internacional, con talento brasileño), *Hard* (segunda temporada, Brasil), así como *Ámsterdam*, filmada en México y Uruguay. La tercera temporada de *El jardín de bronce* y los estrenos de *Área de serviço* y la serie documental *Tu casa es mi casa* completan los proyectos de esta empresa.<sup>20</sup>

## APPLETV+

AppleTV+ desarrollará, junto con el mexicano Eugenio Derbez, un proyecto llamado *Acapulco*. Otros creadores latinoamericanos que trabajan con la plataforma incluyen al uruguayo Fede Álvarez, que dirige la miniserie *Calls*, y el chileno Pablo Larraín, que dirige *Lisey's Story*, basada en la novela de Stephen King. A la lista debe sumarse el director Alfonso Cuarón, que ha firmado un contrato de exclusividad con AppleTV.<sup>21</sup>

La plataforma también ha filmado contenidos en Latinoamérica como *The Mosquito Coast*, serie en inglés basada en la novela de Paul Theroux, que se rodó en Jalisco, México, en 2020.

## MOVISTAR+

Movistar+ anunció en 2020 quince series en diversas etapas de producción, de las cuales diez son estrenos y el resto son nuevas temporadas de series como *SKAM España*. *Dime quién soy*, basada en la novela homónima de Julia Navarro, se define como una superproducción histórica, y la serie *Antidisturbios* se centra en un equipo de policía antidisturbios. Otro estreno reciente es *Nasdrovia*, una minificción cómica con Leonor Watling y Hugo Silva.<sup>22</sup>

18 WarnerMedia, "HBO Max Arrives in Full Force in Latin America With More Than 100 Local Original Productions Over the Next Two Years" (29 de abril de 2021). <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-release/hbo-max/hbo-max-arrives-full-force-latin-america-more-100-local-original-productions-over>

19 John Hopewell, "WarnerMedia Latin America Unveils Its First Original Series for HBO Max, 'Días de Gallos' and 'Bunker'", *Variety* (13 de febrero de 2021). <https://variety.com/2021/streaming/global/warnermedia-latin-america-hbo-max-dias-de-gallos-bunker-1234907699/>

20 Forbes, "HBO anuncia todo el contenido original que llegará este 2021" (15 de febrero de 2021). <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/entretenimiento-hbo-estrenos-contenido-original-2021/>

21 El País, "Alfonso Cuarón ficha por Apple TV para crear series" (11 de octubre de 2019). [https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964\\_497938.html](https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964_497938.html)

22 Álvaro Onieva, "Las próximas series originales de Movistar+ para otoño de 2020 y 2021", *Fuera de series* (3 de agosto de 2020). <https://fueraadeseries.com/las-proximas-series-originales-de-movistar-para-otono-de-2020-y-2021-922067aff2fc/>

# ALGUNOS ANUNCIOS RECIENTES DE INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS LOCALES

## CLARO VIDEO

Claro estrenó, en febrero de 2021, *La negociadora*, serie original protagonizada por Bárbara Mori y coproducida con 11:11 Films TV. La plataforma transmitió los Juegos Olímpicos de Japón.<sup>23</sup>

## PARAMOUNT+

Bajo la dirección del argentino Juan José Campanella, *Los enviados* es la primera serie en español de Viacom CBS para Paramount+. Estará protagonizada por Luis Gerardo Méndez, Irene Azuela y Ángel Silvestre.<sup>24</sup>

## TELEVISA-UNIVISIÓN

En abril de 2021, las empresas de medios Televisa y Univisión anunciaron su fusión para insertarse en el mercado del streaming con una plataforma que esperan tener disponible para inicios de 2022.<sup>25</sup>



23 El CEO, "Netflix, ClaroVideo y Amazon Prime apuestan por series para lidiar con nuevos rivales" (27 de enero de 2021). <https://elceo.com/negocios/netflix-clarovideo-y-amazon-prime-apuestan-por-series-para-lidiar-con-nuevos-rivales/>

24 El Horizonte, "Luis Gerardo Méndez a la cabeza de la nueva serie de Paramount Plus" (13 de abril de 2021). <https://d.elhorizonte.mx/escena/luis-gerardo-mendez-cabeza-nueva-serie-paramount-plus/3033584>

25 El País, "Televisa y Univisión se fusionan para competir contra las plataformas de 'streaming'" (14 de abril de 2021). <https://elpais.com/mexico/2021-04-14/televisa-y-univision-se-fusionan-para-competir-contra-las-plataformas-de-streaming.html>

**PARTE I**

MODELOS  
ESTABLECIDOS  
Y NUEVOS RUMBOS  
DEL AUDIOVISUAL:  
**DE LA  
DIGITALIZACIÓN  
DE LA INDUSTRIA  
AL ASCENSO DEL  
STREAMING**



## PARÉNTESIS HISTÓRICO: UN SIGLO AUDIOVISUAL

La historia del sector audiovisual en América Latina se remonta a más de un siglo, cuando los hermanos Lumière viajaron a México para promocionar su nuevo invento: el cinematógrafo. Les siguieron otros viajeros europeos que recorrieron la región con una cámara en manos, filmando a los jefes de Estado a caballo y a los pobladores en el mercado, dando nacimiento, dirían algunos, a Latinoamérica como lugar de locaciones.

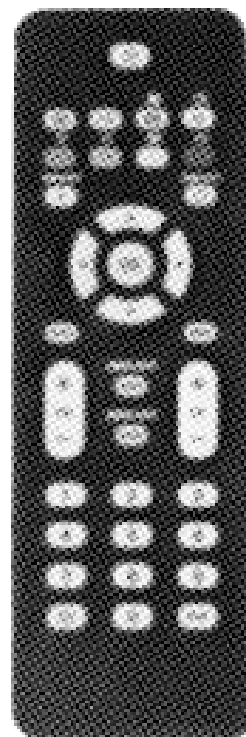
Pero los latinoamericanos ya daban muestras de una voluntad por ser más que objetos del retrato: pronto decidieron hacer también sus propias cintas. A partir de 1918, con la Primera Guerra Mundial, el cine en el continente americano tuvo su primera época de esplendor. Los principales países exportadores de cine de ese entonces –Francia, Alemania e Italia– estaban demasiado ocupados en el campo de batalla como para prestarle atención a la industria del cine, y la coyuntura fue aprovechada tanto en Hollywood como en la Ciudad de México y Buenos Aires: la fundación de la Fox Film Corporation (1915) en Estados Unidos coincide con el establecimiento de Azteca Films (1917), la primera empresa de producción de cine en México. En la Buenos Aires de 1915, Cairo Films estrenaba *Nobleza gaucha*, largometraje silente que se convirtió en el primer éxito de taquilla internacional en la historia del cine latinoamericano.<sup>26</sup>

Los avances técnicos marcaron épocas y crearon nuevas oportunidades. El desarrollo del cine sonoro en los años treinta, en particular, revolucionó la industria y dio pie a una segunda ola de inversión y distribución de películas. Pero también quedó claro que el cine era una poderosa herramienta de representación: en el México de esa época, el cineasta ruso Serguéi Eisenstein filmó a los campesinos de huaraches y sombrero que se convirtieron, por décadas, en estampa global de México. *Las luces de Buenos Aires* (1931), una película pionera del cine sonoro argentino, lanzó al estrellato no solo al músico Carlos Gardel, sino igualmente a la capital argentina, que comenzó a ser asociada internacionalmente con los ritmos del tango que la cinta presentaba (aunque ella se filmó en París). El cine californiano, por su parte, hizo de la ciudad fronteriza de Tijuana, México, sede y protagonista de películas: entre 1924 y 1935, un total de 20 cintas de Hollywood eligieron esa ciudad como locación o como tema.<sup>27</sup> Lo mismo sucedió con Río de Janeiro, que en 1933 fue telón de fondo de *Flying Down to Rio*, cinta protagonizada por la diva mexicana Dolores del Río y el estadounidense Fred Astaire, y que abonó a la idea arquetípica de Río como una urbe mística y elegante (todo con ayuda del gobierno brasileño y su Comisión de Cooperación Internacional, que vio en el cine una oportunidad de configurar una imagen positiva de Brasil en la escena internacional).<sup>28</sup> A 80 años de esa película, los turistas siguen llegando a los grandes hoteles de Copacabana en busca de los fantasmas de una *cidade maravilhosa* que el cine retrató.

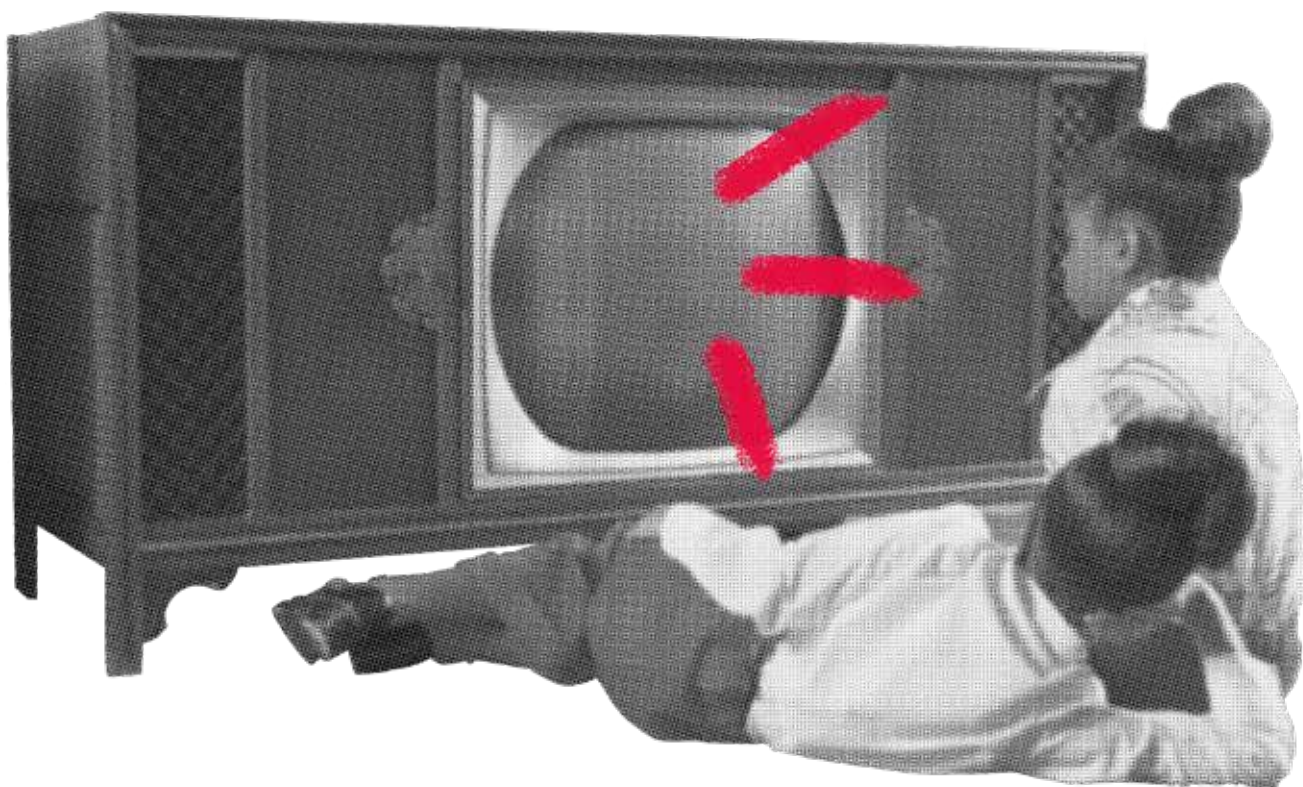
El gran auge del cine latinoamericano, en particular en México y Argentina, vendría poco después, gracias a los efectos adversos de la crisis de 1929 y la Segunda Guerra Mundial. Con Hollywood descapitalizado, Argentina aumentó la producción de cine sonoro en la década de 1930.<sup>29</sup> En 1942, produjo 56 películas, la cifra más alta del mundo

hispanoparlante ese año, y sus cintas circulaban por todo el Cono Sur. Los años en que Argentina se convirtió en potencia del cine se conocen como la época dorada de su cine, y fueron las décadas de estrellas como Tita Merello, Zully Moreno y Libertad Lamarque.

En los años cuarenta, México aceleró su producción de cine y lo exportó a lo que algunos han llamado el “mercado natural”: Centroamérica, norte de Sudamérica y el sur de Estados Unidos. Ese crecimiento se debió a que en 1945 inauguró los Estudios Churubusco, los más modernos de la región. En 1950, del total anual de 124 películas estrenadas en el país, 36 se produjeron en esos estudios. Y esa proporción aumentaría en los años venideros,<sup>30</sup> prueba fehaciente de la importancia de invertir en infraestructura. Gracias a su presencia global, volumen de producción y *star system*, México tuvo en aquellas décadas su propia Época de oro.



- 
- 26 Laura Tucker, “Páginas libres: Inclusion and Representation in Early Argentine Cinematic Practices”. *Revista de Estudios Hispánicos*, 49 (2015), 131.
- 27 Tim Girven, “Hollywood’s heterotopia: US cinema, the Mexican border and the making of Tijuana”. *Travesía, Journal of Latin American Cultural Studies*, 3 (1994), 119-120.
- 28 João Mascarenhas, “La construcción de la imagen de Río de Janeiro en Hollywood durante los años treinta y cuarenta”, *Procesos Históricos, Revista de Historia, Arte y Ciencias Sociales*, 31 (2018), 131.
- 29 Nadia Ponti, “La evolución del espacio escénico en la época dorada del cine argentino (1933-1943)”, *Escena Uno | Escenografía, dirección de arte y puesta en escena*, 7 (2017), 1. <http://escenauno.org/wp-content/uploads/2017/12/La-evolucion%C3%B3n-del-espacio-escenico-en-la-epoca-dorada-del-cine-argentino.pdf>
- 30 Isaac León Frías, *Más allá de las lágrimas: espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina* (Lima: Universidad de Lima, 2018), edición Scribd, cap. II, apartado 13.



En las décadas siguientes, las comedias, los melodramas y las películas musicales se volverían los géneros por excelencia del cine latinoamericano, marcados por el auge de figuras como Mario Moreno “Cantinflas” o Pedro Infante, cuya fama trascendió fronteras y los convirtió en objetos de admiración en lugares tan dispares como los Andes peruanos, la Patagonia chilena o los pueblos de Andalucía. México, en particular, tuvo varios momentos en los que sus exportaciones audiovisuales llegaron a públicos inesperados. Las películas rancheras, por ejemplo, fueron famosas en la Yugoslavia del general Josip Broz “Tito”. Y, aunque hoy Yugoslavia ya no existe, en Serbia y Croacia aún es posible encontrar aficionados al mariachi, cosa que demuestra la influencia cultural de largo aliento que puede tener el sector audiovisual en los imaginarios sociales.

### EL AUGE DE LA PANTALLA CHICA

A partir de los años sesenta, sin embargo, el cine se encuentra con un nuevo competidor: la televisión. Esta tecnología, que existía desde los años treinta, pero que no alcanzó distribución masiva ni señal a color en nuestra región sino hasta los años sesenta, se instala de a poco en los hogares de América Latina. Así, surge una nueva industria comandada por empresas que llevarán nombres como Telesistema Mexicano (hoy Televisa), TVGlobo en Brasil, Caracol Televisión en Colombia, Venevisión en Venezuela, entre otras, dedicadas a crear y transmitir contenidos para el que por décadas sería el aparato doméstico por excelencia y la única pantalla en el hogar: el televisor.

En sus inicios, la programación televisiva consistía en shows en vivo: noticieros, discursos políticos, programas de “variedades” con música y danza, y algunos eventos deportivos. No obstante, la televisión adaptó los formatos que con anterioridad habían sido cinematográficos y radiofónicos (los melodramas seriales de la radio, con la narrativa visual del cine) para contar nuevos tipos de historias. Nuestra región dio luz a lo que el investigador Eduardo Santa Cruz llama el “producto cultural de televisión más importante de Latinoamérica”: la telenovela.

Las décadas de los setenta y ochenta fueron de gran auge para la televisión, y al cine le costó competir. La mayor parte de los países de Latinoamérica enfrentó por aquellos años también severas crisis económicas y políticas que golpearon los bolsillos de los consumidores y a las industrias del cine nacional. Aunado a esto, la cinematografía regional entró en una merma de los contenidos, caracterizada por una baja calidad de las producciones.<sup>31</sup> Los mecanismos de financiamiento estatales se redujeron y la cantidad de películas producidas cayó en México y Brasil. Con la liberalización económica y los tratados de libre comercio, el cine estadounidense incrementaría su importancia, al igual que los contenidos de países como Japón, cuyas series animadas —conocidas como *animé*— tuvieron una presencia indiscutible en nuestra televisión de los años noventa.

31 Isis Saavedra, “El fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994”, *EIAL: Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 17 (2006), 111.

## EL STREAMING ENTRA EN ESCENA

Pero aquí se seguía produciendo contenido audiovisual, principalmente para televisión, a través de conglomerados como Televisa, Caracol TV, Globo, TV Azteca y Venevisión. En los años noventa, las telenovelas brasileñas, colombianas y venezolanas hallaron mercados en otros países del continente, aunque también en Europa, Asia y África, con los consiguientes beneficios económicos de cualquier exportación. El auge de la televisión a través de los servicios de cable y la televisión satelital incrementó la demanda audiovisual y contribuyó a mantener con vida el trabajo de directores, guionistas, productores y *crews*. La televisión paga, que contaba con unos 15 millones de suscriptores en América Latina a inicios del siglo XXI, creó demanda de contenido<sup>32</sup> –importado y nacional– en mercados como Brasil, Argentina, México y Venezuela. En los años noventa, las antenas parabólicas que coronaban las azoteas eran parte del *skyline* de ciudades como Sao Paulo, Monterrey y Caracas. Empresas como Omnivisión Multicanal (Venezuela), Cablevisión (México), PCTV (México) y Net (Brasil) dominaron el sector. A través de estos servicios, canales estadounidenses como Cartoon Network, MTV, Fox, CNN, Discovery Channel, entre otros, crearon versiones latinas de sus canales, con contenidos producidos localmente, además de aquellos provenientes de la matriz estadounidense.

En este panorama, y a pesar del auge de la pantalla chica, el impulso para hacer cine no decayó. A finales de la década de los noventa, una oleada de directores como Alfonso Cuarón, Walter Salles, Fernando Meirelles y Alejandro González Iñárritu, en México y Brasil, experimentaron con otros modelos de financiamiento, incluyendo la inversión privada y la coproducción internacional. Esto permitió crear obras icónicas del cine latinoamericano del cambio de siglo, como *Amores perros* (2000), *Central do Brasil* (1998), *Y tu mamá también* (2001) y *Cidade de Deus* (2002).

Con el nuevo siglo, la creación de fondos concursables supuso nuevas fuentes de financiamiento para las industrias nacionales de cine de la región. La multiplicación de las salas de cine y la televisión por cable aumentaron los canales de distribución, dinamizando los ecosistemas de producción. Un caso interesante lo ofrece HBO: desde su lanzamiento de la mano de Omnivisión Multicanal en Venezuela, en 1991, el canal HBO Olé había llevado el modelo de la televisión premium a los consumidores de América Latina. En los años noventa, HBO Estados Unidos había experimentado con la producción de series dramáticas originales, granjeándose grandes éxitos con *Oz* (1997) y *The Sopranos* (1999). Ambas series, que se extendieron durante numerosas temporadas, sirvieron de modelo para producciones de HBO en América Latina como *Epitafios* (Argentina, 2004), *Mandrake* (Brasil, 2005), *Capadocia* (México, 2008) y *Prófugos* (Chile, 2011) que emularon los elementos de estas series estadounidenses.

La mayoría de los países de América Latina se conectó por primera vez a internet entre 1989 (México) y 1994 (Colombia). En los años siguientes, esta tecnología pasó de estar disponible para investigadores universitarios y funcionarios de gobierno, y comenzó a ser un servicio común en los hogares de los centros urbanos. En un principio, las velocidades de internet permitían solo la transmisión de archivos pequeños, sobre todo de texto. Las velocidades se incrementaron de manera radical con la llegada de las conexiones de banda ancha, que se hicieron más habituales en la región a inicios de siglo XXI.<sup>33</sup> Estas conexiones rápidas abrían la posibilidad de compartir archivos más grandes –como los de video– a través de la red. Conforme internet crecía, un electrodoméstico ganaba prominencia en los hogares: la computadora de escritorio, que pronto mutaría a nuevas formas como la computadora portátil, el teléfono inteligente y, más adelante, la tableta electrónica, que se cimentarían como espacios potenciales de consumo audiovisual.

El 24 de abril de 2005, el usuario jawed subió un video a una novísima página llamada Youtube. Este video, de apenas 19 segundos, muestra a un hombre joven –se trataba de Jawed Karim, uno de los fundadores del sitio web– que conversa frente a un recinto de elefantes en un zoológico, y fue el primero en la historia de la plataforma.

Youtube, que nació como un servicio para que cualquier usuario compartiera o viera un video, aparecía en un momento crucial: cuando el auge de las cámaras digitales y el incremento de las velocidades de descarga permitían diseminar videos por internet. Menos de un mes después de su debut, este servicio recibiría casi treinta mil visitas diarias de todos los rincones del mundo; en diciembre de 2005, Youtube ya alcanzaba las 25 millones de visitas diarias.<sup>34</sup>

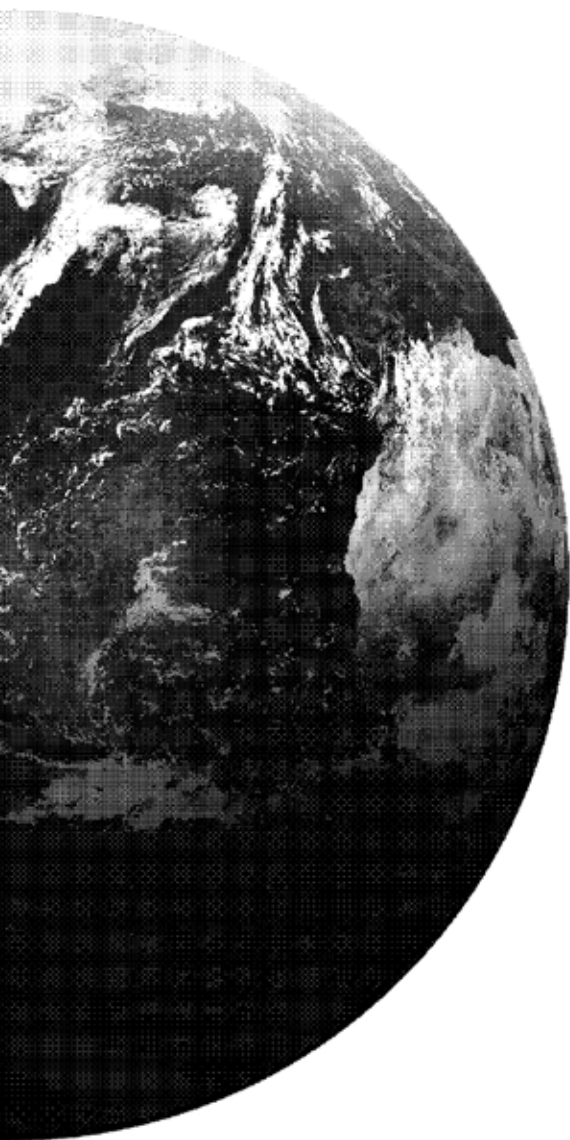
Aunque no era el primer servicio que permitía compartir videos (Vimeo, un servicio similar, data de 2004), Youtube sería el pionero en llevar al gran público esa modalidad de consumo por internet que hoy conocemos como streaming. Pese a que el primer año de operación fue complicado –Youtube tuvo dificultades en su arranque para atender la gran demanda de usuarios y en poner freno a los materiales que violaban los derechos de autor, por ejemplo–, el crecimiento vertiginoso de usuarios mostró que había un gigantesco interés por consumir series, películas, videos musicales y otros productos audiovisuales (incluyendo los videos generados por los propios usuarios) en la red. Apenas un año y medio de su debut, en noviembre de 2006, Youtube fue adquirida por Google por 1,6 mil millones de dólares. Desde entonces, el servicio no ha dejado de crecer. Y el soporte tecnológico que popularizó –el streaming– se convirtió en una forma común de ver toda clase de contenidos.

32 Delia Crovi, "La televisión por cable en México", *Revista Telos* 69 (s.f.), 9. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero069/la-television-por-cable-en-mexico/?output=pdf>

33 Yevgeny Kuznetsov y Carl Dahlman, *Mexico's Transition to a Knowledge-Based Economy. Challenge and Opportunities* (Washington: World Bank Institute. Development Studies, 2008), 92.

34 William Hosch, "YouTube", *Encyclopedia Britannica*; <https://www.britannica.com/topic/YouTube>.

En los inicios del siglo XXI, el servicio de Netflix consistía en enviar DVD por correo a sus suscriptores. Sin embargo, a partir de 2007, la empresa abandona este modelo y se convierte en una compañía de entretenimiento que cobraba por acceso a contenidos en una plataforma digital de streaming. **A diferencia del cine que mide el éxito en función de boletos vendidos o la televisión que lo hace a partir del rating, el éxito para los servicios del modelo conocido como suscripción de video por demanda se entiende a partir de la acumulación y retención de suscriptores.** En los primeros años, el catálogo de Netflix estaba compuesto exclusivamente por contenidos audiovisuales cuyos derechos de reproducción digital habían sido adquiridos a estudios cinematográficos de Hollywood, productores independientes y televisoras.



En la actualidad, Netflix, además de distribuir contenidos sujetos a licencias producidos por terceros (*licensed contents*), estrena programas y películas exclusivas, que adquiere para su distribución a nivel global o en un territorio específico. El primer gran éxito internacional de este modelo fue la serie *House of Cards*, que le granjeó dos millones de nuevos suscriptores en el primer trimestre de 2013.<sup>35</sup>

En 2011, la compañía llegó a América Latina, donde a pesar de la brecha digital y el acceso limitado a tarjetas de crédito, el servicio tuvo acogida principalmente entre el público urbano con acceso a internet de banda ancha, atraído por la enorme cantidad de contenidos disponibles. Con los años, la plataforma ofreció contenidos originales para este mercado. De acuerdo con Paula Pinha, directora de políticas públicas de Netflix, “trabajar con productores independientes es clave para esta tarea. Y esto se traduce en inversiones importantes en contenido local, lo que a su vez crea importantes oportunidades en el ecosistema creativo”.<sup>36</sup>

**En 2015, Netflix hace su apuesta por contenidos originales locales, anunciando su primera producción en español: *Club de Cuervos*. Esta serie, producida en conjunto con Alazraki Entertainment, se filmó y produjo en México, con protagonistas mexicanos. Ese mismo año se estrenó el drama distópico brasileño *3%*, realizado en conjunto con la brasileña Boutique Films. Ambas series siguieron el camino inaugurado la década anterior por las producciones latinoamericanas de HBO como *Epitafios* y *Capadocia*, mezclando talento local con estándares de producción y formatos narrativos de Hollywood.** El patrón se repetía en otras partes del mundo. En España, la serie *La casa de papel* (2017), cuya primera temporada fue producida por Atresmedia y adquirida por Netflix, pasaría a convertirse en la más vista a nivel global en el servicio en 2020.<sup>37</sup> De acuerdo con Francisco Ramos, VP de Contenidos para América Latina, más de 80% de los nuevos suscriptores de Netflix proviene de fuera de Estados Unidos, y la empresa produce volúmenes equivalentes de contenido dentro y fuera de esa nación, llevando sus rodajes a más de cien países.

35 Laura Siri, “El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?”, *Hipertextos* 5 (2016), 65.

36 Paula Pinha, comunicación personal (12 de octubre de 2020).



**EN 2015, NETFLIX HACE SU APUESTA POR CONTENIDOS ORIGINALES LOCALES, ANUNCIANDO SU PRIMERA PRODUCCIÓN EN ESPAÑOL: *CLUB DE CUERVOS*. ESTA SERIE, PRODUCIDA EN CONJUNTO CON ALAZRAKI ENTERTAINMENT, SE FILMÓ Y PRODUJO EN MÉXICO, CON PROTAGONISTAS MEXICANOS.**



En América Latina, Netflix ha trabajado con algunos de los creadores más importantes, amplificando sus obras entre públicos globales: Alfonso Cuarón, Salma Hayek, Fernando Meirelles, Guillermo del Toro, Carlos Saldanha y Diego Luna son algunos de quienes que han colaborado con Netflix, produciendo, dirigiendo y actuando en películas y series. Pero el streaming ha dado más visibilidad a creadores emergentes de toda la región y le ha brindado espacio a algunas de las voces más reconocidas del cine independiente latinoamericano como Amat Escalante, Marcela Said, Alonso Ruizpalacios, Pedro Aguilera, Laura Mora, Pablo González, Alejandra Márquez Abella, Manolo Caro y Mauricio Leiva-Cock.

**El éxito de este modelo dejó una valiosa lección de mercado: el crecimiento del streaming va ligado a la oferta de contenidos de alta calidad, hechos a la medida y al gusto de los mercados locales.**

En 2018, Amazon Prime Video estrenó su primera serie en streaming creada para el mercado mexicano: *Diablo guardián*.

Desde entonces, otros servicios como HBO, Disney+, Claro, AppleTV+, Blim, Movistar+ y GloboPlay se han sumado a esta tendencia e incrementado su oferta de productos creados para los mercados locales de América Latina y disponibles en sus plataformas VOD.

De acuerdo con datos de FTI Consulting y PwC, en 2020, uno de cada cinco hogares en Latinoamérica tendría ya al menos una suscripción a un servicio de streaming.<sup>38</sup> **Debido al éxito del modelo, y ante la creciente necesidad de capturar y retener suscriptores, se estima que las empresas que actualmente compiten por este mercado invertirán en conjunto cientos de millones de dólares en la adquisición y producción de contenidos en nuestra región. Sus presupuestos pueden equivaler en muchos casos a los que asociamos con la construcción de una gran planta automotriz o de una autopista.** Según un estudio reciente de Olsberg SPI, una superproducción internacional genera un derrame económico promedio de 9,9 millones de dólares semanales.<sup>39</sup>

En el caso de Netflix, la empresa anunció que buscaría invertir 200 millones de dólares en contenidos locales para México en 2020;<sup>40</sup> un año después, reveló que el monto subiría a 300 millones de dólares para 2021. De acuerdo con datos de NextTV, esto se traduciría en 14 producciones mexicanas (9 series, 2 películas, 2 programas), más costos en licencias de transmisión; en Brasil, el anuncio fue por 350 millones de reales.<sup>41</sup> Amazon, a su vez, dio a conocer en enero de 2021<sup>42</sup> que en los siguientes cinco años produciría “15 nuevas series originales y locales, y 5 películas originales y locales” en México y más tarde, en marzo, reveló tres series originales destinadas al mercado brasileño.<sup>43</sup> Disney ha anunciado 70 producciones para la región y WarnerMedia reveló la llegada de HBO Max (que sustituye a HBOgo) en 2021 y, como parte del lanzamiento de la plataforma, más de cien producciones originales latinoamericanas en los próximos dos años. En Uruguay, se ha reportado que se están produciendo o están por rodarse proyectos para Amazon Prime Video como la serie policial *Losi, el espía arrepentido*, con talento uruguayo, la serie brasileña *Sentença*, y una serie de HBO, además de futuras producciones para Sony, Netflix y Disney+.<sup>44</sup>

**Al contrario de los conglomerados mediáticos de finales del siglo XX que controlaban tanto la distribución como la producción de los contenidos, las empresas de streaming se encargan de la primera, aunque su producción recae en gran medida en compañías locales independientes. Muchos de estos partners no son grandes estudios consolidados, sino productoras independientes que a su vez se apoyan en otras empresas de su país, región o incluso de otras partes del mundo para llevar a buen puerto sus proyectos.** En años recientes, un variado ecosistema de producción ha florecido en el continente. En las entrevistas en las que se basa este libro, algunas de las productoras mencionadas de forma recurrente en México, por ejemplo, son Noc Noc Cinema, La Corriente del Golfo, Alazraki Films, Caponeto, Lemon Studios, Vice Studios y Argos Comunicación, que en 2019 desarrollaron proyectos para streaming.<sup>45</sup> En Brasil, destacan Gullane, 02, Prodigio Films, Zazen Produções y Boutique Films. Otras empresas en la región incluyen Polka (Argentina), Dynamo (Colombia), Fabula e Invercine y Wood (Chile). Gran parte de estas empresas productoras fue fundada por directores de cine ya establecidos, pero otras más recientes han sido impulsadas por talento nuevo que ha conseguido lanzar sus primeros proyectos a través del streaming.



37 Isobel Lewis, “Netflix’s most watched shows of 2020”, *Independent* (23 de diciembre de 2020). <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/netflix-most-watched-shows-2020-b1778004.html>

38 FTI Consulting, “Is Latin America Ready to Binge?” (24 agosto de 2019). <https://www.fticonsulting.com/insights/fti-journal/is-latin-america-ready-to-binge>

39 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 7.

40 Agustín Bertran, “Netflix invertirá USD 200 millones en México el próximo año”, *Nextv News Latin American* (12 de septiembre de 2019). <https://nextvlatam.com/netflix-invertira-usd-200-millones-en-mexico-el-proximo-ano/>

41 Agustín Bertran, “Netflix plans to invest about usd 87 million in Brazilian productions in 2020”, *Nextv News Internacional* (30 de octubre de 2019). <https://nextvnews.com/netflix-plans-to-invest-about-usd-87-million-in-brazilian-productions-in-2020/>

42 Infobae, “Fuerte inversión y decenas de producciones: Amazon Prime Video apuesta por México para su expansión en español” (28 de enero de 2021). <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/01/28/fuerte-inversion-y-decenas-de-producciones-amazon-prime-video-apuesta-por-mexico-para-su-expansion-en-espanol/>

43 Karol Albuquerque, “Amazon Prime Video announces original Brazilian series”, *Olhardigital* (2 de marzo de 2021). <https://olhardigital.com.br/en/2021/03/02/cinema-and-streaming/amazon-prime-video-announces-original-brazilian-series/>

44 TV Show, “HBO y Amazon vinieron a filmar a Uruguay: conocí los títulos y los famosos del elenco” (22 de enero de 2021). <https://www.tvshow.com.uy/series/hbo-amazon-vinieron-filmar-uruguay-conoce-titulos-famosos-elenco.html>

45 *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019*, 45.

Tal como ha sucedido con otras industrias, las barreras para participar en el mundo de la producción audiovisual han caído: aunque la inversión en infraestructura necesaria para participar no es poca cosa, para tener éxito en el sector ahora importan también las buenas ideas, el conocimiento técnico, el talento y la capacidad de contar una buena historia. Como las industrias creativas en general, las ideas pesan tanto o más que la infraestructura física. Si las décadas previas se caracterizaron por un modelo en que los altos costos de inversión y la necesidad de un acuerdo con un canal de televisión para distribuir contenidos significaban que solo los grandes conglomerados podían producir una película o un serial, se ha pasado a un mundo en que un número cada vez mayor de productoras independientes proponen, escriben, desarrollan y producen los contenidos audiovisuales que son adquiridos por empresas de streaming bajo distintos esquemas para su distribución en plataformas online.

En los próximos años, la competencia por el mercado regional del streaming será dura: el creciente acceso a internet, combinado con una demanda local que no sucumbe a pesar de los vaivenes económicos, y la llegada de Disney+, Paramount+ y AppleTV+, nos sugieren que las empresas buscarán crecer —o retener— suscriptores a toda costa. Incluso la pandemia de coronavirus, que puso en aprietos las economías locales, no pudo detener el crecimiento de la demanda del streaming en el mundo entero.<sup>46</sup> Si a esto le sumamos el modelo probado de los contenidos propios como forma de seducir audiencias, es un hecho que la demanda de estos contenidos —y por consiguiente, de servicios de producción de alta calidad por parte de los ecosistemas locales— aumentará de manera creciente.

Es importante hacer notar que estos cambios en la realidad audiovisual ocurren en un contexto mediático que es cada vez más volátil y complejo. Hasta poco antes de la pandemia de 2020, y a pesar del auge de los servicios de streaming, las salas de cine seguían jugando un papel indiscutible tanto en la distribución como en el esquema tradicional para el financiamiento de las películas, que recuperan gran parte de su inversión a través de una primera distribución en las salas de cine. Antes de la pandemia, el número de asistentes se incrementaba anualmente en países como Colombia, República Dominicana y México. A finales de 2020, los cines habían perdido casi todos sus espectadores, debido a las restricciones de afluencia, e importantes cadenas multinacionales que operan en la

región como Cinépolis, Cinemark y Cinemex enfrentaban dificultades económicas e incertidumbre.<sup>47</sup> Los datos de Colombia muestran un descenso de 73,1 millones de asistentes en 2019 a 12,6 millones en 2020.<sup>48</sup> Frente a esta realidad, que se repitió en todo el mundo, el conglomerado WarnerMedia hizo algo que en el pasado cercano hubiera sido impensable: estrenar una superproducción en un servicio de streaming (HBO Max) antes que en cine. Lo mismo ocurrió con buena parte de la producción fílmica argentina de 2020, que se estrenó en el canal CINE.AR y la app cine.ar play sin pasar antes por las salas de cine del país, que estuvieron buena parte del 2020 cerradas.<sup>49</sup> Para ello, fue necesaria una resolución que modificara las regulaciones del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) para que los productores recibieran el subsidio a la exhibición en salas de cine a pesar del estreno digital (Resolución 166/2020),<sup>50</sup> cosa que se replicó en más países de la región. No queda claro aún si esta tendencia es irreversible, pero algunos expertos consultados para este libro señalaron que es probable que la ventana de distribución —el tiempo entre el estreno en cine y el momento en que la película ve la luz en streaming— se acorte incluso en el mundo pospandémico.

Debe destacarse que los canales de televisión abierta aún siguen siendo mucho más vistos que el streaming. De acuerdo con datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones de México, 76% de la población urbana y 79% de la población rural ve televisión abierta, pero apenas 21,6% de la población urbana y 6% de la población rural mira Netflix.<sup>51</sup> A pesar de esta notable brecha, **el futuro apunta al ascenso de la de televisión, tanto abierta como paga, a través de dispositivos conectados a internet.** Según estimaciones de Digital TV Research, el número de latinoamericanos con acceso a un servicio de televisión paga tiene previsto disminuir de 72 millones de suscriptores en 2017 a 67 millones en 2025.<sup>52</sup>

En otras palabras, el horizonte a mediano plazo apunta a que el streaming no estará limitado a los contenidos de suscripción de video por demanda, sino que se convertirá en un complemento cada vez más claro de los servicios ya existentes de televisión pública y privada. El hecho de que durante la pandemia los festivales de cine, la televisión paga, el cine independiente, el teatro, la animación, entre otros, hayan optado por el streaming como herramienta nos indica que la producción de contenidos para estos servicios será cada vez más amplia y variada.

46 BBC News, "TV watching and online streaming surge during lockdown" (5 de agosto de 2020). <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53637305>

47 Edgar Apanco, "El silencio de Cinemex y el futuro de las salas multiplex", *Cine Premiere* (26 de febrero de 2021). <https://www.cinepremiere.com.mx/cinemex-cierre.html>  
Daniel Arias, "¿Se extinguirán las salas de cine?", *Los Andes.com* (11 de octubre de 2020). <https://www.losandes.com.ar/estilo/se-extinguiran-las-salas-de-cine/>

48 Claudia Triana (directora de Proimágenes Colombia), comunicación personal (febrero de 2021).

49 Impulso Baires, "CINE.AR PLAY se consolida como una de las revelaciones de este tiempo de pandemia" (15 de agosto de 2020). <https://www.impulsobaires.com.ar/nota/285197/cinear-play-se-consolida-como-una-de-las-revelaciones-de-este-tiempo-de-pandemia/>

50 Boletín oficial de la República Argentina, "Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales - Resolución 166/2020" (27 de abril de 2020). <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>

51 Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019, 82-93. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vp.pdf>

52 Panorama Audiovisual, "América Latina perderá cinco millones de abonados a televisión de pago" (3 de septiembre de 2020). <https://www.panoramaaudiovisual.com/2020/03/09/america-latina-perdida-cinco-millones-abonados-televisión-pago/>



## CAPÍTULO 1

# **LAS REGLAS DEL JUEGO AUDIOVISUAL CAMBIAN PARA LOS GIGANTES DE LA INDUSTRIA**

Durante las últimas dos décadas, América Latina y el Caribe ha avanzado en el desarrollo de un andamiaje normativo y cultural que incluye al sector audiovisual. En este periodo, la mayoría de sus países ha creado distintos programas para la promoción y financiamiento, por ejemplo, de la cinematografía. Luego de años difíciles a finales del siglo pasado —notablemente complicados para la industria del cine en México y Brasil—, el ecosistema de producción de contenidos audiovisuales pasa por un momento favorable en la mayor parte de la región, y el sector fue uno de los primeros en reactivarse luego del primer golpe de la pandemia de coronavirus en marzo de 2020. En el caso de los tres gigantes audiovisuales latinoamericanos —México, Brasil y Argentina— hay, sin embargo, complejidades políticas y económicas que vale la pena señalar.

A inicios de 2021, México se hallaba evaluando nuevos caminos para financiar su industria después de la extinción de dos importantes mecanismos: Foprocine y Fidecine (para financiar al sector se creó una nueva figura, el Focine). En 2019, el presupuesto de Ancine, en Brasil, se redujo en 43% para el 2020. La industria audiovisual en Argentina enfrenta dificultades ligadas a la macroeconomía nacional. Los conglomerados mediáticos y televisivos históricos como Globo, Televisa y Clarín reformulan sus canales de distribución, debido a una mayor competencia de la publicidad digital.

Chile y Colombia han visto crecer su industria en años recientes. Aunque la industria audiovisual en estos dos países no alcanza un tamaño equiparable al de los “históricos”, ambos países han dado saltos cualitativos en la última década. Chile, a pesar de tener un mercado interno pequeño, ha creado una industria audiovisual marcada por la calidad y con grandes ambiciones exportadoras; en 2019, exportó 38,7 millones de dólares en “servicios audiovisuales, publicidad y animación” a los Estados Unidos, cifra 8,2% mayor en comparación a 2018.<sup>53</sup> Colombia, por su lado, ha crecido como mercado consumidor y en años recientes, gracias a sus numerosas leyes destinadas a fortalecer el sector y a la evolución de su ecosistema local, ha incrementado su capacidad de atraer producciones extranjeras. Entre 2013 y 2018, las “exportaciones de servicios audiovisuales y conexos” presentaron un crecimiento promedio anual de 20%, situando las exportaciones audiovisuales colombianas en torno a los 48,2 millones de dólares en 2018.<sup>54</sup>

Uno de los retos compartidos es asimilar a nivel regulatorio las evoluciones recientes que han planteado los

modelos de streaming. Las plataformas de video por demanda (VOD, por sus siglas en inglés) emiten contenidos, pero no son *broadcasters*; son un servicio de libre transmisión por internet (OTT), pero no son empresas de tecnología o software. Estas distinciones son importantes, porque nos hablan de una industria que además de incipiente, no ha terminado de definirse, lo que dificulta el diseño de una legislación pertinente que se mantenga vigente en el tiempo, dados los cambios constantes de lo que pretende regular.

Lo anterior nos obliga a plantear dos preguntas: ¿cómo regular lo que cambia continuamente?; ¿cómo no afectar el servicio al que acceden las audiencias? La naturaleza del audiovisual apela en última instancia a las y los espectadores, aquellos que exigen una representación en las pantallas más plural y diversa. Entender esta tensión es clave para generar mejores políticas públicas en el diseño de marcos regulatorios en América Latina y el Caribe.

## “NUESTRA CULTURA ES PARTE DE NUESTRO PATRIMONIO, PERO NO ESTÁ EXENTA DE SU CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA MUNDIALIZACIÓN”.

— Lucrecia Cardoso

“La política pública ha fracasado siempre que no estuvo sincronizada con los avances científicos tecnológicos”, diagnostica Lucrecia Cardoso, secretaria de Desarrollo Cultural de Argentina. “Nuestra cultura es parte de nuestro patrimonio, pero no está exenta de su circulación y comercialización en el contexto de la mundialización. El desafío radica en que las políticas públicas acompañen las transacciones que se dieron históricamente, las incentiven y comprendan que la producción cultural es un fenómeno mundial que los países deben promover acompañando a sus creadores y trabajadores, ya que hoy representan un importante porcentaje de la economía de la región y nos hacen atractivos al mundo por nuestros talentos y competitividad”.<sup>55</sup>

53 ProChile, “Ministro de Relaciones Exteriores y Director General de ProChile inauguran Encuentro de Negocios para empresas del sector audiovisual con foco en Estados Unidos” (23 de noviembre de 2020). <https://www.prochile.gob.cl/noticia/ministro-de-relaciones-exteriores-y-director-general-de-prochile-inauguran-encuentro-de-negocios-para-empresas-del-sector-audiovisual-con-foco-en-estados-unidos/>

54 Cámara de Comercio de Bogotá, “Colombia exporta más de 80% de su producción cinematográfica a EE.UU.” (marzo de 2019). <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2019/Marzo-2019/Colombia-exporta-mas-de-80-de-su-produccion-cinematografica-a-EE.UU>

55 Lucrecia Cardoso, comunicación personal (4 de enero de 2021).

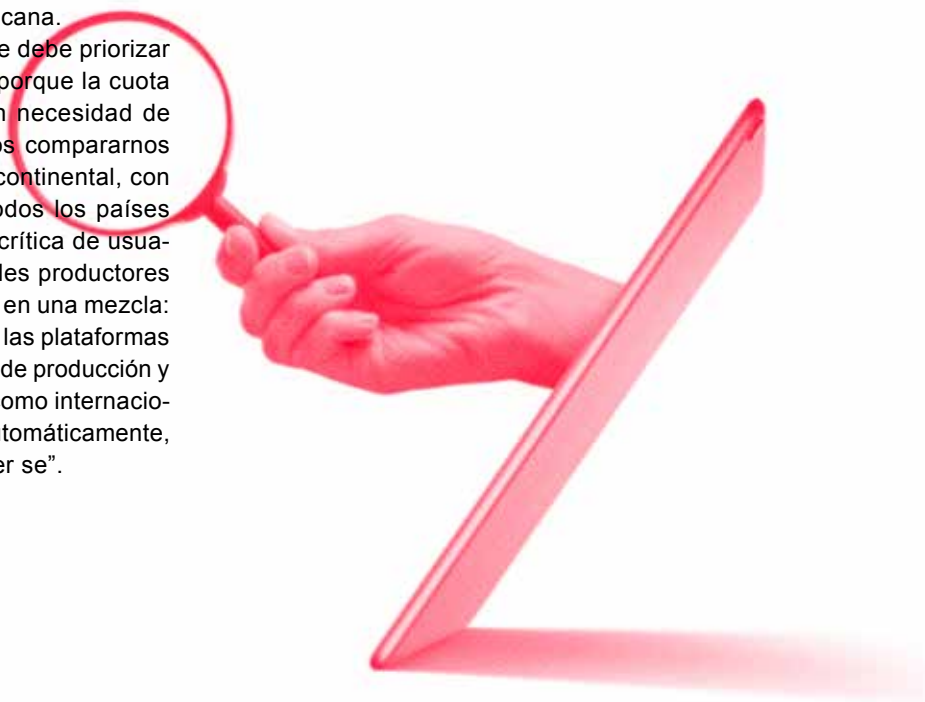
El Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom), organismo con sede en Uruguay que se ha dedicado a estudiar las distintas legislaciones del audiovisual en nuestra región y emitir recomendaciones a servicios OTT, insiste en una regulación que garantice la protección a las audiencias, la libre competencia, la neutralidad de la red y sobre todo los derechos humanos. Observacom también sugiere que nuestros países tomen como referencia el modelo impulsado por la Unión Europea, el cual, además de incentivos a la producción, incluye mecanismos para asegurar la diversidad y la libre competencia: cuotas de contenido a nivel europeo, lo que significa que en la oferta de las plataformas debe existir un porcentaje de producciones o coproducciones de origen europeo, que deberán ser acompañadas de medidas de prominencia y traducirse en la visibilidad de los títulos en la plataforma.

Muchos otros especialistas consultados, sin embargo, creen que la realidad de la Unión Europea, donde la gobernanza incluye a 27 estados miembros, es demasiado distinta de la latinoamericana para ser replicable, por lo que calcar el modelo resultaría arbitrario. Más adecuado será desarrollar políticas específicas que respondan a las particularidades de la realidad latinoamericana.

En ese sentido, Cardoso cree que se debe priorizar el incentivo a la producción: “Apostamos porque la cuota de contenidos locales se autocumpla sin necesidad de exigir porcentajes arbitrarios. No podemos compararnos con la Unión Europea, que es un bloque continental, con un Parlamento propio que legisla para todos los países miembros y que además tiene una masa crítica de usuarios muy grande, al tiempo que son grandes productores de contenidos”. Para ella, es mejor pensar en una mezcla: “Creemos que si hacemos bien las cosas y las plataformas confían en nuestra región, generando *hubs* de producción y produciendo contenidos tanto nacionales como internacionales, esta discusión puede ser saldada automáticamente, ya que la cuota de pantalla se cumplirá per se”.

Yvette Marichal, quien se desempeñaba como directora general de Cine de la República Dominicana en tiempos de la redacción de este documento, está convencida de que la clave está en las audiencias, inclinadas de modo natural a los contenidos que retraten sus experiencias y muestren en la pantalla su cotidianidad: “El dominicano cuando va al cine lo que más consume son películas locales. Más personas fueron a ver películas dominicanas que *Star Wars*”.<sup>56</sup>

Ya sea en países medianos o grandes, es importante que los gobiernos incluyan al sector audiovisual como un eje posible de atracción para inversiones globales que mueve miles de millones de dólares en todo el mundo. Los grandes mercados cuentan con el talento y la infraestructura, pero muchas veces faltan la capacitación, los mecanismos de financiamiento y actualizar los marcos políticos para que las industrias sean competitivas a la escala necesaria. Muchos son los países del mundo que compiten por desarrollar una industria audiovisual, y los “gigantes audiovisuales” de la región no deben dormirse en sus laureles, pues se necesita más que la inercia de la historia para que una industria prospere.



56 Yvette Marichal, comunicación personal (2 de noviembre de 2021).

MÉXICO:

# ¿UNA NUEVA ÉPOCA DE ORO?



**PORQUE TE INTERESÓ:**

*México, producción independiente, fomento a la producción, cine de autor, cine independiente, capacitación*

A partir de los años cuarenta, México fue uno de los epicentros de la industria del cine. Durante las siguientes décadas, intérpretes como Pedro Infante y Dolores del Río, y personajes como Cantinflas y Pepe el Toro, eran conocidos de Texas a Tierra del Fuego. Las épicas mexicanas llenaban los cines de Rumania y las comedias se aplaudían en España. La era se conoció como la Época de oro y fue marcada por el volumen y la calidad de su producción. Desde entonces, México ha sido un importante motor en el campo audiovisual mundial. Salvo algunas décadas difíciles, principalmente entre 1980 y 1990, en las que el cine vio caer sus cifras, su producción ha tenido alcance internacional, granjeándole no solo crecimiento económico, sino también *soft power* y reconocimiento global.

En la última década, en particular, ha habido un renacimiento de la producción audiovisual, que incluye cine, televisión y contenidos destinados a streaming. México, con 126 millones de habitantes y un índice de desarrollo alto, es por muchas razones un mercado atractivo para cualquier empresa que quiera crear contenidos audiovisuales. El país es un gran consumidor de cine y series, pero también sus producciones son capaces de diseminarse con naturalidad por el mundo: películas como *Los olvidados* (1950) y *Amores perros* (1998) son hoy clásicos del cine mundial. Filmes de Hollywood inspirados en temas mexicanos como *Coco* (2017) —una cinta animada sobre el Día de Muertos— o *Frida* (2002) han tenido éxito en la taquilla internacional. Y cabe destacar que sus habitantes han aceptado el streaming con brazos abiertos: hoy, según Dataxis, México tiene casi 12 millones de suscriptores a servicios SVOD (Q2, 2020).

**De acuerdo con cifras de PwC, se estima que el mercado mexicano de over-the-top (OTT, por sus siglas en inglés) alcance los 1,42 miles de millones de dólares en 2024, convirtiéndolo en el mayor mercado en América Latina.**<sup>57</sup> No es casual que en los últimos cinco años, servicios como Netflix, Amazon y HBO hayan producido decenas de contenidos para su mercado local de streaming: *Ingobernable*, *Diablo guardián*, *Oscuro deseo*, *Sr. Ávila* y *La casa de las flores* son algunas series que han tenido éxito tanto dentro como fuera de las fronteras del país.

En los últimos años, la producción audiovisual y cinematográfica local ha alcanzado momentos muy altos. Películas como *Después de Lucía* (2012), *Te prometo anarquía* (2015) y *Roma* (2018) se han llevado importantes reconocimientos internacionales. *Roma*, en particular, fue ejemplo de cómo una obra de autor —Alfonso Cuarón—, independiente en su concepción y realización inicial, podía llegar a un público global a través de la distribución que ofrece el streaming. Hablada en español y mixteco, y protagonizada por la novel actriz Yalitza Aparicio, la película ganó el Oscar a la mejor película extranjera. Documentales como *Bellas de noche* (María José Cuevas, 2016) y *Tempestad* (Tatiana Huezo, 2016) han captado la atención de las audiencias y reconocimientos en el circuito de festivales clase A, abonando a un nutrido campo de producción documental que tiene espectadores en todo el mundo.

En una entrevista en 2019, Alejandro González Iñárritu, el multipremiado cineasta, vaticinó un ecosistema de producción en franco crecimiento: “Hay una cantidad de producción que no se hubiera imaginado, de muchos formatos, de muchos géneros... Cuantitativamente estamos viviendo una época de oro”.<sup>58</sup> Iñárritu, quien dejó México a finales de los años noventa para buscar oportunidades en Hollywood que no halló en casa, declaró ante un público de estudiantes de cine una frase de un optimismo hasta hace poco impensable: “Ya no hay que salir del país para hacer cine”.

Luego del inicio de la pandemia en 2020, el panorama económico en México se ha complicado, los presupuestos culturales se han reducido y el optimismo en el cine es menos palpable. La crisis del coronavirus ha golpeado con especial dureza al país, que sufrió una caída del PIB del 8,5% en 2020.<sup>59</sup>

Algunos cineastas consultados para esta publicación se mostraban consternados por la eliminación de los estímulos del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), así como del Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine). Estos fondos, en conjunto, sirvieron para financiar casi setecientos proyectos cinematográficos entre 2000 y 2020, casi la mitad del total nacional.<sup>60</sup> Aunque los apoyos no desaparecieron del todo, fueron reemplazados por el Focine, un programa cuyo presupuesto contempla un monto disminuido.

La productora Paula Amor, directora de La Corriente del Golfo, cree que los pequeños estudios serán los más afectados. “Hay compañías que la tienen segura y seguirán haciendo proyectos, pero hay otras que no cuentan con la misma suerte. Algunas compañías más pequeñas e independientes y que hacen proyectos maravillosos ya no van a tener las mismas oportunidades de seguir haciéndolos”.<sup>61</sup>

Mónica Lozano, presidenta de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, cree que esta reducción tendrá un efecto en la temática del cine y en la representación, aunque sin el cine independiente, se corre el riesgo “de convertirnos en un gran país maquillador de contenidos con identidades que no nos pertenecen y donde no se refleja nuestra realidad”.<sup>62</sup>

57 PwC, “Global Entertainment and Media Outlook 2020-2024. La industria del entretenimiento y medios se reconfigura”. [http://explore.pwc.com/mx\\_gemo2020/wp\\_gemo2020\\_mexico](http://explore.pwc.com/mx_gemo2020/wp_gemo2020_mexico)

58 UNAM Global. (s.f). *Ya no hay que salir del país para hacer cine: González Iñárritu*. (Archivo de video). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6cH-hUellBw>

59 Yolanda Morales, “En el 2020, el PIB de México se desplomó 8,5%”, *El Economista* (25 de febrero de 2021). <https://www.economista.com.mx/economia/El-PIB-de-Mexico-se-desplomo-8.5-en-2020-la-peor-caida-desde-1932-20210225-0043.html>

60 César Huerta. “Imcine presenta el apoyo que sustituirá a Fidecine”, *El Universal* (18 de diciembre de 2020). <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/imcine-presenta-el-apoyo-que-sustituira-fidecine>

61 Paula Amor, comunicación personal (4 de diciembre de 2020).

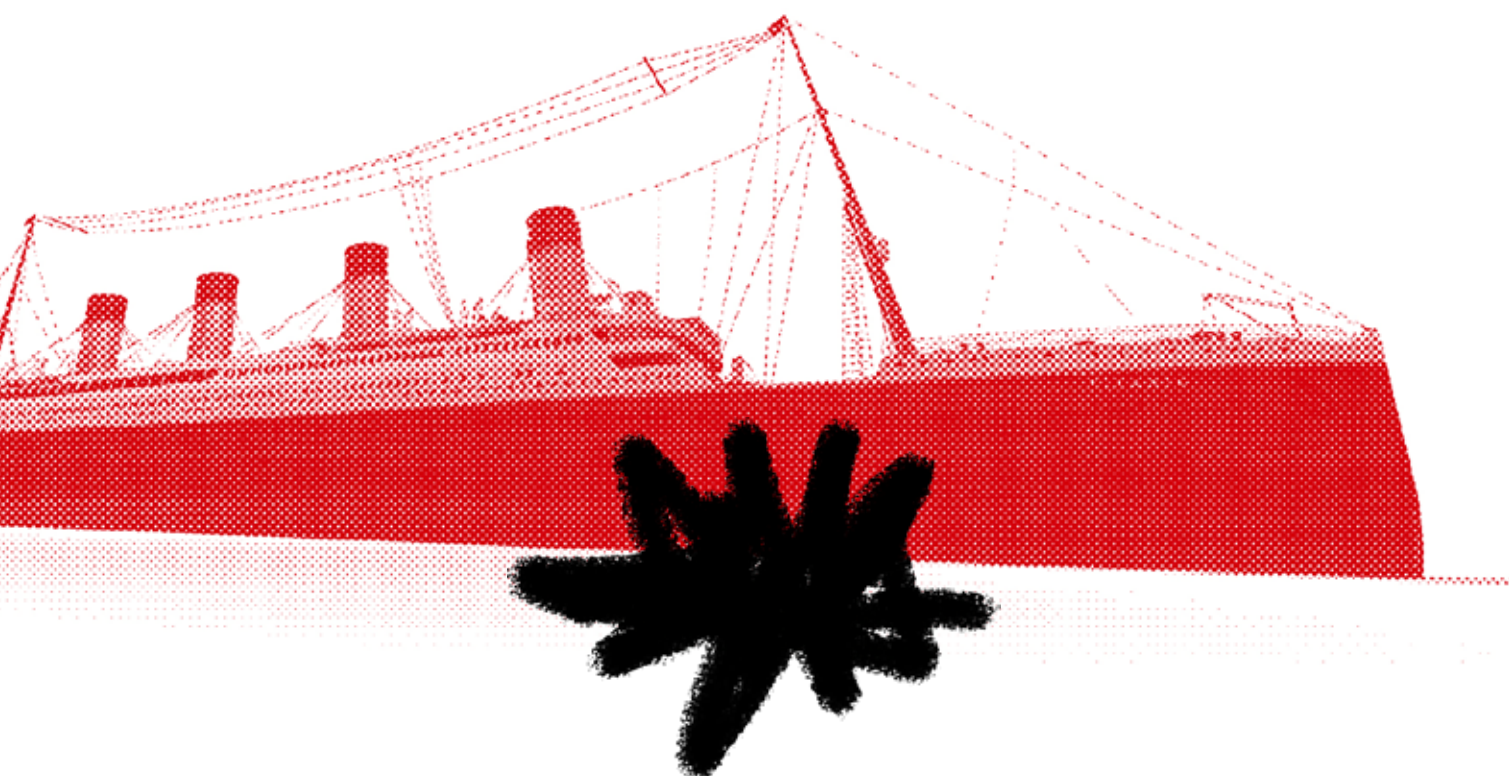
62 Mónica Lozano, comunicación personal (19 de febrero de 2021).



El cine independiente mexicano juega un papel a menudo invisible. Aunque llegue a públicos reducidos y sus temáticas parezcan ajenas a las de las “masas”, ciertos expertos consultados destacan su papel como semillero de talento y espacio de desarrollo profesional. Un gran número de directores y fotógrafos actuales, dos rubros en los que México destaca a nivel mundial, son producto de un flujo de trabajo (*pipeline*) de talento que surge de universidades de cine en el país y en el extranjero, se forja en el cine independiente y luego nutre la industria audiovisual de alcance nacional e internacional. Algunos de los cineastas más famosos en seguir este camino son Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón y Emmanuel Lubezki, y en épocas más recientes otros cineastas jóvenes, como Alejandra Márquez Abella y Alonso Ruizpalacios, que desarrollan proyectos para streaming, han trazado un camino similar. La existencia de este campo de talento es un punto a favor para su industria audiovisual; entorpecer sus ciclos podría jugar no solo en contra de las películas independientes, sino del futuro de la industria en general.

Pero el país enfrenta otros retos que requieren una visión a largo plazo, incluyendo insuficientes cuadros técnicos. “Hay un grupo limitado de técnicos de iluminación, cámara, vestuario, maquillistas, editores, sonidistas, y hay que aumentarlo para atender la demanda”, asegura Lozano. Mejorar la situación de seguridad también es asignatura pendiente, según Ana María Magaña, Managing Director de MPA México, quien cree que la inseguridad ahuyenta con frecuencia a la producción internacional.<sup>63</sup> Esto es particularmente notable en el norte del país, donde algunos han señalado que el incremento de la violencia a partir de 2008 frenó el desarrollo de polos como Rosarito-Tijuana, que se hizo famoso en los noventa por albergar los estudios donde James Cameron filmó *Titanic*.<sup>64</sup>

De momento, sin embargo, parecería que México tiene todo para recuperarse del golpe de la pandemia y sacar adelante su industria audiovisual: tiene talento, historias y una presencia global envidiable. Productoras de toda América Latina quieren abrirse camino en este mercado, que ven como una plataforma al mundo, pues aquí tienen infraestructura y acceso a flujos de inversión. No obstante, es importante que profesionales del audiovisual y gobierno trabajen en determinar las mejores vías para nutrir el campo. Fortalecer aquellos programas que funcionan y diagnosticar en conjunto las áreas de oportunidad será esencial para que la nueva Época de oro se convierta en una realidad permanente.



63 Ana María Magaña, comunicación personal (29 de enero de 2021).

64 Nuria Rozas, “Así es el estudio de cine acuático más grande del mundo”, *Diario SUR* (7 de septiembre de 2016). <https://www.diariosur.es/culturas/cine/201608/22/aguas-hollywood-20160822084343.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

# “MÉXICO TIENE CALIDAD, VARIEDAD, PRECIO E INDUSTRIA”

## PORQUE TE INTERESÓ:

*México, producción independiente, telenovelas, inversión, VOD, series contemporáneas*

Cuando Epigmenio Ibarra dejó su trabajo como corresponsal de guerra en los años noventa para fundar la productora independiente Argos Comunicación, el mercado televisivo mexicano lo concentraban dos enormes empresas: Televisa y TV Azteca. La llegada de un productor independiente resultaba, en sus palabras, “inaudita” y la idea de generar contenidos al margen de alguna de las grandes televisoras parecía misión imposible.

Ibarra soñaba con hacer documentales que pudieran cambiar el país. Pero pronto tuvo una revelación: si iba a cambiar la cultura mexicana, lo más fácil sería hacerlo a través de los formatos populares. Si el melodrama había servido para la “educación sentimental” del mexicano de medio siglo, ¿por qué no usar el mismo formato para discutir los temas que preocupaban a la sociedad de los noventa?

En 1997, Argos produjo *Mirada de mujer*. La telenovela, protagonizada por Angélica Aragón y basada en la colombiana *Señora Isabel* (1993), contaba la historia de una mujer que se enamoraba de un hombre menor. El programa revolucionó las formas de retratar a las protagonistas mexicanas, que habían sido víctimas o villanas, madres abnegadas o malvadas, con poca voz y complejidad. En *Mirada de mujer*, la protagonista era una mujer fuerte que cuestionaba a la sociedad conservadora y ponía en boca de todos temas tabúes como la sexualidad femenina. La telenovela fue un éxito absoluto para Argos y para TV Azteca, que la distribuyó. Rubén Jara, fundador de Ibope, llegó a decir que ninguna telenovela había dejado una huella tan profunda en la psique mexicana.<sup>65</sup>

Argos Comunicación continuó produciendo contenidos para televisión. En 2008, colaboró por primera vez con la cadena HBO para producir *Capadocia*, una serie que apostaba a llevar los formatos propios de esta cadena, caracterizados por sus altos valores de producción, al mercado mexicano. Ibarra relata que *Capadocia* ya daba pistas de algo que vendría después: una transición a un

nuevo tipo de televisión en que la trama importara menos que el personaje, donde los arcos narrativos eran más densos y las formas de producción más cercanas a la cinematografía que a la televisión.

El pronóstico se cumplió y esa nueva forma de producir ha explotado, según Ibarra: “Vivimos una época muy emocionante porque hace cinco años esto no existía, [imaginar una] industria de producción de contenidos independiente era una utopía que compartíamos unos tres o cuatro productores”.<sup>66</sup> Él atribuye este giro directamente a la irrupción de Netflix en el mercado mexicano, que en todo el mundo demanda mayores contenidos locales para complementar su catálogo global.

## DE LA NOVELA DE 180 CAPÍTULO AL THRILLER DE 18 CAPÍTULOS

¿Está preparada una productora que históricamente produjo telenovelas para hacer series? ¿Qué cambios exigen los nuevos formatos televisivos? En el caso de Argos, las inversiones se han enfocado en construir más infraestructura y en actualizar sus estudios de posproducción. Una de las apuestas consistió en montar Cinematic Media, empresa dedicada a la corrección de color, edición, sonido y delivery, y que exigió una inversión de unos cinco millones de dólares, de acuerdo con Ibarra.

Asimismo, el productor relata que, al contrario de los años noventa cuando producía para televisoras locales, en la actualidad trabaja principalmente para empresas fuera de México; es decir, exporta. “Producimos desde México, todo, y 80%, 85% del negocio depende del extranjero y 15% de empresas productoras que trabajan también para el extranjero”. Lo cual subraya la tendencia de que las compañías foráneas demandan contenido hecho en México.

65 Paul Julian Smith, “Netflix’s The House of Flowers and the New Telenovela”, *Film Quarterly*, vol. 72 (2019), 59-61.

66 Epigmenio Ibarra, comunicación personal (28 de octubre de 2020).

**“VIVIMOS UNA ÉPOCA MUY EMOCIONANTE PORQUE HACE CINCO AÑOS ESTO NO EXISTÍA, [IMAGINAR UNA] INDUSTRIA DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS INDEPENDIENTE ERA UNA UTOPIÍA QUE COMPARTÍAMOS UNOS TRES O CUATRO PRODUCTORES”**

— Epigmenio Ibarra





Ibarra cree que el país está en una posición privilegiada para aprovechar el crecimiento del streaming. “México tiene calidad, variedad, precio e industria, pero le falta crecer”. Para ello, es clave que el número de profesionales aumente. En los próximos años se necesitarán “diseñadores de producción, asistentes de dirección, directores, coloristas, todo”, advierte. “No hay gente para tanto trabajo, las disputas por escritores, por directores, por directores de fotografía, son complicadas”.

De momento, la apuesta de Argos en los nuevos formatos ha dado sus frutos. Dos de sus producciones más destacadas han sido *Ingobernable* y *Oscuro deseo*, ambas para Netflix. Las series tienen algo en común con *Mirada de mujer*: una protagonista madura y fuerte, decidida a explorar sus complejidades.

El contenido producido por Argos confirma que las audiencias globales quieren consumir historias mexicanas. *Ingobernable* (2017), protagonizada por Kate del Castillo, generó audiencia en países como Turquía, Italia y Corea del Sur.<sup>67</sup> Asimismo, 35 millones de cuentas de Netflix en 77 países eligieron ver *Oscuro deseo*, protagonizada por Maite Perroni, que llegó al top 10 de las series más vistas de Netflix en junio de 2020.

¿Pueden estos productos para la era del streaming darle a México la representación imaginaria que alguna vez le dio la telenovela, que promocionó una cara misteriosa, sensual e incluso lujosa del país en sitios lejanos del mundo? “Es hora de que se nos dé esa relevancia”, cree Ibarra.

67 About Netflix, “Netflix Expands its Latin America Investments, Announcing New Original Series, *Diablero*, Filmed Entirely in Mexico” (2 de agosto de 2017). <https://about.netflix.com/en/news/netflix-expands-its-latin-america-investments-announcing-new-original-series-diablero-filmed-entirely-in-mexico>

COLOMBIA

# SE PERFILA COMO POTENCIA AUDIOVISUAL



**PORQUE TE INTERESÓ:**

*Colombia, producción independiente, incentivos, telenovelas, políticas públicas*

Colombia no es el que más exporta ni el que más produce, ni el que más ha invertido. Pero sin duda es uno de los que más ha construido: hace diez años no tenía mucha industria audiovisual más allá de la televisión, y hoy tiene un ecosistema pujante. Cuando los expertos del sector quieren señalar un país que hace las cosas rápido, casi siempre dicen: “Miren lo que está haciendo Colombia”.

No es que antes este país fuera un desierto audiovisual: producía novelas exitosas desde los años ochenta y desde el estreno de *Café con aroma de mujer*, en 1994, comenzó su ascenso como país exportador no solo de telenovelas, sino de guiones y adaptaciones para las pantallas chicas del mundo.<sup>68</sup> Este proceso culminaría con *Yo soy Betty, la fea* (1999), serial que se adaptó a más de trece versiones locales<sup>69</sup> –Vietnam, China, Estados Unidos, Brasil y hasta Georgia tuvieron cada uno su propia Betty—, por lo que algunos la consideran la telenovela más exitosa de todos los tiempos.<sup>70</sup>

Pero hasta 2010, seguía teniendo poco desarrollo del cine nacional y como no poseía una industria de servicios de producción muy montada, estaba fuera del radar de las productoras internacionales del mundo.

Colombia también tenía un desafío de imagen: debido a los conflictos sociales que la atormentaron parte del siglo XX, la percepción a nivel internacional era la de una tierra plagada de peligros. Para una industria como la audiovisual que exige seguridad y condiciones estables, filmar allí parecía un deporte de alto riesgo, y solo algunas producciones internacionales se atrevían a hacerlo; buena parte de ellas, documentales enfocados en sus conflictos políticos y sociales, y con cierta dosis de amarillismo.

Pero Colombia tenía un plan. Desde 2003, cuando se aprobó la Ley de Cine, la legislación ha buscado acelerar el crecimiento del sector. Y gracias a esos esfuerzos y a un osado paquete de estímulos e incentivos a la producción, ha logrado incrementar primero el número de películas nacionales y después, el de producciones internacionales que se filman en el país. Así, pasó de estrenar 18 películas nacionales en 2011 a 37 en 2018.<sup>71</sup> Ahora la industria colombiana ocupa el cuarto lugar en la región en materia de exportaciones audiovisuales.<sup>72</sup> De acuerdo con Felipe Buitrago, ex ministro de Cultura de Colombia, si el sector se recupera y vuelve a crecer al ritmo sostenido de años previos a la pandemia, Colombia podrá alcanzar el 1% del mercado audiovisual a nivel global en los próximos cinco años.<sup>73</sup>



68 Janet McCabe y Kim Akass, *TV's Betty Goes Global: From Telenovela to International Brand*. (Londres: IB Tauris, 2013), 50.

69 Rocío Quispe-Agnoli, "La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado". *La Mirada de Telemo 2* (2009), 6. <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20338/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

70 Quispe-Agnoli, "La telenovela latinoamericana...", 6.

71 Cine Colombia Distribución, *Resumen Industria Cinematográfica Colombia* (2018), 21. <https://www.proimagenescolombia.com/secciones/centrodoc/estudios.php>

72 Yolanda Amaya, "Exportaciones: la producción audiovisual se posiciona bien", *El Tiempo* (18 de marzo de 2019). <https://www.eltiempo.com/economia/exportaciones-la-produccion-audiovisual-se-posiciona-bien-338926>

73 Felipe Buitrago, comunicación personal (19 de noviembre, 2020).

En el último tiempo, numerosas producciones internacionales han aprovechado su *cash rebate*, amparado por la Ley N° 1.556, de 2012, que consiste en la devolución del 40% del gasto realizado por las productoras en servicios nacionales de preproducción, producción y posproducción; y 20% del gasto logístico.

Algunas de esas películas son *Triple frontera* (2019), superproducción protagonizada por Ben Affleck y Pedro Pascal, que rodó varias escenas en las afueras de Bogotá, o *Gemini Man* (2019), de Will Smith y dirigida por Ang Lee, que filmó escenas de acción en los callejones y murallas de Cartagena de Indias. *The Boy* (2015), producida por Elijah Wood, aprovechó el incentivo colombiano para construir un set que habría sido incosteable en Estados Unidos;<sup>74</sup> aunque la historia se sitúa en un motel en una zona remota de Colorado, los realizadores optaron por filmarla en las cercanías de Medellín, en una localidad que guardaba semejanzas geográficas con el sudeste de Estados Unidos. Otras producciones internacionales que se han rodado en su territorio incluyen *The Padre* (2018), *Mile 22* (2018), *The Belko Experiment* (2016), *The Lost City of Z* (2016), *Out of the Dark* (2014) y capítulos de la serie *Narcos* (2015).

Para aspirar a los incentivos, estas producciones necesitan forzosamente trabajar con un *partner* colombiano. Esto ha detonado un ecosistema de empresas audiovisuales locales que han crecido y se han profesionalizado a gran velocidad. La más conocida de todas es Dynamo, que se ha consolidado como una de las productoras independientes más grandes de América Latina y referente en el mundo del VOD, con 40 largometrajes y casi veinte series de ficción a cuestras, incluyendo *Narcos* y *Narcos 2* (Netflix), *El Chapo* (Univisión), *Falco* (Amazon Prime Video) y *Arde Madrid* (Movistar+). Además de tener oficinas en Colombia, Dynamo ya cuenta con representación en Ciudad de México, Madrid y Nueva York.

Otro caso interesante es Congo Films, empresa fundada por el cineasta Carlos Congote, dedicada al alquiler de equipo de última tecnología para producciones locales y extranjeras. La empresa, que ofrece además talleres y cursos técnicos, arrienda sus equipos a producciones de México, Perú y Chile, país donde recientemente abrió una sucursal. Congote ha visto su negocio crecer en los últimos años y describe el actual sistema como “muy favorable”, y agrega que los incentivos “han ayudado al crecimiento de la industria, y nosotros vamos de la mano con ello”.<sup>75</sup>

Ese optimismo se extiende a creadores como Pablo González, quien fue guionista de *Historia de un crimen: Colmenares* (2019) y director de *El robo del siglo* (2020), ambas series desarrolladas para streaming. González ve con buenos ojos los más recientes cambios a la Ley 1.556, anunciados en 2020, que incorporan incentivos para series, videos musicales y publicidad. “Yo creo que eso nos va a ayudar un montón”, dice este creador.<sup>76</sup> Nos cuenta que su experiencia en Colombia le ha servido para incrementar su proyección como director y que actualmente trabaja en dos proyectos fuera de su país. Es una situación cada vez más usual para los profesionales audiovisuales colombianos, cuya industria gana terreno en la escena internacional.

La coyuntura global sitúa a esta nación en una posición ideal para producir contenido de alta calidad y con aspiraciones en la articulación entre lo global y lo local. Aunque los estereotipos del pasado no han desaparecido por completo, y han nutrido producciones que fascinan a públicos de todo el mundo, las narrativas proponen nuevos modos de contar historias. En ese sentido, Colombia ha utilizado sus políticas públicas para atraer inversión, dando flexibilidad a los creadores y empresas para trabajar en proyectos diversos. Y conforme crece la industria, los nuevos proyectos que vienen al país ya no lo hacen buscando contar la historia de un capo, sino porque es un buen lugar para hacer cine.

74 Papa Vinyard, “SXSW ‘15: Vinyard questions director Craig William Macneill and writer Clay McLeod Chapman about THE BOY!”, *Ain't It Cool News* (22 de marzo de 2015): <http://legacy.aintitcool.com/node/70811>

75 Carlos Congote, comunicación personal (11 de noviembre de 2020).

76 Pablo González, comunicación personal (20 de octubre de 2020).

# ¿QUÉ SON LOS INCENTIVOS FÍLMICOS?



Los incentivos fílmicos son descuentos y créditos que se otorgan a las empresas que incurren en gastos en servicios audiovisuales en un territorio o país. Aunque varían mucho en sus requerimientos, estos programas tienen en común que buscan atraer a los productores extranjeros a una región o estimular la producción audiovisual nacional.

Los primeros programas de incentivos fílmicos datan de finales de los años noventa y se implementaron en Canadá.<sup>77</sup> Su gobierno los usó para atraer filmaciones estadounidenses al país, y funcionó. Muy pronto ciudades como Toronto y Vancouver reemplazaron a Nueva York y Chicago como destinos para rodar. Pero la industria canadiense no se limitó a promocionar sus locaciones, sino que desarrolló una industria de servicios de producción y posproducción audiovisual que incluye hoy importantes empresas de posproducción, animación, efectos visuales y videojuegos.

Luego del éxito canadiense, ciertos estados de la Unión Americana, como Luisiana y Nuevo México, implementaron programas de incentivos en 2002. Estos estados atrajeron producciones icónicas, incluyendo las series *Tremé* (2010), de HBO, o *Breaking Bad* (2008), de AMC. Además del gasto incurrido, estas series pusieron sitios que antes no eran recorridos por viajeros –por ejemplo, la ciudad de Albuquerque, Nuevo México– en el mapa de los turistas interesados en conocer locaciones de cine y televisión.

Desde la primera década del siglo, algunas naciones de Europa introdujeron programas de incentivos fílmicos. Los primeros fueron Alemania, Reino Unido e Islandia,<sup>78</sup> pero pronto les siguieron casi todos los demás. A la fecha, la mayoría de los países del viejo continente –incluyendo Noruega, España, Irlanda, Montenegro, Bulgaria, Malta y Portugal– tiene estos programas de incentivos. Recientemente, la tendencia se ha extendido a Asia, donde Malasia, Taiwán, Corea del Sur, Tailandia y Filipinas los han introducido.

El programa de incentivos colombiano, dotado con un fondo de 12,5 millones de dólares, es un modelo de cómo hacer crecer una industria en un tiempo breve, según muchos de los expertos consultados, y desde que se creó en 2012, algunos países de América Latina han optado también por legislar esquemas de este tipo.

Los incentivos preferidos por los productores y las empresas suelen ser los *cash rebates* o reembolso en efectivo, aunque los créditos fiscales transferibles igual son comunes en varias jurisdicciones del mundo. Los primeros consisten en una contraprestación (devolución de un porcentaje del monto total de gasto) que se entrega al inversionista luego de cumplir con ciertas condiciones; el segundo, es un crédito fiscal que el productor puede vender a un contribuyente; por ejemplo, una empresa con un pasivo fiscal, que reduce a través de este su carga tributaria. Colombia, República Dominicana, Uruguay, Panamá, Trinidad y Tobago y Chile (este último, con un programa piloto) cuentan con esquemas de incentivos.

77 KPMG, *Media and Entertainment Film Financing and Television Programming. A Taxation Guide* (2012). <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/Film%20financing%20and%20television%20programming-%20canada.pdf>

78 Jonathan Olsberg y Andrew Barnes, "Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe", Observatorio Audiovisual Europeo (2014), 24-25. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audiov/16808e4506>



# INCENTIVOS FÍLMICOS EN LA REGIÓN (Y EN MERCADOS COMPETIDORES)

## COLOMBIA

El Fondo Fílmico de Colombia ofrece un *cash rebate* –reembolso en efectivo– de 40% del valor de los gastos directos en servicios audiovisuales y 20% del valor de los gastos indirectos o logística para “obras cinematográficas, series y videos musicales”.

Otra herramienta para atraer la inversión extranjera introducida en el 2020 es el Certificado de Inversión Audiovisual, que permite acceder a un certificado de descuento tributario de hasta 35% del valor total de los servicios incurridos en territorio nacional. Esta herramienta puede aplicarse también a videojuegos y series.

Para ser sujetos de estos incentivos, los gastos en Colombia deben ser prestados por “empresas colombianas o personas naturales de nacionalidad colombiana con domicilio en el país”.<sup>79</sup>

A eso se suman estímulos regionales como el Incentivo FilMedellín, que devuelve hasta 10% del gasto total en servicios contratados en la ciudad de Medellín.<sup>80</sup>

## URUGUAY

Rebaja de 10,6%, 17,6% o 25% para gastos de producción en el país, de acuerdo al nivel de gasto. Está abierto a “largometrajes, cortometrajes, videoclips, animaciones, documentales, producciones televisivas y series internacionales”. Los comerciales internacionales producidos aquí pueden acceder a una reducción de 20%, siempre y cuando el gasto ejecutado supere los 300.000 dólares.

Por decreto 220/998, exoneración del pago del IVA (22%) en gastos de producción realizados para el exterior, pero filmados en Uruguay.

## REPÚBLICA DOMINICANA

Crédito fiscal transferible –*transferable tax credit*– del total para películas dominicanas y un crédito de 25% para producciones extranjeras –“obras cinematográficas, películas para televisión, series y miniseries para televisión, documentales, telenovelas y videos musicales”–<sup>81</sup> con gasto superior a los 500.000 dólares y que cumplan con un mínimo de 25% de personal dominicano.

## PANAMÁ

Rebaja de 25% para las producciones filmadas en el país, con una inversión de al menos 500.000 dólares en costos locales (este porcentaje recientemente se aumentó de un 15%).

El reembolso completo se puede depositar en garantía por adelantado con una compañía de seguros para tener flujo de efectivo en la producción.<sup>82</sup>

79 Location Colombia, *Incentivos*. [https://locationcolombia.com/incentivos/#move\\_ley](https://locationcolombia.com/incentivos/#move_ley)

80 Film Medellín. *Beneficiarios Incentivo FilMedellín 2020* (30 de diciembre de 2020). <https://filmedellin.com/noticias/incentivo2020/>

81 Dirección General de Cine. *Guías de los incentivos de la Ley 108-10*. República Dominicana. <https://dgcine.gob.do/filmar-en-rd/guias-de-los-incentivos-de-la-ley-108-10/#23-25-wpfd-credito-fiscal-transferible-articulo-39>

82 Ver [Filmpanama.gob.pa](http://Filmpanama.gob.pa)

# INCENTIVOS FÍLMICOS EN LA REGIÓN (Y EN MERCADOS COMPETIDORES)

## CHILE

A partir de 2018, Chile implementó un programa piloto de Apoyo a Inversiones Audiovisuales de Alto Impacto que estipula la devolución de hasta 30% de los gastos calificados para series de televisión y películas, con un tope de tres millones de dólares.<sup>83</sup>

## TRINIDAD Y TOBAGO

Reducción de entre 12,5% y 35% en función del nivel de gasto para producciones extranjeras (largometrajes, películas hechas para televisión, series dramáticas o miniseries, documentales, animaciones y comerciales extranjeros: reembolso máximo de 3,76 millones de dólares). Para producciones locales, la rebaja es un *flat rate* de 35%. A este monto debe sumarse un reembolso de 20% de los costos de mano de obra local contratada.<sup>84</sup>

## MÉXICO

A través del Eficine 189, el país permite a los contribuyentes aportar recursos para la producción o distribución de proyectos cinematográficos mexicanos y coproducciones a cambio de un crédito fiscal equivalente al monto aportado, que se puede ejercer contra el impuesto sobre la renta (máximo: 10% del ejercicio).<sup>85</sup> En el primer periodo de 2021, apoyó la producción de 55 proyectos.<sup>86</sup>

También contempla la devolución del impuesto al valor agregado (IVA), con 16% de todos los gastos realizados en el país.

## ECUADOR

Tarifa de 0% del IVA para los servicios de preproducción, producción y posproducción. Devolución de 50% del IVA en compras locales e importación de bienes y servicios destinados al desarrollo audiovisual.<sup>87</sup>

83 Gobierno de Chile, *Chile en acción: Guía para rodar*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Film Commission Chile, 2018. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/393/chile-en-accion-guia-para-rodar.pdf>

84 Ver <https://filmtt.co.tt/rebate/>

85 Instituto Mexicano de Cinematografía, "Eficine 189. Estímulo fiscal a proyectos de inversión en la producción y distribución cinematográfica nacional", s.f. <http://www.incine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine189/>

86 Secretaría de Hacienda y Crédito Público, *Listado de proyectos susceptibles de autorización para la aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional, correspondiente a los proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional que ingresaron en el primer periodo del ejercicio fiscal 2021 (2021)*. <https://www.cultura.gob.mx/PDF/Eficine/EFICINE-Produccion-proyectos-susceptibles-1er-periodo-2021.pdf>

87 Listado Ecuatoriano del Cine y Audio Visual (LEA). Instituto de Cine y Creación Audiovisual <http://www.servicioscreatividad.gob.ec/lea/filmin.html>

# INCENTIVOS FÍLMICOS EN LA REGIÓN (Y EN MERCADOS COMPETIDORES)

## INCENTIVOS EN OTRAS REGIONES

### ALEMANIA

El Fondo Federal de Cine de Alemania (DFFF, por sus siglas en inglés) hace una subvención equivalente de entre 20% y 25% de los gastos aprobados de su producción<sup>88</sup> a través de una serie de fondos (DFFF I, DFFF II y el German Motion Picture Fund). Desde su introducción en 2007, los fondos DFFF I y II han desembolsado unos 867 millones de euros y apoyado 1.501 producciones, con inversiones por 5,1 mil millones de euros en el ecosistema audiovisual alemán.

### ESLOVAQUIA

El Fondo Audiovisual Eslovaco ofrece un reintegro del 33% para contenidos de cine (largometrajes, documentales o animación) o series de televisión producidas en el país. Los proyectos deben superar un presupuesto mínimo y aprobar un “test cultural”.<sup>89</sup>

### GRECIA

Rebaja de 40% para “largometrajes, documentales, series de televisión, películas animadas y juegos digitales” en los que el país figure en la cinematografía, en la etapa de producción o en la posproducción.

El incentivo es válido para producciones nacionales, internacionales y coproducciones. El fondo, que administra el Centro Nacional de Medios Audiovisuales y Comunicación, es de 75 millones de euros para el periodo 2018-2022.<sup>90</sup>

### FILIPINAS

El Consejo de Desarrollo Cinematográfico ofrece un reintegro de hasta 20%, con un tope de 10 millones de pesos filipinos, a través de su programa de incentivos para la localización de películas.

### TAILANDIA

Desde 2017, otorga una rebaja de entre 15% y 20% para producciones que trabajen con un coordinador local y que ejecuten un gasto superior a 50 millones de baht en el país.

### CONNECTICUT, EE. UU.

Crédito fiscal de 10% en costos de producción de entre 100.000 y 500.000 dólares, con un incremento de 15% en proyectos con costos calificados de más de 500.000 dólares. Los proyectos de más de un millón de dólares pueden obtener hasta 30% del crédito.<sup>91</sup>

<sup>88</sup> Ver [www.dfff-ffa.de/en.html](http://www.dfff-ffa.de/en.html)

<sup>89</sup> Ver <https://www.filmcommission.sk/cash-rebate/>

<sup>90</sup> Ver <https://www.filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/>

<sup>91</sup> Connecticut's State. "Tax Incentives". *Connecticut Department of Economic and Community Development* <https://portal.ct.gov/DECD/Services/Film-TV-Digital-Media/Tax-Incentives>

# BRASIL: UNA GRAN INDUSTRIA SE ENFRENTA A NUEVOS RUMBOS



**PORQUE TE INTERESÓ:**

*Brasil, producción independiente, regulación, fondos públicos*

Aunque comparte frontera con casi todos los países de América del Sur, Brasil ha sido en lo cultural una nación distanciada de sus vecinos. El gigante sudamericano es la sexta nación más poblada de la tierra y eso se ha traducido en autosuficiencia: su cultura —música, literatura y cine— parece muchas veces navegar un cauce distinto al hispanoamericano. Por su gran tamaño, algunos sugieren que es un planeta aparte: uno con órbita autónoma, capaz de generar sus propias fuerzas de atracción.

En lo audiovisual, ha desarrollado una industria caracterizada por mirar hacia adentro, enfocada en sus relatos y audiencia. Con el auge en los años sesenta del Cinema Novo, con creadores como Glauber Rocha y Nelson Pereira, la cinematografía consolidó una mirada estética marcada por un profundo afán de desentrañar la complejidad nacional. Y había mucho que explorar, porque su diversidad cultural, geográfica y social es interminable: de la selva de concreto de Sao Paulo a las selvas del Amazonas, y de los verdes cerros de Río de Janeiro hasta los áridos interiores del *Sertão*, aunado a sus complejas raíces multiculturales, Brasil tiene infinidad de tópicos y contrastes sociales que nutren el arte y la creación.

Contrario a la industria audiovisual argentina que se diseminó por el Cono Sur, o la mexicana que buscó mercados en Centro y Sudamérica, la industria audiovisual brasileña nunca dependió mucho de la exportación para sobrevivir. Tener un mercado interno gigante —con cerca de 210 millones de habitantes, la mayor nación lusoparlante del mundo— significó que a las producciones nacionales les bastaba ser populares dentro de su mercado para garantizarles éxito. No obstante, el cine de Glauber Rocha y las telenovelas de la cadena Globo son algunos de sus productos audiovisuales que tuvieron alcance internacional en la segunda mitad del siglo XX.

En la actualidad, debido a la digitalización y el crecimiento global de la demanda, su sector audiovisual vive una situación paradójica: por un lado, el país cuenta con un ecosistema sólido, con productoras experimentadas y un *pipeline* de producción con altos estándares técnicos y creativos. El boom de la industria de la producción independiente se puede atribuir en parte a la Ley 12.485, de 2011, conocida como Ley de TV paga, que estableció cuotas que obligaron a las compañías de televisión de paga a hacer contenidos de la mano de productoras independientes, lo que incrementó la disponibilidad de contenidos propios.<sup>92</sup>

## EL BOOM DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE SE PUEDE ATRIBUIR EN PARTE A LA LEY 12.485, DE 2011, CONOCIDA COMO LEY DE TV PAGA, QUE ESTABLECIÓ CUOTAS QUE OBLIGARON A LAS COMPAÑÍAS DE TELEVISIÓN DE PAGA A HACER CONTENIDOS DE LA MANO DE PRODUCTORAS INDEPENDIENTES, LO QUE INCREMENTÓ LA DISPONIBILIDAD DE CONTENIDOS PROPIOS.

Por otro lado, en el país hay grandes incertidumbres. Antes de que Brasil fuera duramente golpeado por la pandemia del covid-19 en 2020, se anunciaron sustanciales recortes al presupuesto de la Agencia Nacional de Cinema. En octubre de 2020, el diario *O Globo* reveló que la agencia había aprobado el financiamiento de solo un proyecto en los últimos diez meses, cuando en 2018 había aprobado un promedio de 25 proyectos por mes.<sup>93</sup>

Algunos entrevistados han comparado ese recorte con la extinción de la estatal Empresa Brasileira do Filmes, que financió buena parte del cine nacional entre 1969 y 1990, y cuya disolución en aras de nociones de libre mercado marcó una época de escasa producción cinematográfica.<sup>94</sup> Poco después del anuncio del recorte, en un documento firmado por 63 entidades audiovisuales, creadores del sector recordaron que su industria es responsable de un movimiento económico de 25.000 millones de reales por año, 0,46% del PIB nacional y de 330.000 empleos.<sup>95</sup>

Ante la reducción de las ayudas públicas, el sector audiovisual busca nuevas opciones para seguir desarrollando su trabajo. Beto Gauss, productor ejecutivo de Prodigio Films, cuenta que la estrategia de su productora ha consistido en depender cada vez menos del presupuesto público. “Desde [hace media década], decidimos que nuestra empresa trabajaría lo menos posible con los fondos públicos”.<sup>96</sup> Esta idea la replica Rodrigo Guimarães, director de producción local de Warner, quien relata: “Estamos comenzando a explorar modelos de financiamiento alternativo 100% privados”, recurriendo menos a mecanismos estatales como al artículo 3 de la Ley Audiovisual, que establece la posibilidad de otorgar créditos fiscales a cambio de la financiación de proyectos audiovisuales independientes.<sup>97</sup>

92 Agência Nacional do Cinema. *Ley de TV Paga*. <https://antigo.ancine.gov.br/es/regulacion/ley-de-tv-paga>

93 O Globo, “Ministério Público da 15 dias para Ancine explicar por que aprovou apenas um projeto em dez meses” (20 de octubre de 2020.) <https://oglobo.globo.com/cultura/ministerio-publico-da-15-dias-para-ancine-explicar-por-que-aprovou-apanas-um-projeto-em-dez-meses-24703679>

94 Centro Técnico Audiovisual, “A Embrafilme” (10 de octubre de 2018). <http://ctav.gov.br/2008/10/10/a-embrafilme/>

95 Terra, “Audiovisual: um setor com importante força econômica” (16 de noviembre de 2020). <https://www.terra.com.br/noticias/dino/audiovisual-um-setor-com-importante-forca-economica.e295e555d018a14abf43e23aa6e738f4es0qd5q2.html>

96 Beto Gauss, comunicación personal (25 de febrero de 2021).

97 Creative Film Finance Forum, *Mesa: Produção de conteúdo original* [Video]. Youtube, 6 de abril de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ZvEi2LuELi8>

Gauss y otros consultados ven cierta esperanza en el aumento de la demanda de las plataformas de streaming para seguir creciendo. Hoy Brasil es la nación de América Latina con más usuarios suscritos a servicios de streaming (21,6 millones en el Q3 2020, según Dataxis) y por tanto es un mercado importante para HBO, que desde 2005 ha producido series en portugués, incluyendo *Mandrake* (2005-2007), *Pico da neblina* (2019) y *Santos Dumont* (2019). Recientemente, plataformas como Netflix y Amazon Prime Video han producido series originales, y Disney ha descrito el *pipeline* de desarrollo de contenidos para este país como muy intenso. “Estos doce meses de pandemia han sido el año en el que más entramos en nuevos proyectos y más nuevos contratos firmamos”, relató Bruno Bluwol, gerente de producciones locales de Disney Brasil.<sup>98</sup>

La presencia del conglomerado Globo en el streaming también merece resaltarse. Esta empresa, responsable de algunas de las telenovelas más famosas en la historia brasileña como *Roque Santeiro* (1985) y *Avenida Brasil* (2012), participa del streaming a través de la plataforma Globoplay. Este servicio busca ganar adeptos locales, pero también entre la diáspora nacional en Estados Unidos y Europa. Según reportes, en enero de 2021 el servicio ya contaba con 30 millones de usuarios (gratuitos y de paga) y desarrollaba 82 producciones originales.<sup>99</sup> **En abril de 2021, bajo el lema *The future is female*, la empresa anunció en la MipTV global una serie de originales centrados en mujeres protagonistas, desde documentales hasta series de televisión de drama y crimen.**<sup>100</sup>

Ante la nueva oleada tecnológica, los hacedores de políticas públicas se han preguntado si es pertinente regular los servicios de streaming. Entre las medidas discutidas para ello, destacan las cuotas de contenidos nacionales para estos servicios. A la fecha, la cuota no se ha materializado porque no hay evidencia de que el modelo que funcionó con la televisión paga se pueda replicar al dedillo para streaming, donde el usuario es libre de elegir los contenidos que desea ver. Además, aun sin cuotas de por medio, las plataformas producen contenidos locales a gran ritmo.

De acuerdo con Paula Pinha, directora de Políticas Públicas en Netflix, una de las razones por las que plataformas de streaming apuestan por producir en Brasil es debido al potencial del contenido local de viajar más allá de las fronteras nacionales. Ha sido el caso de *Cidade Invisível*, serie producida por Prodigio Films, que alcanzó

el top 10 de los contenidos más vistos de Netflix en más de 40 países,<sup>101</sup> y la película *Tudo Bem No Natal que Vem*, que llegó a 26 millones de hogares en el mundo.<sup>102</sup>

Pero los productores, acostumbrados a defender el carácter propio del audiovisual nacional, suelen insistir en que se necesita más regulación. Caio Gullane, socio productor de Gullane Entretenimento, creadores de *Ninguém Tá Olhando*, que ganó el Emmy a la mejor serie de comedia internacional en 2020, dice: “Es fundamental que en los países que no hablan inglés cuenten con políticas de regulación del sector audiovisual para preservar su identidad cultural y permitir que la industria audiovisual local sobreviva”.<sup>103</sup>

Aun sin regulación de por medio, las discusiones que ocurren en la sociedad repercuten en la industria audiovisual. En momentos álgidos, la temática de las producciones entra muchas veces en temas espinosos: documentales como *Democracia em Vertigem* (nominado al Oscar en la categoría de mejor largometraje documental en 2020), que toca el autoritarismo y la violencia, estuvo en el top 10 de los documentales más vistos en Netflix en 2019.<sup>104</sup> Igualmente es notable el hecho de que más que en otros países del continente, la representación de la población afrodescendiente es tema de fuertes discusiones: en 2018, cuando la novela *Segundo Sol*, situada en Bahía, un estado 80% negro, presentó un elenco 80% blanco, los reclamos de los activistas no se hicieron esperar.<sup>105</sup>

De acuerdo con Rodrigo Antonio, socio director de la Asociación de Profesionales Audiovisuales Negros (APAN), a pesar de los avances, la industria nacional aún tiene mucho trabajo por hacer en este sentido. “Internet ha servido para reforzar la conexión entre profesionales negros y se ha convertido en una nueva ventana para narrar nuestras historias. Pero afrontamos disparidades a consecuencia de la persistente discriminación racial”. Antonio lamenta que el desarrollo de los profesionales negros del audiovisual, en especial a nivel de guionistas, productores y directores, carezca de los recursos necesarios para crear, aunque apunta que parte de la solución estaría en la capacitación regional: “En el norte del país, por ejemplo, solo tenemos un programa universitario federal relacionado con el cine. Amazonas es uno de los tres estados de Brasil con más demanda de localizaciones para rodajes, tan solo por detrás de Río de Janeiro y Sao Paulo, pero son escasas las producciones que surgen desde allí”.

Algo en lo que todos los brasileños consultados para este libro parecen coincidir es que por más complejas que resulten las circunstancias actuales, el futuro del audiovisual local exige una cooperación entre los actores de la industria. “Nuestro mercado y nuestros talentos merecen atención y prioridad de los *players* que aquí trabajan para desarrollarse”, insiste Caio Gullane.

Aunque las posibilidades de diálogo son difíciles de imaginar, es necesario algún tipo de trabajo conjunto para atender prioridades comunes como la construcción de talento, determinar un ambiente regulatorio propicio o seguir desarrollando contenidos propios capaces de seducir al mundo.

98 Creative Film Finance Forum, *Mesa: Produção de conteúdo original* [Video]. Youtube, 6 de abril de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ZvEi2LuELi8>

99 Tom Grater, “How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War”, *Deadline*, 19 de enero de 2021. <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>

100 Emiliano Granada, “Brazil’s Globo Proclaims ‘The Future is Female’ with Women-Centric MipTV Slate as its Reformats Classics”, *Yahoo News* (14 de abril de 2021). <https://news.yahoo.com/brazil-globo-proclaims-future-female-171508003.html>

101 *Todo TV News*. “Netflix renueva su serie brasileña *Cidade Invisível*, éxito en 40 países” (3 de marzo de 2021). <https://todotvnews.com/netflix-renueva-su-serie-brasilena-cidade-invisivel-exito-en-40-paises/>

102 Netflix, carta de accionistas (19 de enero de 2021). [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf)

103 Caio Gullane, comunicación personal (26 de marzo de 2021).

104 Cristina Padiglione, “Documentário sobre impeachment está entre os mais vistos de 2019”, *Folha de Sao Paulo* (30 de diciembre de 2019). <https://telepadi.folha.uol.com.br/confira-em-primeira-maos-os-documentarios-mais-vistos-da-netflix-em-2019/>

105 Joe Leahy y Andrés Schipani, “Soap opera row shines light on treatment of black Brazilians”, *Financial Times* (17 de junio de 2018). <https://www.ft.com/content/e5700466-7076-11e8-92d3-6c13e5c92914>

**ALGO EN LO QUE TODOS LOS BRASILEÑOS CONSULTADOS PARA ESTE LIBRO PARECEN COINCIDIR ES QUE POR MÁS COMPLEJAS QUE RESULTEN LAS CIRCUNSTANCIAS ACTUALES, EL FUTURO DEL AUDIOVISUAL LOCAL EXIGE UNA COOPERACIÓN ENTRE LOS ACTORES DE LA INDUSTRIA. “NUESTRO MERCADO Y NUESTROS TALENTOS MERECE ATENCIÓN Y PRIORIDAD DE LOS *PLAYERS* QUE AQUÍ TRABAJAN PARA DESARROLLARSE”, DICE CAIO GULLANE.**

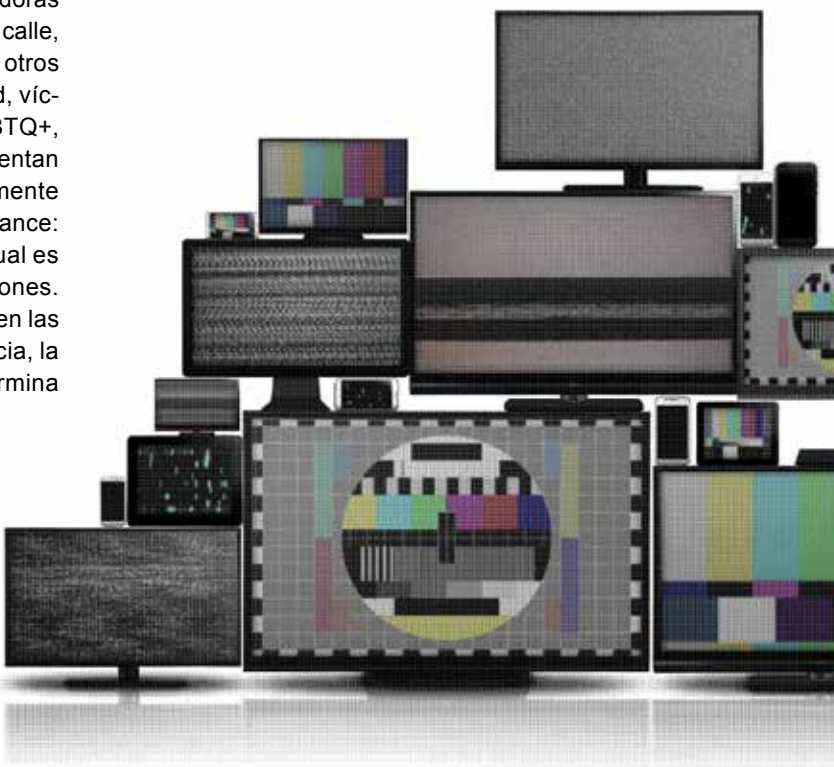
Para ello es indispensable que las productoras independientes, plataformas, canales de televisión y gobierno se sienten a la mesa y construyan un rumbo conjunto. No es una tarea sencilla e incluso hasta puede parecer imposible, pero resulta inaplazable.



# BRASIL: LAS VOCES AL MARGEN TOMAN CENTRALIDAD

Pocas naciones pueden presumir de la diversidad de Brasil, con un territorio de proporciones continentales. El último censo demográfico del Instituto Brasileiro de Geografía e Estatística (IBGE) arrojó una cifra sorprendente por cuanto habla de la autopercepción de un país que, como muchos de América Latina y el Caribe, se ha representado en pantalla como blanco: el porcentaje de brasileños que se declaran como negros es del 56%,<sup>106</sup> un número que sigue creciendo. A pesar de ser mayoría, la población afrodescendiente enfrenta las condiciones de vida más difíciles, con más participación en trabajos informales, más altos índices de analfabetismo y mayor riesgo de habitar viviendas inadecuadas. El panorama se agudiza para las mujeres, especialmente las que viven en pobreza o forman parte de comunidades racializadas. El más reciente informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos sobre la situación de los derechos humanos en Brasil observó que la desigualdad estructural se evidencia en una discriminación histórica a personas afrodescendientes, pueblos indígenas y mujeres, y una discriminación socioeconómica que se dirige a trabajadoras rurales, migrantes forzadas, personas en situación de calle, habitantes de favelas y zonas periféricas, además de otros grupos en riesgo como personas privadas de libertad, víctimas de trabajo forzado, personas del colectivo LGBTQ+, y adolescentes.<sup>107</sup> Así, las industrias creativas representan una oportunidad para que estas voces, frecuentemente silenciadas, puedan ser escuchadas y amplíen su alcance: en un mundo cada vez más digitalizado, el audiovisual es un vehículo para conectar con las nuevas generaciones. Hablamos con cinco creadores sobre su experiencia en las industrias creativas y el audiovisual desde la disidencia, la diferencia sexual y racial, ahí donde la exclusión germina nuevas miradas y hasta maneras de vivir.

**“La desigualdad en Brasil tiene color, sexo, género y se ubica al margen de la sociedad y, en consecuencia, de los espacios de poder en los que circulan las decisiones sobre nuestros cuerpos y el futuro de nuestras generaciones”, dice Evandro Fióti,** uno de los fundadores, con su hermano Emicida, de Laboratório Fantasma, agencia de entretenimiento que coloca a la cultura callejera, negra y periférica como protagonista. Para Fióti, quien también es músico, el mayor desafío es la falta de espacios empresariales “que reconozcan la necesidad de reparación histórica” en Brasil, el último país en abolir la esclavitud y cuya población es mayoritariamente afrodescendiente. “Nuestro arte y nuestra música son extremadamente reconocidos en el exterior, especialmente el arte que proviene de las periferias. Si Brasil comienza a incentivar nuestro mercado interno y nuestros talentos, sin perderlos por el genocidio y la falta de oportunidades, no tengo ninguna duda de que podemos estar entre las mayores economías del mundo”.<sup>108</sup>



106 Nathália Afonso, "Dia da Consciência Negra: números expõem desigualdade racial no Brasil", *Lupa* (20 de noviembre de 2019). <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil/>

107 Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH], *Situación de derechos humanos en Brasil* (2021), 19-60. <http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/Brasil2021-es.pdf>

108 Evandro Fióti, comunicación personal (25 de mayo de 2021).



## “NINGUNA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ALCANZARÁ SU POTENCIAL SI SU CONTENIDO PROVIENE DE UNA SOLA FUENTE CREATIVA. POR TANTO, ACOGER LA DIFERENCIA COMO PRINCIPIO BÁSICO DEL ÉXITO ES CENTRAL”.

Caroline Fioratti es guionista y directora, creadora de la serie *A gran viagem*, nominada a mejor miniserie en los premios internacionales Emmy Kids 2018. Su filme debut, *Meus 15 anos*, también gira alrededor de temáticas juveniles, uno de sus intereses primordiales, en especial si se tratan con honestidad, dice. “Me gusta adentrarme en temas que pueden ser tabú, pero que es urgente discutir”, explica sobre su faceta como crea-

dora de contenido para adolescentes. “Hay dos aspectos de la Caroline creadora: la cineasta autoral que lidia con temas no siempre agradables, y la directora comercial que aprovecha la habilidad de comunicarse de manera masiva con el público para presentarle problemas humanos de diversidad y empatía”.<sup>109</sup>

Viviane Ferreira, directora y guionista afrobrasileña, considera que la desigualdad en el sector audiovisual de su país aún reproduce prácticas del pasado. Su largometraje *Um dia com Jerusa* (2019) fue la primera cinta brasileña realizada por un equipo formado mayoritariamente por mujeres negras. Esta decisión, según Ferreira, nació del deseo de que la película fuera “una gran vitrina para exhibir el trabajo de otras mujeres negras, además del mío”. Ferreira reconoce que el camino a recorrer ha sido complicado. “El racismo estructural impide que la sociedad brasileña y, en consecuencia, el sector audiovisual, reconozcan en alguien con un fenotipo como el mío la capacidad de transitar por [distintas facetas profesionales]”. Para Ferreira, el trabajo de los creadores negros también es uno de negociación. “Constantemente tengo que convencer a los tomadores de decisiones del sector de mis capacidades”, lamenta.

Para promover voces más diversas detrás de cámaras, Ferreira insiste que “valentía, generosidad y solidaridad” son tres elementos necesarios. “Ninguna industria del entretenimiento alcanzará su potencial si su contenido proviene de una sola fuente creativa. Por tanto, acoger la diferencia como principio básico del éxito es central”.<sup>110</sup>

La productora Carolina Alckmin también ve en el audiovisual una oportunidad para contar historias que moldean la sensibilidad de la juventud. Su próximo proyecto, *De volta aos 15*, se centra en una mujer en sus 30 años que, tras un golpe del destino, vuelve a su adolescencia. “Aunque mi generación, la millennial, es muy diferente de la generación Z, la transición que la adolescencia impone en todas las personas es igual de desafiante siempre”, dice.

“Entramos a los hogares de las personas. Lo que creamos y escribimos es parte de la vida de las audiencias, que soñarán con estas historias y nuestros personajes. Por eso necesitamos ser muy responsables con el contenido que creamos”.<sup>111</sup> Esta responsabilidad pasa por la lente de las creadoras y su posición en el audiovisual. Alckmin explica que hay más productoras que creadores, y ellas terminan siendo la fuerza de trabajo que permite que las ideas de los hombres despeguen. Un cambio necesario para ella: darle mayor voz creativa a las mujeres.

Cris D’Amato es directora, conocida por películas como *S.O.S.: Mulheres ao mar* y *Confissões de Adolescente*. Pero, como muchos profesionales de la industria, empezó como asistente de dirección, donde encontró una diferencia sustancial en el pago entre hombres y mujeres. “En aquel momento pensé que se debía al mérito o la experiencia de muchos de los asistentes varones, pero después me di cuenta de que era un prejuicio estructural en el universo cinematográfico”, cuenta. Quizá por ello, ya como directora, se ha dedicado a retratar historias protagonizadas por mujeres, con las que se siente más cómoda. “No hago películas pensando en los resultados de taquilla, sino en alcanzar una audiencia de la que también formo parte”, dice.<sup>112</sup> Trabajar en contenidos para plataformas de streaming es una gran experiencia de aprendizaje, según D’Amato, porque el resultado final puede ser disfrutado por espectadoras de todo el mundo, sin importar el idioma. “La mirada creativa se vuelve macro”, concluye.

109 Caroline Fioratti, comunicación personal (23 de mayo de 2021).

110 Viviane Ferreira, comunicación personal (25 de junio de 2021).

111 Carolina Alckmin, comunicación personal (23 de mayo de 2021).

112 Cris D’Amato, comunicación personal (18 de mayo de 2021).

# ARGENTINA: DESENCADENAR EL POTENCIAL



**PORQUE TE INTERESÓ:**

*Argentina, cine de autor, incentivos, cine nacional, consumo cultural*

De todos los países de Sudamérica, quizá ninguno cuenta con una tradición cinematográfica tan amplia como Argentina. Sus escuelas de cine son cuna de directores, guionistas y fotógrafos de renombre, y sus empresas generan filmes y televisión de alcance global, con altos niveles de producción que se han ganado un lugar en la historia del cine mundial. A lo largo del último siglo sus películas han recibido mucha atención internacional, incluyendo siete nominaciones al Oscar por mejor filme extranjero, y sus profesionales – desde compositores, hasta fotógrafos o sonidistas– son reconocidos en el mundo entero.

Hace apenas una década, Argentina era escuela audiovisual para el Cono Sur: si un latinoamericano quería aprender a hacer cine o aumentar su experiencia, no lo dudaba: se iba a Argentina. En años recientes, sin embargo, la posición de esa nación en el audiovisual ha flaqueado. Casi diez años de retos económicos han dificultado el avance del sector y le impiden hoy aprovechar como debería el boom global de la industria.

En los noventa, Argentina fue líder en establecer una ley de cine (Ley de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica Nacional N° 24.377, de 1994). Esto le dio impulso a su filmografía en una época en que países como México luchaban por conseguir fondos, y catapultó a la industria local a grandes alturas: fue el nacimiento de la corriente conocida como Nuevo Cine Argentino, que con directores como Lucrecia Martel, Adrián Caetano y Daniel Burman se proyectó al exterior. Hoy, aunque el sector audiovisual representa el 27% del PBI cultural, y el 0,71% del PBI nacional (una cifra similar al sector minero),<sup>113</sup> su industria ha perdido la gran distancia que tenía respecto a otras naciones. Los alumnos que hace algunos años lo miraban con envidia compiten ahora de frente con quien fue alguna vez el pupilo estrella.

“Si comparamos 2010 y hoy, Argentina se mantuvo en un lugar parecido y la región cambió radicalmente”, dice Diego Andrasnik, productor de Polka, una de las productoras independientes más importantes.<sup>114</sup> Andrasnik describe que “el negocio es más chico para más personas” y las cifras oficiales repiten esto: en 2010, Argentina producía mil horas de ficción por año;<sup>115</sup> hacia 2015, esa cifra había caído a 527 horas.<sup>116</sup>

En la actualidad, la mayor parte de las complejidades que enfrenta la industria audiovisual nacional son macroeconómicas. Los entrevistados para este libro citaron, entre otras, las restricciones para la compraventa de divisas, las complejidades tributarias, la inflación, así como una ley laboral más estricta en comparación con sus vecinos. Todo esto disminuye la inversión extranjera y ha repercutido en que sus profesionales audiovisuales emigren para probar suerte en otros mercados.

No obstante esto, Argentina tiene ventajas, incluyendo ser un enorme mercado de cultura: sus habitantes consumen música, libros y toda clase de productos audiovisuales como cine, televisión y series. Además, posee un público ávido. Datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales muestran que 87,7% ve “series o novelas de ficción” y 57,2% lo hace “a diario o casi a diario”. A mediados de 2020, la consultora Dataxis calculaba alrededor de 700.000 suscriptores de Amazon Prime Video y 4,4 millones de suscriptores de Netflix en el país; es decir, alrededor de la décima parte de su población.

Otras compañías de streaming a las que se han aficionado los argentinos incluyen ClaroVideo, HBO y el servicio de teatro por streaming Teatrix. Andrasnik nos relata que productoras como Polka están acostumbradas a la versatilidad de este mercado que demanda tanto comedias románticas como series con alto valor de producción, y que responden a esas demandas disímiles en audiencia.

La alta capacidad de Argentina –que es potencia editorial, artística y deportiva– se traduce en una nutrida cantera de historias, y en años recientes compañías como HBO y Netflix han apostado por contenidos creados a partir de novelas y personajes locales, como *El jardín de bronce* (2017), basada en la novela del mismo nombre de Gustavo Malajovich, o la serie de temática futbolística *Apache: La vida de Carlos Tévez* (2019).

Si a eso sumamos que el país tiene universidades de cine de gran trayectoria como la Escuela Nacional de Experimentación y Realización de Cine y la Universidad del Cine, una población educada y algunos de los niveles más altos de penetración de internet de la región, se puede decir que el país tiene todo para que sus exportaciones de servicios audiovisuales sean mayores a lo que se da en el presente (unos 475 millones de dólares, según datos de 2019).<sup>117</sup>

Para su sector audiovisual, el golpe económico causado por la pandemia, sumado a las crisis de las últimas décadas, pone al país en un escenario complicado. Sin embargo, son muchos los que creen que Argentina tiene el talento técnico y creativo para superarlo. Es importante, sin embargo, que actúe rápidamente para no dejar que su posición resbale. Entre las políticas mencionadas, algunos hablan de incentivos y otros hablan de capacitación y de cambios a la ley de exportación. Lo cierto es que dada su situación, probablemente se necesite una combinación de todos estos factores.

En diciembre de 2020, se reglamentó la Ley del Régimen de la Promoción de la Economía del Conocimiento (Ley 27.506) que busca disminuir la carga tributaria y bajar a cero la cuota de exportación de ciertos sectores ligados a las industrias del conocimiento; entre ellos, la producción y posproducción audiovisual.<sup>118</sup> Algunos productores argentinos consultados manifestaron “optimismo” con respecto a este esfuerzo, que sugiere que el gobierno presta atención al sector.

113 Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, INCAA. *Memoria de Gestión 2017-2019*, 9 de diciembre de 2019.

114 Diego Andrasnik, comunicación personal (9 de noviembre de 2020).

115 Letra P, “La industria de la ficción nacional cayó casi 65% en 10 años” (2 de noviembre de 2020). <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-11-2-11-9-0-la-industria-de-la-ficcion-nacional-cayo-casi-65-en-diez-anos>

116 Gustavo Aprea, Mónica Kirchheimer y Ezequiel Rivero, “Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla”. En Guillermo Orozco y María Inmacolata (coords.), *(Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: anuario Orbitel* (Porto Alegre: Sulina, 2016), 119.

117 María Teresa Mangold, Treisy Neyra y César Salazar, *La exportación de servicios audiovisuales en Argentina. Evolución reciente, perspectivas y oportunidades* (Buenos Aires: ICBC Fundación, 2021), 4. [https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/1/12/Informe\\_Servicios\\_Audiovisuales\\_2020\\_Final\\_compressed.pdf](https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/1/12/Informe_Servicios_Audiovisuales_2020_Final_compressed.pdf)

118 Argentina.gob.ar, *Ley de Economía del Conocimiento: se establecen las actividades promovidas* (13 de enero de 2021). <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-de-economia-del-conocimiento-se-establecen-las-actividades-promovidas#:~:text=La%20ley%2C%20que%20fue%20sancionada,a%20servicios%20basados%20en%20el>

CHILE:

# DE LO BUENO, ¿POCO?



**PORQUE TE INTERESÓ:**

*Chile, cine de autor, series, televisión prémium, servicios de producción, VOD*



El último medio siglo de la cinematografía en Chile es complejo: en septiembre de 1973, luego del golpe de Estado, los militares prendieron fuego a gran parte del acervo de la compañía cinematográfica estatal ChileFilms. Durante los años del gobierno militar, el cine fue visto como acto subversivo y la libertad creativa se coartó, por lo que casi toda la producción con cierta ambición artística realizada por chilenos ocurrió en el exilio: en Suecia, Alemania, Francia, la Unión Soviética, entre otros.<sup>119</sup> Es decir que, hace apenas treinta años, cuando Chile empezó su transición a la democracia, la cinematografía tuvo prácticamente que renacer de las cenizas.

Y lo notable es que lo logró. Títulos como *Machuca* (Andrés Wood, 2006), *La nana* (Sebastián Silva, 2009) y *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio, 2017) han ganado reconocimientos en los festivales de Vancouver, Sundance, Berlín, San Sebastián, Guadalajara y hasta el Oscar a la mejor película extranjera, para esta última. *Historia de un oso*, de 2014, se llevó el Oscar al mejor cortometraje animado.

A pesar de sus ambiciones estéticas, Chile no tiene una industria audiovisual de gran tamaño, por una razón muy sencilla: la ausencia de un mercado interno masivo. Su cerca de veinte millones de habitantes son pocos si se les compara con los 212 millones de brasileños, 126 millones de mexicanos o incluso con los 44 millones de argentinos. La industria audiovisual se beneficia de la escala, y eso en el pasado ha puesto a la chilena en desventaja.

Pero Chile tiene otros puntos a favor: en años recientes, su ambición estética ha creado un ecosistema cinematográfico donde se produce poco en cantidad, aunque el

talento creativo y técnico ha alcanzado niveles de calidad destacables, capaces de cumplir con estándares exigentes. “Del largometraje pasamos a la televisión; somos herederos de ese proceso, no al revés. Llevamos modos de trabajo que se originan desde la cinematografía a la televisión: el trabajo con el arte, sonido, posproducción. Eso impactó en la calidad”, explica Patricio Pereira, productor ejecutivo de Invercine Producciones, quien actualmente elabora una serie basada en la novela *Noticias de un secuestro*, de Gabriel García Márquez, para Amazon Prime Video en Colombia, comandada por talentos chilenos.<sup>120</sup>

Chile quizá sea el país latinoamericano que ha dado mayores sorpresas en el mundo de las series. Este formato —ni telenovela, ni largometraje— es heredero directo del cine de autor: historias bien narradas, cinematografía exquisita, actores que interpretan a personajes que juegan un papel dominante en el arco narrativo. Un caso de estudio lo ofrece la productora Fabula. Fundada por Pablo Larraín, director que se hizo reconocido internacionalmente por *No* (2012, ganadora en Cannes), y su hermano, Juan de Dios Larraín, es una de las productoras que más ha dado que hablar en años recientes. Además de producir largometrajes como *Jackie* (2016), *Neruda* (2016) y *El club* (2015), ha incursionado en los contenidos premium para servicios de streaming. Su serie *La Jauría*, estrenada en 2020, fue seleccionada por *Variety* como una de las mejores series internacionales de ese año. Distribuida por Fremantle y producida con fondos del Consejo Nacional de Televisión de Chile, la Corporación de Fomento de la Producción y capital propio, *La Jauría*, dirigida por la argentina Lucía Puenzo, se estrenó en la televisión local y se distribuyó internacionalmente a través de Amazon Prime Video (Latinoamérica y España) y HBO Max (Estados Unidos).

“Estamos todo el tiempo buscando cómo crecer, los últimos años han sido de total expansión en Chile”, dice Mariane Hartard, productora de Fabula.<sup>121</sup> “Cualquier pesimista te habría dicho hace tres, cinco u ocho años que estábamos en el tope de nuestra capacidad, pero en Chile hay mucho talento que nos permite seguir creciendo”, agrega.

Mariane Hartard cree que el país tiene equipo técnico calificado y atribuye el buen desempeño del sector a una profesionalización de los programas educativos. Asimismo reconoce que Fabula se ha nutrido del talento internacional, y en particular de los países vecinos. Quizá el ejemplo más claro de este modelo panlatinoamericano de producción lo ofrece *El presidente*, una serie con tonos satíricos sobre la corrupción en el fútbol que Fabula produjo y vendió a Amazon Prime Video, y que se estrenó en 2020. La serie es protagonizada por el colombiano Andrés Parra y la mexicana Paulina Gaitán, quienes aprendieron a dominar el acento chileno para sus papeles. El *showrunner* del proyecto fue el argentino Armando Bó y los efectos visuales se hicieron en Chile.

119 José Miguel Palacios, “El cine chileno en el exilio”, *Centro Cultural La Moneda*, s.f. <https://www.cclm.cl/especial/el-cine-chileno-en-el-exilio/>

120 Patricio Pereira, comunicación personal (2 y 8 de febrero de 2021).

121 Mariane Hartard, comunicación personal (11 de enero de 2021).

“Podemos generar muy buen contenido desde lo creativo, así como producirlo con gran calidad y creo que eso nos permite exportar un producto que se posiciona en un mercado internacional”, argumenta Hartard. El gobierno chileno ha incrementado sus esfuerzos en la materia: la Corporación de Fomento (Corfo), por ejemplo, ha buscado atraer más producciones extranjeras al país a través de un programa de incentivos conocido como IFI Audiovisual, que de 2017 a 2019 invirtió 1.627.029.500 de pesos chilenos para apalancar una inversión extranjera de 6.677.707.814 de pesos a través de tres series y una película. “Por cada peso invertido por Corfo, se cuadruplicó el gasto y se generaron de forma directa más de doscientos empleos aproximadamente por proyecto”, nos cuenta Isidora Cabezón, Coordinadora de economía creativa de la Corfo.<sup>122</sup>

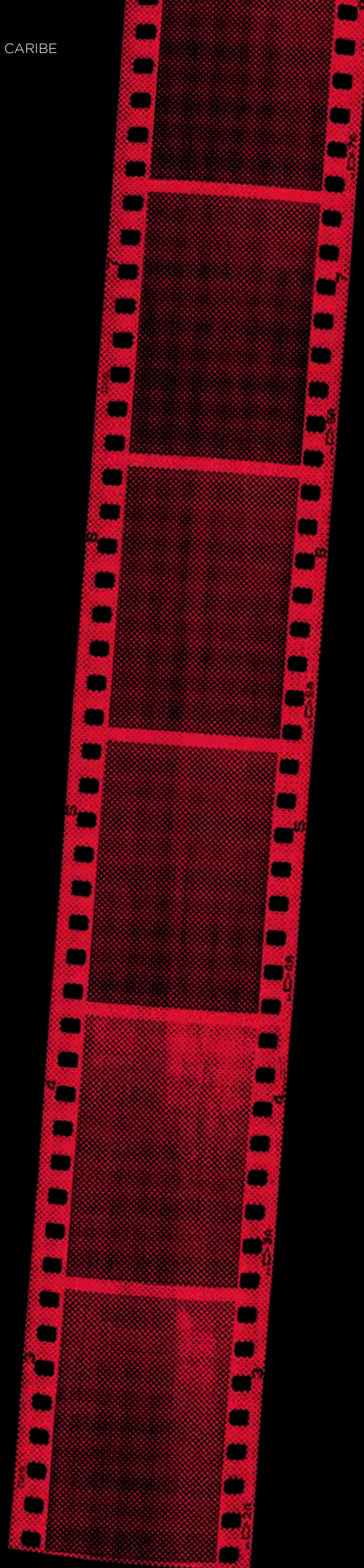
Un modelo de producción interesante es *Dignidad*, una serie coproducida por la chilena Invercine y Wood, y la productora alemana Story House Pictures. Hablada en español y alemán, la serie se financió a través de un fondo de la CNTV chilena, y con capital alemán y chileno. Se estrenó en la plataforma de SVOD alemana Joyn y en el canal de televisión abierta chilena Mega, distribuyéndose en streaming por Amazon Prime Video y HBO en distintos mercados. La cineasta María Elena Wood, productora ejecutiva de la serie, cuenta que se trató de un proceso complejo que implicó reescrituras en dos idiomas y diálogos transatlánticos entre creativos chilenos y alemanes. La serie ha sido aclamada por los críticos de ambos lados del océano.<sup>123</sup>

A pesar del éxito de la televisión premium chilena, Wood resalta lo frágil del ecosistema. Lamenta, en especial, la complejidad de los esquemas de financiación: el dinero no está disponible cuando se necesita, no hay bancos que presten fondos al sector audiovisual y los proyectos no siempre son rentables. “Arriesgamos mucho y a veces perdemos mucho”, dice Wood. Con frecuencia, son los trabajos de publicidad de las casas productoras los que terminan amortizando los proyectos más ambiciosos como largometrajes y series. A pesar de esto, Wood está convencida de que la televisión premium será central en el futuro de sus exportaciones audiovisuales. “Este es un producto que nace para vivir en el mundo, no en Chile... Nace pensando en que su alcance está afuera, porque sus temáticas son de valor universal”.

Esa ambición de universalidad caracteriza a buena parte del ecosistema audiovisual chileno que ha dado una primera temporada exitosa de productos audiovisuales de exportación. El mundo aguarda con interés las siguientes.

122 Isidora Cabezón, comunicación personal (13 de enero de 2021).

123 María Elena Wood, comunicación personal (2 y 8 de febrero de 2021).



# CAPITAL DE RIESGO PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

El auge de la producción audiovisual en nuestra región ha creado una necesidad de nuevas fuentes de financiamiento. En tanto que los fondos públicos son insuficientes para cubrir la demanda de capital que requieren los cada vez más numerosos proyectos, y como muchos de dichos proyectos son de carácter comercial y no artístico, el mercado ya comienza a responder con nuevos modelos de financiamiento que buscan subsanar un rubro desatendido por bancos y otras fuentes tradicionales de crédito.

Es el caso de la administradora de fondos de inversión Screen Capital. Fundada en 2018 por Tatiana Emden, Joyce Zylberberg y Edgar Spielmann, la compañía aprovecha los modelos mixtos de financiamiento para apoyar a la industria del entretenimiento. “El enfoque principal es contenido audiovisual de la región que realice una parte de esas producciones en Chile. Armar industria a nivel local pero atrayendo más oportunidades al país”, explica Tatiana.

Su primer fondo, Screen One, está estructurado como un *venture capital fund* (fondo de capital de riesgo), con financiamiento de la Corporación de Fomento de la Producción, que hizo un préstamo 2 a 1 con el capital privado. Este modelo permite potenciar el retorno de inversión en un flujo de trabajo de unos tres años, a diferencia de otros proyectos que pueden tomar hasta una década. “Así armamos el fondo de casi 21 millones de dólares con 7 privados y 14 apalancados públicamente en préstamos de bajo interés”, dice Tatiana. Pero convencer a los inversionistas no fue fácil: “Es una industria muy riesgosa porque ningún producto es igual al anterior”, explica. En otras palabras: son obras intangibles que no existen todavía y no hay parámetros para evaluar proyectos creativos. “El diagnóstico que compartimos con los aportantes y el comité es que queremos invertir en un portafolio de contenidos, y por tanto bajar el riesgo de inversión, que es el gran temor en esta industria”, cuenta Tatiana.<sup>124</sup>

Puesto que invierte en etapas tempranas de desarrollo, el fondo permite proteger la propiedad intelectual y especialmente a las productoras independientes. También invierte en un proceso al que pocos prestan suficiente atención: el

desarrollo. “El desarrollo de proyectos, que puede empezar con una idea, para nosotras vale la pena porque nos permite conectar con el talento más joven. Es de donde vienen las ideas más frescas y creemos que es un eslabón que no hay que dejar solo”, dice Joyce.<sup>125</sup>

Tomando en cuenta el número de producciones audiovisuales que tienen previsto estrenarse en América Latina y el Caribe durante los próximos dos años, llama la atención la escasez de administradoras de fondo de este tipo. Screen Capital, sin embargo, no es la única en la región. Desde hace cuatro años opera en México VCS Capital, que se autodesigna como el primer fondo de inversión de capital privado en México enfocado en proyectos audiovisuales. Para Marco Forte, uno de sus fundadores, había “necesidades de financiamiento que la banca tradicional no estaba atendiendo” y ahí es donde encontraron su oportunidad, en una industria donde puede haber más riesgo, aunque también mayor rentabilidad. VCS Capital está interesado en invertir en proyectos en varios estadios, desde los que están a punto de la distribución hasta los que se encuentran en etapa de guion; pero que sin duda sean *disruptivos*. “Dependiendo de las cualidades del proyecto, entendemos qué se necesita, cuál es el nivel de riesgo y en función de eso hacemos una propuesta”, explica Forte.<sup>126</sup>

En la región resulta imperativo crear más fondos de inversión para la Economía Naranja, que sean capaces de atraer capital extranjero y acelerar el crecimiento de empresas y productoras de las industrias creativas. Todavía queda, como una tarea pendiente a lo largo de América Latina y el Caribe, la creación de un fondo regional que reduzca la brecha de financiación y habilidades de gestión necesarias para maximizar el potencial de las industrias creativas, en especial del creciente sector audiovisual.

124 Tatiana Emden, comunicación personal (7 de diciembre de 2020).

125 Joyce Zylberberg, comunicación personal (7 de diciembre de 2020).

126 Marco Forte, comunicación personal (10 de diciembre de 2020).

# AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE EN LOS PREMIOS OSCAR

## ARGENTINA

Este país ha tenido una selección ecléctica en los premios Oscar. Siete de sus filmes han sido nominados a mejor película extranjera desde 1975. Dos de ellos se llevaron la estatuilla dorada.

*La tregua* (Sergio Renán, 1974), basada en la novela del mismo nombre del uruguayo Mario Benedetti, fue la primera película argentina en conseguir esta distinción, y la segunda en América del Sur.

*Camila* (María Luisa Bemberg, 1984), un drama histórico ambientado en el siglo XIX, fue la segunda que consiguió la nominación en esta categoría.

Como si reclamara justicia, *La historia oficial* (1985), de Luis Puenzo, se llevó el Oscar a casa en 1986 y también fue nominada a mejor guion original.

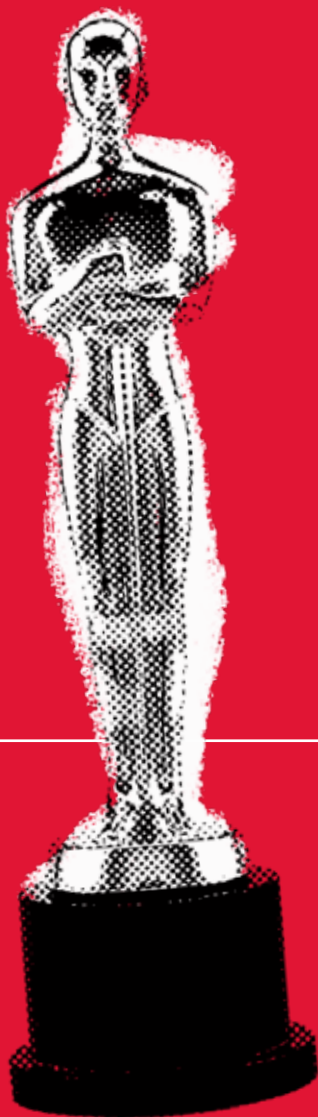
*Tango, no me dejes nunca* (1998), de Carlos Saura, y *El hijo de la novia* (2001), de Juan José Campanella, fueron las siguientes películas en ser nominadas en esta categoría. En 2010, Campanella se llevó a la estatuilla a mejor película extranjera por *El secreto de sus ojos* (2009). En 2015, la comedia *Relatos salvajes*, de Damián Szifron (2014), es hasta ahora la última nominada a mejor película extranjera en el Oscar.

Argentina se destaca por sus compositores; diez de sus creadores han sido nominados en esta categoría: el compositor Lalo Schifrin al menos siete veces (entre 1968 y 1984), quien recibió el Oscar honorario en 2018; además de un Oscar para Luis Bacalov por *Il Postino* (Michael Radford, 1994) y dos para Gustavo Santaolalla en dos ediciones al hilo, por *Brokeback Mountain* (Ang Lee, 2005) y *Babel* (Alejandro González Iñárritu, 2006).

Eugenio Zanetti ha sido nominado dos veces al Oscar por mejor diseño de producción y en 1995 se llevó la estatuilla por el drama histórico británico-estadounidense *Restoration* (Michael Hoffman, 1995).

En el rubro de los efectos especiales, Pablo Helman ha conseguido tres nominaciones (2003, 2006, 2020) por *Star Wars: Episode II – Attack of the clones* (George Lucas, 2002), *War of the worlds* (Steven Spielberg, 2005) y *The Irishman* (Martin Scorsese, 2019).

En 2014, Armando Bó y Nicolás Giacobone ganaron el Oscar a mejor guion original por la película *Birdman* (2014), dirigida por el mexicano Alejandro González Iñárritu.





# AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE EN LOS PREMIOS OSCAR

## BRASIL

*O Pagador de Promessas* (Anselmo Duarte, 1962) se convirtió en la primera obra de América del Sur en ser nominada al Oscar por mejor película extranjera en 1963.

En los premios Oscar de 1996, *O Quatrilho* (Fábio Barreto, 1995) se granjeó la segunda nominación en su historia a mejor película extranjera, y de ahí siguió una racha productiva: en 1998, el drama político *O Que é Isso, Companheiro?* (Bruno Barreto, 1997) obtuvo una nominación, y un año después *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998) fue nominada en la misma categoría, además de ganar una nominación para su actriz principal, Fernanda Montenegro.

*Cidade de Deus* (Fernando Meirelles y Kátia Lund, 2002), que se adentraba en las favelas de Río de Janeiro para mirarlas a pie de calle, se convirtió en una de las cintas latinoamericanas más reconocidas en los premios Oscar: en la edición de 2004 obtuvo nominaciones para mejor fotografía, mejor edición, mejor guion adaptado y mejor dirección.

En 2014, *The salt of the earth* (Win Wenders y Juliano Ribeiro Salgado, 2014), una coproducción brasileña, también fue nominado en esa categoría. Su más reciente incursión en los premios Oscar fue gracias al documental político *Democracia em vertigem* (Petra Costa, 2019), que fue nominado a mejor largometraje documental en la emisión de 2020.

## CHILE

Chile ha sido nominado dos veces en la categoría de mejor película extranjera, con *No* (Pablo Larraín, 2012) y *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio, 2017). Esta última, que exploraba los días posteriores a la muerte de la pareja de una mujer trans, se llevó la estatuilla. En 2016, *Historia de un oso* (2014), de Gabriel Osorio y Patricio Escala, ganó en la categoría de mejor cortometraje animado, un premio que puso a la animación nacional en el mapa.

El chileno estadounidense Claudio Miranda fue nominado a mejor fotografía por *The curious case of Benjamin Button* (David Fincher, 2008) y, en 2013, se llevó la estatuilla por *Life of Pi* (Ang Lee, 2012).

En la edición de 2021 de los premios Oscar, la docuficción *El agente topo* (Maite Alberdi, 2020) fue nominada a mejor largometraje documental.

## COLOMBIA

La actriz Catalina Sandino fue nominada a mejor actriz por su papel en *Maria Full of Grace* (Joshua Marston, 2004), que suele considerarse la primera entrada de Colombia en los premios Oscar. Sin embargo, en 1996, la antropóloga y cineasta Patricia Cardoso ganó un premio especial que se otorgaba entonces, la medalla de oro en la categoría estudiante, por su cortometraje *El reino de los cielos* (1996).<sup>127</sup>

En 2008, el cortometraje documental *La corona*, de la directora de origen colombiano Isabel Vega y Amanda Micheli, fue nominado en esa categoría.<sup>128</sup>

*El abrazo de la serpiente* (Ciro Guerra, 2015) se considera la gran incursión del país en los premios Oscar, que en la emisión 2016 consiguió una nominación a mejor película extranjera.<sup>129</sup>

127 El Nuevo Siglo, "Los colombianos que han sonado en los Oscar" (26 de enero de 2020). <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2020-los-colombianos-que-han-sonado-en-los-oscar>

128 El País, "La colombiana Isabel Vega opta al mejor corto documental en los Oscar", *Pantalla Colombia* N.º. 756 (22 de enero de 2008). [https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803\\_850215.html](https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803_850215.html)

129 ProImágenes Colombia, "El abrazo de la serpiente, primera película colombiana nominada a los premios Oscar" (15 de enero de 2016). [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla\\_colombia/breves\\_plantilla.php?id\\_noticia=7357](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7357)

# AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE EN LOS PREMIOS OSCAR

## CUBA

*Fresa y chocolate* (Tomás Gutiérrez Alea y Juan Carlos Tabío, 1994) ha sido la primera y única cinta cubana en ser nominada a mejor película extranjera.

## EL SALVADOR

En 1977, el salvadoreño Andre Gutfreund compartió con Peter Werner el premio a mejor cortometraje, por *In the region of ice* (1976).

## MÉXICO

México se ha llevado varias nominaciones y premios Oscar a casa, y con *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) rompió dos récords gracias a la nominación de la actriz Yalitza Aparicio, la primera mujer de origen mixteco e indígena en recibir esta nominación:<sup>130</sup> además, *Roma* recibió diez nominaciones en categorías como mejor actriz y mejor actriz de reparto, sonido y diseño de producción, y fue la primera obra latinoamericana nominada a la categoría de mejor película. Finalmente se llevó tres premios: por mejor fotografía, mejor director y mejor película extranjera.

México también ha destacado en rubros como mejor guion original: hace casi cinco décadas Luis Buñuel fue nominado por *El discreto encanto de la burguesía* (1972) y, en 2001, Alfonso y Carlos Cuarón obtuvieron la nominación en esta categoría por *Y tu mamá también* (2001). En la edición de 2007 hubo incluso dos nominados: Guillermo Arriaga por el guion de *Babel* (2006) y Guillermo del Toro por el de *El laberinto del fauno* (2006), que también dirigió. En 2015, Alejandro González Iñárritu se llevó la estatuilla a mejor guion original por *Birdman* (2014). Guillermo del Toro fue nominado por el guion y la dirección de *The shape of water* (2017), ganando en esta última categoría.

Alfonso Cuarón ha sido uno de los más prolíficos ganadores del Oscar, con once nominaciones y cinco estatuillas, dos veces por mejor director por *Gravity* (2013), y *Roma* (2019).

En la categoría de mejor película extranjera, México ha sido nominado nueve veces: en la edición de 1961, por *Macario* (Roberto Gavaldón, 1960) y un año después por *Ánimas Trujano* (Ismael Rodríguez, 1961). Otras películas nominadas en esta categoría han sido *Tlayucan* (Luis Alcoriza, 1962), *Actas de Marusia* (dirigida por el chileno Miguel Littin, 1975), *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000), *El crimen del padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro, 2006), *Biutiful* (Alejandro González Iñárritu, 2010) y la mencionada *Roma*, que se llevó la estatuilla.

Asimismo el país se ha destacado por sus fotógrafos: en 1965, por *The Night of the Iguana* (John Huston, 1964), el fotógrafo Gabriel Figueroa obtuvo una nominación en esta categoría. Por su parte, el mexicano Emmanuel Lubezki ha sido nominado en ocho ocasiones y tres veces fue ganador. El segundo fotógrafo nacional más nominado es Rodrigo Prieto, con tres nominaciones. Guillermo Navarro ganó el Oscar a mejor fotografía en 2007 por *El laberinto del fauno*.

En diseño de producción, Eugenio Caballero se llevó la estatuilla por *El laberinto del fauno* en 2007.

Varios actores y actrices mexicanos han sido nominados por papeles protagónicos o de reparto. Un caso especial es el de Anthony Quinn, quien se convirtió en el primer actor mexicano y latinoamericano en ganar dos veces en la categoría de mejor actor de reparto, por *¡Viva Zapata!* (Elia Kazan, 1952) y *Lust for life* (Vincente Minnelli, 1956). Otra nominación destacada fue la de Salma Hayek como mejor actriz por *Frida* (2002, Julie Taymor).

130 Helga Flores y Andrea Ortega, "El cine se lleva el Oscar al desarrollo", BID (s.f.), <https://www.iadb.org/es/mejorando/vidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>

## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE EN LOS PREMIOS OSCAR

### NICARAGUA

En 1983, sentando un precedente, Nicaragua ganó una nominación a mejor película extranjera por *Alsino y el cóndor* (1982), dirigida por el chileno Miguel Littin.

### PERÚ

*La teta asustada* (2009), de Claudia Llosa, se convirtió en la primera película peruana en obtener una nominación a mejor película extranjera.





## CAPÍTULO 2

# NUEVOS CENTROS EMERGENTES, NUEVAS OPORTUNIDADES

Con el crecimiento reciente y proyectado de la producción audiovisual en América Latina y el Caribe, son varios los países y regiones que aunque históricamente impedidos de construir una industria del cine por su reducido tamaño y población, han hallado nuevas oportunidades para participar en el boom audiovisual actual.

Junto con producir obras que abonan a la historia de nuestra cinematografía, varios de estos centros emergentes trabajan para posicionarse como lugares competitivos donde establecer servicios de producción fílmicos y *hubs* audiovisuales. Es el caso de Uruguay, República Dominicana y Panamá, y de ciudades como Mendoza, en Argentina, o Recife, en Brasil.

Uno de los sectores más atractivos para una industria audiovisual en desarrollo es el de los servicios de producción, que consisten en brindar apoyo técnico, logístico e incluso legal a los extranjeros que buscan filmar en un país a través de una productora local. Los proyectos que apoyan pueden ser ambiciosos largometrajes o series, aunque a veces son producciones más sencillas: el capítulo de un documental, un programa de media hora o incluso un comercial. A pesar de que quienes se encargan de los servicios de producción no juegan un papel en el lado creativo del proyecto —y por ello no faltan los cineastas que reniegan de ellos—, su crecimiento aporta una oportunidad de profesionalización en los países y regiones donde la industria se halla en etapas iniciales. Expertos consultados para esta publicación concuerdan en que la experiencia en los servicios de producción puede ser un punto de partida para futuros emprendimientos de mayor sofisticación técnica y artística.

América Latina ofrece ventajas importantes para productores extranjeros: costos relativamente bajos, cercanía con el principal mercado audiovisual del mundo —Estados Unidos—, husos horarios compatibles con ese país y variedad paisajística. Pero estos atributos no son suficientes, porque se necesitan infraestructura, capacitación y un marco legal propicio para atraer la inversión.

Como relatan las historias de esta sección, varias zonas emergentes han logrado avances interesantes en estos aspectos. Tanto Uruguay, República Dominicana y Panamá, por ejemplo, han combinado leyes de cine y programas de incentivos para atraer inversiones e infraestructura de última generación. Algo parecido sucede con Córdoba y Mendoza (Argentina), Recife (Brasil) o Guadalajara (México), donde las productoras regionales juegan un papel de creciente importancia en un ecosistema históricamente concentrado en Buenos Aires, Bogotá y Río de Janeiro/Sao Paulo.



Perú incrementó también su importancia en el panorama regional: el aumento en el número de sus salas de cine, combinado con mayores ingresos per cápita, ha llevado al auge de una industria que da sus primeras sorpresas. La comedia *¡Asu Mare!*, estrenada en 2013, tuvo más de tres millones de espectadores en Perú —la vio uno de cada diez habitantes del país—, convirtiéndola en la película nacional más exitosa en la historia. A pesar de sus tintes cómicos y su carácter marcadamente comercial, su importancia social no fue desestimada por los especialistas: el investigador Alberto Vergara la describió en el *Harvard Review of Latin America* como “una metáfora del Perú contemporáneo”.<sup>131</sup> Por su creciente oferta de servicios audiovisuales y su promesa como mercado, tanto Movistar+ como Netflix han desarrollado series y largometrajes para este país. En 2019, Movistar+ estrenó *Un día eres joven*, la primera de sus producciones originales hechas en Perú; Netflix planea estrenar la película *Mochileros* en 2021 y también rodará una serie sobre el futbolista Paolo Guerrero;<sup>132</sup> sin contar con que la serie *Maradona en Sinaloa* (2019) estuvo a cargo de la productora peruana Pacha Films.<sup>133</sup>

Como sucede con los grandes *players*, los centros audiovisuales emergentes aún tienen que trabajar para mejorar la distribución del cine que producen. De acuerdo con la directora panameña Pituka Ortega, festivales de cine como el de Guadalajara han sido muy útiles para difundir la cinematografía de los centroamericanos entre públicos más amplios.<sup>134</sup> El ascenso de los servicios de streaming significa también un nuevo canal de distribución para películas que de otro modo no hubieran cruzado las fronteras con tanta facilidad.

131 Alberto Vergara, “Nostalgia, anhelo y anomia”, *ReVista. Harvard Review of Latin American* (2014). <https://archive.revista.drclas.harvard.edu/book/nostalgia-anhelo-y-anomia>

132 RPP Noticias, “Netflix en Perú: Plataforma alista una serie sobre Paolo Guerrero y una cinta dirigida por Bruno Ascenzo” (20 de febrero de 2020). <https://rpp.pe/tv/netflix/netflix-alista-serie-sobre-paolo-guerrero-y-una-cinta-dirigida-por-bruno-ascenzo-noticia-1246886>

133 Peru.info, “Netflix estrena ‘Maradona en Sinaloa’, documental producido por la empresa peruana Pacha Films” (s.f.). <https://peru.info/es-pe/filminperu/noticias/del/netflix-estrena-maradona-en-sinaloa-documental-producido-por-la-empresa-peruana-pacha-films>

134 Pituka Ortega, comunicación personal (17 de noviembre de 2020).

# DE LA PLAYA A LA PANTALLA:

# REPÚBLICA DOMINICANA NO SOLO QUIERE OFRECER SERVICIOS, SINO CONSOLIDAR UNA INDUSTRIA

## PORQUE TE INTERESÓ:

*República Dominicana, Ley de Cine, incentivos, cine nacional, servicios de producción*

Hace poco más de una década, la industria del cine dominicano era casi inexistente. De cuando en cuando llegaban *crews* de Hollywood para rodar en las calles de Santo Domingo o en las playas de Punta Cana. Pero los grandes proyectos eran escasos y la industria local dormitaba a la espera de un rodaje que inyectara recursos y experiencia. Tampoco había mucho cine nacional: durante el siglo XX e inicios del XXI, República Dominicana exhibió casi exclusivamente cine extranjero, y los cineastas locales que aspiraban a hacer largometrajes hallaban pocas salidas creativas.

Algunos dominicanos, no obstante, veían que la cercana isla de Puerto Rico tenía una boyante industria audiovisual y se preguntaron si algo parecido se podría hacer en su país, que goza de las mismas ventajas climáticas, una mayor variedad geográfica y costos menores para la filmación. En 2006, comenzó el Festival de Cine Global Dominicano y fue entonces que algunos actores de la industria discutieron la posibilidad de presentar una ley de cine.<sup>135</sup>

Y eventualmente se logró: en 2010, se aprobó la Ley N° 108-10 para el Fomento de la Actividad Cinematográfica, mejor conocida como Ley de Cine. Esta contaba con uno de los incentivos a la producción más generosos del mundo: los creadores dominicanos tendrían acceso a un crédito fiscal transferible –*transferable tax credit*– del 100% para películas nacionales y los creadores foráneos gozarían de un crédito del 25% para producciones extranjeras mayores a 500.000 dólares. Los efectos fueron casi instantáneos: las salas de cine estrenaron entre 10 y 28 películas nacionales al año. La industria del cine dominicano, que entre 1922 y 2009 estrenó 101 filmes, dio a luz a 169 películas entre 2011 y 2020.<sup>136</sup>

<sup>135</sup> Yvette Marichal, comunicación personal (2 de noviembre de 2020).

<sup>136</sup> Dirección General de Cine República Dominicana, "Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana N°. 108-10" (29 de julio de 2010). <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>



**“¿Por qué ha funcionado en República Dominicana y hemos crecido tanto? Hemos contado con libertad gubernamental de permitir que funcione, pero el sector privado es lo más importante. Es el que financia la industria y el que se ha entregado 100% a esta Ley de Cine; cada año tenemos más inversores y eso es lo que ha permitido que cada año vayamos en franco crecimiento”, nos dice Yvette Marichal, titular de DG Cine en tiempos de esta entrevista.**

Los dominicanos han abrazado su cine nacional más que cualquier otro país de la región: datos del Panorama Audiovisual Iberoamericano señalan que el cine nacional tiene una tasa de mercado del 26,4% (la misma tasa es 15% en Brasil; 8,9% en México; 3,4% en Colombia).<sup>137</sup> En 2017, la comedia romántica *Colao* superó en taquilla a *Rápido y furioso 8*, que quedó en segundo puesto de las películas más vistas a nivel global del año;<sup>138</sup> en otras palabras, las acrobacias de Vin Diesel atrajeron menos espectadores que los chistes del elenco dominicano liderado por Manny Pérez.

Este boom del cine dominicano ha ido acompañado por importantes apuestas de inversión. La más grande ha sido la de Pinewood Dominican Republic Studios, que en 2014 inauguró tres sets y un tanque de agua para filmaciones, uno de los más sofisticados del mundo. De acuerdo con Albert Martínez, CEO de Lantica, la empresa que administra los estudios, el proyecto conllevó una inversión aproximada de 50 millones de dólares, que incluyó capital dominicano y británico. Martínez recalca que esa inversión fue viable gracias a las certidumbres que ofrecía la Ley de Cine.

“Antes tenías una película extranjera de cierto tamaño cada cuatro o cinco años” y ahora eso ha aumentado a “treinta películas locales y unos diez proyectos extranjeros al año”, relata Martínez,<sup>139</sup> español de origen, aunque vive desde 2013 en la República Dominicana. De acuerdo con él, Pinewood contempla construir un cuarto set en 2022 para responder a la “demanda enorme” de servicios, que incluye en meses recientes producciones como *The I-Land* (Netflix) y *Old*, esta última del director M. Night Shyamalan. Los capitales británicos y hollywoodenses no son los únicos que han puesto sus ojos en el país: la productora Acun Medya, conglomerado mediático turco, tiene oficinas en

El sector privado es el que financia la industria y el que se ha entregado al

# 100%

República Dominicana, pues aquí se filman proyectos para la televisión de ese país, el más famoso de ellos *Survivor*.

Pero no todo es certidumbre. República Dominicana está consciente de que seguir creciendo implica superar considerables obstáculos. El más importante quizá sea generar el suficiente talento para abastecer la demanda de servicios. Dar el paso a ofrecer posproducción es otro gran reto. Aunque ya hay empresas que prestan servicios de animación y efectos visuales para el mercado local, las compañías internacionales que filman en la República Dominicana aún son renuentes a confiar en los servicios de posproducción nacionales, nos contó Mila Ramírez, productora y cineasta dominicana.<sup>140</sup>

Yvette Marichal señala que la ambición siempre fue construir una industria: “Contar con una ley de cine que no impulse la industria local no funciona. Entonces simplemente te conviertes en un país que ofrece servicios, a diferencia de una real industria pujante”.

Para que esta industria crezca es importante seguir educando, atrayendo inversiones y haciendo buenas películas. Nadie dice que será fácil, pero si algo se respira en la República Dominicana es entusiasmo.

137 Oscar Berrendo, Juan Antonio Serrano y Enrique Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019* (Madrid: Egeda, 2019). <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>

138 Ley 108-10, de 2010-2019, *Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana*. Dirección General de Cine República Dominicana (29 de julio de 2010). <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>

139 Albert Martínez, comunicación personal (23 de octubre de 2020).

140 Mila Ramírez, comunicación personal (22 de octubre de 2020).

# CÓRDOBA Y MENDOZA QUIEREN RECORDARLE AL MUNDO QUE HAY INDUSTRIA AUDIOVISUAL NACIONAL MÁS ALLÁ DE BUENOS AIRES

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Argentina, hubs regionales, clusters, publicidad, Córdoba, Mendoza, FilmAndes*

Hubo un tiempo en que la provincia argentina de Mendoza fue set de películas de vaqueros: inversionistas internacionales llegaron atraídos por 300 días de sol al año y paisajes majestuosos. Construyeron sets y filmaron westerns en los áridos valles. Pero el sueño duró poco. En los años sesenta, su industria del cine se desvaneció: los estudios cerraron y el capital vitivinícola que soñó con hacer películas se fue a otros rubros; los estudios cinematográficos de Godoy Cruz, por ejemplo, se convirtieron en una embotelladora de gaseosas.

Mendoza, sin embargo, nunca desapareció del mapa del cine. En los años noventa, los Andes mendocinos hicieron de Himalaya en *Siete años en el Tíbet* (1997), superproducción que trajo a Brad Pitt y a Jean-Jacques Annaud a esta región. La película recordó al mundo que Argentina no es solo pampa y urbe, sino también montañas, y las locaciones filmadas se volvieron íconos turísticos y difundieron los paisajes mendocinos por el mundo.

Algo parecido sucede hoy: conforme se desarrolla una industria audiovisual fuera de Buenos Aires capital, las distancias entre metrópolis y provincia, ciudad y cordillera, se acortan.

La industria audiovisual argentina crece en Córdoba, en la Patagonia, en Misiones y en Mendoza, donde ha surgido FilmAndes. Este clúster nació con solo seis productoras y creció hasta agrupar varios sectores relacionados con las industrias creativas, inspirado en los modelos del norte de Italia, Cataluña y el País Vasco. Se trata de una de las grandes apuestas del Banco Interamericano del Desarrollo, con el que desde 2018 ejecuta en conjunto un programa de millones de dólares en el que produce y comparte información estratégica a través del Observatorio Audiovisual, gestiona un sistema de mentorías para mejorar contenidos y posibilita “rondas de negocio internacionales”.<sup>141</sup> Cuando recibió su primer subsidio directo por cerca de un millón de dólares, la Fundación ProMendoza anunció: “No hay antecedentes en toda la historia del BID de un apoyo tan grande a una propuesta de desarrollo de la Economía Naranja”.<sup>142</sup>

141 FilmAndes.com: “Se realizó con éxito la Maratón para desarrolladores de Videojuegos” (s.f.). <https://filmandes.com/se-realizo-con-exito-la-maraton-para-desarrolladores-de-videojuegos/>

142 ProMendoza, “Lo que no sabías y lo que sorprende del clúster audiovisual de Mendoza” (16 de mayo de 2019). <https://www.promendoza.com/es/lo-que-no-sabias-y-lo-que-sorprende-del-cluster-audiovisual-de-mendoza/>





FilmAndes aspira a crear un “ecosistema de relacionamiento” audiovisual en la ciudad, de acuerdo con Marcelo Ortega, presidente de la organización. A la fecha reúne ya más de sesenta miembros –desde productoras hasta empresas de videojuegos– que aspiran a usar la posición estratégica de Mendoza como punto de conexión con Buenos Aires y también con la vecina Santiago de Chile, con Córdoba, o incluso con Paraguay y Uruguay. Dentro de sus objetivos, FilmAndes no solo busca darle empuje a la industria del cine, televisión o publicidad, sino además a sectores tecnológicamente relacionados como la industria de videojuegos.

La industria del audiovisual iba en franco ascenso hasta la pandemia de 2020, que ocasionó la suspensión de diez proyectos internacionales, de acuerdo con Ortega. Pero Mendoza pudo suplir en parte ese déficit con rodajes publicitarios, que son más fáciles de controlar en lo sanitario. La facturación entre junio de 2020 y febrero de 2021 fue de más de 135 millones de pesos, generando poco más de mil quinientos empleos temporales, según cuenta Ortega.<sup>143</sup>

La aparición de iniciativas de este tipo y de organizaciones como la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC) o el Corredor Audiovisual Argentino es síntoma de un resurgimiento audiovisual fuera de la capital. La provincia nordestina de Misiones, por ejemplo, pasó de dos rodajes al año en 2016 a ocho en 2019.<sup>144</sup> En Córdoba, en el centro de Argentina, el ecosistema suma ya 118 productoras audiovisuales de todos los tamaños, según datos de la APAC.<sup>145</sup> Aunque históricamente ha sido una región conocida por el ensamblaje de automóviles, el crecimiento en años recientes de la industria del software ha generado un ecosistema tecnológico favorable para ciertos servicios de posproducción.

Aunque datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) señalan que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires aún concentra 32% del sector audiovisual argentino, la segunda región con mayor concentración audiovisual es el centro (Córdoba), con 20% de las empresas audiovisuales del país.<sup>146</sup> El sector, en general, está deseoso por atraer más inversiones y producciones que ayuden a sumar experiencia y profesionalismo.

Pero la única manera de crecer es aumentando el volumen de producción. Para eso, dice Ortega, es esencial pensar en cuatro cosas: atraer inversiones con incentivos, aumentar la capacidad tecnológica instalada como estudios, tener una vinculación internacional y el desarrollo de historias locales. Ortega cree que legislar un paquete de incentivos capaz de competir con Uruguay o Colombia es el paso más urgente, y a eso le sigue continuar con la capacitación, algo que compete tanto al sector público como al privado.

“Somos parte de un país centralista, con el interior un poco olvidado”, señala Ortega, donde la capital concentra población, economía y una gran parte del sector audiovisual. “Y eso tiene que cambiar”.

<sup>143</sup> Marcelo Ortega, comunicación personal (31 de marzo de 2021).

<sup>144</sup> Palabras de Joselo Schuap, ministro de Cultura de Misiones, Coloquio APAC.

<sup>145</sup> Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba [APAC], “Observatorio Audiovisual Córdoba” (s.f.). <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>

<sup>146</sup> Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba, “Observatorio Audiovisual Córdoba”...

# EL CASO URUGUAY: UNA OFERTA QUE SUPERA LA DEMANDA Y OTROS PROBLEMAS ENVIDIABLES, PERO URGENTES

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Uruguay, inversión, incentivos, hubs regionales, publicidad*

A la sombra de sus dos imponentes vecinos, Uruguay es un país que en ocasiones ha tenido que esforzarse por hacerse notar. Para muchos es fácil pasar de largo este rincón de ciudades, costa y pampas que, con apenas 3,5 millones de personas, constituye una de las naciones menos pobladas de Sudamérica. Pero quienes conocen su historia y cultura saben que da sorpresas: hoy, Uruguay tiene uno de los PIB per cápita más altos de América Latina (poco más de 16.000 dólares por habitante, según el Banco Mundial)<sup>147</sup> y, proporcionalmente, es el mayor exportador de software de la región. Todo esto al tiempo que ocupa los primeros lugares del continente en estabilidad económica. Con diligencia y espíritu de apertura, ha cosechado éxitos sociales y de política pública que sobrepasan su pequeña geografía.

Algo similar se puede decir de su industria audiovisual, que tiene más de un siglo de existencia. Aunque durante muchos años se centró en spots publicitarios y no en largometrajes, el sector siempre ha tenido ambiciones que asociamos con países más grandes, sobre todo desde mediados de la década de 1990, cuando comenzó a estrenar películas a mayor ritmo.

En los últimos veinte años, en particular, Uruguay se ha consolidado como un destino atractivo para filmar. Montevideo es tan versátil que incluso pasó por La Habana en el largometraje *Miami Vice* (2006), y por ciudades de Norteamérica y Europa en innumerables comerciales. Pero es gracias a la Ley N° 18.284, de 2008, o Ley de Cinematografía, que se detona esta industria más en forma: luego de que se estableció el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, Uruguay pasó de estrenar menos de una decena de películas al año en 2004, a 20 películas en 2018.<sup>148</sup>

Con miras a seguir desarrollando su industria, el país refrendó el Programa Uruguay Audiovisual (PUA) en 2020, un sistema de incentivos que busca acelerar la producción audiovisual extranjera. Partiendo de un fondo de cuatro millones de dólares por año,<sup>149</sup> ofrece un reembolso en efectivo de entre 10,6% y 25% para gastos de producción incurridos en el país.<sup>150</sup> De acuerdo con Jaime Miller, director de Uruguay XXI, la agencia nacional de promoción de exportaciones, los argumentos para duplicar el monto del fondo, que en su primer año constó de dos millones de dólares, fueron contundentes: “Por cada dólar de incentivo, calculamos un impacto económico directo, indirecto e inducido de 1,65 dólares”.<sup>151</sup> Uno de los primeros proyectos en aprovechar los beneficios fue *Conquest*, serie de Netflix producida por Keanu Reeves, cuyo estreno se prevé para 2021. En abril de 2021, Amazon también reveló que concretó tres grandes rodajes de *Amazon Originals* en el país destinadas al mercado brasileño.<sup>152</sup>

147 Banco Mundial, “PIB per cápita (US\$ a precios actuales)-Uruguay” (s.f.). <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UY>

148 Berrendo, Serrano y Encinas, *Panorama Audiovisual Iberoamericano* 2019, 39.

149 Ver [uruguayaudiovisual.com/incentivos](http://uruguayaudiovisual.com/incentivos)

150 Ver Reducto. Cash rebate PUA. Contenidos internacionales. <https://reducto.uy/es/uruguay/cash-rebate.html>

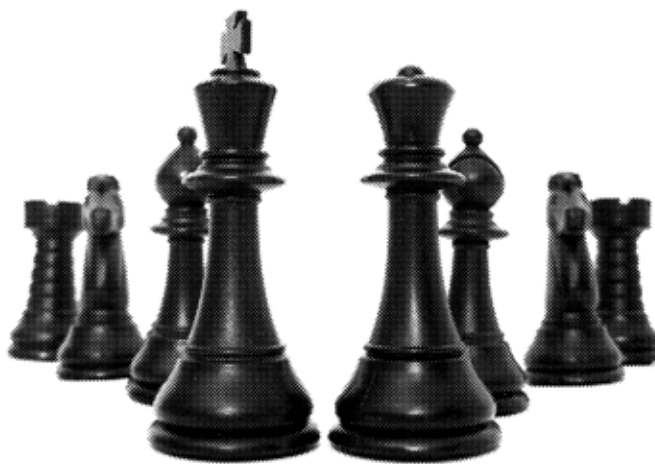
151 Jaime Miller y Roberto Blatt, comunicación personal (21 de diciembre de 2020).

152 Telemundo, “Por qué Uruguay resulta atractivo como mercado audiovisual para compañías como Amazon”, 16 de abril de 2021. <https://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/por-que-uruguay-resulta-atractivo-como-mercado-audiovisual-para-companias-como-amazon/>

El reembolso (*cash rebate*) no es la única apuesta por atraer inversión internacional. Otra inversión relevante es la Zona Franca Audiovisual de Maldonado, también llamada Punta del Este Studios, sitio que incluirá sets, oficinas y estudios de posproducción, y cuya inversión inicial alcanzará los 25 millones de dólares.<sup>153</sup> Los beneficios tributarios propios de la zona franca se extienden asimismo a las locaciones de filmación, por lo que es posible rodar fuera de la zona y aun aprovechar sus ventajas. Nicolás Aznárez, socio fundador del proyecto, relata que Uruguay ofrecía beneficios importantes: alta conectividad, locaciones privilegiadas y una situación geográfica entre dos grandes mercados que pasan por un momento de inestabilidad. El capital del proyecto es 60% brasileño y Aznárez calcula que 75% de los negocios proyectados serán con Brasil y Argentina. “Para que Uruguay crezca, necesita inversión en infraestructura”.<sup>154</sup> Y los estudios prometen eso: la infraestructura necesaria para llevar a buen puerto una producción internacional.

Con el programa de incentivos, sumado a “las buenas experiencias de filmación” que han manifestado las empresas foráneas, el gobierno estima que las exportaciones audiovisuales podrán saltar de 20 a 40 millones de dólares al año. El documentalista Roberto Blatt, director del Instituto del Cine y Audiovisual Nacional, describe el *pipeline* de producción audiovisual para 2021 como “muy fuerte”, pero resalta que necesitan “impulsar la capacitación técnica rápidamente o se nos va a venir un cuello de botella”.

Una oferta que supera la demanda es un problema envidiable, dirían algunos. Pero la formación de talento no es un problema menor. Identificar los perfiles de los puestos que se necesitan y ofrecer una capacitación a la altura de los grandes proyectos que se busca atraer, es el siguiente reto que enfrentará Uruguay. Es un reto considerable, incluso para un país acostumbrado a dar sorpresas.



**IDENTIFICAR LOS PERFILES DE LOS PUESTOS QUE SE NECESITAN Y OFRECER UNA CAPACITACIÓN A LA ALTURA DE LOS GRANDES PROYECTOS QUE SE BUSCA ATRAER ES EL SIGUIENTE RETO QUE ENFRENTARÁ URUGUAY.**

153 Prensario Internacional, “Punta del Este Studios: el proyecto que posiciona a Uruguay en el mapa audiovisual global”, 27 de julio de 2020. <https://www.prensario.net/29629-Punta-del-Este-Studios-el-proyecto-que-posiciona-a-Uruguay-en-el-mapa-audiovisual-global.note.aspx>

154 Nicolás Aznárez, comunicación personal (5 de enero de 2021).

# PERÚ, ECUADOR, BOLIVIA: LA REGIÓN ANDINA COMO UNA ZONA EMERGENTE

## PORQUE TE INTERESÓ:

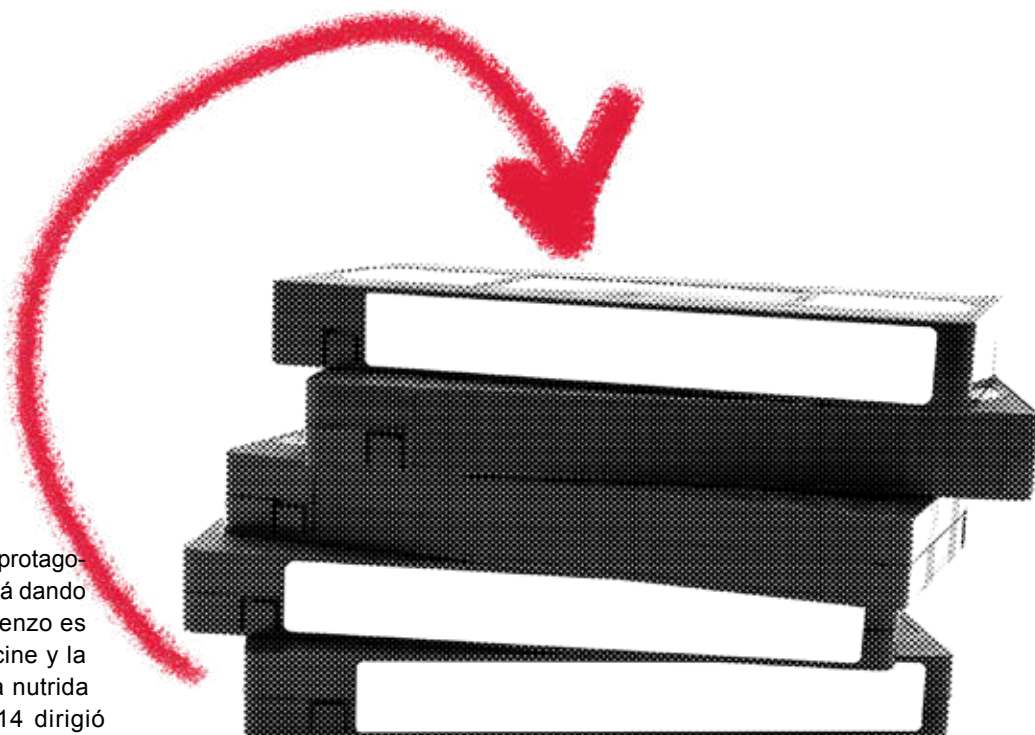
*Perú, Ecuador, Bolivia, países emergentes, nuevos mercados, servicios de producción*

## PERÚ

Si hay algo en lo que se insiste en *Conquista de lo inútil* (1982), el diario de Werner Herzog al filmar *Fitzcarraldo* en la Amazonía peruana, además de la exuberancia del paisaje, es sobre la incomodidad del rodaje: las dificultades técnicas de transportar y filmar se encadenaban con una escasez de técnicos y trabajadores especializados, y un sistema burocrático más complicado de navegar que un río de selva. Cuarenta años después, sin embargo, Perú ha dejado de ser un destino exótico y complejo para rodar, y se ha convertido en territorio emergente de la cinematografía, impulsando políticas y atrayendo producción extranjera por su riqueza paisajística, sus centros urbanos con servicios, y su creciente mercado de consumidores.

Un hito reciente en la cinematografía peruana ocurrió en 2010, cuando *La teta asustada* (2009), escrita y dirigida por Claudia Llosa, se convirtió en el primer largometraje del país en obtener una nominación a mejor película extranjera en los premios Oscar. A partir de entonces, su ecosistema cinematográfico ha florecido. Una prueba irrefutable es el éxito de Tondero, casa productora responsable de algunas de las obras más populares como *Soltera codiciada* (2018) y las trilogías *¡Asu Mare!* (2013, 2015, 2018) y *Locos de amor* (2016, 2018, 2020).





A través de algunos de sus protagonistas, el audiovisual peruano está dando el salto al streaming. Bruno Ascenzo es una de las figuras señeras del cine y la televisión local: después de una nutrida trayectoria como actor, en 2014 dirigió *A los 40* y desde entonces ha orientado su carrera detrás de cámaras como director y guionista. Producida por Tondero, Ascenzo dirigirá la primera película original peruana de Netflix: *Mochileros*, con locación principal en Cusco. Él cuenta que siempre apostó por trabajar en su país: “Cuando yo salí de la universidad, hace diez años, en el Perú se estrenaban entre dos y tres películas al año. Ahora, hasta antes de la pandemia, hemos cerrado con casi 40 estrenos al año, lo cual antes era impensado, y [hasta tenemos] que pelearnos fechas de estreno”, cuenta.<sup>155</sup> Ascenzo ve en la cooperación regional un vehículo para el crecimiento del sector y celebra esta nueva oleada de producciones audiovisuales: “Si esa maquinaria empieza a andar, si se estrenan muchas películas, más posibilidades tenemos todos de crecer”, dice.

Sin embargo, un ecosistema fértil no es algo que surge de la nada y en el caso de Perú, hay una lucha que pasa por lo institucional, primero con una ley de cine que enfrentó numerosos obstáculos legislativos hasta su aprobación en diciembre de 2019, reemplazando así la de 1994. En un contexto en el que la cuota promedio de espectadores del cine nacional alcanzaba 8,7% antes de la pandemia, la ley fue postergada durante años por motivos políticos, restando certeza a este sector que desde 2013 daba muestras de crecimiento. “El cine no es visto como políticamente prioritario, pero sí ha sido objeto de extensas discusiones políticas”, explica Pierre Emile Vandoorne, que en tiempos de esta entrevista estaba al frente de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Perú (DAFO) y de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI), organismo regional que articula políticas públicas para fomentar la coproducción. La misma

Dirección del Audiovisual es una institución relativamente nueva que ha logrado cristalizar estímulos “predecibles” que en 2020 sumaron casi 20,3 millones de soles anuales<sup>156</sup> del presupuesto público para producción, desarrollo y distribución de cine, animación, videojuegos y otras industrias creativas. Uno de sus aspectos más notables es haber logrado un nivel proporcional de acceso al estímulo para cineastas de Lima y aquellos que producen el llamado cine regional; antes de que existiera este apoyo el género era principalmente auto-gestionado y de bajo presupuesto, aunque de gran éxito al interior del país. “En la diversidad está la riqueza potencial del cine nacional. Entre los temas que para mí aún requieren de atención integral por parte del Estado están la memoria y el patrimonio audiovisual del Perú, que se encuentran desprotegidos; no hay una política de preservación ni una valoración social del audiovisual”, dice Vandoorne, convencido de que “la gente tiene que ver el cine como algo que es fundamental para su identidad cultural”.<sup>157</sup>

155 Bruno Ascenzo, comunicación personal (25 de noviembre de 2020).

156 Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios, “Ministerio de Cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020” (17 de octubre de 2020). <https://dafo.cultura.pe/ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020/>

157 Pierre Emile Vandoorne, comunicación personal (24 de noviembre de 2020).

## ECUADOR

Mauricio Cadena, director de difusión cinematográfica del Ecuador, rastrea en una superproducción hollywoodense filmada aquí el inicio de la profesionalización del sector: se trata de *Proof of Life* (2000), película de acción que transcurría en el país ficticio de Tecala. Esta “provocó que se pusieran a prueba todos los técnicos del país y desde ahí empezó a moverse la rueda, mucha gente puso productoras y dio un salto grande hacia lo que significaba una producción de ese tipo”, cuenta Cadena.<sup>158</sup>

Sobre el desarrollo audiovisual en una nación emergente, Cadena dice: “Una parte se avanza con incentivos tributarios, la otra con facilitarles la vida a los productores que vengan a rodar a Ecuador, donde tenemos paraísos logísticos y además selva, alta montaña y ciudad a una hora o dos de distancia uno de otro”. Él no cree que el país esté en fases tempranas del desarrollo de su cinematografía, y además de la preeminencia del género documental en festivales como “Encuentros del otro cine”, cita el caso de *Mortal Glitch*, una serie de acción y fantasía ecuatoriana producida para Youtube Originals, y cuyo primer episodio tiene hasta la fecha 27 millones de reproducciones.<sup>159</sup> La productora detrás de esta serie, Touché Films, comenzó haciendo videos virales en Youtube a través del canal Enchufe.tv antes de dar el salto al cine. Uno de los fundadores de la empresa, Jorge Ulloa, debutó como director de largometrajes con la producción peruana *¡Asu mare!* 3, en 2018, valioso ejemplo de cooperación entre talentos de la región.

La reestructuración institucional en torno al audiovisual ha visto grandes cambios en los últimos años: en 2016, con la Ley Orgánica de Cultura del Ecuador, su Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (CNCINE) se transformó en el Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA) y, en 2020, el Instituto de Fomento para la Creatividad e Innovación (IFCI) reemplazó tanto al segundo como al anterior Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividad (IFAIC).

Daniela Moya, quien en tiempos de esta entrevista fungía como subsecretaria de Emprendimientos, Artes e Innovación del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, señalaba que el objetivo de integrar estos institutos era contemplar un fondo que apoyara en distintos ejes las industrias creativas. Desde el Ministerio de Cultura y Patrimonio se creó el programa de incentivos Ecuador Creativo, que tenía una visión de la cultura como un sector productivo, y por ello se instituyó el Registro Único de Actores Culturales, al que se han registrado cerca de dieciséis mil creadores. Algunos de sus beneficios más tangibles son tributarios, como la devolución del 50% del IVA para producciones en estado de preproducción, desarrollo y posproducción.<sup>160</sup>

## BOLIVIA

De la zona andina, este es quizá el país que avanza con más pausa en el desarrollo de su industria audiovisual. Todo esto a pesar de que recibió a la saga de *Star Wars*, en 2016, año en que el Salar de Uyuni se convirtió en el planeta Crait dentro del *Episodio VIII. The last Jedi* (2017). Dos años más tarde se creó, por decreto de la Ley de Cine y Arte Audiovisual de Bolivia (2018), la Agencia de Desarrollo del Cine y Audiovisual Bolivianos (Adecine), que al igual que su contraparte en Perú, había reservado fondos en su convocatoria 2020 para el cine “indígena, originario, campesino, afroboliviano y comunitario”.<sup>161</sup> Sin embargo, en febrero de 2021, la agencia canceló las nueve convocatorias del Fondo de Fomento al Cine y Arte Audiovisual debido a falta de financiamiento.<sup>162</sup>

Para la cineasta boliviana Nina Wara, la escasez de financiamiento es el principal obstáculo para la filmografía nacional, lo que ha provocado una escasez de especialistas: “Hay dos sonidistas en el país, nadie que se dedique a posproducción, a corrección de color, pocos directores de fotografía”, explica. “No hay recursos y por lo tanto no hay una profesionalización del gremio”, explica.<sup>163</sup> Además, importar equipos es complicado. En consecuencia, y porque no hay opción de hacer más de una o dos películas al año, los profesionales del audiovisual muchas veces migran a otros mercados más prometedores.

El talento que no se aprovecha del todo, por una ausencia de políticas que incentiven el desarrollo del sector, es una constante que merece cambiar. Tal vez, como dice Ascenzo, la clave está en el trabajo conjunto entre los países vecinos. “Hablamos el mismo idioma y es muy parecida, creo yo, la manera como los latinos interactuamos entre nosotros. Sí siento que podríamos ser potencia y producir, desde aquí, cosas que se vean en muchos otros lados”. Dar a conocer la industria, el talento y las capacidades de producción son quizá un primer paso para que la región andina deje de ser vista como un planeta de una galaxia lejana.

158 Mauricio Cadena, comunicación personal (27 de noviembre de 2020).

159 Enchufe TV (2 de septiembre de 2020). *Mortal Glitch. Ep.1*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yHM2JuYjDNO>

160 Daniela Moya, comunicación personal (27 de noviembre de 2020).

161 Ver [www.adecine.com](http://www.adecine.com)

162 Cindy Soliz, “Adecine cancela convocatorias del fondo de fomento al cine nacional”, *Los Tiempos* (5 de marzo de 2021). <https://www.lostiempos.com/doble-click/cultural/20210305/adecine-cancela-convocatorias-del-fondo-fomento-al-cine-nacional>

163 Nina Wara, comunicación personal (5 de noviembre de 2020).

# EL BOOM DE PANAMÁ ESTÁ COMENZANDO: EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE PANAMÁ (IFF), UNA PUERTA DE OPORTUNIDADES

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Panamá, cine hecho por mujeres, ley de cine, cine independiente, cine de autor, festivales de cine*

“Triste es la tierra que está necesitada de héroes”: con estas palabras de Bertolt Brecht se inicia el documental *Los puños de una nación*, de la cineasta panameña Pituka Ortega Heilbron. El conmovedor perfil del boxeador Roberto *Mano de Piedra* Durán es el retrato de una joven nación atravesada por un canal que sutura dos océanos y hace de puente de los mundos; y además, un territorio en disputa. Durán, nacido en uno de los barrios más pobres de Panamá y ganador de cinco títulos mundiales de boxeo, fue depositario de las esperanzas de sus compatriotas, que por sus manos de piedra, y corazón de pan, se adueñaron de una identidad y reclamaron su lugar en la historia.

Como Durán que se plantaba lo mismo ante sus triunfos que ante sus derrotas, en el cine panameño hay, según las palabras de Pituka, una resistencia a claudicar. Ortega creció en Alemania y Estados Unidos, con una madre aficionada al cine con la que recorrió las películas norteamericanas clásicas. Pero cuando volvió a su país, tras estudiar historia y ciencias políticas, se encontró con un terreno árido para la cultura, en el que decidió intervenir

a través de la gestión cultural. “Escribía cuentos cortos y dirigí una revista llamada *Década*, que fue una plataforma para fotógrafos, escritores, caricaturistas, pintores y diseñadores gráficos, con la idea de tener un espacio más allá de la publicidad, que es donde se desahogaban las necesidades de cine. Una cosa fue llevando a la otra y terminé uniéndome a un grupo que quería iniciar una movida cinematográfica en Panamá, de la autorrepresentación a través de la imagen en movimiento”.

Panamá, que tiene el PIB per cápita más alto de Centroamérica, sufre de una cierta insularidad respecto a otros países vecinos, debido a la presencia extranjera en la zona del canal y a su historia reciente. “Gran parte del desarrollo cultural de un país tiene que ver con su identidad, con lo que aportamos al proyecto de la humanidad. Los lemas de nuestro país son Pro Mundi Beneficio, y Puente del mundo, corazón del universo”, cuenta Pituka. “La generación a la cual pertenezco empezó a entender que Panamá sí tenía una identidad y que éramos ciudadanos de un espacio muy especial”, cuenta Pituka.

El impacto de las industrias creativas en su economía ha sido estudiado por el BID como un elemento multiplicador en todos los sectores, capaz de representar 3,3% de la producción total en Panamá hace solo diez años.<sup>164</sup> Sin embargo, en los años ochenta el panorama era más bien desértico y a nadie se le ocurría que era posible desarrollarse en el cine. “No había industria, mercado o audiencia”, explica Ortega Heilbron. Pero eso, lejos de desanimarla, fue la oportunidad de abrir un camino. “Era algo que ardía con mucha intensidad dentro de mí. A principios de los noventa estuve en Cuba en un taller de guion con Gabriel García Márquez y para mí fue un gran despertar, esa experiencia cambió todo para mí. Empecé a ilustrarme y conocer el cine latinoamericano”.

Ortega, que escribe, dirige y produce todas sus películas, se mueve entre registros, de la investigación documental a la ficción. Sus obras suelen operar como ventanas a la cotidianidad de su país, como estudios de la subjetividad de un individuo y una nación. Uno de sus primeros cortometrajes, *El mandado* (1997), es un secreto familiar rodado en 16 milímetros, mientras que su último documental, *La ruta* (2015), se asoma no solo a la crisis de transporte, sino a la sociedad civil encarnada en sus ciudadanos mayores, sus trabajadores, el panameño de a pie.

“Hacer cine en esa época era una guerrilla, sacabas las cosas adelante como podías, no había fondos ni festivales de cine”, relata Pituka, quien formó parte de los grupos que empujaron la Ley de Cine, de 2007, gracias a la cual se creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y Audiovisual Nacional. “Quiero pensar que eso inspiró a una generación más joven que tenía más estudios, con más experiencia y capacidad de crear estructuras claras”, dice Pituka. Hoy, la Universidad de Panamá y la Universidad del Istmo cuentan con programas de formación audiovisual, una oferta educativa que si bien es incipiente, hace años no existía.

Dada la efervescencia cultural, era natural que el país contara con su propio festival de cine, inaugurado en 2011, que desde entonces se considera una vitrina para el cine centroamericano. Otros cambios relevantes a nivel gobierno incluyen la separación entre las tareas relativas a la producción nacional, que corresponden a la Dirección Nacional de Cinematografía y Audiovisual (Ministerio de Cultura), y aquellas relacionadas a la producción internacional, de las que se encarga la Panama Film Commission (Ministerio de Comercio e Industria).<sup>165</sup>

Pituka recalca que hubo un movimiento solidario entre los intelectuales panameños, y si ahora ella está al frente del Festival Internacional de Cine de Panamá (IFF) ha sido gracias a este esfuerzo mancomunado. La

**“NUESTRO BOOM ESTÁ COMENZANDO... EN NUESTRA REGIÓN HAY MUCHÍSIMO TALENTO Y LO QUE REQUERIMOS ES ANTE TODO ATENCIÓN: QUE NUESTRO CINE NO SOLO SE PROYECTE EN PLATAFORMAS O GRANDES FESTIVALES, SINO QUE SE ESTUDIE, SE COMENTE Y TENGA SU ESPACIO EN LA HISTORIA DE LA CINEMATOGRAFÍA MUNDIAL, PORQUE ES EL CINE DEL FUTURO”, DICE PITUKA.**

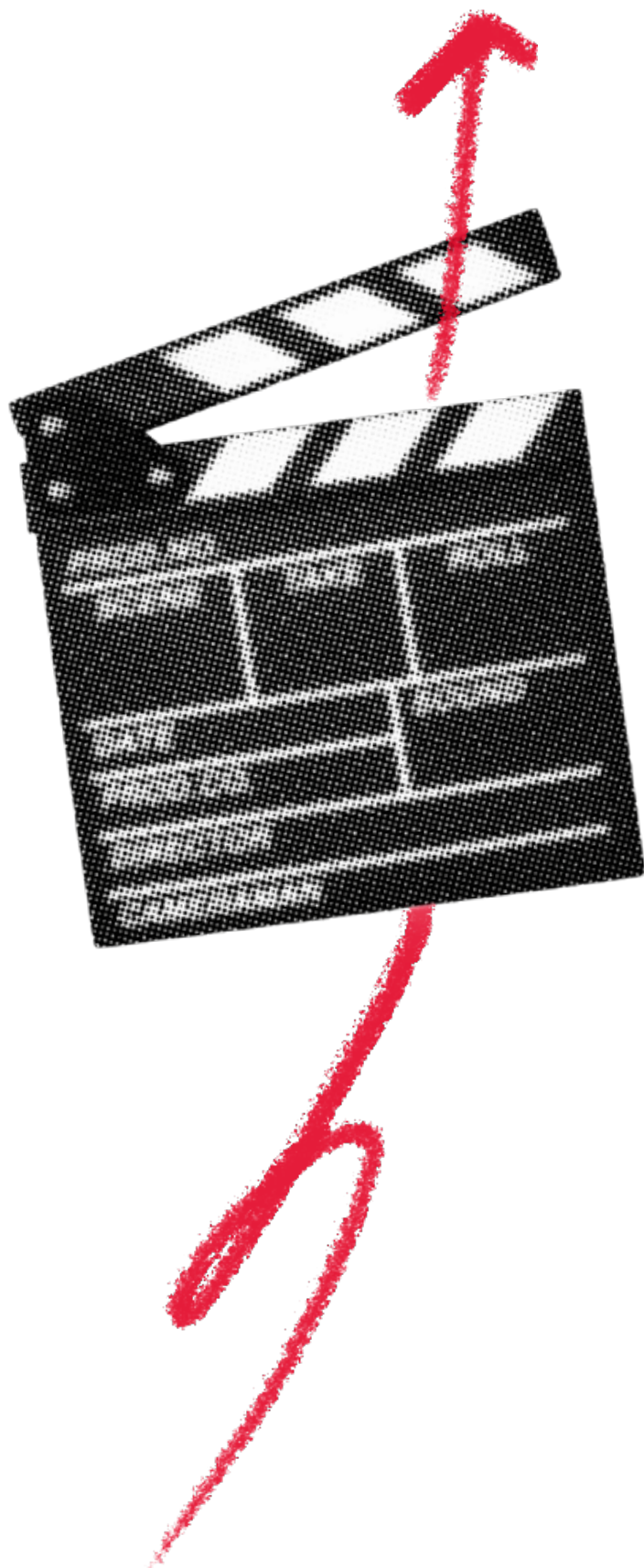
164 Guillermo Lagarda y Jennifer Linares (eds.), “Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica”. Banco Interamericano de Desarrollo (agosto de 2017). <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industrias-creativas-culturales-en-Panam%C3%A1-Diagn%C3%B3stico-del-sector-y-relevancia-econ%C3%B3mica.pdf>

165 Jorge Cajar, “Comunicado GECU, traslado de DICINE al Ministerio de Cultura”. Grupo Experimental de Cine Universitario (11 de julio de 2019). <https://www.gecupanama.com/single-post/2019/07/11/Comunicado-GECU-traslado-de-DICINE-al-Ministerio-de-Cultura>

166 Pituka Ortega, “Primera Mirada: fondo único para cineastas de Centroamérica y el Caribe”, *Kreatópolis* (7 de diciembre de 2018). <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/1819/>

167 Fundación IFF Panamá, “Fundación IFF Panamá, BID LAB y Ministerio de Cultura anuncian segunda fase de actividad virtual Cinema Sanitas” (23 de abril de 2021). <https://iffpanama.org/es/fundacion-iff-panama-bid-lab-y-ministerio-de-cultura-anuncian-segunda-fase-de-actividad-virtual>





Fundación IFF Panamá, que organiza el festival, ha sido apoyada de manera medular por el Banco Interamericano de Desarrollo desde la creación del fondo Primera Mirada en 2015, pensado para impulsar la cinematografía centroamericana y del Caribe.<sup>166</sup> Durante los meses más álgidos de la pandemia en 2020, la Fundación hizo una alianza con el laboratorio de innovación del Banco Interamericano de Desarrollo para echar a andar el proyecto Cinema Sanitas, que consistió en la proyección virtual de una selección de filmes “con un poder transformador”, una curaduría con enfoque terapéutico, diseñada sobre todo para los jóvenes estudiantes del país.<sup>167</sup> Gracias a espaldarazos como este, el festival ha logrado crecer y constituirse como referente fílmico de Centroamérica. Pituka cuenta que aparte de los carnavales, “posiblemente el festival ha sido la actividad cultural que ha logrado recaudar más fondos del Estado y que ha sobrevivido a tres administraciones distintas”, porque no es una entidad política. Y añade: “Hemos logrado consolidarnos como un componente de valor para la identidad de Panamá. A los panameños les gusta mucho asistir a la sala de cine, hay una presencia muy fuerte de Hollywood aquí, y para mí y otros colegas era importante que los cineastas locales y los jóvenes se nutrieran de otro tipo de cine”.

En Centroamérica recién actualizan sus legislaciones audiovisuales, con tintes cada vez más amplios: aunque desde enero de 2020 entró en vigor la Ley de Economía Naranja de El Salvador y la Ley de Cine de Honduras lo hizo un año antes, países como Nicaragua cuentan con una ley de cine desde 2010, aunque sin traducirse en un fondo fijo ni tampoco cristalizar algún programa de incentivos para la producción nacional e internacional.

Hay, sin embargo, cambios de paradigmas: no solo Nicaragua y Guatemala tuvieron algunos de los porcentajes de crecimiento más elevados de asistencia a los cines en 2019 en Iberoamérica (17,3% y 14,8%, respectivamente),<sup>168</sup> sino que su producción audiovisual ha empezado a tomar protagonismo global: la película nicaragüense *La Yuma*, de Florence Jaugey, y *La Llorona*, del guatemalteco Jayro Bustamante, son favoritas de la crítica y los circuitos de premios, cautivando a las audiencias en sus recorridos por festivales de cine clase A.

**“Nuestro boom está comenzando”, dice Pituka, convencida de que las audiencias pueden crecer gracias a las colaboraciones transregionales entre festivales de cine ya consolidados como el de Panamá y el de Guadalajara, que hacen viajar el cine latinoamericano. Y, desde luego, a las ventajas del streaming. “En nuestra región hay muchísimo talento y lo que requerimos es ante todo atención: que nuestro cine no solo se proyecte en plataformas o grandes festivales, sino que se estudie, se comente y tenga su espacio en la historia de la cinematografía mundial, porque es el cine del futuro”.**<sup>169</sup>

<sup>168</sup> Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 41.

<sup>169</sup> Pituka Ortega, comunicación personal (17 de noviembre de 2020).

# CENTROAMÉRICA AUDIOVISUAL

## EL SALVADOR

**Presente institucional** La Subdirección de Cine y Audiovisuales, del Ministerio de Cultura, es la institución de fomento al cine de El Salvador. Desde hace tiempo ha habido una propuesta de establecer una ley de cine nacional, que supondría la apertura de líneas de crédito por parte de la banca estatal y la creación de un fideicomiso constituido por aportes públicos y privados.<sup>170</sup> Sin embargo, sigue en calidad de proyecto. En 2020, se anunció la esperada incorporación del país al programa Ibermedia.

**Antes** En 1917, *Erupción del volcán de San Salvador* se convirtió en el primer largometraje del país: documentó la catástrofe y se exhibió en el Teatro Principal; en 1930, los italianos Virgilio Crisonino y Alberto Massi realizaron la primera ficción de larga duración en El Salvador: *Las águilas civilizadas*.<sup>171</sup>

**Ahora** Al inicio de la pandemia del covid-19, la Subdirección de Cine y Audiovisuales puso a disposición de la población en su canal de Youtube, gratuitamente y sin registro, los documentales salvadoreños *Circo* (Mauro Arévalo), *Acajutla. Historia de un puerto* (Mauro Arévalo), *Quimeras* (Edson Amaya), *Pieza de Indias* (Marvin Aguilar) y *Cuatro ojos de agua, memorias desde Cuisnahuat* (Roberto Kofman).<sup>172</sup>

**Espectadores salvadoreños** En 2019, la asistencia a los cines fue de 4,2 millones de espectadores, con una recaudación de 17,2 millones de dólares. El único estreno nacional del año fue *La batalla del volcán*, de Julio López, con 3.986 espectadores.<sup>173</sup>



170 Ricardo Roque y Carlos Escalón, *Cine y televisión. Análisis de situación de la expresión artística en El Salvador* (San Salvador: Fundación Accesarte, 2013), 65. <http://plataformadecultura.com/web/wp-content/uploads/2016/01/Cine-y-Televisi%C3%B3n.-An%C3%A1lisis-de-Situaci%C3%B3n-de-la-expresi%C3%B3n-art%C3%ADstica-en-El-Salvador.pdf>

171 Cinema 23. El Salvador, "El cine en El Salvador". Trayecto 23 (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>

172 Ministerio de Cultura de El Salvador, *Manual de organización y funciones de la Subdirección de Cine* (junio de 2020). <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/ministerio-de-cultura/documents/382699/download>

173 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano* 2019, 79 y 82.

# CENTROAMÉRICA AUDIOVISUAL

## HONDURAS

**Presente institucional** La Dirección de Cine es parte de la Secretaría de Cultura, Artes y Deportes. En diciembre de 2019, se publicó oficialmente la Ley de Cinematografía de Honduras, que contempla el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, con 40 millones de lempiras.<sup>174</sup>

**Antes** En 1937, durante el gobierno del general Tiburcio Carías Andino, se filmó la película *Honduras*, con equipo traído de México, dirigida por José Borh y el camarógrafo Raúl Martínez Solares, y una audiencia de 25.000 espectadores.<sup>175</sup>

**Ahora** Aunque nació en Guatemala, la iteración hondureña del Ícaro Festival Internacional de Cine en Centroamérica ofrece una semana de exhibiciones para representar a Honduras en el festival internacional, además de brindar espacios de formación y conversatorios.<sup>176</sup> Sus más importantes largometrajes de los últimos años, como *El Xendra* (2012, Juan Carlos Fanconi), *Amor y frijoles* (2009, Mathew Kodath y Hernán Pereira) y el documental *¿Quién dijo miedo? Honduras de un golpe* (2010, Katia Lara), se han exhibido y ganado premios en este festival.

**Espectadores hondureños** En 2019, la asistencia a los cines hondureños fue de 4,8 millones de espectadores, con una recaudación de 16,5 millones de dólares. Las dos películas hondureñas con mejor recaudación fueron *Taxi VIP* (Joche Villanueva) y *Café con sabor a mi tierra* (Carlos Membreño), con 12.847 y 44.430 espectadores, respectivamente.<sup>177</sup>

## GUATEMALA

**Presente institucional** Todo lo relacionado con el fomento del cine lo lleva a cabo la Dirección de las Artes del Ministerio de Cultura y Deporte; pese a sus intentos en 2013 y 2016 de desarrollar su ley de cine,<sup>178</sup> aún no cuenta con un instrumento jurídico de este tipo, y por lo tanto no tiene una comisión fílmica. La Escuela de Cine Casa Comal, ubicada en la Ciudad de Guatemala, es una institución líder en la formación, producción y difusión del cine nacional y centroamericano.

**Antes** En 1896, se llevó a cabo la primera función de cine en el país, en el Pasaje Aycinena de la Ciudad de Guatemala, y en 1949, la proyección de la primera película local sonora, *El sombrero*, de Guillermo Andreu Corzo.<sup>179</sup>

**Ahora** En años recientes, Guatemala se ha distinguido por sus películas premiadas en festivales internacionales. Un par de ejemplos son *Ixcanul* (2015), de Jayro Bustamante, ganadora de un Oso de Berlín, y, del mismo director, *La Llorona* (2019), que estuvo en la lista previa a la nominación de los premios Oscar. Guatemala también es donde vio luz, en 1998, el Ícaro Festival Internacional de Cine, organizado por Casa Comal Arte y Cultura y su escuela de cine.<sup>180</sup>

**Espectadores guatemaltecos** En 2019, la asistencia a los cines fue de 7,2 millones de espectadores, con una recaudación de 34,1 millones de dólares. Las dos películas locales con mejor recaudación fueron *Serpiente emplumada* (Ricky López) y *Temblores* (Jayro Bustamante), con más de siete mil espectadores cada una.<sup>181</sup>

174 Decreto 3-2019. Ley de Cinematografía de Honduras (6 de diciembre de 2019). <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-3-2019.pdf>

175 María Lourdes Cortés, "Historia del cine hondureño", *Ibermedia Digital* (2 de agosto de 2015). <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/historia-del-cine-hondureno/>

176 A. Barahona, "Celebran Festival Ícaro edición 2020 de manera virtual", *El Pulso* (10 de septiembre de 2020). <https://elpulso.hn/2020/09/10/celebran-festival-icaro-edicion-2020-de-manera-virtual/>

177 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 93 y 96.

178 Vida Amor de Paz, "Urge la Ley de Cine en Guatemala", *Prensa Libre* (4 de enero de 2020). <https://www.prensalibre.com/opinion/columnasdiarias/urge-la-ley-de-cine-en-guatemala/>

179 Cinema 23. El Salvador, "El cine en El Salvador", *Trayecto 23*, s.f. <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>

180 Ver <http://escueladecinecasacomal.com/>

181 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 88 y 91.

# CENTROAMÉRICA AUDIOVISUAL

## NICARAGUA

**Presente institucional** La Ley N° 723 de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de Nicaragua, aprobada en 2010, contempla un fondo de fomento al cine nacional y la formación del Consejo Nacional de Cine, pero ninguno se ha concretado.<sup>182</sup> La institución oficial del país es la Cinemateca Nacional de Nicaragua.

**Antes** En 1899, llegó el primer cinematógrafo marca Lumière a Nicaragua y en 1900 se realiza la primera proyección de cine en el prestigioso Teatro Castaño de Managua.<sup>183</sup>

**Ahora** Durante los años ochenta existía el Instituto Nicaragüense de Cine, fundado en 1979, que apoyaba a los cineastas de la época material y económicamente. En los noventa fue desmantelado.<sup>184</sup>

**Espectadores nicaragüenses** En 2019, la asistencia a los cines fue de 1,7 millones de espectadores, con una recaudación de 6,7 millones de dólares. En ese año no hubo estrenos de cine nacional.<sup>185</sup>

## COSTA RICA

**Presente institucional** El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, o Centro de Cine, adscrito al Ministerio de Cultura y Juventud, es la institución encargada de fomentar el audiovisual en el país. La Ley 6.158 marcó la creación del Centro de Cine en 1977, pero no estableció fondos de fomento ni incentivos fiscales (aunque desde 2014 existe el Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico, también llamado “El Fauno”).<sup>186</sup> Se ha buscado crear una ley de cine actualizada, a través del proyecto 20.661, aunque a la fecha sigue en discusiones.

**Antes** El cinematógrafo llegó al país tempranamente, en 1897, con un estreno en el teatro Variedades. En 1950, Álvaro Chavarría realiza el primer noticiero sonoro: *Reportaje gráfico nacional*.<sup>187</sup>

**Ahora** A partir de 2015, se ha consolidado el Costa Rica Festival Internacional de Cine, con un enfoque en películas de autor y diversas secciones con premios.<sup>188</sup>

**Espectadores costarricenses** En 2019, la asistencia a los cines fue de 8,1 millones de espectadores, con una recaudación de 41,7 millones de dólares. Las tres películas costarricenses con mejor recaudación fueron *Maikol Jordan 2*, de Daniel Moreno (85.136 espectadores); *Aquí y ahora*, de James Ponsoldt (22.652 espectadores) y *El despertar de las hormigas*, de Antonella Sudasassi (2.990 espectadores).<sup>189</sup>

182 Elmer Rivas, “El cine en Nicaragua es aún un sueño”, *Niu* (7 de enero de 2017), <https://niu.com.ni/el-cine-en-nicaragua-es-aun-un-sueno/>

183 Stephany Cuadra, “Historia del Cine en Nicaragua”, *ViaNica.com* (agosto de 2016), <https://vianica.com/sp/go/specials/34-historia-del-cine-en-nicaragua.html>

184 María Denisse Villalta, “Realización del documental *Del cine al vídeo*. Realidad del cine nicaragüense” [Tesis de licenciatura, Universidad Centroamericana, Nicaragua] (diciembre de 2013), <http://repositorio.uca.edu.ni/1494/1/UCANI3761.pdf>

185 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 102.

186 Ver <https://www.centrodecine.go.cr/direccion/centro-costarricense-produccion-cinematografica>

187 Citado en Ibermedia Digital, “Historia del cine costarricense” (2 de agosto de 2015), <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense>

188 Ver [www.costaricacinefest.go.cr](http://www.costaricacinefest.go.cr)

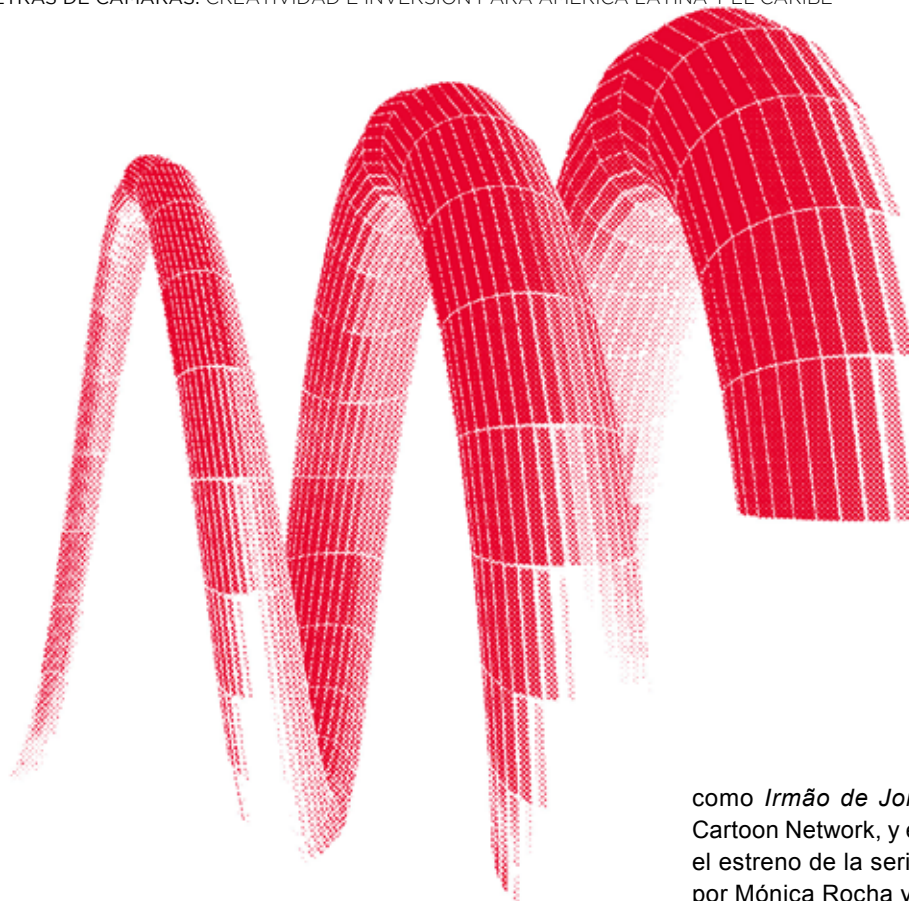
189 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 96 y 72.

**LA ANIMACIÓN  
NO ES UN JUEGO  
DE NIÑOS, SINO  
UNA INDUSTRIA  
CON POTENCIAL  
ENORME:**

**UN RECORRIDO  
POR MÉXICO,  
BRASIL Y PERÚ**

**PORQUE TE INTERESÓ:**

*Animación, habilidades digitales, Perú, Brasil, Trinidad y Tobago, Guadalajara, propiedad intelectual, servicios de producción*



En nuestra región existe una gran tradición asociada a la animación. En 1917, el argentino Quirino Cristiani produjo en Buenos Aires el primer largometraje animado de la historia: *El apóstol*, que fue censurado por sus matices políticos. Aunque Cristiani se había adelantado casi una década al Mickey Mouse de Walt Disney, su trabajo fue sofocado por los gobernantes de aquellos años, quienes fueron incapaces de ver lo que tenían ante ellos: una potencial industria.

Un siglo más tarde, no estamos en condiciones de perder ese barco de nuevo. “En algunos países todavía se piensa que la animación es para niñitos después del colegio”, dice Aída del Solar, animadora peruana afincada en Europa y profesora de la prestigiosa escuela de animación francesa Gobelins, que en cambio la mira como un medio casi hipnótico, que sintetiza imagen y voz, “y es el documento que se puede tener cuando no se tienen otros”.<sup>190</sup>

**La industria de la animación en América Latina y el Caribe, que hasta hace poco se enfocaba en brindar servicios de producción para contenidos internacionales, desarrolla ahora con más fuerza propiedad intelectual que da la vuelta al mundo.** Uno de los ejemplos más notables es *Metegol* (2013), animación en 3D dirigida por el argentino Juan José Campanella y basada en un cuento del escritor Roberto Fontanarrosa, que se llevó el premio Goya a mejor animación en 2014 y fue un éxito internacional. Por su parte, el estudio mexicano ÁNIMA ha tenido varios aciertos desde su fundación en 2002: después de su largometraje debut, *Magos y gigantes* (2003), siguió una constelación de proyectos en cine y televisión, entre los que destacan *Ana y Bruno* (2017) y su saga de películas *Las leyendas*, que más tarde se transformó en la primera serie de animación de Netflix producida en Latinoamérica. Hoy, animaciones

como *Irmão de Jorel* (Copa Studios) se transmiten en Cartoon Network, y esta misma cadena anunció hace poco el estreno de la serie colombiana *Juaco vs. Paco*, creada por Mónica Rocha y John Hernández.<sup>191</sup> Algunos estudios líder –como Hype, de Brasil; Punk Robot, de Chile, y Red Animation Studio, de Perú– han juntado fuerzas para desarrollar un *pipeline* de producción común,<sup>192</sup> dando cuenta de una efervescencia especial que rompe fronteras.

**Luego de la primera edición del festival de animación brasileño Anima Mundi en 1993, nuestra región ha visto crecer festivales, mercados y eventos donde pueden encontrarse y hacer networking animadores de toda clase de trayectorias; entre ellos, Pixelatl en México, los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana en España y el Festival Chilemonos en Chile, que está incorporado a los festivales calificadores para los premios Oscar, lo que quiere decir que aquellos cortometrajes ganadores de las categorías Mejor corto internacional y Mejor corto latinoamericano pueden postularse a la clasificación oficial de los premios de la Academia.**<sup>193</sup>

<sup>190</sup> Aída del Solar, comunicación personal (3 de marzo de 2021).

<sup>191</sup> Beatrice, “Juaco vs. Paco: serie animada colombiana que se estrenará en Cartoon Network”, *Cafetoons* (17 de julio de 2020). <https://cafetoons.net/juaco-paco-serie-animada-colombiana-cartoon-network/>

<sup>192</sup> Katherine Sanderson, “The South American Animation Industry: How Brazil, Chile, and Peru Are Proving Their Talent is Real”, *Animation Ave* (1 de julio de 2020). <https://www.animationave.com/international/south-america-animation-chile-brazil-peru>

<sup>193</sup> Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, “Festival Chilemonos se convierte en calificador para los Oscar” (23 de noviembre de 2018). <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/festival-chilemonos-se-convierte-en-calificador-para-los-oscar/>

En otras palabras, la industria de la animación es un motor de crecimiento en América Latina, con un mercado global, compartido con los efectos visuales, de 156.000 millones de dólares en 2020.<sup>194</sup> Muchas voces coinciden en que en 2016 hubo un parteaguas: la cinta chilena *Historia de un oso* (2014), dirigida por Gabriel Osorio Vargas, ganó el Oscar a mejor cortometraje animado y obligó al mundo a prestar más atención a la animación en América Latina y el Caribe. Desde entonces, la industria ha continuado dando muestras de un dinamismo notable. En 2017, por ejemplo, de las veinte películas más vistas en Colombia, ocho eran animadas<sup>195</sup> y en Argentina, la sección Animation! del festival Ventana Sur se consolidó como uno de los espacios de encuentro más importantes del sector.<sup>196</sup> En Brasil, la Ley N° 12.485, de 2011, incentivó la creación de estudios de animación para hacer frente a la demanda de contenido local infantil, a través de cuotas que obligaban a transmitir contenido brasileño en televisión paga. En México, la animación es el sector educativo en audiovisual con mayor oferta: hay al menos 139 programas educativos que la tienen como especialidad en el país.<sup>197</sup>

El interés y la demanda por la animación crece, ¿pero cuál es el panorama en la región y cómo viven algunos animadores el momento actual?

## LOS RETOS DE PRODUCIR UNA HISTORIA ANIMADA

En Río de Janeiro, Marcelo Pereira es director ejecutivo y uno de los socios fundadores de Combo Estúdio, responsables de *Super Drags* (2018), la primera serie animada latinoamericana para adultos estrenada en Netflix, que además es de temática LGBTQ+. Pero no fue esta miniserie la que puso a Combo en el mapa, sino *Any Malu*, una serie animada protagonizada por una niña que hace videos de Youtube. La serie pasó de ser un canal gratuito muy popular en Youtube a convertirse en una serie de Cartoon Network. *Any Malu* es ahora una propiedad intelectual

# PEREIRA CUENTA QUE UNO DE LOS PRINCIPALES RETOS PARA PRODUCIR UNA SERIE ANIMADA PARA NETFLIX EN BRASIL NO FUE CONSEGUIR ANIMADORES, SINO ARTISTAS DE STORYBOARD Y GUIONISTAS ESPECIALIZADOS EN ANIMACIÓN.

poderosa, pero en Combo nació como una idea para promocionar el estudio y dar a conocer sus capacidades técnicas: una original estrategia de marketing. Pero, de acuerdo con Pereira, el estudio tuvo antes que financiar los capítulos de *Any Malu* durante tres años. La apuesta fue exitosa y le dio a Combo Estúdio la oportunidad de ofrecer un *pitch* a Netflix, que abrió sus puertas para producir cinco capítulos de *Super Drags*.

Pereira cuenta que uno de los principales retos para producir una serie animada para Netflix en Brasil no fue conseguir animadores, sino artistas de *storyboard* y guionistas especializados en animación. “La animación crece en el país, no nos podemos quejar. Cada día hay más animadoras y más estudios de animación, pero es difícil encontrar talento técnico. Hay trabajo. Pero es un mercado muy joven. El animador más experimentado en Brasil puede ser un tipo que empezó hace tres décadas cuando todavía animaba en papel, y no tiene experiencia en animación internacional”.<sup>198</sup> Sin embargo, él cree que la flexibilidad y la capacidad de adaptación de los animadores brasileños son puntos a favor.

Para Aída del Solar, quien ha tutorado a varias generaciones de animadores latinoamericanos, sobre todo provenientes de la zona andina, a través de diversas iniciativas privadas y gubernamentales como Animation Workshop y Gobelins l'École de l'Image, la educación es clave en la región. “En Perú, yo veo que hay ambición, hay ganas y muchas imágenes bellas, pero falta sentar un poco más la técnica”. Aída tiene fe en proyectos de residencias para ilustradores, como el Animation Workshop, del que han salido proyectos como el cortometraje *Abuela grillo* (2009), que reunió un nutrido equipo de animadores de Bolivia. Trabajo en equipo, tutorías y proyectos transregionales son los elementos que complementan esa educación, de acuerdo con Del Solar.

194 Business Wire, “Latin American Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities, Report 2021-25” (18 de enero de 2021). <https://www.businesswire.com/news/home/20210118005309/en/Latin-American-Animation-VFX-Video-Games-Market-Strategies-Trends-Opportunities-Report-2021-2025---ResearchAndMarkets.com>

195 Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2017, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. <https://www.economianaranja.gov.co/media/pfuozv4v/anuario-estadístico-cine-colombiano-2017.pdf>

196 Anuario INCAA 2018. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Ministerio de Cultura. Argentina. <http://www.incaa.gov.ar/anuarios>

197 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019. Imcine (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadístico/>

198 Marcelo Pereira, comunicación personal (3 de noviembre de 2020).

## NUEVOS CENTROS DE ANIMACIÓN

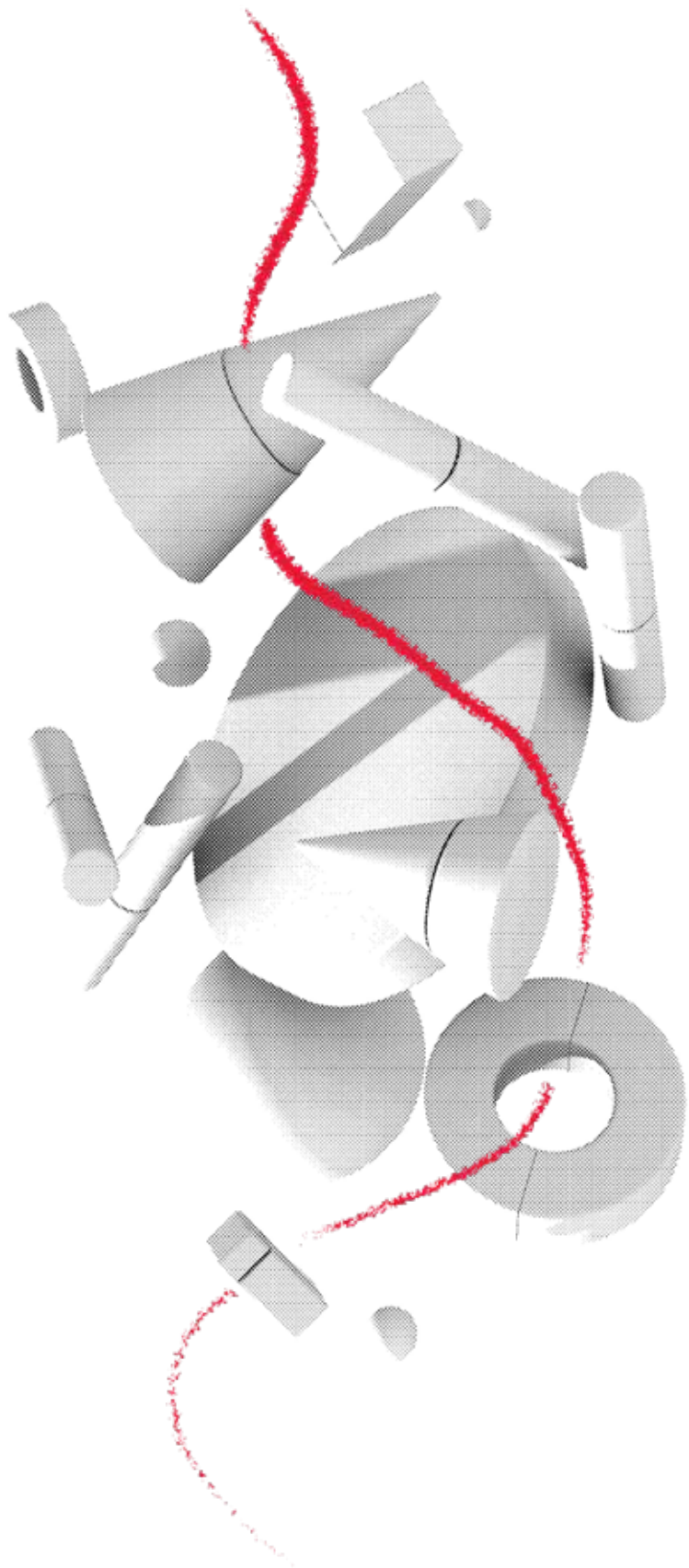
Ciertos lugares se perfilan como *hubs* de animación en la región, tal es el caso de Guadalajara, capital de Jalisco. Muchos han apuntado que esta ciudad es un epicentro cultural –como sede de la mayor feria del libro de Hispanoamérica y de un importante festival de cine–, aunque también una especie de Silicon Valley con numerosas empresas involucradas en tareas digitales y de tecnologías de la información. Estas últimas son “aliadas naturales” de la animación, de acuerdo con Angélica Lares, directora del Centro Internacional de Animación, conocido como Taller del Chucho.<sup>199</sup>

Esta iniciativa, fundada en Guadalajara e instituida por Guillermo del Toro, busca aprovechar el *pipeline* de talento local para ofrecer distintos servicios de animación. El estudio en la actualidad desarrolla *stop motion* para la superproducción *Pinocchio*, dirigida por Del Toro y programada para estrenarse en 2021. Lares opina que el Taller del Chucho está bien posicionado para nutrirse de una tradición artística muy rica que incluye a la vasta cantera de pintores y animadores jaliscienses, pero también a la generación contemporánea de artistas, y espera que el centro sea un espacio para desarrollar proyectos con el resto de América Latina y el Caribe.

Entre los centros de animación en ascenso, uno de los más sorprendentes se gesta en el archipiélago caribeño de Trinidad y Tobago, donde la Universidad de Trinidad y Tobago ofrece ya un grado en medios digitales con la posibilidad de especializarse en animación, lo que habla de una demanda de formación técnica. El país participa en el Festival Animae Caribe, el más grande de la región dedicado a la animación; además, desde hace algunos años en las islas se ha formado un ecosistema de estudios de animación que crean redes e impulsan mejores marcos regulatorios, muchos de los cuales están asociados en Trinidad & Tobago Animation Network.

La proliferación de estudios de animación que apuestan a las grandes ligas y un ecosistema educativo que busca hacerle frente a la demanda, sin duda pintan un panorama esperanzador. Pero no hay que olvidar que la capacidad de organizarse y formar alianzas transregionales podría ser determinante: “Yo creo que ya hay suficiente talento y competitividad como para dar otro golpe de autoridad como lo hizo Chile con el Oscar por *Historia de un oso*. Desafortunadamente depende de gente común y productores independientes como nosotros más que de política pública o una visión a largo plazo que apueste a industrias emergentes y tecnologías”, dice Luis Patricio Salmón, cofundador de Mighty Animation, sobre el caso mexicano.<sup>200</sup>

Nuestra región se enfrenta a retos que van más allá de su capacidad para animar mundos posibles, aunque el optimismo de que la industria se halla en una posición madura para rendir frutos es palpable.



199 Angélica Lares, comunicación personal (8 de marzo de 2021).

200 Luis Patricio Salmón, comunicación personal (4 de noviembre de 2020).



# EN PARAGUAY EL CINE EMPRENDE EL VUELO

Nadie imaginaba que una película hablada en guaraní daría la vuelta al mundo y aceleraría la industria cinematográfica en el país, pero así fue: *Hamaca paraguaya* (2006), dirigida por Paz Encina, y que transcurre en 1935 durante la Guerra del Chaco entre Paraguay y Bolivia, fue seleccionada en Cannes, donde obtuvo el premio Fipresci de la sección “Una cierta mirada”, además de ganar otros reconocimientos en los festivales de Róterdam, Miami y Granada.

Gabriela Sabaté, la productora de *Hamaca paraguaya*, quien luego terminaría por producir el thriller *Matar a un muerto* (2019), del director Hugo Giménez, cuenta que descubrió su afición en el cineclub del colegio, dirigido por Juan Carlos Maneglia. Maneglia es el director de otro éxito paraguayo no solo de la crítica, sino de audiencias: *7 cajas* (2012), que fue nominada en los premios Goya a mejor película extranjera de habla hispana, pese a que es hablada en yopará, la mezcla entre español y guaraní.

Estas oportunidades han profesionalizado el ecosistema paraguayo, que ha recibido a directores como Lucía Puenzo, Pablo Giorgelli y Lucrecia Martel para filmar allí. Y han hecho posible redoblar la apuesta: *Alas de gloria* (Joaquín Serrano) será la primera película animada local, de la que se ha adelantado un conmovedor *teaser* que se desarrolló con apoyo del Fondo Nacional de la Cultura y las Artes de Paraguay y de los Bonos Creativos<sup>201</sup> del Laboratorio de Innovación del Banco Interamericano de Desarrollo, BID Lab, en el marco del proyecto Promoción de la Economía Creativa en

Paraguay.<sup>202</sup> La película, que está en busca de fondos y productores, también se sitúa en la Guerra del Chaco, que atestigüó la primera batalla aérea del continente, según sus productores, y busca saldar cuentas con un cruento episodio de la historia de su aviación.

Desde 2018, Paraguay cuenta con una ley de cine, la N° 6106/2018 de Fomento al Audiovisual, por la que se dispusieron las funciones del Instituto Nacional del Audiovisual de Paraguay (INAP) y del Consejo Nacional del Audiovisual.<sup>203</sup> Además, se determinó que el Fondo Nacional del Audiovisual se financiaría del siguiente modo:

1. “Asignaciones especiales del presupuesto”
2. “Los ingresos obtenidos por el Instituto Nacional del Audiovisual de Paraguay por la prestación de servicios derivados del ejercicio de [sus] funciones”
3. “Aportes, créditos, contribuciones, legados y donaciones nacionales e internacionales”
4. “50% de las partidas presupuestarias provenientes de las retenciones impositivas derivadas de las operaciones comerciales por internet provenientes de servicios audiovisuales obtenidos por internet del exterior” (o servicios OTT). Estos son pasos inéditos en la región y en un país cuya economía creativa representa el 2,5% del PIB y emplea a más de cincuenta mil personas, según datos de la Federación de Industrias Creativas del Paraguay.<sup>204</sup> Con películas recientemente estrenadas como *Los buscadores* (Juan Carlos Maneglia, 2017) y *Las herederas* (Alfredo Martinessi, 2018), Paraguay ha dado pasos gigantescos para consolidar su identidad audiovisual. El resto de América Latina y el Caribe presta atención.

201 *La Nación*, “Alas de gloria llegará a cines en el año 2021” (9 de mayo de 2019). [https://www.lanacion.com.py/espectaculo\\_edicion\\_impresa/2019/05/09/ alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-ano-2021/](https://www.lanacion.com.py/espectaculo_edicion_impresa/2019/05/09/ alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-ano-2021/)

202 Laura Bomrad, “¡Gracias por ser parte de la fuerza creativa!” (noviembre de 2020). <https://www.cird.org.py/econaranja/>

203 Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI), “Paraguay establece la estructura orgánica de su Instituto Nacional del Audiovisual” (s.f.). <https://caaci-iberoamerica.org/paraguay-establece-la-estructura-orgánica-de-su-instituto-nacional-del-audiovisual/>

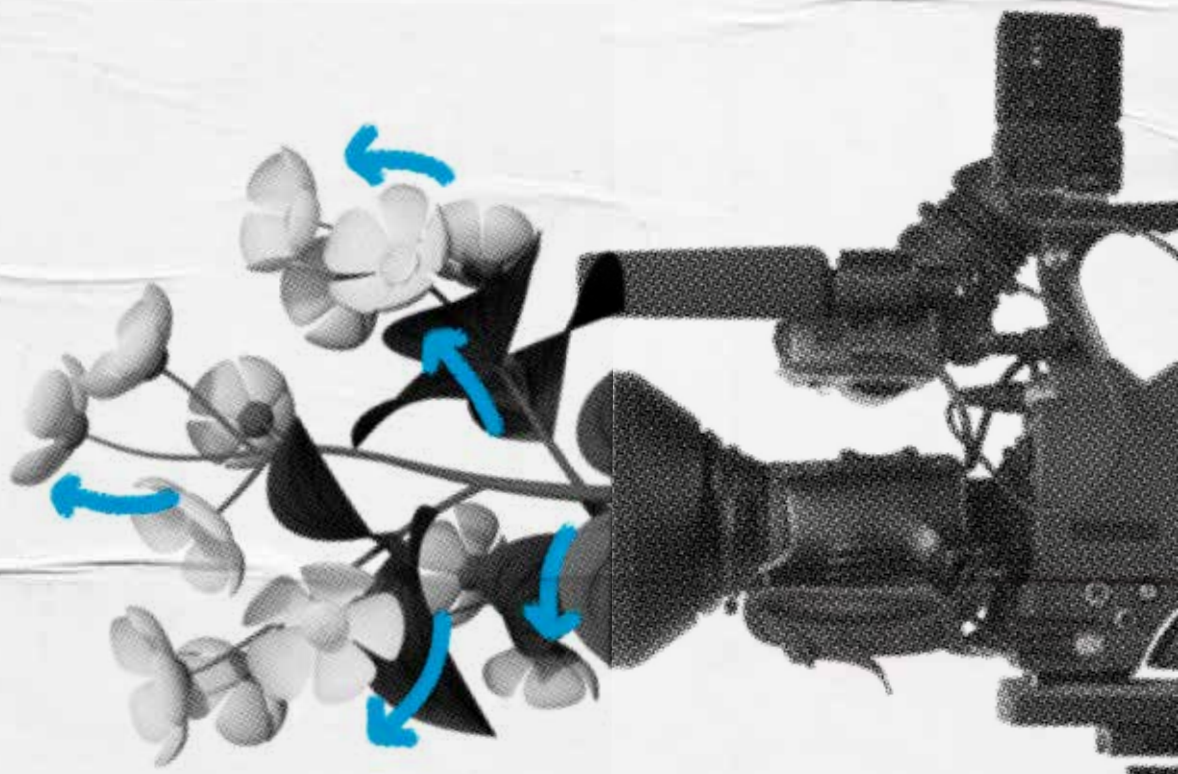
204 Agencia Informativa Paraguaya, “Sector creativo del Paraguay impacta 2,5% en el PIB y genera 50.000 empleos anuales” (31 de agosto de 2019). <https://www.ip.gov.py/ip/sector-creativo-del-paraguay-impacta-2-5-en-el-pib-y-genera-50-000-empleos-anuales/>

**PARTE II**

LA PRIORIDAD  
COMÚN:

**INVERTIR  
EN CAPITAL  
HUMANO**





## CAPÍTULO 3

# COMPETENCIAS DE LA FUERZA LABORAL PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

# PENSAMIENTO CRÍTICO, PERSEVERANCIA Y CURIOSIDAD

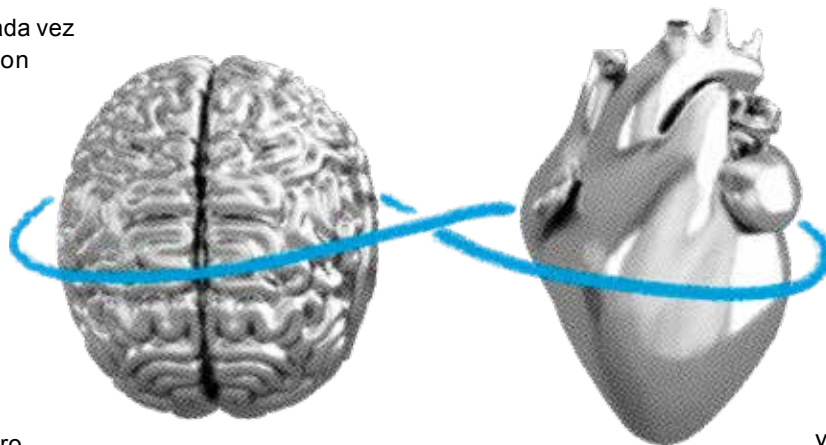
## HABILIDADES HUMANAS PESAN MÁS QUE NUNCA EN EL SIGLO DE LA AUTOMATIZACIÓN

### UNA REALIDAD DIFERENTE

Vivimos en un mundo cada vez más automatizado, con ocupaciones tradicionales que desaparecen o se transforman por la llegada de máquinas, computadoras y robots, y el progresivo reemplazo de tareas rutinarias para las que sin duda sus capacidades son superiores a las del humano. El futuro, tantas veces postergado, ya está

aquí. La acelerada digitalización no solo afecta tareas básicas, sino que la exponencial sofisticación tecnológica ha alcanzado tareas más complejas: vehículos que se manejan solos, robots que ejecutan complejas cirugías médicas o criptomonedas son algunos ejemplos de estos procesos de transformación.

Las computadoras pueden acumular y procesar información en grandes volúmenes, seguir instrucciones y resolver ecuaciones infinitas, y quizá nos aventajen en el trabajo especializado, repetitivo y predictivo. Aunque hay competencias en las que será difícil que puedan reemplazarnos: aquellas que, precisamente, nos hacen humanos.



Una computadora es incapaz de intercambiar una mirada de reconocimiento, de compasión o de empatía. La creatividad, la determinación y la manera en que reaccionamos a la dicha y al dolor: ningún robot puede generarlo de forma espontánea. Hombres y mujeres, cuando se enfrentan a situaciones impredecibles, cuando deben usar sus emociones para afrontar un problema o cuando generan nuevas ideas y relaciones entre elementos que no se habían conectado antes, se desmarcan de lo automatizable, y entran en el terreno de las tareas *robot-proof*, difícilmente reemplazables por máquinas. Muchos de los componentes del sector audiovisual, al necesitar de estas habilidades humanas, suponen una apuesta inteligente para proteger y desarrollar los trabajos de un futuro que ya llegó.

## HABILIDADES DEL SIGLO XXI

En un contexto donde la tecnología se vuelve omnipresente, la evidencia apunta a que las llamadas *soft skills* son invaluableles: se trata de habilidades que es difícil que los robots desarrollen. Suma de funciones cognitivas avanzadas como el pensamiento crítico y la resolución de problemas, funciones ejecutivas como la metacognición (aprender a aprender) y la autorregulación; habilidades socioemocionales como la empatía, la perseverancia y la autoestima, que nos ayudan a relacionarnos con otros y contribuyen al bienestar y al desempeño profesional individual y de los equipos. A ellas hay que añadir, por supuesto, las habilidades digitales que nos permiten manejar e integrar las máquinas en nuestro trabajo para potenciarlo. A este conjunto de habilidades se les conoce como transversales o del siglo XXI. El consenso es que, en un mundo cada vez más cambiante e incierto, hoy resultan de vital importancia.

Los estudios suelen coincidir en un punto interesante. El profesor de Harvard David J. Deming encontró<sup>205</sup> que las personas con mejores habilidades sociales trabajan juntas de manera más exitosa mediante actos tan sencillos como la coordinación, los acuerdos y la asignación y división de labores, por lo general en un entorno laboral en equipo. Según sus estimaciones, los puestos que requerían habilidades sociales crecieron en casi 12% entre 1980 y 2012. En este último año, el premio Nobel James Heckman publicó, con Tim Kautz, un ensayo<sup>206</sup> que demostraba cómo las *habilidades blandas* que se identifican con características de la personalidad, como las preferencias, las metas y las motivaciones, son cada vez más valoradas tanto académica como profesionalmente. La perseverancia, la sociabilidad y la curiosidad pueden predecir diferentes resultados laborales y sociales de la vida de las personas. El estudio del BID, “¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades?”<sup>207</sup>, argumenta que tanto las habilidades digitales como las que implican el trabajo con personas serán las más requeridas en los empleos de más rápido crecimiento en un futuro cercano.

Del lado del mercado laboral, observamos dos tendencias importantes: en primer término, la automatización de tareas y ocupaciones, ya señalado. En el informe “El futuro del trabajo”, de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), de 2019, se calcula que 14% de los trabajos actuales está en alto riesgo de automatización, y el 32% sufrirá una transformación radical<sup>208</sup>. En América Latina y el Caribe, esta cifra es todavía mayor, y países como Chile, Argentina, México o Uruguay tienen entre el 20% y el 30% de sus puestos de trabajo con alto riesgo de automatización. Si los robots se hacen cargo de muchas labores esenciales, más personas que nunca tendrán que cambiar de carrera y de ocupaciones a lo largo de su vida. Se estima que alrededor de 50% de las profesiones que aparecerán en los próximos años serán completamente nuevas.<sup>209</sup>

Tenemos un mercado laboral cada vez más polarizado: por un lado, abundan las ocupaciones de baja remuneración, con mano de obra poco calificada y que, en muchos casos, requieren trabajar con personas: pensemos en peluqueros, en personal doméstico, en trabajadores de la industria de la restauración, y en aquellos profesionales que se ocupan de actividades relacionadas con el cuidado de niños, adultos mayores y personas con alguna discapacidad,



por ejemplo. Por el otro, se encuentran las ocupaciones de alta remuneración y que requieren una combinación de funciones cognitivas y socioemocionales avanzadas junto con habilidades técnicas muy especializadas. Lo que está desapareciendo es justamente esa franja en el centro donde se ubicaban los trabajos que ocupaba la clase media y que progresivamente son reemplazados por máquinas.

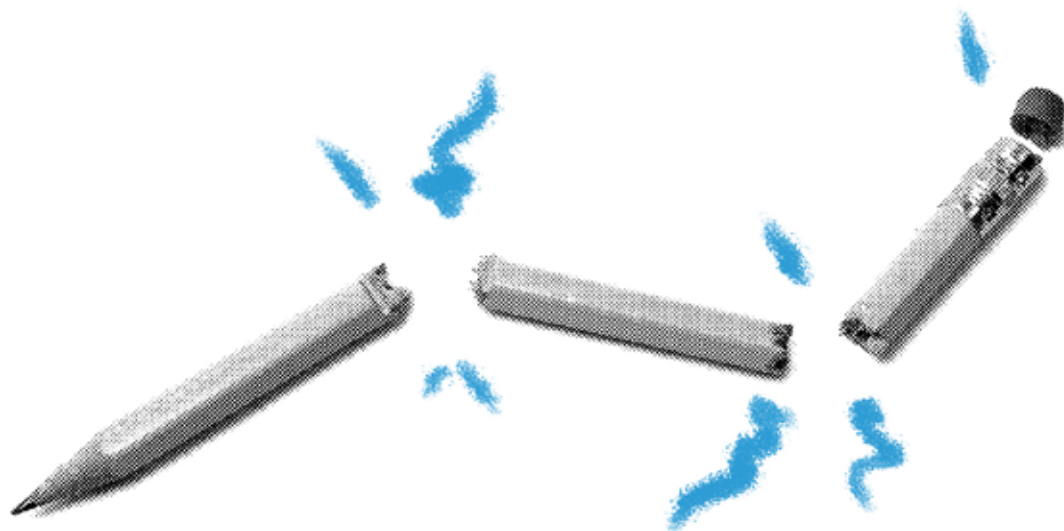
205 David J. Deming, “The growing importance of social skills in the labor market”, *The Quarterly Journal of Economics* (2017). [https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming\\_socialskills\\_qje.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming_socialskills_qje.pdf)

206 James J. Heckman y Tim D. Kautz, *Hard evidence on soft skills* (Cambridge: National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper Series, 2012). <https://www.nber.org/papers/w18121>

207 Nicole Amaral, Nick Eng, Carlos Ospino, Carmen Pagés, Graciana Rucci y Nate Williams, ¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades? Cómo utilizar los datos masivos para entender los cambios en el mercado laboral (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. División de Mercados Laborales, 2018). <https://publications.iadb.org/es/hasta-donde-pueden-llevarte-tus-habilidades-como-utilizar-los-datos-masivos-para-entender-los>

208 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD], *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo* (París: OCDE, 2019). [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5ff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5ff5a-es)

209 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD], *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo* (París: OCDE, 2019). [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5ff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5ff5a-es)



En términos de empleos, lo que realmente marca la diferencia es la educación superior. Finalizar la educación secundaria no es garantía de acceso a mejores trabajos. Los mayores salarios los reciben aquellos que completan algún ciclo de educación superior; esto se ha demostrado en estudios que tienen en cuenta variables como características socioeconómicas y demográficas.<sup>210</sup> Estas primas no son solo para aquellos que tienen títulos universitarios sino también para programas técnicos y tecnológicos de menor duración (aunque sigue existiendo una brecha de remuneración entre quienes tienen estudios técnicos y quienes acceden a la educación superior). En países como Chile o Colombia, por ejemplo, la remuneración de alguien con educación superior es en promedio tres veces mayor a la de alguien que solo tiene secundaria.<sup>211</sup>

Los altos niveles de desempleo juvenil contrastan, por tanto, con una creciente demanda por profesionales técnicos por parte del sector productivo, entre los que se encuentra la industria audiovisual. Adicionalmente, el covid-19 ha tenido un efecto devastador tanto en la educación como en el empleo de los jóvenes. Hay aquí tres temas claves: la inequidad en el acceso a los programas de educación superior, la baja calidad de los programas de educación superior (que se traduce en menor pertinencia y conexión con el mercado laboral), y la alta deserción a nivel secundario causado por la pandemia, que impedirá a la generación actual acceder eventualmente a la educación superior o técnica superior. En promedio, solo un tercio de los jóvenes en América Latina y el Caribe accede a educación superior (universitaria y técnica), con variaciones considerables entre países dentro de la región.<sup>212</sup> Solo aproximadamente 10% de los jóvenes de bajos ingresos tiene acceso a un programa de educación superior, con una variación regional enorme. Los países que ofrecen más educación superior pública (por ejemplo, Argentina) tienen una participación más alta de estudiantes de bajos ingresos.<sup>213</sup> En el Caribe, solo el 4% de estudiantes de bajos ingresos accede a estos programas. Por otro lado, frente a una notable destrucción de empleos, se crean muchos otros nuevos. La paradoja es que no tenemos las habilidades necesarias para responder a esa demanda. Si miramos un informe reciente del World Economic Forum,<sup>214</sup> hallamos que la barrera número uno para la adopción de nuevas tecnologías es la brecha de habilidades en el mercado laboral. Y esta es una constante en todos los sectores productivos, incluyendo el audiovisual.

La crisis del covid-19 ha hecho patente que si algo necesitamos ahora son más trabajadores que posean perseverancia, creatividad, empatía y flexibilidad para adaptarse y seguir aprendiendo en entornos de gran incertidumbre. Sabemos que estas habilidades siempre han sido necesarias y, precisamente por ser imperecederas, se ajustan a muchas circunstancias de vida, lo que significa que se requieren para muchos trabajos. Dominarlas es clave no solo en términos económicos, tanto individuales como colectivos, sino que incide en nuestra capacidad de innovar y prosperar, de convivir con otras culturas y relacionarnos con las experiencias de otras personas.

210 Matías Busso, Julian P. Cristia, Diana Hincapié, Julián Messina y Laura Ripani, *Learning Better: Public Policy for Skills Development* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2017). <https://publications.iadb.org/en/learning-better-public-policy-skills-development>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD], *Education at a Glance 2020* (París: OCDE, 2020). [https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020\\_69096873-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_69096873-en)

211 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD], *Education at a Glance 2019* (París: OCDE, 2019).

212 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe [IESALC], *Towards universal access to higher education. International trends* (2020). <https://www.iesalc.unesco.org/en/wp-content/uploads/2020/11/Towards-Universal-Access-to-HE-Report.pdf>

213 Elena Arias Ortiz, Iván Bormacelly, Gregory Elacqua, *Hablemos de política educativa en América Latina y el Caribe #6: Educación superior en América Latina: ¿Cómo las crisis económicas de las últimas décadas han afectado la matrícula?* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2021). <https://publications.iadb.org/es/hablemos-de-politica-educativa-en-america-latina-y-el-caribe-6-educacion-superior-en-america-latina>

214 World Economic Forum, *The future of jobs report 2020* (Ginebra: WE Forum, 2020). <https://es.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

## APRENDIENDO EN UN MUNDO DIGITALIZADO

Supongamos que nos trazamos el objetivo de dominar un software, escribir guiones para series de televisión o aprender un oficio técnico, ¿cómo encaramos un proceso que requiere aprender nuevas habilidades? Hacer el esfuerzo deliberado de aprender, estableciendo metas y autorregulándose, es parte de lo que los expertos llaman “aprender a aprender”. Y de acuerdo con un estudio<sup>215</sup>, esta habilidad es central para lograr los objetivos prioritarios de la educación según la OCDE.

Las cifras indican que, al menos en Estados Unidos, las personas permanecen un promedio de 4,2 años en un puesto laboral<sup>216</sup> y la evidencia ha demostrado que los más jóvenes valoran la experiencia en el trabajo más que la lealtad a una sola compañía. En ese contexto, el aprendizaje permanente, o *lifelong learning*,<sup>217</sup> resulta crucial: esta habilidad implica desarrollar un impulso por aprender voluntario, continuo y motivado. Ya se ha dicho que un trabajador promedio tendrá múltiples cambios laborales en su vida, por lo que esta capacidad de aprender le ayudará a navegar mejor un mercado laboral dinámico, que continuamente le presentará nuevos retos.

La cuarta revolución industrial requiere moverse también hacia una educación 4.0, que entregue a los jóvenes las herramientas que necesitan para el mundo actual. Los sistemas educativos tienen que invertir en habilidades que podamos llevar de un trabajo a otro, y que no caduquen ni se desactualicen. La educación tiene que proporcionarles a los estudiantes herramientas concretas: las que necesitan para prosperar en la vida y no se devalúan con el tiempo, sino que, al contrario, aumentan su valor y permitan adquirir otras habilidades.



En el presente se produce una gran diversificación de la oferta, acompañada de una progresiva digitalización de los servicios educativos y nuevos productos que se originan también a través de la industria del entretenimiento: lo que se conoce como *Edutainment*. Estos nuevos contenidos basados en historias, películas, o videojuegos que antes era imposible imaginar en un salón de clases se han convertido en una herramienta educativa promisoría. Como se argumenta en *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe*, el concepto de aprender jugando no es nuevo y hay bastante consenso sobre sus beneficios.<sup>218</sup>

¿Qué es lo que hace el sector privado que necesita gente que desarrolle su negocio y qué hacen los individuos que buscan oportunidades laborales? Contratar por habilidades en lugar de diplomas universitarios, y moverse hacia alternativas más cortas, más baratas y credenciales más versátiles que las titulaciones tradicionales. La formación será cada vez más modular, lo que permitirá que cada persona se construya sus propias trayectorias educativas en función de sus preferencias y necesidades. Asistimos también a un crecimiento exponencial del sector de tecnologías de la educación (EdTech),<sup>219</sup> que se ha acelerado durante la pandemia. Sin embargo, a pesar de que está experimentando un fuerte crecimiento, todavía no ha alcanzado la dimensión que se observa en otros sectores como la telemedicina.<sup>220</sup> Y la crisis del covid-19 ha puesto este retraso de manifiesto con más fuerza.

215 Héctor Ruiz Martín, *Habilidades para la vida: aprender a aprender* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020). <https://publications.iadb.org/es/habilidades-para-la-vida-aprender-aprender>

216 U.S. Bureau of Labor Statistics, “Employee tenure summary”, *Economic news release* (22 de septiembre de 2020). <https://www.bls.gov/news.release/tenure.nr0.htm>

217 Emile Irwin, Joe Pickerill y Brendan Desetti, *Skills for life: lifelong learning* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020). <https://publications.iadb.org/en/skills-for-life-lifelong-learning>

218 Alejandra Luzardo, Belisario de Azevedo, Mercedes Mateo Díaz, Laura Becerra, Gerardo Funes, Martina Santoro, Phillip Penix-Tadsen y Juan Pablo Pison, *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019), 195. [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los\\_videojuegos\\_no\\_son\\_un\\_juego\\_Los\\_desconocidos\\_%C3%A9xitos\\_de\\_los\\_estudios\\_de\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_y\\_el\\_Caribe.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_videojuegos_no_son_un_juego_Los_desconocidos_%C3%A9xitos_de_los_estudios_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf)

219 EdTech Digest, “Growth of EdTech through 2025” (13 de noviembre de 2020). <https://www.edtechdigest.com/2020/11/13/growth-of-edtech-through-2025/>

220 Yyannu Cruz Aguayo; Celeste de Marco; Mercedes Mateo Díaz; Ricardo Enrique Paz Cuevas; Fernando Peirano; Cecilia Sleiman, *Transformación digital en salud y educación. El presente y futuro del trabajo social en América Latina* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], INTAL, 2021).

## ¿CUÁL ES LA TAREA DE LOS SISTEMAS EDUCATIVOS?

América Latina tiene una de las tasas de deserción escolar más altas del mundo, no solo por razones económicas, sino también por desinterés y motivación.<sup>221</sup> El cambio de rumbo se perfila urgente. Para hacer esta transformación se requiere:

- i. **Invertir en habilidades no perecederas y que se puedan transferir de una ocupación a otra.** La educación tiene que proporcionarles a los estudiantes herramientas concretas que sean útiles para prosperar en la vida y que no se devalúen con el tiempo, y por el contrario, que incluso aumenten su valor y les permitan adquirir otras habilidades.
- ii. **En el futuro predominará la educación híbrida.** Más allá de la simple combinación entre presencial y online, los modelos híbridos implican un uso más efectivo de las posibilidades de aprendizaje que ofrecen las herramientas digitales en el aula. Implican combinar la oferta tradicional y no tradicional para la formación, que haga un mejor aprovechamiento de la creciente oferta de servicios emergentes en el sector EdTech, por ejemplo, para personalizar el aprendizaje; significan flexibilizar las trayectorias para reconectar con los estudiantes que desertaron durante la pandemia y con todos aquellos que abandonaron sus programas de formación en los últimos años; y también por modelos híbridos entendemos identificación y apertura a nuevas alternativas de formación.
- iii. **Se prevé un *unbundling* progresivo de la educación.** Hasta ahora la educación era prácticamente un bloque y las trayectorias educativas estaban bastante prefijadas. Las iniciativas privadas se están concentrando en los procesos específicos de esa cadena: digitalización de contenidos, adaptación y personalización de aprendizajes, certificación y acreditación de competencias, entre otros. Es ahí donde se produce una clara disrupción. Como los procesos al final son interdependientes, cuando se genera un cambio en uno de estos, se generan cambios en cadena que afectan a todos los demás. Es decir, cuando se empiezan a establecer herramientas de certificación de competencias, viene la necesidad de crear contenidos que desarrollen esas competencias. Otro ejemplo de este proceso es la transición de diplomas a certificados. Los diplomas se utilizaban tradicionalmente para acreditar la posesión de un conjunto de conocimientos y competencias: el problema es que no se puede descomponer en partes, y además ni siquiera sabemos cómo se obtuvieron; adicionalmente, el empleador tampoco podría hacer una lectura de ese diploma, es decir, si el solicitante en efecto sabe o no sabe hacer lo que el papel dice. Es por eso que ahora se ha evolucionado a una lógica de acreditación de competencias específicas.
- iv. **Habrá un crecimiento exponencial del sector de tecnologías de la educación (EdTech).** La oferta es cada vez más diversa, y trae consigo una progresiva digitalización de los servicios educativos. Según un estudio de la consultora Holon IQ,<sup>222</sup> la educación a escala global es una industria de más de seis billones de dólares (se calcula que crezca hasta los diez billones para 2030). Sin embargo, la inversión digital es de menos del 3%, muy por debajo de la inversión en otros sectores como salud. En otras palabras, el sector está muy disminuido para la magnitud de los desafíos que debe enfrentar.
- v. **Habrá cambios en la demanda.** Se esperan cambios sustanciales en el comportamiento de los “consumidores” de educación y formación. Tanto la oferta como la demanda se sofistican, y esto quiere decir estudiantes más exigentes, que pedirán resultados concretos para su inversión, en términos de trabajo e ingreso, y en docentes, que dispondrán de mayor apertura y flexibilidad a la hora de impartir sus clases y requerirán, por ejemplo, más formación en habilidades digitales.
- vi. **Conectar a los estudiantes con empleos es clave.** Las oportunidades educativas conducen a las oportunidades económicas. Lo que un estudiante aprende no se define por una calificación final, sino por su habilidad para conseguir un buen empleo, emprender un negocio exitoso o tener una vida próspera.
- vii. **Fortalecer el ecosistema a través de alianzas con el sector privado.** Nunca es buena idea aislarse: los sistemas educativos tienen que aprender de lo que ocurre en todo el ecosistema, y generar alianzas con el sector privado y la sociedad civil para transformar la educación.

221 Mercedes Mateo Díaz y Graciana Rucci (editoras), *El futuro del trabajo ya está aquí. Habilidades transversales en América Latina y el Caribe en el siglo XXI* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019). <https://publications.iadb.org/en/future-now-transversal-skills-latin-america-and-caribbean-21st-century>

222 Holon IQ, “10 charts to explain the global education technology market” (25 de enero de 2021). <https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/?fbclid=IwAR24k8DE3DKxI8EyKtvXnGfeeBKNrW9BBmOo47F9sMbuwKX9xqVnirCIEuw>



## CUESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y DEL ECOSISTEMA

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) está desarrollando la plataforma de certificación de habilidades CLIC, detrás de la cual trabaja un equipo multidisciplinario de expertos de dentro y fuera de la organización, compuesto por ingenieros de sistemas, neurocientíficos, psicólogos cognitivos, economistas y expertos en innovación y economía de plataforma. El objetivo es que CLIC ayude a los jóvenes de toda la región a validar y certificar las habilidades transversales que necesitan adquirir, independientemente del sector, trabajo u ocupación que tengan. Estamos hablando de habilidades digitales, trabajo en equipo y colaboración, pensamiento crítico y creatividad. CLIC también ayuda a los usuarios a demostrar esas habilidades en el mercado laboral por medio de insignias, portafolios digitales y currículos vitales. A través de CLIC los usuarios también pueden construir una red regional de pares y mentores, porque la red de contactos es clave para tener una vida profesional exitosa.

Se trata de una iniciativa innovadora porque descompone en piezas el proceso de producción de la educación y la formación, y toma una de esas partes: la emisión de credenciales. En esa juntura se encuentra una necesidad sin resolver. La propuesta no solo es nueva, sino relevante: ayuda a los jóvenes a conectar con oportunidades económicas, poniendo en valor sus habilidades. Y además la innovación es disruptiva: si ponemos en valor las habilidades frente a las titulaciones tradicionales y diplomas, cambiamos la lógica con la que se mueve el sistema educativo y lo acercamos a la lógica del mercado de contrataciones o laboral. Por último, se abren posibilidades nuevas a los jóvenes de bajos ingresos para que accedan a mejores trabajos, aunque no puedan pagarse universidades costosas, siempre y cuando tengan las competencias.

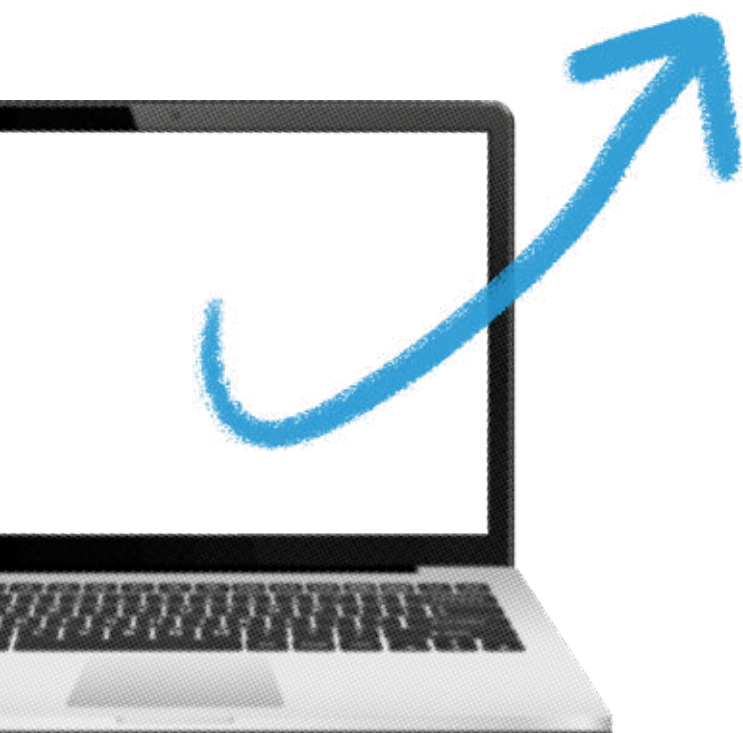
Ni la obsolescencia de las habilidades técnicas específicas ni la desconexión entre la educación y las necesidades del mercado laboral son específicas a las industrias culturales y creativas o al sector audiovisual.

La región sufre una dramática escasez de habilidades, con brechas entre la demanda y la oferta, que se amplía a medida que la industria se diversifica, innova y se acerca a las necesidades del mercado global. Esta tendencia no se debe solo a la velocidad con la que el mercado se está transformando y adaptando a los cambios tecnológicos, sino a las dificultades que los sistemas formales de educación y formación tienen para responder los nuevos requerimientos. La buena noticia es que la oferta de programas de educación superior no solo se ha expandido, sino que se ha diversificado, ampliándose a educación técnico vocacional, que hoy en día constituye por ejemplo alrededor del 35% de la matrícula en Colombia, Perú y el 45% en Chile.<sup>223</sup> Sin embargo, en términos culturales, persiste una preferencia por la educación universitaria por parte de los estudiantes y sus familias versus el técnico vocacional.

Ahora más que nunca la industria tiene que ser parte integral tanto del diseño de las políticas educativas y de formación como de las soluciones. Y tiene que ser además corresponsable de las mismas, es decir, contribuir a su financiación y sostenimiento. La industria es la que puede identificar dónde están las brechas de habilidades y determinar si los programas de formación son relevantes y efectivos, y cómo deberían adaptarse; ella es la que puede ofrecer oportunidades para poner en acción esas competencias a través de prácticas y sistemas de formación dual (como los de aprendices). Pero, igualmente, es la que tiene que ofrecer oportunidades de formación continua y desarrollo a sus empleados, a través de programas de *upskilling* y *reskilling*.

De modo adicional, la industria no solo es consumidora de talento, sino que también contribuye a ampliar y diversificar la oferta de servicios educativos y de formación. El mercado se mueve hacia una progresiva democratización de la calidad, que puede convertirse en una oportunidad para lograr una mayor equidad. Por eso es necesario apoyar proyectos e iniciativas que co-creen alternativas educativas y de formación con el sector privado. Los nuevos actores educativos pueden no solo contribuir a cerrar la brecha de habilidades, sino la de acceso a una enseñanza que sea relevante y de calidad.

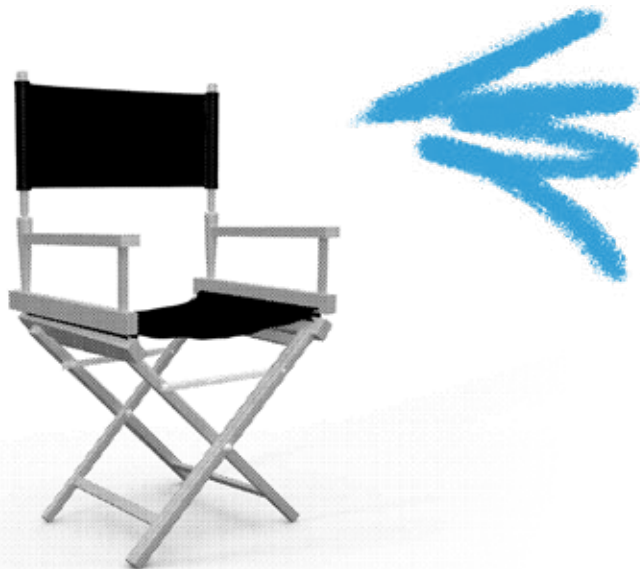
Asistimos a una progresiva segmentación y diversificación de la oferta de servicios educativos y de formación, que viene acompañada de una reducción de costos en dinero y tiempo: para los jóvenes y familias de bajos ingresos, estas dos dimensiones son vitales. Los títulos universitarios están fuera del alcance de muchos. Cuando un joven tiene que aportar ingreso lo antes posible al hogar, es poco probable que estudie para obtener un diploma después de cinco años.



223 María Paola Sevilla B., *Panorama de la educación técnica profesional en América Latina y el Caribe*, Serie Políticas Sociales N° 222 (Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2017). <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1723>

**NO SE PUEDE INNOVAR, DESARROLLAR NUEVAS INDUSTRIAS Y COMPETIR EN LA ECONOMÍA GLOBAL CUANDO MÁS DE LA MITAD DE LA POBLACIÓN NO HA TERMINADO LA EDUCACIÓN SECUNDARIA.**





Ante esta realidad, los programas de apoyo financiero y subsidios a estudiantes de bajos ingresos cobran especial relevancia. Vincular estos apoyos a programas de desarrollo de habilidades o construir alianzas entre los sistemas educativos y la industria es algo que ya ocurre con cierta fuerza en países como Brasil, donde el Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial (SENAI) y el Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial (SENAC) ofrecen dos importantes modelos de educación asequible y orientada al desarrollo de conocimientos técnicos.

Dentro del sector audiovisual, las habilidades del siglo XXI serán críticas tanto para las carreras u oficios *above the line* (talento creativo), como para los que están *below the line*. La creatividad, por ejemplo, es una habilidad fundamental en el guionista o director; las habilidades digitales son claves para el ingeniero de sonido; las socioemocionales lo son para el maquillador o las de gestión para el *showrunner*. Son todas habilidades de este siglo.

Las nuevas industrias no pueden desarrollarse si no existe el talento que las acompañe, lo que implica una visión y una política de Estado que trascienda gobiernos, y una inversión sostenida tanto pública como privada. Además, implica hacer análisis de brechas de las habilidades que el desarrollo de esa industria requiere.

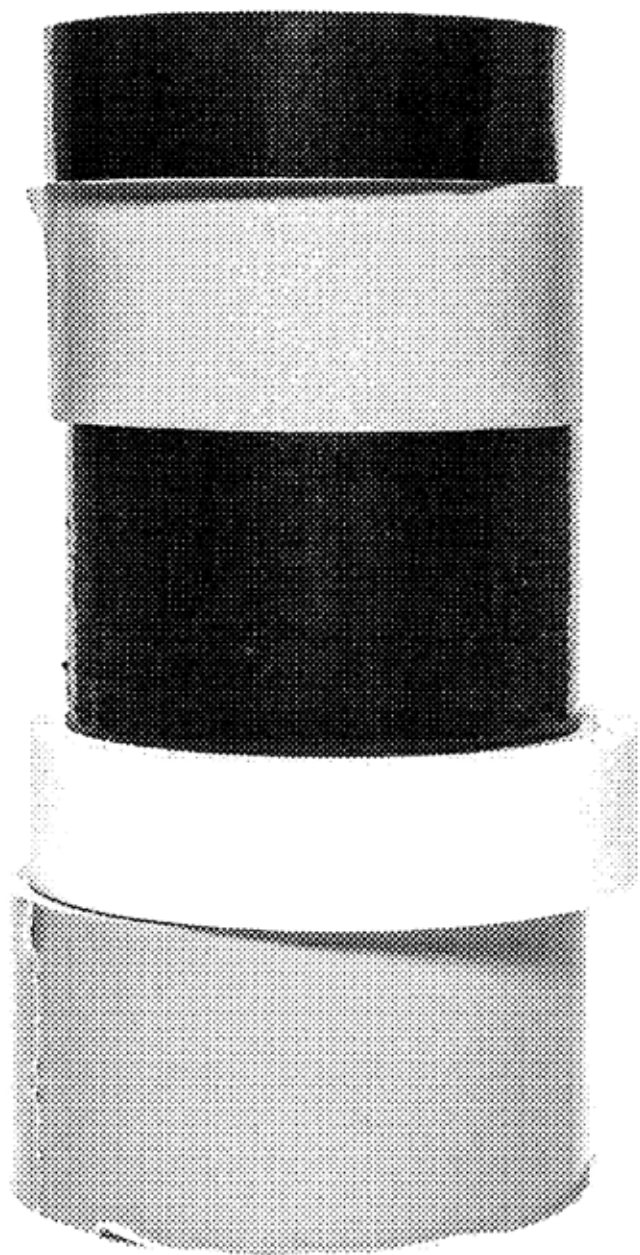
En el caso específico de las industrias culturales y creativas, su expansión empieza por visibilizar el valor social y económico que esas carreras tienen para los jóvenes y sus familias. E igual es imprescindible visibilizar esos oficios para que los jóvenes sepan que existen, que tienen alta demanda y recorrido laboral, y los elijan cuando decidan sus trayectorias de formación. Además de este trabajo de cambio cultural y del *mindset*, hay que desarrollar una oferta concreta y efectiva de los servicios de educación. Para gobiernos y *stakeholders*, es importante apoyar programas que contribuyan a resolver estos problemas de empleabilidad y formación en los jóvenes.

**La industria del audiovisual es parte de una apuesta por un desarrollo inteligente, y las habilidades que requiere lo son también. No se puede innovar, desarrollar nuevas industrias y competir en la economía global cuando más de la mitad de la población no ha terminado la educación secundaria. Las políticas y acciones conjuntas del sector público y privado tienen que enfocarse no solo en los jóvenes que ya forman parte de la fuerza laboral, sino en aquellos que van a llegar.**

Con la cuarta revolución industrial, hay muchos espacios de participación económica que se están abriendo y que tenemos que aprovechar para acelerar la recuperación pospandemia, modernizar las economías y extender las oportunidades sociales. Para ello, a través de la Visión 2025 del BID,<sup>224</sup> trabajamos por el fortalecimiento de las cadenas de valor regionales y la aceleración de la digitalización. Acercamos la producción a los mercados de consumo a través de una estrategia activa de *nearshoring*; abrimos nuevas avenidas y fortalecemos sectores no tradicionales como la industria verde y revitalizamos la gran contribución que se puede hacer en el sector cultural y creativo. Pero esto pasa no solo por apoyar a las empresas privadas a realizar cambios estratégicos. Para esto necesitamos también y sobre todo talento.

No es labor de unos cuantos ni tampoco que pertenezca a una sola esfera. Tiene que ser un esfuerzo que nos concierna a todos y todas. La creatividad, que es la habilidad de encontrar nuevas maneras de pensar y resolver problemas, es la que ha llevado a nuestra industria audiovisual lejos: es momento de flexibilizarla, buscar maneras de transferirla, y aplicarla de modo práctico para generar un ecosistema cada vez más saludable, donde las oportunidades sean más accesibles para la mayoría. Si la gente necesita la formación, pero no necesariamente un título universitario para acceder a trabajos de mayor calidad y mejor remunerados, no solo son buenas noticias para un mercado que requiere con urgencia más talento cualificado, sino además para mejorar las oportunidades económicas de millones de individuos.

224 Banco Interamericano de Desarrollo [BID], Corporación Interamericana de Inversiones, *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: una década de oportunidades* (2021). <http://www.iadb.org/document.cfm?id=EZSHARE-328957462-89>



### DE LO ARTÍSTICO A LO TÉCNICO: ABOVE THE LINE Y BELOW THE LINE

Como cualquier sector que crece de manera acelerada, las necesidades de la industria audiovisual en América Latina y el Caribe cambian radicalmente, en parte debido a la rápida transformación de sus procesos. Antes de disfrutarlo en la pantalla, el proyecto audiovisual atraviesa cuatro grandes fases: el desarrollo, la preproducción, la producción (etapa del rodaje) y la posproducción. En los últimos años, el auge de la animación, los efectos visuales, los efectos especiales y la producción virtual, y su creciente incorporación al *pipeline* audiovisual, apuntan a que la importancia de formarse en el manejo de nuevas tecnologías y procesos va en aumento. Acompañar la reconversión y actualización laboral y tecnológica es parte crucial de la reactivación de las industrias culturales y creativas, según una reciente investigación del Banco Interamericano de Desarrollo.<sup>225</sup>

En el sector audiovisual, existe talento *above the line* y *below the line*: el primero se refiere a los cuadros artísticos –principalmente los relacionados con dirección, actuación, guion y cinematografía– y el segundo alude a cuadros técnicos que incluyen numerosos puestos relacionados con sonido, maquillaje, dirección de arte, animación, posproducción, construcción, supervisión de guion, entre otros. En la encuesta hecha a productores audiovisuales, comisionada para este libro, y realizada por la consultora independiente Olsberg SPI, 58% de los entrevistados consideró que en América Latina y el Caribe no tenemos suficientes cuadros técnicos. Muchos también sostuvieron que el nivel de capacitación de los cuadros existentes es insuficiente, por lo que hay consenso en que necesitamos seguir formando y actualizando las capacidades. Es urgente actualizar habilidades para que estas cumplan con los estándares globales homologados de calidad, que con frecuencia son vistos como más “exigentes”.

225 Ver *Evaluación del impacto del covid-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI* (en prensa) disponible en <https://es.unesco.org/fieldoffice/montevideo/ImpactoCovidCultura>

# DE LO ARTÍSTICO A LO TÉCNICO: *ABOVE THE LINE Y BELOW THE LINE*

## **TALENTO ABOVE THE LINE**

### **Cuadros artísticos**

Se relacionan con el desarrollo creativo de la producción.

Director(a)  
 Productor(a) ejecutivo(a)  
 Productor(a)  
 Showrunner (en TV)  
 Guionista  
 Director(a) de casting  
 Reparto principal  
 Director(a) de fotografía (si se trata de un nombre reconocido)

## **TALENTO BELOW THE LINE**

### **Cuadros técnicos**

Se encargan de las labores cotidianas de preproducción, producción y posproducción.

### **Dirección**

Continuista/Secretario(a) de rodaje (guion)  
 Primer(a) ayudante de dirección  
 Segundo(a) ayudante de dirección

### **Oficina de producción**

Delegado(a) de producción  
 Secretario(a) de producción  
 Contable de producción  
 Coordinador(a) de producción  
 Jefe(a) de la unidad de producción  
 Coordinador(a) de recursos humanos  
 Gerente de seguridad informática

### **Dirección de arte y producción**

Diseñador(a) de producción  
 Director(a) de fotografía  
 Director(a) de arte  
 Coordinador(a) del Departamento de arte  
 Escenógrafo(a)/Decorador(a)  
 Paisajista

### **Posproducción**

Editor(a)  
 Animador(a)  
 Efectos visuales (VFX)  
 Mezclador(a) de sonido  
 Editor(a) de sonido  
 Ingeniero(a) de grabación musical



# DE LO ARTÍSTICO A LO TÉCNICO: ABOVE THE LINE Y BELOW THE LINE

## TALENTO *BELOW THE LINE*

### Cuadros técnicos

Se encargan de las labores cotidianas de preproducción, producción y posproducción.

### Equipo de cámara /maquinistas/ eléctricos

Director(a) de fotografía  
Camarógrafo(a)  
Foquista  
Operador(a) de Steadicam  
Operador(a) de cámara aérea  
Iluminista (Gaffer)  
Técnico(a) de sonido  
Maquinista (Grips)  
Eléctrico(a)

### Vestuario

Diseñador(a) de vestuario  
Comprador(a) de vestuario  
Supervisor(a) de vestuario  
Sastre

### Maquillaje y estilismo

Maquillista  
Maquillista de efectos especiales  
Estilista  
Estilista de efectos especiales

### Dobles de acción y efectos especiales

Coordinador(a) de dobles de acción  
Supervisor(a) de efectos especiales

### Construcción

Director(a) de construcción  
Yesista  
Carpintero(a)  
Pintor(a)

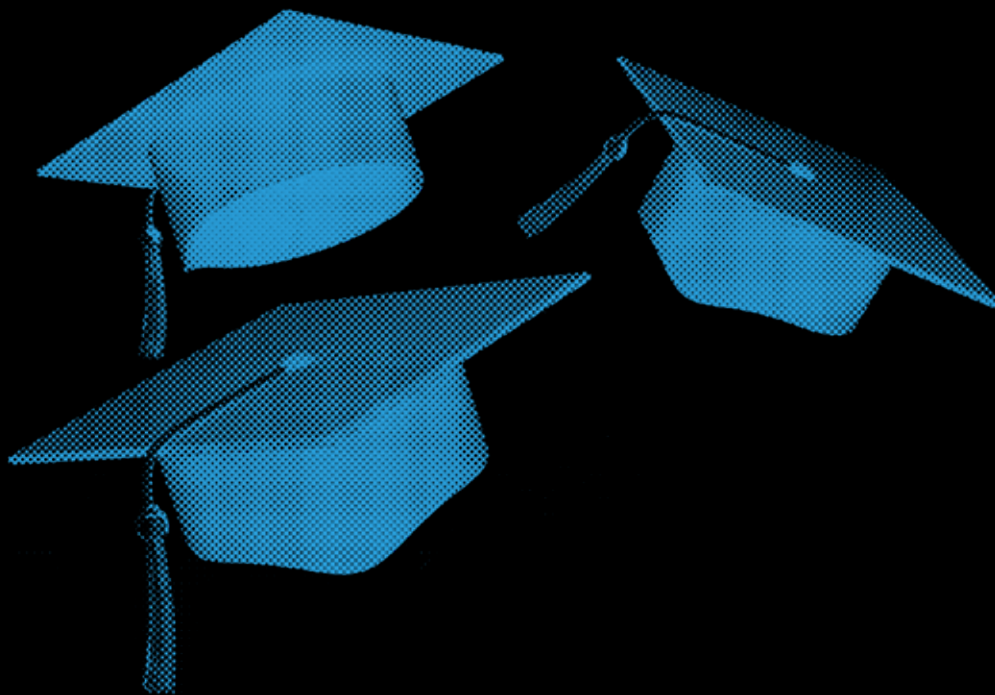
### Salud y seguridad

Supervisor(a) de seguridad  
Jefe(a) de seguridad de covid

### Locaciones / Unidad / Transporte

Director(a) de locaciones  
Catering  
Scout de locaciones





Los distintos momentos del *pipeline* de producción ofrecen diversas oportunidades para el desarrollo y la actualización de habilidades. El sector audiovisual es un buen rubro para que los trabajadores con experiencia en otros sectores técnicos adapten sus conocimientos a un proyecto de cine, streaming o televisión. Este proceso, conocido como *upskilling*, consiste, por ejemplo, en capacitar a un maquillista para convertirlo en maquillista de efectos visuales, o a un ingeniero en audio especializado en conciertos para que se ocupe en la edición de sonido de un largometraje. En otras palabras, se construye sobre los conocimientos ya existentes para desarrollar nuevas habilidades propias de una industria que las demanda.

Una de las necesidades más citadas por los expertos de la región son los guionistas. Esta habilidad no es muy complicada de hallar, pero muchos sí han expresado que nuestras convenciones del guion no están en sintonía con las formas narrativas de los contenidos contemporáneos.

Los entrevistados han insistido en la importancia de amplificar las voces e incluir en espacios de creación a grupos históricamente excluidos –por ejemplo, mujeres, pueblos originarios, comunidad afrodescendiente y personas con discapacidad–, por lo que es clave abrir programas de formación, becas, *bootcamps* y residencias artísticas para ampliar la diversidad.

Como se podrá apreciar en las siguientes páginas, en nuestra región hay una amplia gama de programas y buenas prácticas que han sido instituidos en las últimas décadas por el sector privado y público; sin embargo, debido a la veloz evolución de la industria, es esencial seguir innovando y desarrollando formas estructuradas de inserción laboral en las que empresas y sector educativo junten fuerzas. Un área en la que esto puede tener réditos es en aquellos espacios de educación técnica que ya existen. Reactivar la educación técnica puede ser una situación muy favorable (ganar-ganar), pues de acuerdo con la Organización de

Estados Iberoamericanos, “la pandemia ha generalizado un confinamiento y desescolarización con efectos graves, con un impacto negativo que ha afectado a todos los niveles educativos por igual y, de manera particular, a la educación técnica porque exige un alto grado de presencialidad”.<sup>226</sup>

América Latina y el Caribe necesita seguir estudiando y conociendo el sector audiovisual para identificar las brechas de capacitación, las que pueden variar de una nación a otra. Llevar a cabo más investigaciones y estudios podría ser un primer paso de gran valor para entender mejor las deficiencias del sector a nivel de países, provincias o incluso ciudades.

Otros temas que resultan importantes incluyen la escisión entre escuela e industria, la democratización del acceso a los puestos ejecutivos o las tensiones entre la visión artística de los cineastas y las necesidades comerciales de una industria. La importancia de mejorar el nivel de inglés del personal técnico en los países no anglófonos de la región es otro tema ampliamente mencionado en las conversaciones del sector. Muchos de los entrevistados coinciden además en la urgencia de instruirse en temas legales y mejorar sus procesos de trabajo, adaptándolos a los estándares de la industria.

Por último, la precariedad laboral y el difícil acceso a los sistemas de seguridad social son puntos de gran urgencia en la absoluta mayoría de los ecosistemas audiovisuales y suponen una discusión por atenderse pues garantizar el acceso a la salud y a un retiro digno a quienes trabajan en el sector de las industrias culturales y creativas es una asignatura que sigue pendiente aquí.

226 Natalia Armijos, comunicación personal (5 de abril de 2021).

# ¿CUÁLES SON LAS GRANDES NECESIDADES Y RETOS QUE ENFRENTAN LOS PRODUCTORES AUDIOVISUALES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

## UNA ENCUESTA CON EL SECTOR

Esta encuesta, diseñada y difundida por la consultora internacional enfocada en industrias creativas Olsberg SPI, fue contestada por productores en 22 de los 26 países en los que opera el BID a lo largo de América Latina y el Caribe. Este universo refleja en buena medida la distribución de la industria audiovisual en la región.

- La encuesta recibió un total de 417 respuestas válidas, todas anónimas.
- **85% provinieron de América Latina continental y 15%, de las islas del Caribe.**
- Las asociaciones de productores, comisiones fílmicas y otras redes profesionales del sector fueron claves para que la encuesta llegara a los actores fundamentales.



**85%**  
América Latina

**15%**  
Islas del Caribe





La encuesta estuvo disponible para ser contestada del 23 de febrero al 22 de marzo de 2021. Es importante señalar que esto ocurrió durante un periodo de alta incidencia de covid-19, y que esto habrá afectado de manera directa la movilidad y perspectivas de los productores, sobre todo en lo referente a los puestos que tendrán mayor demanda en el presente inmediato (por ejemplo: jefe de seguridad de covid).

**Los cinco países de los que obtuvimos más respuestas fueron** (% del total de respuestas):



**BRASIL**  
**16%**

**ARGENTINA**  
**10%**

**MÉXICO**  
**10%**



**COLOMBIA**  
**10%**

**URUGUAY**  
**9%**

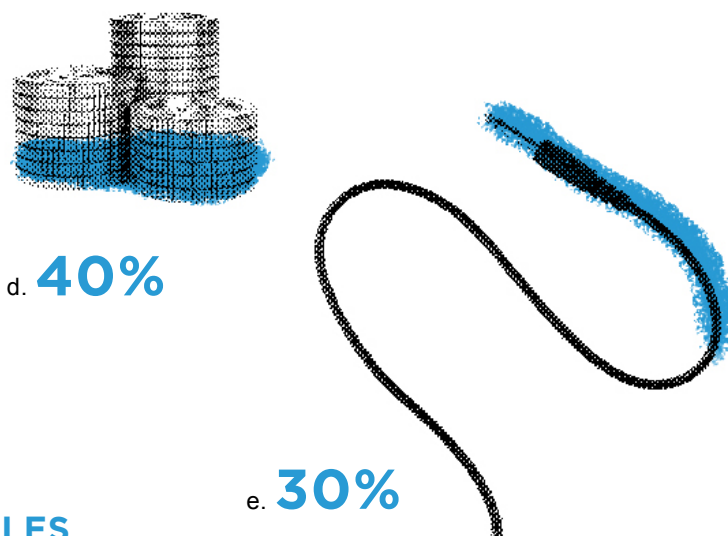
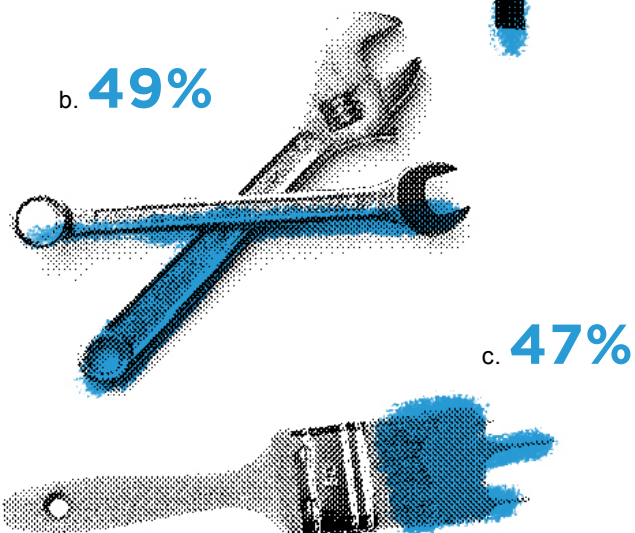
## 1. ¿QUÉ RETOS ENFRENTA LA FUERZA DE TRABAJO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

La ausencia de cursos y opciones de capacitación adecuados dentro de la oferta de las instituciones educativas, y la desconexión entre los planes de estudio y la demanda del mercado, fueron vistos como los principales retos a los que se enfrenta la fuerza laboral de producción audiovisual en América Latina y el Caribe.

Los cinco principales retos asociados al desarrollo de la fuerza laboral audiovisual en los países fueron:

- Ausencia de cursos/capacitación adecuada dentro de la oferta educativa de las instituciones de los países (68%).** La vasta mayoría (83% de 348 respuestas) contratan a egresados de las escuelas de cine para las producciones. Esto nos indica que las empresas productoras deben encargarse de capacitar sobre la marcha para que los recién graduados estén a la altura de lo que las producciones exigen, ya que los currículos de las universidades e institutos de formación presentan una desconexión con la demanda de la industria audiovisual.
- Bajo número de trabajadores *below the line* con las habilidades requeridas (49%)**
- Ausencia de regulaciones o políticas públicas capaces de atraer talento extranjero (47%)**
- Socialmente, percepción negativa de salarios bajos (40%)
- Estereotipos negativos asociados con el sector audiovisual (30%)

Otros retos mencionados incluyen la falta de acceso a las fuentes de financiamiento e inversión para proyectos creativos, así como ausencia de regulaciones y derechos laborales para trabajadores *below the line*.



**“HAY MUCHOS PROFESIONALES CALIFICADOS EN BRASIL, PERO CIERTAMENTE PODRÍAN MEJORAR SI HUBIERA CURSOS ESPECÍFICOS PARA *BELOW THE LINE*”.**

## 2. ¿DÓNDE OPERAN LOS PRODUCTORES?

La gran mayoría de los productores encuestados trabaja en el mismo país donde tienen su base operativa.

- a. La gran mayoría de los productores (82%, n= 417) produce entre 75% y 100% de su trabajo en el país donde tiene su sede.
- b. Solo 7,5% reportó llevar a cabo menos del 50% de su trabajo en el país donde tiene su sede.



**82%**

produce entre 75% y 100% de su trabajo en el país donde tiene su sede.

**7,5%**

Reportó llevar a cabo menos del 50% de su trabajo en el país donde tiene su sede.

Esto nos sugiere que el trabajo de los productores en América Latina está poco “internacionalizado”. Sin embargo, que los productores trabajen principalmente en sus países podría hacer más sencilla la capacitación presencial.

### 3. ¿DE QUÉ TAMAÑO SUELEN SER LAS COMPAÑÍAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN NUESTRA REGIÓN?

Alrededor de la mitad de los productores encuestados trabaja o es socio de pequeñas empresas productoras con cinco o menos empleados *below the line* de tiempo completo. Cuando emprenden una producción, las empresas suelen ampliar sus filas mediante la contratación de estos cuadros en modalidades medio tiempo y freelance.

- a. El tamaño más usual de una empresa de producción es **de de dos a cinco empleados *below the line* de tiempo completo equivalente** (51% de las respuestas, n=409)
- Solo 13% de los encuestados tiene contratados a más de 11 profesionales *below the line* de tiempo completo equivalente.
  - 96% de las empresas productoras contratan profesionales *below the line* de medio tiempo o freelance para sus producciones. Solo 4% no contrata profesionales *below the line* independientes o a tiempo parcial durante las producciones.
  - Aproximadamente la mitad de los encuestados (48% n=417) ha formado parte de producciones que emplean a más de 11 profesionales *below the line* de medio tiempo o freelance.

b. Sobre el nivel de experiencia

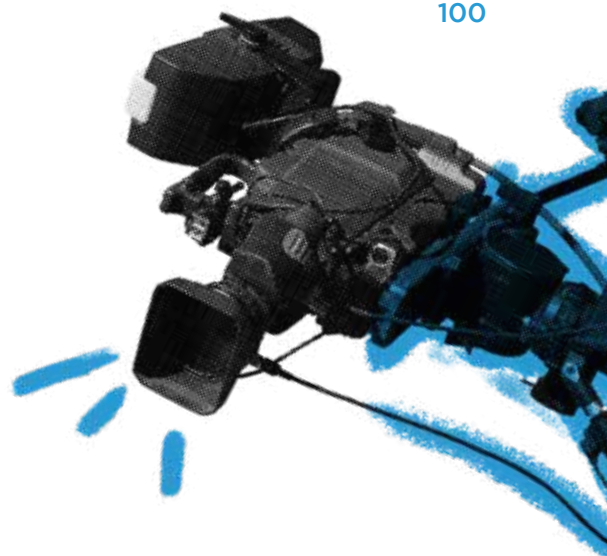
- El nivel de experiencia de los encuestados resultó en lo general bastante alto: **70%** había participado en más de 11 producciones.
- Y **30%** había participado en 1-10 producciones.

“Creo que los fondos e incentivos deberían apoyar a las productoras más pequeñas para que puedan desarrollarse e incentivar a la federalización de la industria”.

**51%**

empresas de producción tienen de 2 a 5 empleados

“Podría decirse que la mayoría de la producción se reduce a tres productoras grandes con una dinámica laboral endogámica. Entonces no es un problema de escasez de profesionales, sino un problema de falta de práctica: al no poder acceder al sector, muchos profesionales terminan realizando otro tipo de actividad laboral”.





a. **83%**

#### 4. ¿DÓNDE SE RECLUTA A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL?

La encuesta señala que las escuelas de cine son el sitio predilecto del que suelen reclutarse profesionales para producciones audiovisuales. Los programas de pasantías o de colocación son menos frecuentes para este fin. En tanto que 68% de los encuestados señaló que los cursos y capacitaciones que se ofrecen en sus países son inadecuados, se podría inferir que aún hay margen para alinear la oferta educativa con las necesidades de la industria.

- a. La gran mayoría de los encuestados (83%, 348 n.) dijo emplear graduados de las escuelas de cine en sus producciones.
- b. La mitad (47%) de las producciones cuenta con un programa de pasantías o de colocación. Datos de la encuesta a nivel país indican que en Uruguay y en particular en la Argentina, la oferta de programas de pasantía es más baja que en el resto de la región –cuatro de cada cinco argentinos que respondieron la encuesta (81%) dijeron no tener un programa de pasantías en sus producciones.

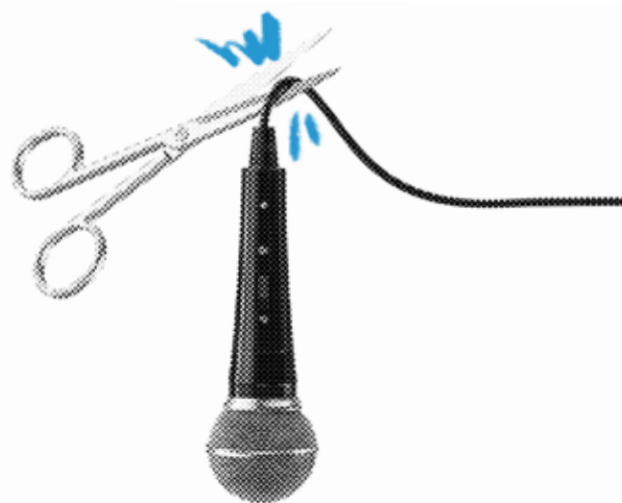
b. **47%**

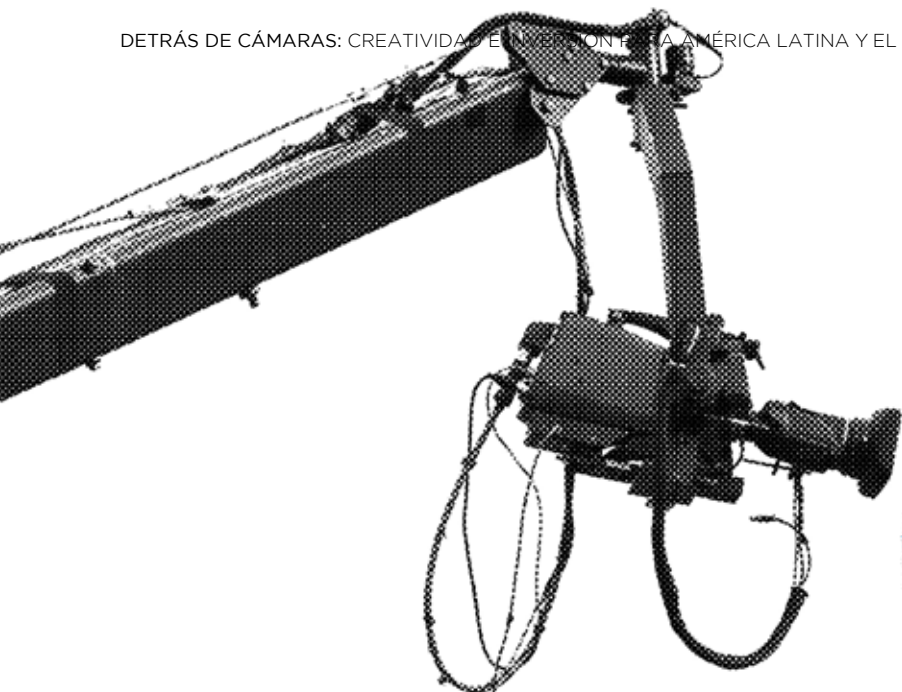
#### 5. EL TALENTO EXISTE, ¿PERO TENEMOS LAS HABILIDADES TÉCNICAS?

Más de la mitad de los encuestados (58%) coincidió en que hay una escasez de profesionales técnicos *below the line* en sus países.

No obstante, incluso algunos de quienes manifestaron que no hay escasez de estos profesionales, dijeron que es necesario actualizar los conocimientos de los cuadros ya existentes.

**“Hay una tendencia a menospreciar las áreas técnicas, todos quieren ser directores”.**





### 5.1 ¿QUÉ PERFILES SON ESCASOS EN EL SECTOR AUDIOVISUAL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

*La encuesta se enfocó en 50 puestos técnicos en 12 departamentos, incluyendo: Cámara / Grip / Eléctrico(a); Diseño de arte y producción; Delegado(a) de producción; Posproducción; Efectos especiales y acrobacias; Estilismo y maquillaje; Construcción; Salud y seguridad; Vestuario; Locaciones / transporte; Dirección y dirección artística; y Escritura y guion.*

Actualmente, los puestos que involucran la coordinación de acrobacias profesionales (*stunts*) y efectos especiales son los que tienen mayor demanda en la región en términos absolutos. Contrario a los efectos visuales, que forman parte de la posproducción audiovisual, los efectos especiales ocurren físicamente durante el rodaje y pueden incluir una explosión controlada, la volcadura de un auto o la construcción de una maqueta de piezas que colapsan para simular edificios que se derrumban. Combinan arte, ingeniería y creatividad, y procuran soluciones creativas a las necesidades de espectacularidad del rodaje. El coordinador de *stunts*, por su parte, es quien supervisa y planifica las acrobacias dentro de un rodaje, muchas de ellas con cierto grado de peligro.

La demanda de servicios relacionados con efectos especiales es una tendencia que se halla en industrias maduras en otras partes del mundo, y probablemente sea reflejo de la creciente demanda de las empresas de streaming, que exigen contenidos de mayor sofisticación en los que efectos especiales y visuales juegan un peso mayor.

El diseñador de producción, que aparece en el tercer lugar de los puestos con mayor demanda en la región —aunque es el puesto con mayor demanda presente en los mercados maduros de Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia—, juega un papel central en la ambientación de una película. “En calidad de cabeza del departamento de arte, el diseñador de producción se encarga de que cada locación del rodaje esté impecablemente preparada y alineada con la visión de la película”.<sup>227</sup> En otras palabras, es el responsable de conceptualizar la estética de una película o serie.



227 New York Film Academy, “What Does a Production Designer Do?” (25 de febrero de 2017). <https://www.nyfa.edu/student-resources/what-does-a-production-designer-do/>

# TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE **HACIA 2024**

**60%**

Diseñador(a) de producción



**51%**

Coordinador(a) de dobles de acción (*stunts*)



**53%**

Supervisor(a) de efectos especiales



**46%**

Continuista (guion)



**44%**

Jefe(a) de seguridad de covid



**42%**

Director(a) de construcción



**51%**

VFX



**36%**

Operador(a) de steadicam



**41%**

Maquillista de efectos especiales



**42%**

Paisajista



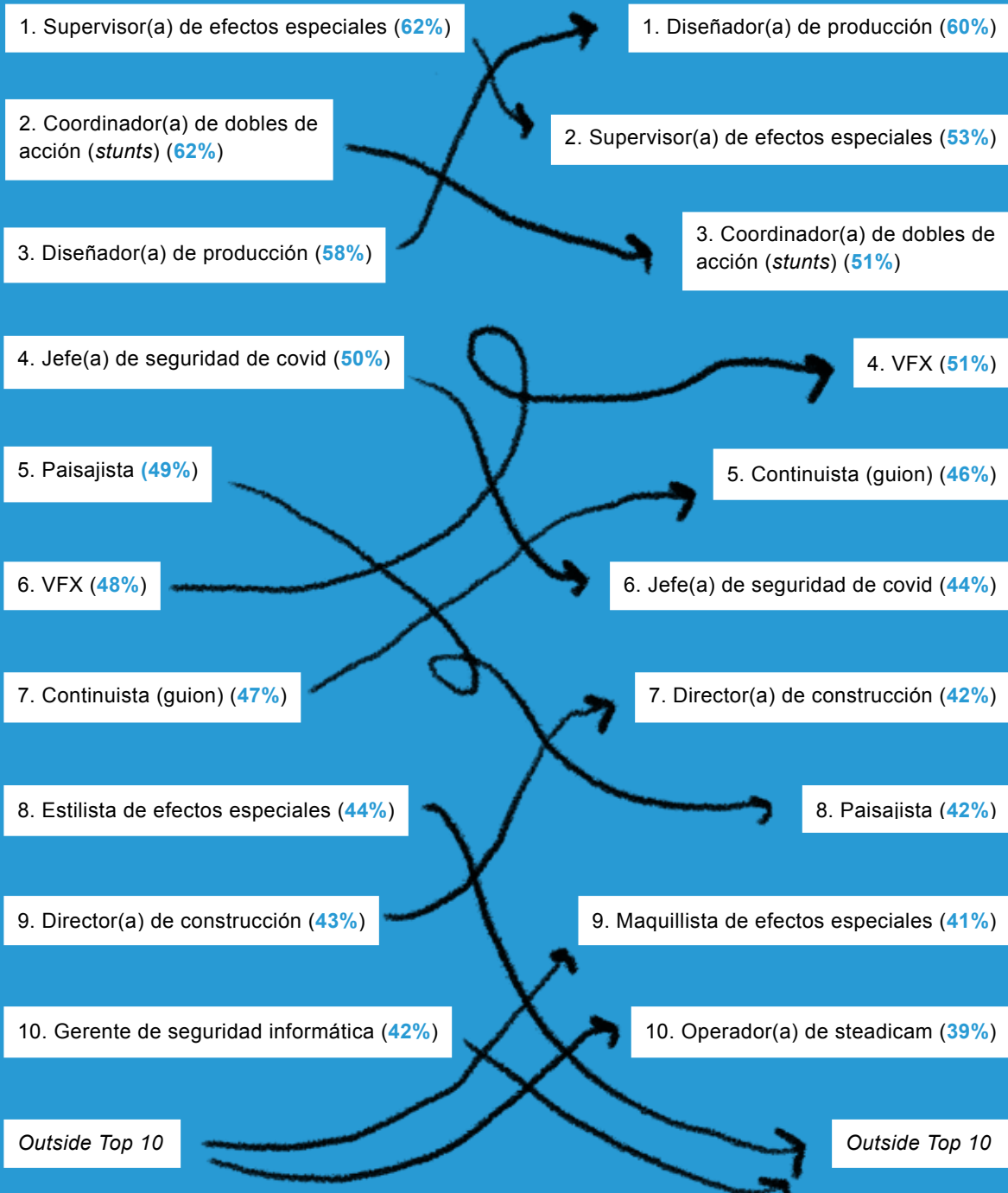
# TOP 10 DE PUESTOS TÉCNICOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA HACIA 2024



n=389

n=307



# TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN MERCADOS MEDIANOS Y GRANDES

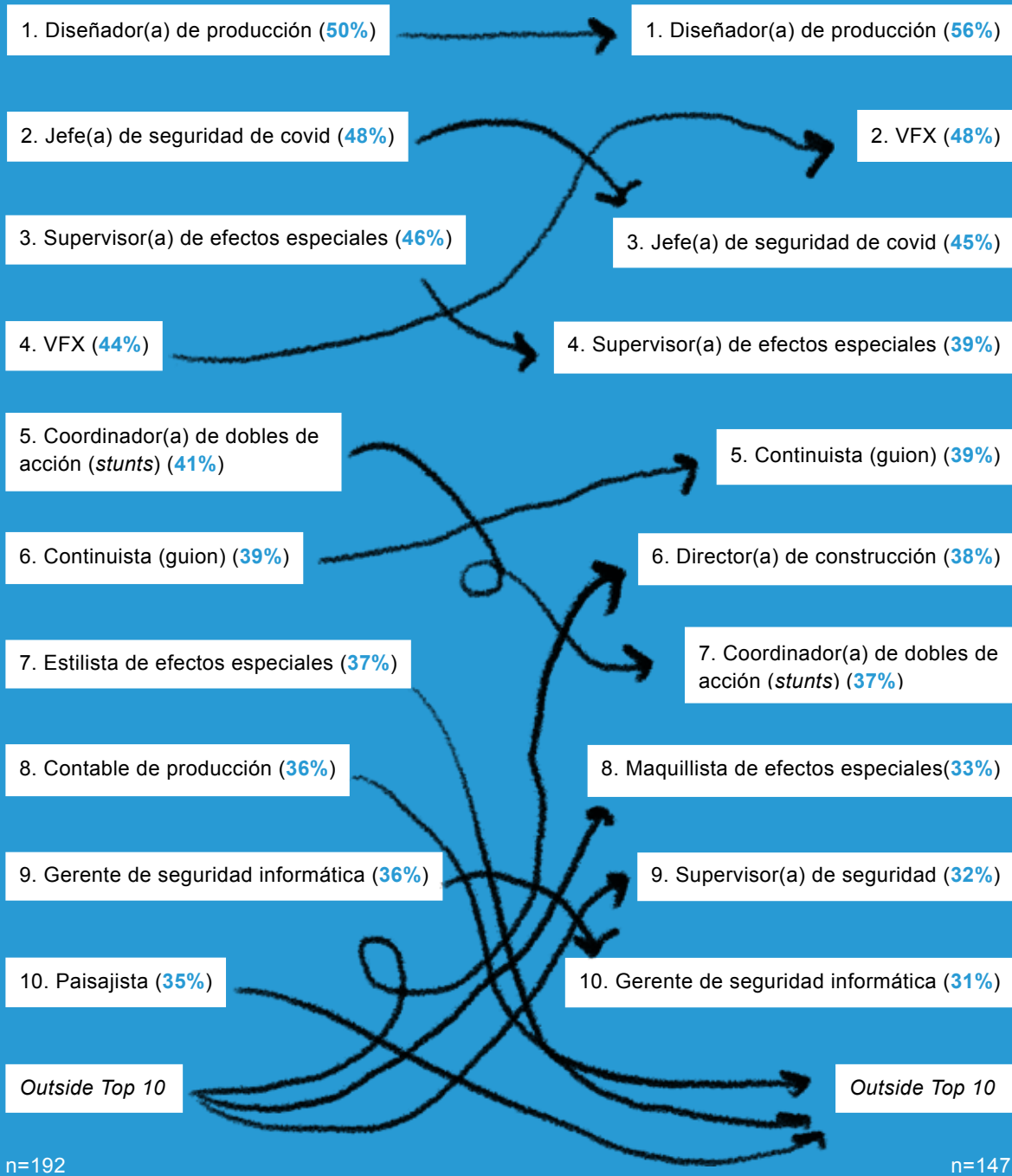
(ARGENTINA + BRASIL + CHILE + COLOMBIA + MÉXICO)

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA HACIA 2024



n=192

n=147

# TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN MERCADOS EMERGENTES

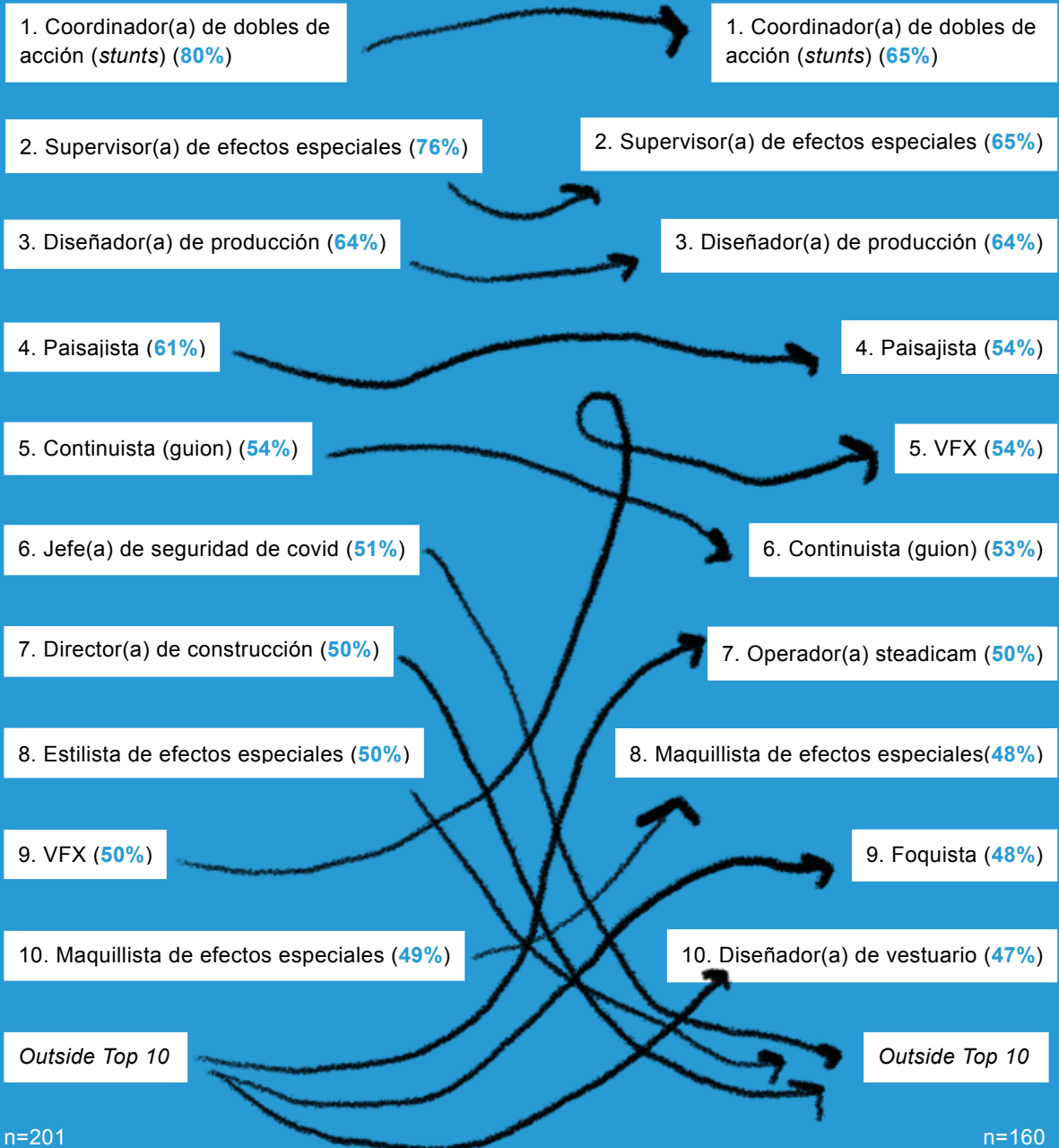
(BAHAMAS + BARBADOS + BOLIVIA + COSTA RICA + REPÚBLICA DOMINICANA + ECUADOR + EL SALVADOR + GUATEMALA + HONDURAS + JAMAICA + NICARAGUA + PANAMÁ + PARAGUAY + PERÚ + TRINIDAD Y TOBAGO + URUGUAY + VENEZUELA)

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## TOP 10 PUESTOS *BELOW THE LINE*

CON MAYOR DEMANDA HACIA 2024



n=201

n=160

## ¿CUÁLES SON LOS PERFILES TÉCNICOS CON MENOR DEMANDA?

Pintor (12%)  
 Catering (12%)  
 Maquillista (7%)  
 Estilista (7%)  
 Camarógrafo (6%)

## DATOS ILUSTRATIVOS SOBRE ALGUNOS MERCADOS

Las respuestas obtenidas nos sirven de manera indicativa para decir que en México el puesto con mayor demanda actualmente es el de paisajista. En Argentina, es el de diseñador(a) de producción. En Colombia, los puestos de efectos visuales. En Brasil, donde la pandemia ha detenido los rodajes, el puesto más demandado es el de jefe de seguridad de covid.



a. **46%**



d. **58%**

“Hay un desbalance, porque en Ecuador, si bien existen cuatro universidades con la carrera de cine, falta estos técnicos”.

## 6. ¿QUÉ CAPACITACIÓN EXISTE EN NUESTRA REGIÓN?

### 6.1. ¿EXISTEN PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DISPONIBLES EN NUESTRA REGIÓN PARA LOS PROFESIONALES AUDIOVISUALES?

La cifra de productores que dijeron conocer programas de capacitación para cuadros *below the line* en sus países fue casi la misma que la de quienes dijeron no conocer programas de este tipo en sus países.

- Casi la mitad (46%, n=376 respuestas) de los encuestados dijo no conocer programas de capacitación profesional para cuadros *below the line* en sus países.
- 45% dijo sí conocerlos.
- 9% respondió “no sé”.
- El 58% de los encuestados (n=163) dijo que lo usual es que los programas profesionales de capacitación para cuadros *below the line* sean organizados y financiados de forma conjunta por los sectores público y privado. Esto asemeja lo que acontece en otras partes del mundo.
- Poco menos de la tercera parte (30%) declaró que estos programas de capacitación son financiados u organizados por otro tipo de institución (por ejemplo: un sindicato).
- Solo 11% respondió que los gobiernos son los que organizan o financian este tipo de programas.

“Es importante tener presente que en la producción audiovisual en Colombia y en América Latina y el Caribe, se ha venido formando una nueva generación desde el autoaprendizaje y la autoformación”.

**“[EN] CIERTOS PUESTOS EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL, NECESITAMOS URGENTEMENTE DE UNA MEJOR FORMACIÓN... EXISTE UNA INMENSA DEMANDA DE ESTOS PROFESIONALES -ESPECIALMENTE LOS DE NARRATIVA Y GUION- Y HAY UNA FALTA DE MENTORES CALIFICADOS PARA CUBRIR EL NIVEL DE EXIGENCIA Y LOS REQUISITOS DE CALIDAD QUE SE IMPONEN CON LA LLEGADA DE [LAS PLATAFORMAS DE] STREAMING AL PAÍS”.**



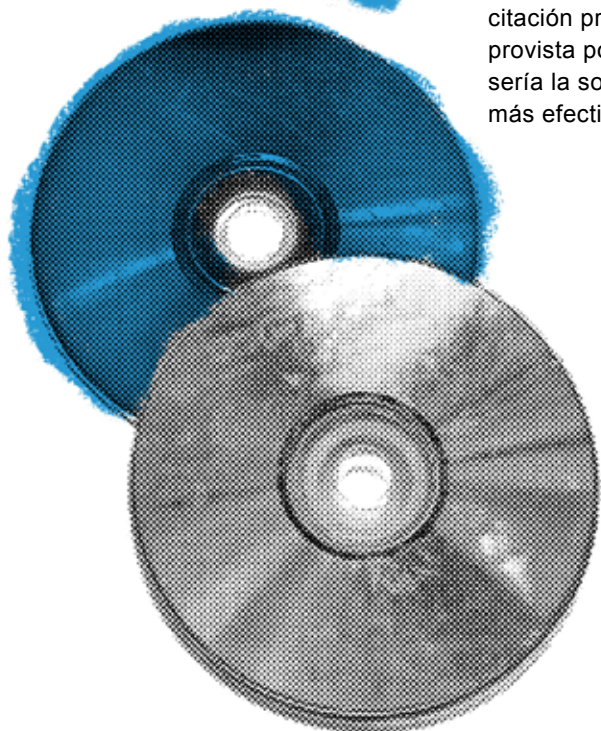
## 6.2. ¿LOS PROGRAMAS ACTUALES CUMPLEN CON LAS NECESIDADES DEL SECTOR?

Los programas profesionales para capacitar cuadros *below the line* cumplen con “algunas de las necesidades” de los productores

- a. 71% de los encuestados respondió que los programas de capacitación existentes para puestos *below the line* suelen cumplir “algunas de sus necesidades”, mientras que el 22% reportó que cumplen con “muchas de sus necesidades”.
- b. Apenas 2% indicaron que los programas profesionales para la capacitación de técnicos *below the line* cumplen con “todas sus necesidades”.

**66%**

creen que la capacitación presencial provista por terceros sería la solución más efectiva.



## 6.3. ¿QUÉ RECOMIENDAN LOS PRODUCTORES PARA CREAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN MÁS EFECTIVOS?

América Latina y el Caribe requieren de un espectro diverso de formatos y opciones para atender las brechas y los déficits en materia de habilidades y puestos en el sector audiovisual.

Las soluciones propuestas por los encuestados apuntaron, en partes iguales, a distintas soluciones al problema de las brechas en materia de habilidades y puestos. Esto no debe tomarnos por sorpresa, porque a nivel internacional se reconoce que una serie de capacitaciones personalizadas y orientadas a un sector específico resultan más efectivas que las intervenciones amplias.

Dos terceras partes de los encuestados (66% n= 358) creen que **la capacitación presencial provista por terceros** sería la solución más efectiva.

“La educación impartida debe de ser presencial; el trabajo *below the line* se aprende con la práctica, a distancia no resultará”.

Otras opciones efectivas para construir habilidades incluyen:

- a. Becas en el extranjero (64%)
- b. Mentorías, pasantías y programas de colocación con capacitación en el puesto (63%)
- c. Capacitación/apoyo informal en el puesto de trabajo (61%)
- d. Formación remota/en línea impartida por terceros (58%)
- e. Cursos más largos y detallados con formación práctica (49%)
- f. Formatos rápidos de formación/talleres (44%)
- g. Regulaciones y políticas que faciliten la atracción de talento extranjero (42%)

Los encuestados manifestaron otras ideas: incrementar el financiamiento de la producción, crear programas de educación autodidacta, promover la legislación sobre derechos laborales y aumentar las oportunidades laborales.

**“La formación debe estar respaldada por claridad pedagógica de actualidad. Los procesos de enseñanza-aprendizaje audiovisual deben ser encarados por docentes con experiencia práctica. Hay que tener claro que un buen profesional muchas veces no es un buen maestro”.**

# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## BRASIL

1. Jefe(a) de seguridad de covid (49%)
2. Continuista (guion) (44%)
3. Diseñador(a) de producción (37%)
4. Supervisor(a) de efectos especiales (37%)
5. Maquillista de efectos especiales (33%)
6. Coordinador(a) de dobles de acción (32%)
7. Supervisor(a) de seguridad (30%)
8. VFX (30%)
9. Scout de locaciones (26%)
10. Contable de producción (26%)

\*Datos indicativos.

# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## COLOMBIA

1. VFX (63%)
2. Supervisor(a) de efectos especiales (59%)
3. Operador(a) de cámara aérea (51%)
4. Coordinador(a) de dobles de acción (51%)
5. Jefe(a) de seguridad de covid (49%)
6. Diseñador(a) de producción (46%)
7. Paisajista (46%)
8. Estilista de efectos especiales (44%)
9. Director(a) de construcción (41%)
10. Maquillista de efectos especiales (41%)

\*Datos indicativos.

# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## CHILE

1. Coordinador(a) de dobles de acción (70%)
2. Maquillista de efectos especiales (70%)
3. Estilista de efectos especiales (70%)
4. Jefe(a) de seguridad de covid (70%)
5. VFX (70%)
6. Diseñador(a) de producción (60%)
7. Director(a) de construcción (60%)
8. Contable de producción (60%)
9. Supervisor(a) de efectos especiales (60%)
10. Gerente de seguridad informática (55%)

\*Datos indicativos.



# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## MÉXICO

1. Paisajista (57%)
2. Supervisor(a) de efectos especiales (51%)
3. Diseñador(a) de producción (46%)
4. Gerente de seguridad informática (46%)
5. Coordinador(a) de dobles de acción (46%)
6. Jefe(a) de seguridad de covid (46%)
7. VFX (43%)
8. Operador(a) de steadicam (41%)
9. Director(a) de construcción (41%)
10. Estilista de efectos especiales (41%)

\*Datos indicativos.

# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## ARGENTINA

1. Diseñador(a) de producción (75%)
2. Contable de producción (50%)
3. Jefe(a) de seguridad de covid (39%)
4. Paisajista (36%)
5. Supervisor(a) de efectos especiales (36%)
6. Director(a) de construcción (33%)
7. VFX (33%)
8. Continuista (guion) (33%)
9. Operador(a) de cámara aérea (31%)
10. Gerente de seguridad informática (31%)

\*Datos indicativos.

# TOP 10 DE PUESTOS *BELOW THE LINE* CON MAYOR DEMANDA EN LA ACTUALIDAD

## URUGUAY

1. Supervisor(a) de efectos especiales (71%)
2. Coordinador(a) de dobles de acción (62%)
3. Operador(a) de steadicam (59%)
4. Diseñador(a) de producción (53%)
5. Paisajista (47%)
6. Operador(a) de cámara aérea (44%)
7. Estilista de efectos especiales (38%)
8. Director(a) de construcción (35%)
9. Gerente de seguridad informática (32%)
10. Coordinador(a) de recursos humanos (29%)

\*Datos indicativos.

# EXPERIENCIAS EN PROYECTOS AUDIOVISUALES IMPULSADOS POR LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura es una institución internacional de carácter gubernamental que tiene como finalidad apoyar las políticas de desarrollo en los países de la región a través de la cooperación en las áreas misionales que le corresponden. Fue creada en 1949 y es la organización decana que cuenta con mayor presencia aquí, con 17 oficinas en América Latina, además de Lisboa y la sede central en Madrid. Desarrolla casi cuatrocientos proyectos activos por año, gracias a múltiples alianzas con los gobiernos regionales, además de otras entidades multilaterales como el Banco Centroamericano de Integración Económica, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco de Desarrollo de América Latina, la Unión Europea y entidades privadas.

Desde la organización, se entiende que solo se pueden alcanzar las metas a través de alianzas entre el sector público, el privado y la sociedad civil a nivel mundial, regional, nacional y local. En este contexto, facilita las interacciones de los gobiernos y los actores sociales y concreta alianzas de colaboración con empresas, fundaciones e instituciones.

Iberoamérica tiene niveles disímiles de desarrollo a nivel de industria y formación profesional. Salvo excepciones, los programas formativos audiovisuales (públicos y privados) son escasos. Es necesario contar con una oferta más extendida y calificada.

Dos consideraciones importantes que han surgido en tiempos recientes son las siguientes:

- Muchos docentes del sector audiovisual no cuentan con competencias digitales para la educación virtual. Por lo tanto, la capacitación será necesaria.
- Los procesos de digitalización han transformado la producción y las formas de acceso a los contenidos culturales.

Algunos ejemplos destacados de colaboración en el sector audiovisual incluyen:

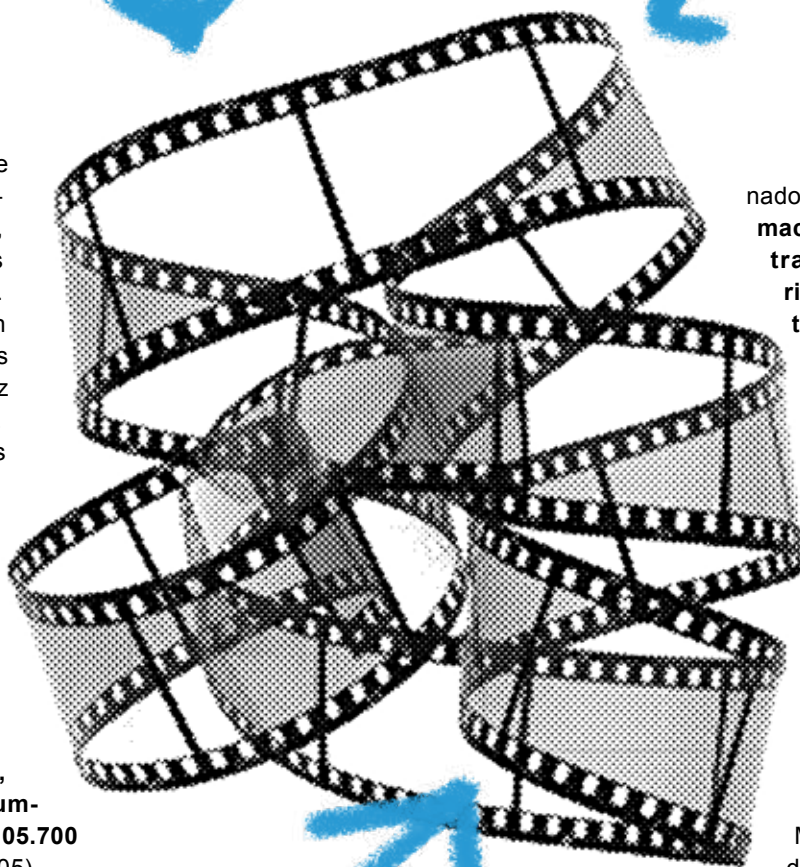
**Programa “Lenguaje audiovisual, un universo de sentidos”.** Convenio entre el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la nación de Argentina. Este programa promovió acciones conjuntas para desarrollar proyectos educativos en los que alumnos y docentes, a través de diferentes actividades vinculadas al cine, pudieran interactuar con diversos filmes. De este modo, se vinculaba la escuela al universo audiovisual, se capacitaba a los docentes en el análisis de este nuevo lenguaje y se facilitaban los instrumentos que permitían conocer la gramática, códigos y mecanismos del cine para su utilización analítica y creativa desde

el ámbito escolar. Este programa contó con el patrocinio de Ala/UNILEVER, Villavicencio/Aguas Danone de Argentina. Los colaboradores fueron la Organización de Estados Iberoamericanos, Film Suez y Hoyts General Cinema.

Los beneficiarios directos del curso presencial **“Análisis y uso creativo del lenguaje audiovisual”** fueron **1.800 docentes** de seis jurisdicciones del país. Mientras que en el componente **“El audiovisual como recurso para el aula”**, fueron **2.059.700 de alumnos, 7.480 escuelas y 105.700 docentes** (Argentina, 2005).

**Concurso “Escuela, escritura, cine: elaboración de guiones”.** Junta de Castilla y León y Organización de Estados Iberoamericanos, en el marco del “Programa para el fortalecimiento de las lenguas de Iberoamérica en educación”. Objetivo: estimular la expresión del pensamiento y de los afectos de los estudiantes de entre 12 y 15 años mediante la redacción de relatos y la transformación de una parte de estos en guiones cinematográficos. Este proyecto vinculó a cerca de dos mil estudiantes y de estos medio centenar de representantes de las instituciones educativas premiadas en los concursos nacionales fue convocado al Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación y en la Cultura, que se desarrolló en Salamanca en septiembre de 2012 (Iberoamérica, 2012).

**“Los jóvenes, el cine y la cultura. Pantalla CACI”.** Proyecto piloto centrado en educación. El proyecto se encuadra en la Carta Cultural Iberoamericana (CCI). Su objetivo final es contribuir a promover la capacidad de análisis y el desarrollo crítico y reflexivo de los jóvenes a través del lenguaje cinematográfico. El proyecto llegó a 17.822 estudiantes de entre 14 y 18 años. Fue implementado en Uruguay y en Costa Rica (OEI y MEP, con el apoyo del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, o Centro de Cine/CCPC) (**Ex Pantalla CACI, hoy Ibermedia Digital**, 2018).



Los programas mencionados tienen como fin la **formación de audiencias y el trabajo interdisciplinario en el ámbito educativo**. Plantean el cine y las artes audiovisuales como objeto de estudio y como recurso didáctico. Se trata de la integración del sector audiovisual con el ámbito educativo. Y un componente muy significativo es la capacitación docente.

En el mismo sentido, otros programas desarrollados, impulsados o apoyados por el Ministerio de Educación de Argentina y el INCAA que podemos destacar son:

**“Por primera vez al cine”** es un programa en el que niños y niñas asisten de forma gratuita a salas de cine del país, auspiciados por empresas del sector que cubren gastos de su traslado. También existe el programa **“La escuela va al cine”**, para estudiantes de educación media, de los ministerios provinciales de educación y el INCAA. Desde 1999, estos programas han establecido acuerdos con cadenas privadas de salas de exhibición cinematográfica y con los ministerios de Educación de Argentina.

**“Cine y educación, una lectura diferente”** pretende promover la lectura crítica y el trabajo con el audiovisual en el aula, buscando tender un puente entre la escuela y el cine, con material pedagógico elaborado especialmente para favorecer un trabajo interdisciplinario. Se establecieron acuerdos con distribuidores y salas nacionales y privadas de exhibición. Este programa fue declarado de interés educativo por el Ministerio de Educación, con el auspicio del INCAA (Argentina, 2001 a 2007).

## REFLEXIONES: DEL PRESENTE AL FUTURO

Iberoamérica es una región joven y con enorme diversidad cultural que cuenta además con dos lenguas intercomprensivas habladas por alrededor de ochocientos millones de personas. Frente a los cambios que produce la pandemia en el consumo de bienes culturales, se hace cada vez más necesaria la formación de espectadores que conozcan lo que se produce en la región.

Los programas mencionados tienen como objetivo la formación de audiencias y el trabajo interdisciplinario en el ámbito educativo; plantean el cine y las artes audiovisuales como objetos de estudio y como recursos didácticos; y procuran la integración del sector audiovisual con el ámbito educativo. Como parte de esto, un componente muy significativo es la capacitación docente. En 2021, en particular, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) se dio a la tarea de examinar el impacto que nos deja la pandemia y prepara la primera de las diez claves para la reactivación de las industrias culturales y creativas estipuladas en el documento “Evaluación del impacto del covid-19 en las industrias culturales y creativas”, iniciativa conjunta de Mercosur, Unesco, BID, la Secretaría General Iberoamericana y OEI, que nos habla de “acompañar la reconversión y actualización laboral y tecnológica”. Este estudio permitirá “ordenar y potenciar el mercado de trabajo y producción brindando herramientas para la reconversión de actividades y profesiones”. En definitiva, se trata de fortalecer las capacidades de los trabajadores de la industria audiovisual con formación continua que facilite la reconversión laboral.

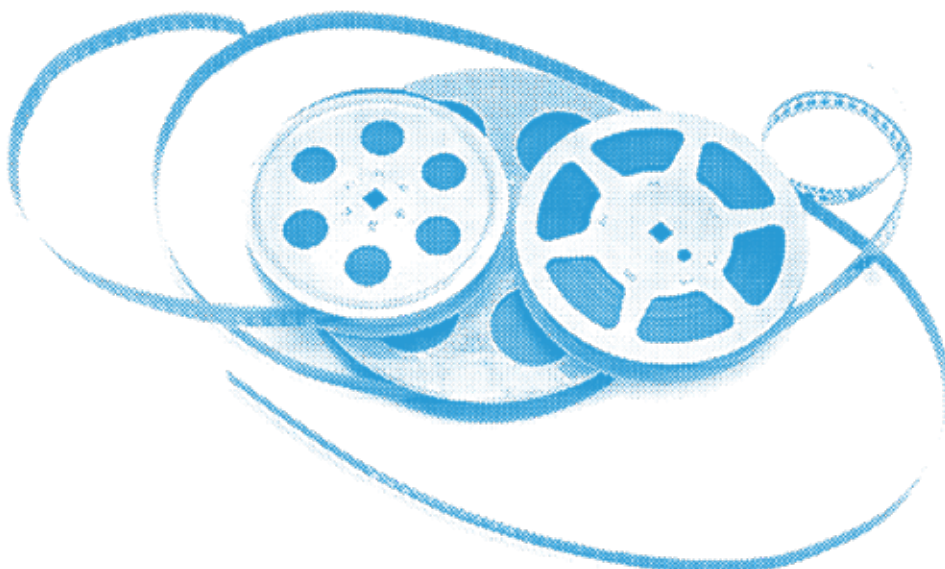
## OBSERVACIONES FINALES

La Organización de Estados Iberoamericanos tiene una experiencia muy amplia y sólida en el área de formación, desde la formación continua hasta la de posgrado. En el campo específico y amplio de su aplicación es esencial contar con el compromiso de todos los actores del sector. Todo proyecto de capacitación, formación, perfeccionamiento o de reconversión laboral debe estar acompañado, asistido e inmerso dentro del amplio mundo laboral y productivo que compone el campo de la industria audiovisual. Debemos formar desde y para la industria.

La educación profesional y la capacitación laboral deben diseñarse para el cambio, es decir, para dotar al alumno de la necesaria apertura para ver e interpretar lo diferente, y abandonar los recursos que han perdido validez. De esta manera tendremos sujetos proclives a la formación permanente y a la reconversión laboral. Este cuadro de situación se agudiza porque la industria audiovisual conlleva componentes tecnológicos en cambio, evolución y desarrollo permanentes.

No debe descuidarse el sentido de la capacitación que busca formar sociolaboralmente para y en el trabajo. Se trata de formar y desarrollar las capacidades de las personas para ejercer un rol laboral, partiendo de su formación básica, con procesos que garanticen adquisición de conocimientos y competencias para un eficaz desempeño profesional, sin descuidar la dimensión ética, social y humana.

La necesidad de reconversión laboral llevará a nuevos diseños de cursos virtuales para los trabajadores del sector, con plataformas educativas amigables y recursos pedagógicos de calidad, en ámbitos tales como preproducción, posproducción, efectos especiales, animación, comercialización y distribución, comercio digital, marketing y redes sociales, búsqueda de fondos de financiación para proyectos, entre otros. Además, se deberán buscar alternativas para las prácticas profesionalizantes y nuevas instancias formativas como la creación de programas para la televisión pública u otras plataformas.



# PROGRAMA IBERMEDIA

Desde su creación en 1998, este fondo de ayuda y cooperación iberoamericana<sup>228</sup> ha otorgado y recibido apoyos solidarios para la producción audiovisual de sus 22 miembros: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela y, a partir de 2022, Honduras, la más reciente incorporación. El programa funciona por medio de convocatorias para productoras independientes de cine y también pone en acción programas de formación, participa y promueve los proyectos seleccionados en mercados y festivales, y fomenta la integración de un espacio audiovisual iberoamericano con énfasis en la coproducción. Desde su creación ha lanzado 30 convocatorias, en las que se han otorgado 996 apoyos financieros a la coproducción de largometrajes iberoamericanos, 750 de los cuales ya han sido estrenados. Además, se han concedido ayudas a la promoción y distribución de 283 películas y a la exhibición de 298, y cerca de tres mil becas de formación: la cifra total de aportes al programa desde su arranque es de más de 113 millones de dólares.<sup>229</sup>

En su reporte anual por la convocatoria 2020, un año atípico por lo demás, destaca el hecho de que los miembros del programa continuaron sus aportes, y que el número de proyectos presentados en las categorías de formación, coproducción y desarrollo de series se mantuvo por encima de la media.<sup>230</sup>

De acuerdo al reporte, “por primera vez la convocatoria de 2021 incorpora en los criterios de valoración puntos adicionales para los proyectos liderados por mujeres, tanto en el campo de la dirección y creación como en la jefatura de los principales equipos técnicos”. Suele ocurrir que los porcentajes de proyectos presentados por mujeres en categorías como dirección, guion y producción son menores, y por lo tanto lo son los aportes entregados. En la convocatoria 2020, se dio un paso importante en el rubro de la producción: a pesar de que los proyectos presentados por mujeres fueron minoritarios, el número de ayudas acabaron superando el número de proyectos de hombres o mixtos (53,5% de mujeres frente a 32,6% de hombres y 14% mixto, por lo general dupla hombre y mujer).

En 2020, se implantó por primera vez la categoría de desarrollo de series, a la que se le dio 7,37% del fondo. Y antes de que la pandemia confinara al mundo entero, en el marco del mercado latinoamericano Ventana Sur en Buenos Aires, Ibermedia formó una alianza con el

**53,5%**  
proyectos liderados  
por mujeres



**32,6%**  
proyectos liderados  
por hombres

**14%**  
proyectos liderados  
por grupos mixtos



mercado Blood Window para proyectos de fantasía, de los que seleccionará un proyecto para coproducción, otro para desarrollo de largometraje y uno para desarrollo de serie. Destaca por último, la implementación de indicadores cualitativos para evaluar los proyectos participantes: la estructura narrativa y calidad del equipo técnico ya otorgaban puntos en la selección de proyectos, y a partir de ahora igualmente lo hace el uso de lenguas originarias y emplear una perspectiva de género.

228 Programa Ibermedia, *El programa* (s.f.), <https://www.programaibermedia.com/el-programa/>

229 Reporte Anual Convocatoria 2020, Programa Ibermedia, Unidad Técnica.

230 Reporte Anual Convocatoria 2020, Programa Ibermedia, Unidad Técnica.

# CONVERSACIÓN CON LA FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE PRODUCTORES CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES

La Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales reúne trabajadores del área provenientes de 18 países. Conversamos con Adrián del Solar, presidente; Ignacio Rey, vicepresidente, y Diego Ramírez, vicepresidente, sobre su diagnóstico, como productores y docentes en torno a una región que busca más que nunca construir una industria.<sup>231</sup>

## SOBRE LOS PLANES DE ESTUDIO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

**Ignacio Rey:** Se debe trabajar para adecuar los planes de estudio a la nueva realidad de la producción y del consumo de obras audiovisuales. Los cambios en los planes de estudio de las universidades suelen conllevar procesos administrativos largos. Las escuelas de cine, tanto públicas como privadas, pueden hacer modificaciones con mayor celeridad, aunque tampoco pueden en su mayoría cambiar de planes de un año a otro. Por lo tanto, sería bueno desarrollar talleres complementarios que sean dictados sin necesidad de modificar los planes de estudio. Estos talleres deberían tener objetivos muy específicos que ataquen las principales falencias y necesidades en cada país, y deberían estar dictados por docentes con experiencia profesional.

**Adrián del Solar:** Sí, es verdad que las escuelas de cine van a ir siempre atrás, porque entre que un chico entra a estudiar cine y se gradúa, ya ha cambiado todo.

**Diego Ramírez:** Lo que ha sucedido en Colombia es que se han fortalecido escuelas de formación, no de educación formal, que son muy flexibles en los temas y llaman como profesores a gente que forma parte de la industria, orientadas para personas ya graduadas que tienen conocimiento del negocio.

**Adrián del Solar:** Formemos buenos montajistas, buenos directores de foto, buenos vestuaristas, buenos directores de arte, que a la larga van a tener mucho más trabajo en la industria audiovisual que un director de cine. Hay quien crea una escuela de cine para formar artistas, pero tenemos que formar gente para generar industria, y eso también es arte.

## EFFECTOS VISUALES Y ANIMACIÓN

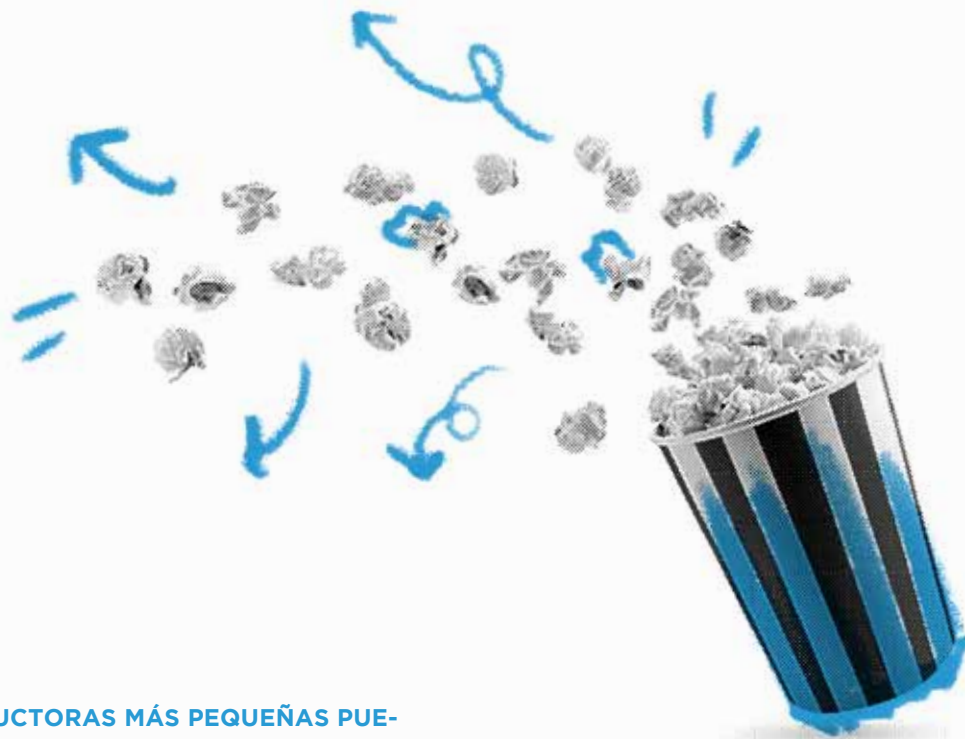
**Ignacio Rey:** Latinoamérica deber apostar fuertemente en el desarrollo de la animación y los efectos visuales (VFX). Como la animación es un género que está destinado mayormente a la infancia, se debería trabajar con el objetivo de crear polos donde esta actividad pueda proliferar, generando nuevos artistas y dotándolos de conocimientos y herramientas necesarias. Y se deberían generar sistemas de fomento regional a través de fondos, programas de subsidios, beneficios fiscales, etcétera, para incentivar la producción de cortos, series y películas de animación que cuenten nuestras historias. Los efectos visuales, por su parte, son cada vez más utilizados en películas y series. Ya no son solo un recurso para las grandes producciones, sino que son una herramienta fundamental para completar la narrativa de cualquier tipo de historia. Latinoamérica es un territorio lleno de talento que hay que incentivar y capacitar.

<sup>231</sup> Adrián del Solar, Ignacio Rey y Diego Ramírez, comunicación personal (15 de marzo de 2021).



**“FORMEMOS BUENOS MONTAJISTAS, BUENOS DIRECTORES DE FOTO, BUENOS VESTUARISTAS, BUENOS DIRECTORES DE ARTE, QUE A LA LARGA VAN A TENER MUCHO MÁS TRABAJO EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL QUE UN DIRECTOR DE CINE. HAY QUIEN CREA UNA ESCUELA DE CINE PARA FORMAR ARTISTAS, PERO TENEMOS QUE FORMAR GENTE PARA GENERAR INDUSTRIA, Y ESO TAMBIÉN ES ARTE”:  
ADRIÁN DEL SOLAR**





### CÓMO LAS PRODUCTORAS MÁS PEQUEÑAS PUE- DEN ACCEDER A LAS GRANDES PLATAFORMAS

**Adrián del Solar:** Me preocupa que las grandes plataformas permitan una sociedad de clases demasiado marcada en la producción audiovisual latinoamericana, porque siempre van a priorizar trabajar con empresas grandes, probadas, y muchas otras quedarán fuera.

**Ignacio Rey:** Para posibilitar el acceso de productoras independientes y nuevos talentos a las plataformas, sería importante que estas expongan sus estándares en términos de producción, posproducción y administración, para que las empresas independientes que deseen desarrollar y producir contenidos con esta finalidad puedan adecuarse y capacitarse.

### ALTERNATIVAS A LOS INCENTIVOS

**Adrián del Solar:** ¿Por qué siempre tenemos que generar inversiones o incentivos para atraer otras producciones para que filmen en nuestros países e inviertan? Tienen que existir mecanismos que incentiven la inversión privada en los empresarios locales, porque así vamos a fortalecer la producción interna.

**Ignacio Rey:** Una de las cosas que más podría ayudar es una sociedad de garantías recíprocas, ya sea a nivel regional o local, para que funcione como una herramienta que permita garantizar créditos o descontar contratos.

### NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR

**Diego Ramírez:** Acá en Colombia el oficio del guionista, en general, era individual; se asumía por completo la responsabilidad de la escritura de un proyecto y estamos en un proceso muy activo de transición en donde se construyen cuartos de escritores, lo que genera mucha más eficiencia en estos procesos creativos.

### OTROS RETOS

**Adrián del Solar:** Los contratos de coproducción exigen la participación técnica y artística del país coproductor. Esto significa trasladar actores, técnicos y muchas veces equipamiento de cámara, sonido y posterior traslado de los discos duros al país donde se realizará la posproducción de imagen o sonido. Con frecuencia los controles de aduana son demasiado burocráticos y retienen esos equipos por tanto tiempo que conllevan fuertes pérdidas de dinero a los productores. También las condiciones para conseguir los permisos de trabajo para los actores y técnicos que vienen de un país coproductor varían de país a país, y atrasan o entorpecen los planes de producción. Por lo tanto, es necesario que los permisos de internación de equipos de rodaje se flexibilicen y que exista más libertad de movimiento laboral entre los técnicos y actores que participan de estas coproducciones. En Europa, existe esta libertad de movimiento, tal vez ese sea un modelo por seguir.

### NUEVAS MANERAS DE ACTUALIZAR HABILIDADES

**Ignacio Rey:** En 2014, la Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica propició un encuentro inaudito: invitó a todos sus asociados a realizar unas jornadas de tres días en un hotel en las afueras de Buenos Aires. La idea de ese encuentro fue generar un espacio para reflexionar sobre la actividad y escuchar a cada miembro decir cómo concebía una película, cómo buscaba la financiación, cómo asumía el desarrollo de una obra o cómo manejaba la distribución. Fue una especie de *workshop* realizado entre productores. Ese encuentro funcionó muy bien porque todos aprendimos algo de los demás y también porque surgieron muy buenas ideas para aportar al conjunto de la industria. Esta iniciativa podría ser replicada en otros países a nivel regional para generar un intercambio único entre colegas.



## CAPÍTULO 4

# LOS TRABAJOS CON DEMANDA DENTRO DE LA INDUSTRIA

# EL FUTURO *BELOW THE LINE*. CONVERSACIÓN CON UN SONIDISTA, UNA DIRECTORA DE ARTE Y UN EXPERTO EN EQUIPO DE CINE

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Skills, trabajo técnico, educación, nuevos trabajos, emprendedores*



## EL SONIDISTA

En el arte audiovisual hay un entramado secreto que, como el trabajo de un buen sastre cuando hace una puntada perfecta, no suele notarse a simple vista. Detrás de cada producción audiovisual hay un sinnúmero de oficios que abonan al dinamismo de la industria al tiempo que se encargan de hacer lucir cada parte de la pieza final. Hablamos con tres expertos en oficios *below the line* que realizan su labor lejos del glamour, ahí donde la exigencia técnica es necesaria para que las películas y las series brillen. Cuando estas labores se efectúan con solidez, pasan desapercibidas; pero cuando se comete un error, no hay duda: los espectadores son los primeros en notarlo.

Axel Muñoz Barba es un sonidista profesional mexicano con más de diez años de trayectoria. Se encargó del sonido en *La casa de las flores* y en el minidocumental *1994* (ambas series originales Netflix), y en 2019 debutó como director con el largometraje *Noches de Julio* (2019).

“Las escuelas como la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas, que antes era el CUEC, y el CCC, donde yo estudié, te capacitan para que puedas hacer todo en términos de producción audiovisual. En teoría yo sé fotografiar, sé exponer, pero a partir de la especialidad te enfocas en dirección o fotografía. Para mí siempre fue dirigir, pero hay que vivir de algo”. Axel dice que hacer sonido se le facilitaba más y era además algo que disfrutaba; por otro lado, en las escuelas de cine siempre hay la posibilidad de trabajar en los cortos y tesis estudiantiles, y adquirir experiencia de esa manera. “Llevaba cuatro años en la escuela y ya tenía dos largometrajes de ficción como sonidista, que hice con equipo de la escuela, lo que no me obligaba a comprarlo, un problema que los fotógrafos no tienen”, dice Muñoz.<sup>232</sup>

“Los sonidistas somos los únicos en el set que somos un híbrido entre empresa y cabeza de área: somos proveedores. Y para eso tienes que endeudarte con compras de equipo y pagos de golpe, sin la posibilidad de crédito como ocurre en Estados Unidos. Lo que beneficiaría mucho a la industria es que a nivel aduanero se destrabaran muchas cosas, porque a veces para los sonidistas nos sale más barato tomar un vuelo a Los Ángeles o a Nueva York, pagar una noche y traer el equipo, a arriesgarnos a pedir a casa y que en aduana hagan cobros sorpresas”.

Muñoz dice que a pesar de los riesgos que supone contar con el material propio, lo cierto es que el trabajo llega “contra currículo”, es decir, es más fácil para los sonidistas conseguir proyectos cada vez más grandes si tienen las tablas y son capaces de asumir los retos y pautas técnicas de cualquier director o plataforma. Como en todos los oficios, dice, prima el nivel de especialización. En pocas palabras: lo que importa es qué tan bueno eres en lo que haces.

### LA DISEÑADORA DE PRODUCCIÓN

Liz Medrano es una diseñadora de producción y directora de arte mexicana. Ha trabajado en producciones locales como *Te prometo anarquía* (2015) y *Noches de Julio* (2019), en la serie original *Paramédicos*, de Canal Once, y en la producción de *No man's land* (2020), de Conor Allyn.

“Me gradué de museógrafa y curadora de arte. El cine, como a todos, me impactó desde que era niña y me llevaban a las matinés, pero nunca te pones a pensar en quién hace el cine, en los oficios que están detrás. Siempre estuve muy interesada en la historia del cine por lo completo que es y porque involucra a todas las bellas artes, desde la teoría de color, el montaje, la arquitectura, las artes plásticas, la actuación y además la antropología, la sociología, la construcción de personajes, caracterizarlos a través de objetos y espacios personales... Me enamoré de la profesión por la rapidez con la que tienes que solucionar todo. Me encantó aprender cosas que nunca imaginé, como el oficio del albañil, hacer muros *ipso facto*, la texturizada, cómo componer hacia cámara”.<sup>233</sup>

Liz Medrano empezó trabajando en cortometrajes de amistades y así fue aprendiendo el oficio. “Fui tocando puertas y seguí mi camino como decoradora, antes como asistente de decoración; ambientadora y también en dirección de arte. De *Salvando al soldado Pérez* (2011) todavía tengo heridas de guerra, de quemar telas y vestir a camellos en las dunas de Torreón, que hicimos parecer el desierto del Sahara”.

Liz cuenta que a partir de entonces se interesó por proyectos autorales, como el de su esposo y colega, Axel Muñoz, *Noches de Julio*. “Creo que soy capaz de hacer todo; ya hice terror (*El exorcismo de Carmen Farías*, 2021), ya hice western, infantil, contemporáneo... Me encantaría hacer una historia de crimen o policiaca, y si me hablan para una comedia romántica, puedo hacerla. Estuve, según la crítica, en una de las mejores películas de la historia mexicana, *Te prometo anarquía*, y yo tuve un control del poco presupuesto que hubo, intervine el mercado de Jamaica y varias calles; con mi *crew* pinté el mural del sonidero La Changa. El rigor estético y el control lo debes tener lo mismo con un proyecto mediano que con uno gigante; no hay películas chicas o grandes, y lo que sobrevivimos aquí es porque en verdad amamos la profesión”.



### EL OPERADOR DE EQUIPO

Un oficio que requiere de pericia es la operación de los equipos de filmación, tan costosos como sofisticados. Ahí es donde entra Carlos Congote, que estudió cine en Estados Unidos y en 1982 volvió a su Colombia natal para abrir una empresa de producción y alquiler de equipos. Congo Films no es solo una de las proveedoras de equipo audiovisual más importantes de América Latina, con una oficina distribuidora en Chile y clientes en toda la región, sino que ha identificado una necesidad básica de la industria: precisamente, una escuela de oficios, de operadores y trabajadores *below the line*.

La escuela de Congo Films surgió en forma hace tres años, aunque dicta cursos desde hace dos décadas y media. Dice Carlos Congote: “Las universidades están enfocadas en formar directores sin tener en cuenta que a muchos de ellos les tomará muchos años ascender. La nuestra es una escuela práctica en la que aprovechamos la gran cantidad de equipo con el que contamos: construimos tres estudios, salas de mezcla, de foley y posproducción, talleres de arte, para capacitar a la gente como si estuviera en el medio produciendo”.

La escuela aprovecha las capacidades técnicas de Congo Films, que cuenta con una gama envidiable de equipos y ya empieza a incursionar en la producción virtual, servicio que aún es una rareza en América Latina. Congote dice que se trata de una escuela *hands on* sumamente práctica que dicta talleres cortos muy intensivos, de 8 a 12 horas diarias, de las que se gradúan oficios claves: “El personal de cámara debe tener la capacitación para revisar, actualizarse, manejar y reparar cámaras, y por eso es el más difícil de encontrar”, concluye.



# SOMOS POTENCIA LITERARIA, ¿ENTONCES POR QUÉ ES TAN DIFÍCIL CONSEGUIR GUIONISTAS EN AMÉRICA LATINA?

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Skills, educación, nuevas habilidades, series, guionismo, escritura*

Syd Field, profesor de guionismo y autor de un bestseller pionero sobre el tema, contó que revisó dos mil guiones para Cinemobile, el estudio detrás de *El Padrino* (1972), de los cuales solo consideró que cuarenta eran buenos. O lo que es lo mismo: 99% de los guiones que pasaron por sus manos no valían para su producción, en esa época, la mínima inversión de un millón de dólares.<sup>234</sup>

El guion, adelanta Field, es una historia contada en imágenes. Y Mauricio Cadena, director de difusión cinematográfica de Ecuador, agrega: “Todo nace con una buena historia: puedes tener todo el dinero del mundo, hacer un esfuerzo de coproducción gigantesco, pero si tu historia no es buena, hasta ahí llegaste”.<sup>235</sup>



El guionismo es una habilidad que ejemplifica los cambios en la industria audiovisual en los últimos años: si nada es más antiguo que el lenguaje, ¿por qué tantos profesionales del sector audiovisual en América Latina aseguran que nos faltan guionistas? A finales del siglo XX, era casi imposible que un guionista profesional en

América Latina no trabajara de un modo u otro en las telenovelas. “Las telenovelas me parecen una de las cosas más interesantes que suceden en el mundo, un mundo muy rico, que muta hacia formas nuevas”, dice Alonso Ruvalcaba, escritor y productor de contenido del Amazon Prime Original *Pan y Circo*, quien comenzó su carrera revisando guiones de telenovelas para TV Azteca.<sup>236</sup>

<sup>234</sup> Syd Field, *El libro del guion. Fundamentos de la escritura de guiones. Una guía paso a paso, desde la primera idea hasta el guión acabado*. Madrid: Plot Ediciones, 1979, 9.

<sup>235</sup> Mauricio Cadena, comunicación personal (27 de noviembre de 2020).

<sup>236</sup> Alonso Ruvalcaba, comunicación personal (13 de octubre de 2020).

Los escritores con los que conversamos sobre este tema coinciden en que la principal escuela del guionismo fueron las grandes televisoras; en el cine independiente, en cambio, los directores suelen desarrollar sus libretos de modo autónomo. En años recientes, sin embargo, conforme crece la demanda de contenidos audiovisuales de corte menos melodramático, hay una mayor necesidad de formar escritores capaces de crear guiones protagonizados por personajes fuertes y no necesariamente una trama capaz de alargarse por cientos de capítulos.

“En las series contemporáneas lo que buscamos son *character drivers*”, explica Linda Díaz Pernia, socia de El Cafetón y directora de su departamento de televisión premium. “Un personaje con un objetivo tan grande y poderoso que hará hasta lo imposible por conseguirlo, eso es lo que moviliza la trama. A diferencia del melodrama de la telenovela, donde el protagonista está rendido al contexto, acá lo que mueve todo es el mismo personaje”, añade.<sup>237</sup>

Augusto Mendoza empezó su carrera escribiendo sketches cómicos en *La Familia P. Luche* del comediante mexicano Eugenio Derbez. Luego de estudiar un curso de guion en el Centro de Capacitación Cinematográfica de México, Mendoza encontró su vocación y hoy tiene créditos que incluyen *Chicuarotes* (2019) y *Abel* (2010), y producciones originales de Netflix como *Diablero* (2018) y *Todo va a estar bien* (2021). “Creo que gran parte del oficio se aprende en el trabajo. Con Derbez, tuve que escribir guiones de un día para otro, y eso me enseñó a acabar las cosas, pero sobre todo a que puedo hacerlo, porque luego entras en esta onda de que no se te ocurre nada, o que necesitas más tiempo. A veces ya en producción tienes que reescribir bastante, porque hubo alguna situación con los actores o las locaciones, y debes aprender a trabajar bajo presión, en el momento”.<sup>238</sup>

#### NUEVOS MODELOS DE GUIONISMO EN TIEMPOS DE STREAMING: EL CUARTO DE ESCRITORES

“Durante mucho tiempo solo tuvimos escritores acostumbrados a hacer cosas del pasado y no evolucionamos hacia la forma narrativa que es el *character development*. Hoy tenemos cada vez más jóvenes que entienden mejor la nueva narrativa, pero no tienen la experiencia”, opina Epigmenio Ibarra, socio fundador de Argos Comunicación.

## EN AÑOS RECIENTES, SIN EMBARGO, CONFORME CRECE LA DEMANDA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE CORTE MENOS MELODRAMÁTICO, HAY UNA MAYOR NECESIDAD DE FORMAR ESCRITORES CAPACES DE CREAR GUIONES PROTAGONIZADOS POR PERSONAJES FUERTES Y NO NECESARIAMENTE UNA TRAMA CAPAZ DE ALARGARSE POR CIENTOS DE CAPÍTULOS.

Parte de ese desfase se debe a que el guionismo en América Latina aún no se adapta totalmente a los modelos probados de producción contemporánea de nuevos formatos, como las series. En dichas formas narrativas, el oficio del guionismo ha dejado en buena medida de ser obra del genio solitario y es ahora un proceso colaborativo: un texto por el que pasan muchas manos y más recortes; un ejercicio de grupo, comunitario. Ya no se escribe a solas, sino que la escritura suele ocurrir en un *writers' room* o “cuarto de escritores”.

“El modelo del cuarto de escritura es un sistema probado y 99% de las series en Estados Unidos se escriben así, a menos que tengas en el centro a un genio total como Peter Morgan, guionista de *The Crown* (2016), o a Julian Fellowes, de *Downton Abbey* (2010). Pero esa es una manera muy británica de hacer televisión, mientras que en el formato colaborativo, la escritura del guion se va rotando; recibes muchas notas del *showrunner* y de otros escritores”, dice Daniel Krauze, uno de los guionistas de *Luis Miguel: la serie*, cuya primera temporada marcó un

237 Linda Díaz Pernia, comunicación personal (24 de noviembre de 2020).

238 Augusto Mendoza, comunicación personal (13 de octubre de 2020).

récord de audiencia en lengua española en Netflix durante su lanzamiento entre abril y julio de 2018. Krauze estudió la maestría en Escritura Dramática en la Universidad de Nueva York (NYU), y se dedicó por años al periodismo y la literatura antes de llegar al cuarto de escritores. “Asumir la autoría de un capítulo en televisión a mí siempre me incomoda porque es de tantísimas personas en realidad”, dice Krauze. Y en efecto, él ve en la escritura televisiva un ejemplo de colaboración.<sup>239</sup>

“En el cuarto de escritores éramos seis, porque *Luis Miguel* fue una serie complicada de escribir. No estoy hablando de factores externos; estoy hablando del entramado mismo, estructuralmente, con dos líneas de tiempo”, dice Daniel, quien luego de participar en *Luis Miguel: la serie*, ha repetido el esquema del cuarto de escritores en las producciones *Un extraño enemigo* (2018) y *El candidato* (2020), ambas de Amazon Prime Video.

Desde Colombia, Natalia Santa es una experimentada guionista y directora de cine. Ha escrito y revisado lo mismo seriados que telenovelas como *Verano en Venecia* (2009), temporadas de *Plaza Sésamo*, series para Netflix como *Frontera verde* (2019), *Historia de un crimen: Colmenares* (2019) y *El robo del siglo* (2020), y es la primera directora colombiana en participar en una sección oficial del Festival de Cannes, con su ópera prima *La defensa del dragón* (2017). Aunque su primera pasión fue la literatura, “fue en el cine y la televisión que encontré un espacio, una forma de expresión más clara para las cosas que yo quería contar”.<sup>240</sup>

Hija de la veterana guionista colombiana de telenovelas Fabiola Carrillo, Natalia Santa creció rodeada de mujeres libretistas, dramaturgas y periodistas; entre ellas, Mónica Agudelo, coautora de *Señora Isabel* (1993), que Argos adaptó en México como *Mirada de mujer* (1997). “Creo que hay una base común a cualquier tipo de narrativa, escrita o audiovisual, que es la creación de personajes. Un personaje sólido con motivaciones, con un conflicto y un arco. Pero la estructura sí cambia: no es lo mismo una telenovela de 240 episodios de media hora, que una miniserie de seis episodios de cuarenta minutos cada uno, que un guion cinematográfico de dos horas”. Y cualquier formación y entrenamiento en la materia previo es clave.

Santa cuenta que su primera experiencia en un cuarto de escritores transcurrió en Bogotá, y fue para la serie *Frontera verde*. Confiesa que al principio el método le resultó inusual. Fueron varias semanas de trabajo con guionistas colombianos y extranjeros —entre ellos, los mexicanos Gibrán Portela y Javier Peñalosa, y el colombiano Mauricio Leiva-Cock—; unos más familiarizados con televisión, otros con cine o con series. Se trató de su primer ejercicio en ese modelo de escritura colaborativa, y confiesa que terminó siendo “muy divertido”.

Aunque desde entonces, Natalia Santa ya ha participado en los guiones de nuevas series como *Historia de un crimen: Colmenares* y *El robo del siglo* (ambas de Netflix), y *Ruido capital* (Movistar+, 2020), la escritora insiste en que falta más capacitación: “Somos muy pocos guionistas que en este momento hemos hecho series y necesitamos formación y crear talleres, escuelas en donde se aprenda a estructurar y narrar estos nuevos formatos”.

239 Daniel Krauze, comunicación personal (16 de octubre de 2020).

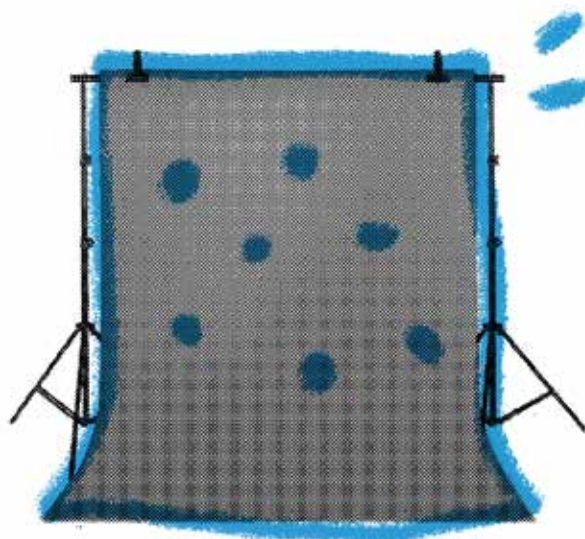
240 Natalia Santa, comunicación personal (29 de octubre de 2020).



# DIBUJAR LA REALIDAD: LOS EFECTOS VISUALES (VFX) SON UN SECTOR EN CRECIMIENTO

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Skills, industria, visual effects, México, Uruguay, Chile, nuevas habilidades, incentivos*



Desde los orígenes del cine, los creadores buscaron maneras de llevar lo imposible al celuloide: cuando descubrieron la pantalla verde, los cineastas la usaron como un lienzo donde proyectar ciudades, paisajes y hasta mundos imaginarios. Los efectos visuales (VFX, por sus siglas en inglés) son una extensión del anhelo de deleitar al ojo humano con lo inexistente: son animaciones que se hacen sobre las imágenes filmadas. Permiten admirar un monstruo de colores que aplasta los edificios de una ciudad, una lluvia de meteoritos sobre un descampado o la aparición de un espectral fantasma. Pero también sirven para detallar elementos más modestos que con frecuencia pasan desapercibidos: el vaho que flota sobre una taza de café caliente, los copos de nieve que caen del cielo o los destellos de luz de una ciudad nocturna, son elementos muchas veces colocados como parte del trabajo de efectos visuales que ocurre en posproducción.

Con ayuda de software en constante evolución, los efectos visuales dibujan sobre una fotografía en movimiento y, en años recientes, la disciplina se vuelve cada vez más indispensable: es más económico dibujar una explosión que

hacer estallar un edificio y filmarlo. Pero para ofrecer estos servicios, una empresa requiere conocimientos técnicos y expertos en software que no siempre son fáciles de hallar en nuestra región.

Con el crecimiento de la producción audiovisual, la demanda de efectos visuales ha aumentado a tal punto, que casi no hay película o serie en el presente que no los requiera. Las superproducciones dependen de ellos y se estima que 12,5% del presupuesto de una superproducción (proyectos con presupuestos superiores a los 220 millones de dólares) se dedica a efectos visuales.<sup>241</sup> Se calcula que el valor de esta industria y la de animación ascendía a 156.000 millones de dólares en 2020, y que aumentará a 172.000 millones de dólares en 2025.<sup>242</sup> Según datos de Zion Market Research, el mercado global de efectos

<sup>241</sup> Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 26.

<sup>242</sup> Mordor Intelligence, "Animation and Vfx Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, and Forecasts [2021 - 2026]" (2020). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market>

visuales crecía a un ritmo de 11,4% antes de la pandemia de 2020, y en 2018 ya era de unos 11,33 miles de millones de dólares por año. Las naciones de Asia, en particular la India, se están convirtiendo en las nuevas potencias de servicios relacionados con los efectos visuales como el *matchmoving*, proceso en el cual se insertan gráficos creados por computadora al rastrear el movimiento de la cámara dentro de la toma. ¿Pero dónde queda nuestra región, que lleva años construyendo una industria de la animación en varios países del continente?

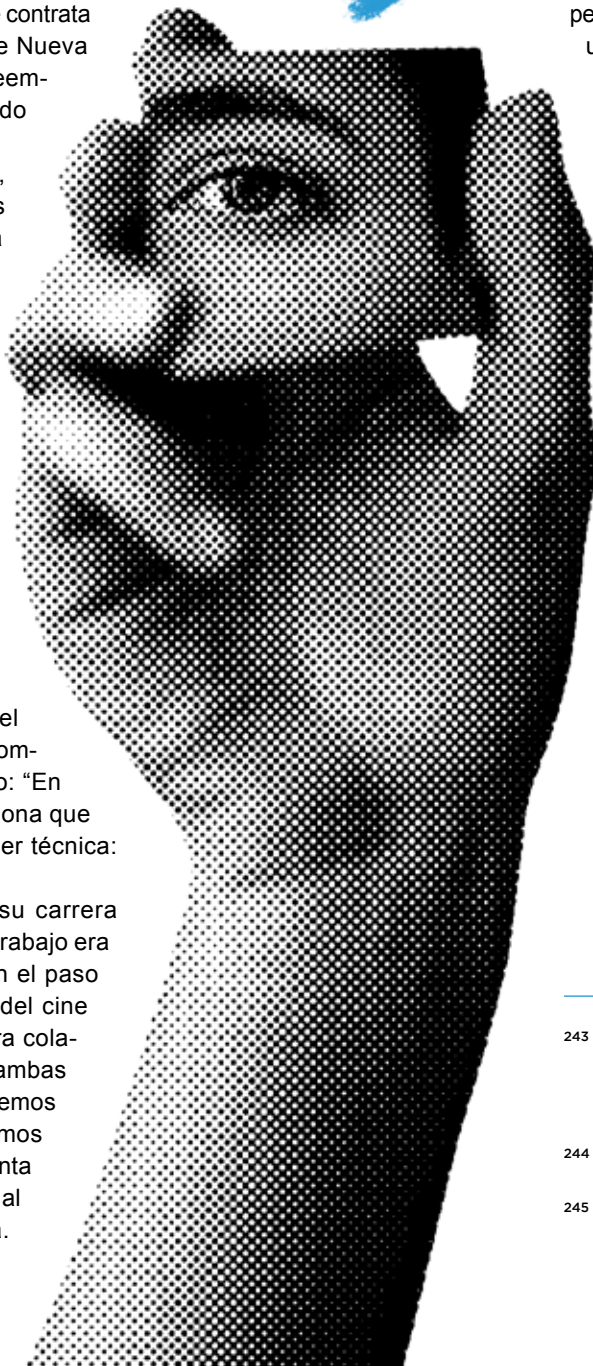
Históricamente, la industria de efectos visuales se ha concentrado en mercados muy reducidos. Vancouver, Londres y Nueva Zelanda son algunos de los principales *hubs* de la industria. Esto se debe a que estos sitios han ofrecido dos cosas: un *pipeline* de animadores provenientes de escuelas de gran prestigio como la Vancouver Film School y programas de incentivos que los vuelven competitivos a pesar de los altos costos de mano de obra. Por ejemplo: una producción que contrata sus efectos visuales a una empresa de Nueva Zelanda puede optar por un *rebate* (reembolso) de entre 18% y 20%, dependiendo del presupuesto total del proyecto.<sup>243</sup>

En América Latina, sin embargo, hay algunas empresas dedicadas a los efectos visuales que trabajan más allá de sus fronteras nacionales. Hasta hace algunos años, buena parte de su labor la hacían en comerciales para la televisión, pero recientemente las producciones latinas demandan cada vez más efectos visuales, y estas empresas han empezado a atender esa demanda que seguirá creciendo. Una empresa destacada en el rubro es Garage VFX, fundada por Tomás Roca en Santiago hace más de veinte años. Roca, diseñador industrial y artista de formación, dice que los efectos visuales comenzaron a ser un negocio viable en Chile con el descenso del precio de la tecnología (computadoras y software) a inicios de siglo: “En ese momento la importancia de la persona que estaba detrás de la máquina dejó de ser técnica: tenía que ser artística”.<sup>244</sup>

Durante los primeros años de su carrera como animador de efectos visuales, el trabajo era mayoritariamente publicitario, pero con el paso del tiempo y el ascenso internacional del cine chileno, se abrieron oportunidades para colaborar en cintas como *Neruda* y *Jackie*, ambas del director Pablo Larraín. “En Chile, tenemos mejor calidad de trabajo, por eso podemos acceder a los proyectos. Nos dimos cuenta de que hay un nicho en Estados Unidos al que podemos llegar”, nos cuenta Roca.

Para él, abrirse paso en el mercado estadounidense no ha sido sencillo: ha implicado subirse a muchos aviones, tocar muchas puertas, probar suerte. Pero la estrategia ha funcionado. En tiempos recientes, Garage VFX ha trabajado desde Chile en proyectos para Amazon Prime Video y Netflix. Roca cree que es importante mirar fuera de las fronteras nacionales: “Tenemos que ir a mercados más grandes... La idea sería tener un *partner* en Colombia, México, Argentina, por el volumen y presencia estratégica”.

En Uruguay, hablamos con Alejandro Damiani, socio de Aparato, una productora que ofrece entre su cartera de servicios los efectos visuales. Aunque este es un país desarrollado tecnológicamente y con altos niveles de educación si se le compara con la media latinoamericana, Damiani describe una oferta limitada de talento: “Somos todos medio generalistas... Es muy difícil especializarte en un mercado tan pequeño. Tenés que hacer de todo un poco. Así arrancó Uruguay: entonces tres personas pueden hacer algo que en otro país realizan 10 o 15. Al mismo tiempo, cuando querés calidad *hiperpremium*; por ejemplo, un animal con pelo, ahí no se está a la altura”.<sup>245</sup> En otras palabras, hay flexibilidad, pero menos especialización: una combinación complicada si se trata de profesionalizar y crecer una industria.



243 Olsberg SPI, *Global Incentives Index 2019 World of Locations* (2020). <https://www.olsberg-spi.co.uk/wp-content/uploads/2019/05/Olsberg-SPI-Global-Incentives-Index-May-2019.pdf>

244 Tomás Roca, comunicación personal (5 de noviembre de 2020).

245 Alejandro Damiani, comunicación personal (6 de noviembre de 2020).

Damiani también lamenta que conseguir talento para su industria no sea sencillo: “Las escuelas acá enseñan cosas que son obsoletas. Yo he visto trabajos de alumnos de cuarto año de universidad y no cumplen con lo esperado”, dice. Concuera en que buena parte del aprendizaje es autodidacta: muchos de sus artistas jóvenes aprendieron las bases del oficio no en la escuela, sino en internet: otra característica de una industria incipiente.

**Las empresas de streaming han tomado nota de esta dificultad. Paulina Salazar, gerente de efectos visuales para Latinoamérica de Netflix, dice que VFX y producción virtual son áreas claves de desarrollo en la industria del entretenimiento. “Solo en México estimamos que nuestra inversión en efectos visuales se multiplicará por cuatro en los siguiente cinco años. En Netflix tenemos un equipo que se dedica exclusivamente a apoyar el sano crecimiento del ecosistema de efectos visuales y posproducción. Como parte de este trabajo, colaboramos con socios de la industria para desarrollar talento emergente y tecnología en la región, y atraer profesionales altamente calificados que trabajan en el extranjero para que vuelvan a casa y echen a andar sus propias empresas”.**<sup>246</sup>

Alejandro Diego von Dorrer es CEO de Ollin VFX, una de las empresas de efectos visuales más grandes de América Latina, con sede en la Ciudad de México. Ollin tiene más de sesenta artistas de tiempo completo, y expande o achica la plantilla en función de los proyectos, que han incluido superproducciones de Hollywood como *Suicide Squad* o *Jumanji*, y la serie de Netflix *House of Cards*. Durante años, la cartera de clientes de Ollin estuvo exclusivamente en el extranjero, y hoy, de acuerdo con von Dorrer, 95% de los servicios de la empresa son para proyectos en Estados Unidos. Cuenta que eso puede cambiar: la llegada de las compañías de streaming a América Latina ha significado que, por fin, los proyectos locales tienen presupuestos para efectos visuales, cosa que hace algunos años era una rareza.

A pesar de que hay más demanda de servicios, von Dorrer relata varias dificultades; entre ellas, que las casas productoras locales aún no los saben presupuestar de modo correcto. Pero quizá la más complicada es que a pesar de tener menores costos de mano de obra en México, los incentivos de países como Canadá —que pueden alcanzar hasta 35% del gasto incurrido— limitan la posibilidad de competir. “Creo que somos una empresa relativamente exitosa... Estoy muy orgulloso del trabajo que hemos hecho, pero creo que una empresa como la nuestra, después de 20 años, debería ser mucho más grande”.<sup>247</sup>

Von Dorrer no cree que sea una cuestión de falta de talento —los animadores que se forman en Ollin terminan con frecuencia reclutados por sus competidores en Canadá— ni una falta de capital que impida crecer. “Si me dijeras que aquí hay dos millones de dólares para que Ollin crezca, sí podríamos invertirlo, pero a fin de cuentas el secreto está en conseguir que los clientes nos den el trabajo, y competir con el extranjero sin un programa local de incentivos es muy difícil”.

Por ser un oficio que combina creatividad y tecnología, en una región donde la demanda de servicios está en aumento, el desarrollo de una industria de efectos visuales podría ser una oportunidad singular. Pero no será fácil: además de formar talento, es esencial pensar en nuevas maneras de competir con los centros más establecidos que llevan años en la industria. El esfuerzo combinará legislación, capacitación y pensar en nuevas estrategias para que la posproducción en general tome un papel más importante en la región. Probablemente no sea algo que se pueda hacer de la noche a la mañana, pero los países que lo intenten con seriedad estarán ante una oportunidad interesante.



246 Paulina Salazar, comunicación personal (13 de junio de 2021).

247 Alejandro Diego von Dorrer, comunicación personal (9 de noviembre de 2020).

# “¿POR QUÉ NO ENSEÑARLES A LOS CHICOS DEL VECINDARIO?” CÓMO DAR EL SALTO DE GUATEMALA A HOLLYWOOD Y DE VUELTA A GUATEMALA

## PORQUE TE INTERESÓ:

*Guatemala, skills, trabajo técnico, educación, VFX*

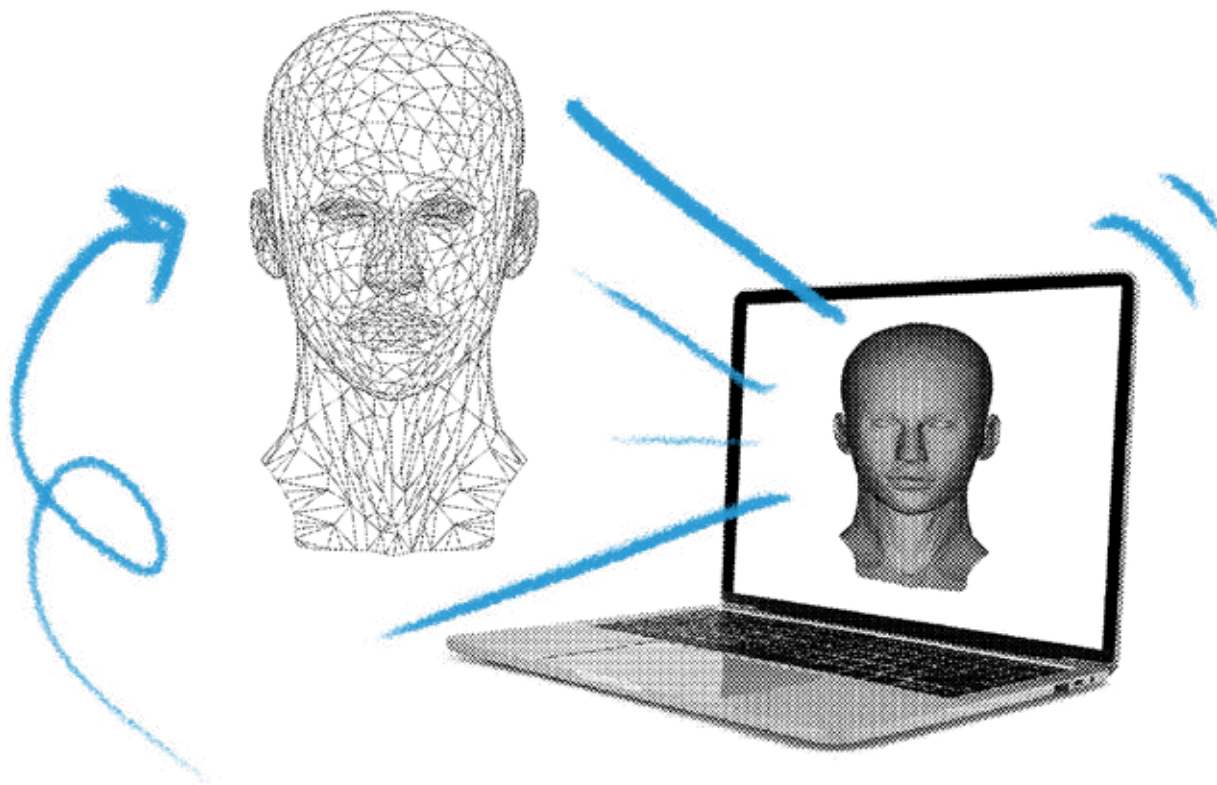
\* *Carlos Argüello conversó con el equipo detrás de esta publicación el 20 de septiembre de 2020. Lamentablemente, fallecería unos meses más tarde, el 23 de junio de 2021. Carlos deja atrás un valioso legado profesional, así como un ejemplo de compromiso con la juventud. Su visión será clave para seguir construyendo una industria audiovisual sólida en América Latina y el Caribe.*

El cine contemporáneo es un sueño realizado gracias a los efectos visuales, o VFX, nacidos de la unión entre animación y tecnología. Piénsese en las imágenes más impactantes del cine de los años noventa: la explosión de un asteroide en el espacio exterior en *Armageddon*, los mundos fantásticos de *Las crónicas de Narnia*, los siniestros clips en blanco y negro de *El aro*, el juego del siglo entre un Michael Jordan de carne y hueso, y el elenco animado de los Looney Toons en *Space Jam*. Detrás de estas producciones multimillonarias, que ganaron premios por sus efectos visuales y avanzaron las posibilidades del séptimo arte, se encuentra el pincel digital del guatemalteco Carlos Argüello\*.

De padres nicaragüenses, Argüello nació en Managua y creció en Guatemala, donde se aficionó a la pintura desde pequeño. Asegura que no era muy bueno en la escuela y que además batalló con una temprana dislexia, dos elementos que quizá lo atrajeron a las posibilidades técnicas de las computadoras, por entonces inaccesibles. Estudió arquitectura y diseño gráfico, pero pronto entendió que sus posibilidades de trabajar en el campo eran ínfimas y decidió migrar al área de San Francisco.

Argüello ingresó a la Academia de Artes de San Francisco y muy pronto consiguió unas cotizadas prácticas en la NASA, donde estuvo meses sin paga haciendo visualización científica y creando gráficos en 3D. “Yo feliz porque estaba usando una computadora”, dice Argüello. “Se volvieron mi mundo porque lo que yo quería era ver mis pinturas en 360 grados, entrar en los mundos que soñaba”.<sup>248</sup> Era el único artista en un entorno de científicos e ingenieros, a los que tuvo que enseñar cómo reaccionar a la nueva tecnología cuando esta aún no era interactiva y todo se llevaba a cabo por programación.

248 Carlos Argüello, comunicación personal (10 de septiembre de 2020).



Lo que vino a continuación fue una carrera en la que Argüello supo tomarle el pulso a las posibilidades de la tecnología y lo visual. Trabajó en empresas pioneras en el campo como Cinesite (Kodak), Synthetic Video y Pacific Data Images, produciendo imágenes para las cadenas más grandes de ese momento como ABC, NBC, HBO y TNT. Quizá se recuerden dos videos icónicos de los años noventa, ambos de Michael Jackson: en *Black and White*, precursor del Morph y otras técnicas de gráfica computacional, varios rostros se transforman unos en otros, mientras que en *Remember the time*, una fantasía egipcia, el mismo Michael se vuelve arena.

Argüello trabajó en cine como *film stylist* y director creativo, y luego de colaborar con Disney y lo que terminaría siendo Dreamworks, dio el salto a supervisor de efectos visuales: llegaron proyectos como *Sphere*, *Batman & Robin*, *The Mummy*, *The Devil's Advocate* y por supuesto, *Armageddon*, superproducción de ciencia ficción sobre un asteroide a punto de impactar la Tierra, que a nivel global recaudó más de 500 millones de dólares.

Pero en 2001, Carlos Argüello decidió hacer las maletas y volver a Guatemala. ¿La razón? Quería abrir el primer estudio de efectos visuales en Centroamérica.

## ENSEÑAR HACIENDO

Argüello cree que América Latina se halla en un buen momento para aprovechar su creatividad natural. “Estamos separados entre la vieja Latinoamérica que produce cemento, licor, azúcar, y la nueva que hace trabajos no de manufactura, sino de *mentefactura*”, dice. “Tenemos varios conflictos en la región, pero esta mezcla de arte, que es muy natural en nuestra cultura, y las nuevas tecnologías puede generar empleos a largo plazo para mucha gente y evitar una fuga de talentos”.

Con esta idea en mente, Argüello fundó Studio C, que llegó a tener a 30 jóvenes de Antigua, Guatemala, como artistas: uno de sus proyectos más importantes fue colaborar en los vfx de *Las crónicas de Narnia*, nominada al Oscar por mejores efectos visuales.

En 2007, nació la Fundación CA, una organización que se ha aliado con diversas instancias gubernamentales y privadas para ofrecer cursos y programas formativos en Guatemala, México, Colombia y Jamaica. Su enfoque es “enseñar haciendo”, volcándose de lleno a la parte más pragmática de los efectos visuales. Además de la escasez de programas académicos en la región, Argüello dice que en esta industria, más allá de los títulos, lo que cuenta es la experiencia y el *reel*, la demostración del trabajo propio en formato de video. “El sistema tradicional en Latinoamérica sigue siendo estudios en universidades, normalmente de cuatro años; eso está bien para algunos, pero la mayoría hoy tiene que entrar al mundo laboral lo más pronto posible”, dice. Y eso se logra, explica, tanto aprendiendo con videotutoriales y prácticas en casa hasta con pasantías en estudios de producción que permitan a los jóvenes adquirir experiencia: exponerlos a proyectos y exigencias reales. “En esta industria, tener contacto con trabajos reales es primordial”.

En cuanto a su diagnóstico, Argüello dice que no invertiría en entrenamiento tradicional, sino en encontrar otras maneras de apoyar a quienes se inician en el gremio, como alianzas que permitan que estudios privados inviten a más jóvenes a sus proyectos. “O incentivar centros de producción donde se puedan congregar y tengan mejor internet que en sus casas, conocer a otras personas interesadas en proyectos similares y trabajar en pequeños grupos desde sus pueblos para conectarse con las grandes ciudades”. En un mundo pospandémico, uno de sus planes es llegar a nuevas zonas de América Latina y el Caribe a través del streaming y el autoaprendizaje.

# LA TECNOLOGÍA UTILIZADA EN LOS VIDEOJUEGOS ESTÁ CAMBIANDO LA FORMA EN QUE SE HACEN LAS PELÍCULAS EN HOLLYWOOD

Hasta hace poco no se imaginaba otra opción que el eterno fondo verde o azul a la hora de imaginar mundos imposibles, añadidos en posproducción. Hoy cobra popularidad la producción virtual, un método que combina software con grabaciones en vivo y gráficos computacionales en tiempo real. Una de las herramientas 3D líder en este nuevo campo es aquella producida por Epic Games, el estudio detrás del éxito mundial de videojuegos *Fortnite*: se trata de 3D Unreal Engine. Creado como un motor gráfico por Epic Games, en 1998 se convierte en una herramienta virtual revolucionaria para la producción de cine.

Gracias a esta tecnología se proyectan y manipulan imágenes en tiempo real en un muro LED para que cámara y actores capten la imagen sin necesidad de posproducción ni pantallas verdes. La herramienta, que pasa por su cuarta iteración y es de código abierto para quienes no produzcan videojuegos comerciales, abarata los costos de posproducción y reduce los tiempos de edición; además, en términos de eficiencia, los actores pueden hacer las tomas como si estuvieran en los escenarios más reales, conviviendo con las criaturas más irreales.

Fue famoso el uso de Unreal Engine en la serie original de Disney+ *The Mandalorian*, ganadora del Emmy por mejores efectos visuales, pero no fue la primera vez que la herramienta era empleada en el universo de *Star Wars*: en *Rogue One* (2016), Unreal Engine “hizo

historia” al trabajar con CGI en tiempo real.<sup>249</sup> En *The Mandalorian*, los ambientes 3D de la serie creados por el estudio Industrial Light & Magic fueron editados en tiempo real durante el proceso de filmación.<sup>250</sup>

La tecnología utilizada en los videojuegos cambia la forma en que se hacen las películas en Hollywood y es probable que los desafíos para producir cine y televisión bajo las restricciones impuestas por la pandemia de coronavirus aceleren el uso de estas tecnologías, que no solo tendrán un impacto en la posproducción, sino en algunos roles de la industria que podrían cambiar, según ciertos expertos. No es poca cosa, además, entender que el hecho de proyectar cualquier paisaje del mundo en un muro LED y filmar como si estuviéramos allí podría reducir la necesidad de viajes y rodajes costosos.

En América Latina, la Universidad Nacional de San Martín, en Argentina, hizo pública una alianza académica con Unreal Engine. El Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas, con sede en Santiago de Chile, anunció que instalará un laboratorio de producción virtual para brindar capacitación en Unreal Engine a profesionales de las industrias creativas. Algunas alternativas a Unreal Engine que compiten en el mercado de producción virtual incluyen a Unity, Amazon Lumberyard, CryEngine, 3ds Max Design, Blender, Maya, GameMaker y ARKit.

249 Harrison Miller, “Epic Games’ Unreal Engine takes movie production to the next level”, *Business North Carolina* (2 de abril de 2020). <https://businessnc.com/epic-games-unreal-engine-takes-movie-production-to-the-next-level/>

250 Ver Industrial Light & Magic. <https://www.ilm.com/newsrabbits/virtual-production-on-the-mandalorian/>

# UN FILÓSOFO, UNA CINEASTA, UN JEFE DE COCINA, UN ASISTENTE LEGAL, UNA RELACIONISTA PÚBLICA: EL OFICIO DEL PRODUCTOR EN AMÉRICA LATINA ES MULTIDISCIPLINARIO



## PORQUE TE INTERESÓ:

*Educación, skills, nuevas habilidades, producción, emprendedores creativos*

La producción es un oficio en buena medida malentendido por el público. Si el director es el prosista de la imagen y el fotógrafo alguien que pinta cuadros en movimiento, el productor suele ser visto como un mero facilitador, alguien que se encarga del aspecto financiero y logístico del rodaje, desde convencer a un inversionista hasta alquilar los vehículos y preparar papeles aduanales. “Esa visión errónea hace que la gente piense en el cargo de productor como alguien que consigue lo que necesitan los demás y no visualizan su importancia”, dice Carlos Congote, cabeza de Congo Films, en Colombia. “Antes todos los que estudiaban cine querían ser directores y si no, asistentes de dirección, y los que no lo lograban se volvían productores”, dice Mariane Hartard, productora ejecutiva de Fabula, en Chile.

Aunque ya hay programas de formación de productores en las escuelas latinoamericanas, la producción audiovisual no es una profesión que entra dentro de una definición estricta. Se entiende que un productor es ante todo responsable de que un proyecto cumpla con sus tiempos y presupuestos. Pero hay muchos tipos de producción: ejecutiva, creativa, asociada, entre otras. Durante las conversaciones de las que surgió este libro, encontramos productores que se formaron como periodistas, filósofos, jefes de cocina y relacionistas públicos. El espectro de conocimientos que pueden ser útiles a un productor es amplio; en palabras de los que se dedican al oficio, casi ninguna habilidad de cualquier ámbito sobra.

La producción engloba una serie de conocimientos que escasean entre muchos emprendedores creativos. Como señala el libro *Emprender un futuro naranja*,<sup>251</sup> los emprendedores creativos en América Latina con frecuencia sufren por la falta de capacitación legal y financiera. **“Como productora, me gustaría tener más background legal. Creo que es importante que los productores entendamos toda la parte legal desde que haces tu pitch hasta que entregas el proyecto”, dice Laura Woldenberg, productora ejecutiva de Vice México en tiempos de esta conversación.**<sup>252</sup> **“Es súper importante hablar el vocabulario, desde los contratos hasta la repercusión que tenga la historia que estás contando... Este trabajo no se trata nada más de hacer arte y contar historias, y hacer lo que te gusta, sino que tienes toda esta otra parte que tienes que saber, la parte aburrida”,** añade esta realizadora.

“A veces ni yo sé lo que hago; pero básicamente es llevar y conducir los proyectos en sus diversas fases: soy el responsable de ‘pastorear’ los proyectos, por así decirlo”, nos cuenta Kyzza Terrazas, filósofo de formación, escritor y director de cine, que es cabeza del área de producción creativa y desarrollo de La Corriente del Golfo, casa productora fundada por Diego Luna y Gael García Bernal en 2018.<sup>253</sup>

Los productores también tienen otro tipo de responsabilidad, una que convoca voces e ideas. Tanto Terrazas como Paula Amor, directora de La Corriente del Golfo desde su fundación, están convencidos de que es necesario darles paso a nuevas voces, más diversas y plurales: “Lo que creo que falta es un semillero de talento, una especie de mentorías, y abrirle la puerta a mucha gente que es muy buena y no ha tenido la oportunidad porque no tiene el nombre, las conexiones o las mismas posibilidades”, dice Amor.

Desde Argentina, la productora venezolana Linda Díaz nos cuenta de su experiencia de trabajo en El Calefón, una productora audiovisual independiente con oficinas en la ciudad de Córdoba. Ella inauguró el departamento de televisión premium, en el que produce proyectos desde su concepción, tareas que incluyen el desarrollo de una idea y el guionismo. “Quería saber qué podía aportar yo al Calefón, y en 2016 me fui a Cuba [a la Escuela Internacional de Cine y Televisión en San Antonio de los Baños] a estudiar producción de contenidos premium... Nos interesa levantar los proyectos en desarrollo y presentarlos en un estadio más abierto. Lo que a nosotros nos da la puerta abierta con los *players* cuando somos chicos es que cada vez que hemos puesto un proyecto en su escritorio hay mucha calidad”, dice Linda.

Alonso Ruvalcaba es un escritor y cocinero mexicano que se había dedicado a escribir, reseñar cine y emprender la apertura de Bretón, un popular restaurante en la Ciudad

de México. Pero cuando Kyzza Terrazas, que lo conocía por el libro *24 horas de comida en la Ciudad de México*, le ofreció integrarse al equipo de producción de contenido de *Pan y Circo*, un original de Amazon Prime Video con la conducción de Diego Luna, Ruvalcaba no se lo pensó dos veces.

“Desde que recibí la llamada hasta que se estrenó la serie transcurrieron dos años, y mis funciones fueron cambiando a lo largo de la producción”, dice Alonso. Su trabajo fue armar el *pitch* y pensar la serie, y para ello organizó un equipo propio que se integraría al equipo más grande de producción, donde se estableció una unidad paralela encargada de gestionar temas logísticos. “Realmente es un trabajo de un montón de fuerzas sucediendo al mismo tiempo”, dice Alonso, quien cuenta la complicada situación del estreno previsto para el periodo más álgido del covid-19, y que requirió incluso producir un capítulo nuevo a través de Zoom: “De todas maneras, sé que en una telenovela de las de antaño era diez veces más difícil. Terminamos siendo un equipo de unas cincuenta personas. En una telenovela probablemente se trate de quinientas personas, no era tan complejo pero es una estructura firme, con una andamiaje móvil alrededor”, señala.

Tal como lo prueba el trabajo de los entrevistados, entre las responsabilidades de un productor hay una básica: la creatividad. “Nunca me vi como productor y sin embargo creo que lo hago más o menos bien. Quizá pueda haber más personas aventurándose a producir a nivel creativo y en el camino hacerse de ciertas complicidades”, dice Kyzza Terrazas. Para Linda Díaz, la clave se encuentra en la posibilidad de profesionalizar el oficio: “Hay una carencia de personas con las herramientas creativas para desarrollar y escribir al nivel que las plataformas piden hoy. Me refiero a la polémica figura del *showrunner*, que puede ser muy creativa: alguien que entiende de producción y de financiamiento, y que se involucra con el proyecto en cada fase del desarrollo. Formar a esos profesionales es estratégico para nuestra región”, concluye.

**“ES SÚPER IMPORTANTE HABLAR EL VOCABULARIO, DESDE LOS CONTRATOS HASTA LA REPERCUSIÓN QUE TENGA LA HISTORIA QUE ESTÁS CONTANDO... ESTE TRABAJO NO SE TRATA NADA MÁS DE HACER ARTE Y CONTAR HISTORIAS, Y HACER LO QUE TE GUSTA, SINO QUE TIENES TODA ESTA OTRA PARTE QUE TIENES QUE SABER, LA PARTE ABURRIDA”, DICE LAURA WOLDENBERG.**

251 Leticia Gasca y Alejandra Luzardo, *Emprender un futuro naranja. Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe* (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018), 76.

252 Laura Woldenberg, comunicación personal (16 de octubre de 2020).

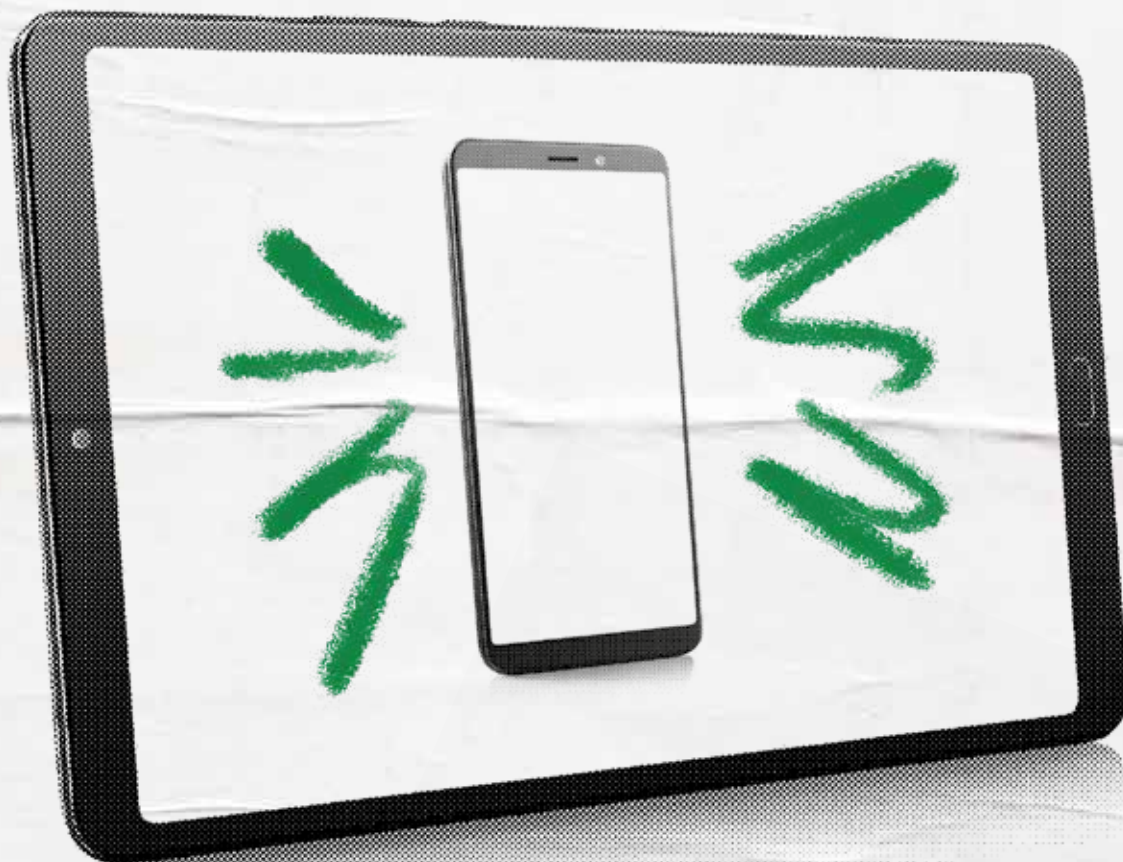
253 Kyzza Terrazas, comunicación personal (8 de diciembre de 2020).



**PARTE III**

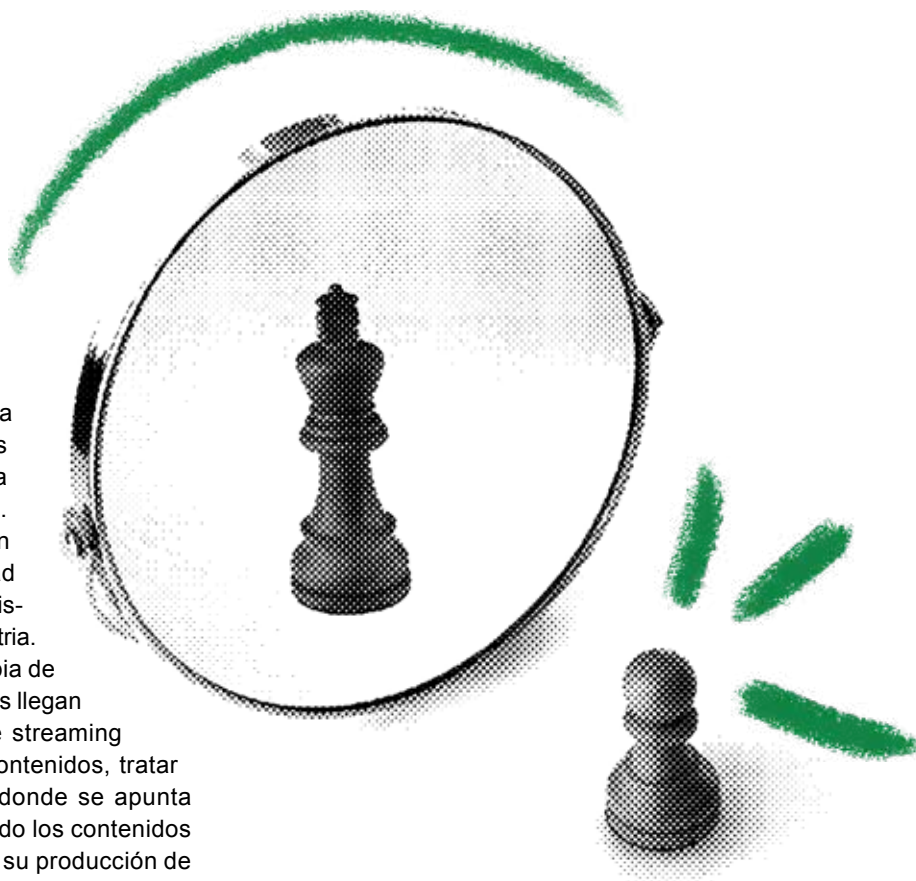
# IMPLICACIONES Y RECOMENDACIONES





## CAPÍTULO 5

# LA PANTALLA COMO ESPEJO



Una sociedad idealmente se ve reflejada en sus películas y series. En los últimos años se han logrado avances en materia de representación en el sector audiovisual. Gracias a artistas y a activistas que han alzado sus voces, los temas de diversidad e inclusión son ineludibles en cualquier discusión actual sobre los rumbos de la industria.

Debido a una libertad creativa propia de los canales digitales y a que sus productos llegan a nichos de audiencia, los servicios de streaming han tenido la oportunidad de mostrar contenidos, tratar temáticas y hacer apuestas creativas donde se apunta por la diversidad. Conforme han avanzado los contenidos locales, las plataformas han aumentado su producción de contenidos en lenguas co-oficiales en países como India y España. De acuerdo con la consultora Nielsen, los contenidos de videos por demanda en Estados Unidos tienen más diversidad que la televisión paga.<sup>254</sup> Lo mismo ocurre si se compara el streaming con el cine: un estudio reciente de Netflix y la Universidad del Sur de California señala que 48,4% de las películas originales de Netflix estrenadas en 2019 contó con mujeres en el elenco principal, comparado con 41% de las películas más taquilleras de Estados Unidos para ese mismo año.<sup>255</sup>

América Latina y el Caribe padece males históricos como el racismo, la violencia contra las mujeres y la desigualdad social. En México, el actor Tenoch Huerta ha levantado la voz contra el racismo en el cine y la televisión, detonando una importante discusión sobre el tema en un país donde las personas morenas, la comunidad afrodescendiente y los pueblos originarios han aparecido poco en pantalla o, peor aun, han sido sujetos del estereotipo.

Y en materia de representación, durante décadas las producciones más concurridas –por ejemplo, las telenovelas– estuvieron protagonizadas por actores y actrices blancos, cisgénero, sin discapacidad. Esto empieza a cambiar en algunos países. El estreno de *Mister Brau* (Globo, 2015), que algunos especialistas consideran la primera serie brasileña protagonizada por una pareja negra de clase acomodada,<sup>256</sup> marcó un hito. A partir de entonces, varios contenidos de televisión y streaming han contado con actores negros entre sus protagonistas, e incluso Netflix estrenó *Super Drags*, una serie animada protagonizada por personajes LGBTQ+. De acuerdo con Claudia Augustinis, directora de Production Management en Netflix: “La diversidad es algo en lo que tenemos que insistir constantemente, en cada conversación con productores. En Brasil, 56% de la población es negra. Y si no la tenemos representada en pantalla, no estamos representando a Brasil”.<sup>257</sup>

Pero no basta con tener rostros diversos en pantalla. Importa también que los grupos históricamente marginados tengan un lugar en la industria audiovisual, en particular en los espacios de toma de decisiones. Abrir oportunidades para las mujeres en oficios dominados por los hombres como la dirección o en puestos de producción es asimismo un paso urgente.

Lograr esto no es sencillo. La industria audiovisual latinoamericana sigue siendo un mundo cerrado, donde además de estructuras de poder históricas como el machismo y el racismo, las relaciones personales son muchas veces las que determinan quién participa o no de las oportunidades. Muchos de los creadores con quienes conversamos para este libro admiten que las conexiones personales jugaron un peso importante para hacerse de un lugar en la industria. Si queremos talento emergente diverso, tenemos que abrir espacios donde escuchemos a las nuevas voces y tengan la oportunidad de aportar.

254 Nielsen, “Being seen on screen: Diverse representation and inclusion on TV” (2 de diciembre de 2020). <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2020/being-seen-on-screen-diverse-representation-and-inclusion-on-tv/>

255 Stacy Smith et al., “Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films”, *USC Annenberg Inclusion Initiative* (febrero de 2021). <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-netflix-study.pdf>

256 Eli Carter, “Representing Blackness in Brazil’s Changing Television Landscape: The Cases of Mister Brau and O Grande Gonzalez”, *Latin American Research Review*, 53 (2018), 344–357. <https://larriasa.org/articles/10.25222/larr.330/>

257 Claudia Augustinis, comunicación personal (21 de febrero de 2021).

# AMPLIFICAR LAS VOCES: CONVERSACIÓN CON MUJERES DEL MUNDO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA

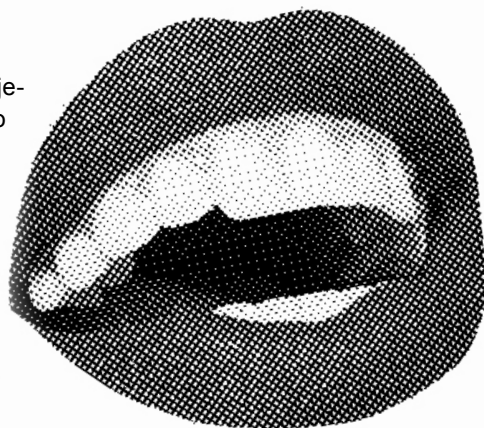
## PORQUE TE INTERESÓ:

*Representación, género, mujeres cineastas, buenas prácticas*

En la industria audiovisual las mujeres han tomado la palabra. Como por un megáfono, sus voces se han amplificado a través de la integración de más trabajadoras en puestos claves, denunciando públicamente experiencias de violencia de género o alentando la creación de contenidos con perspectiva de género y personajes más diversos.

Sin embargo, la marcha ha sido lenta. Recién ahora las comisiones y asociaciones filmicas en nuestra región han generado estadísticas que ilustran la brecha de género en el sector audiovisual. Ninguna mujer ha sido directora en los largometrajes mexicanos más vistos de los últimos veinte años<sup>258</sup> y solo 20% de los largometrajes producidos en 2019 fueron de directoras.<sup>259</sup> En Argentina, menos de 35% de los puestos de trabajo en la industria los ocupan mujeres.<sup>260</sup> Y en Brasil, la Comisión de Género, Raza y Diversidad de Agencia Nacional de Cine (Ancine) calculó que tres cuartas partes de las películas estrenadas en 2016 fueron dirigidas por hombres blancos.<sup>261</sup>

Para Nina Wara, cineasta boliviana afincada en México, el principal reto estriba en que el trabajo y las ideas de las mujeres cobren la misma importancia que suele dársele por descontado al trabajo de sus contrapartes masculinas. Durante el rodaje de su ópera prima *El murmullo del viento* (2018), en el departamento de Potosí, Bolivia, Wara relata las tensiones que implicó asumir su rol como directora



en un ecosistema dominado por hombres. “Me querían decir cómo dirigir, qué hacer y hasta cómo relacionarme con la gente de la región”, dice, en sintonía con la experiencia de la colombiana Natalia Santa cuando dirigió *La defensa del dragón* (2017). Dice ella: “Sentí momentos de mucha agresividad por una parte del equipo técnico que esperaba de mí un rol masculino en el rodaje, algo que yo no iba hacer nunca porque no me interesa generar esas relaciones de poder ni entablar ese tipo de diálogos con la gente con la que trabajo”. Ambas coinciden en que la rígida jerarquización de los puestos de trabajo, con la figura del director como la punta de la pirámide, es una manera anticuada de encarar la rica colaboración que implica una producción audiovisual.

258 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://anuariocinemex.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2015.pdf>

259 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadistico/>

260 Observatorio de la Industria Audiovisual de Argentina e INCAA. “Informe igualdad de género en la industria audiovisual argentina. Observatorio de la Industria Audiovisual de Argentina e INCAA” (2019). [http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/12/incaa\\_oava\\_igualdad\\_de\\_genero\\_2019.pdf](http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/12/incaa_oava_igualdad_de_genero_2019.pdf)

261 Luana Rufino. *Diversidade de gênero e raça no audiovisual*. ANCINE. [https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCacheira\\_LUANARUFINO.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCacheira_LUANARUFINO.pdf)



## UN ESTALLIDO

En el 2017, el movimiento denominado #MeToo surgió como una marea entre trabajadoras y actrices de Hollywood que denunciaron públicamente las experiencias de abuso y violencia de género de hombres con poder en la industria audiovisual. Si algo distinguía a este gremio era la posibilidad de amplificar sus voces gracias a sus herramientas de trabajo: el megáfono, la pantalla, el discurso que se viraliza en redes sociales y se esparce por el globo.

“Cuando se dio el estallido del #MeToo en México, a mí me dio un agobio tremendo. Me preocupó no tener la información ni la claridad sobre cómo llevar un proceso así cuando nos enfrentemos con un caso de acoso y violencia, en un mundo en el que no hay posibilidad de hacerte el tonto al respecto”, dice Paula Amor, directora de La Corriente del Golfo, en México.

Amor, quien forma parte del colectivo #YaEsHora con otras trabajadoras de cine y televisión, comprendió la urgencia de establecer directrices claras en materia de prevención y atención de violencia de género al interior del sector audiovisual, y en particular dentro de la empresa que dirige. Cuenta que tras una larga búsqueda encontró una aliada en Andrea Foncerrada, presidenta de The Boston Center, organización que además de operar como centro de investigación, diseña e implementa protocolos para prevenir y atender distintas violencias en ámbitos laborales y educativos.

La abogada Alejandra Vázquez, directora de protocolos de The Boston Center, fue la encargada de diseñar una herramienta flexible que se ajustara a las necesidades y dinámicas de las ocho primeras casas productoras mexicanas que, luego de un diálogo, apostaron por implementar un protocolo contra el acoso: La Corriente del Golfo, Pimienta Films, Bengala, Panorama Global, Piano, Filmadora, No Ficción y Cinépolis Producción. En el protocolo se contempla violencia sexual y de género, aunque también discriminación de todo tipo y otras microviolencias. Durante algunos meses, Vázquez sostuvo entrevistas y reuniones de trabajo con las productoras para entender la operación específica de cada una: al conocer los flujos

de trabajo, es más fácil identificar posibles relaciones de poder e instituir comités valoradores, externos e internos. Otros retos que Vázquez enfrentó fue, en un caso, diseñar lineamientos de trato para personas menores de edad, y en general entender la diferencia entre trabajadores permanentes y temporales, lo que necesariamente modificaría los mecanismos de conciliación. El documento aspira a ser claro para quienes, por contrato, deben adherirse a él, y uno de sus elementos esenciales pasa por las definiciones de las formas de violencia: el acoso se da entre personas con responsabilidades iguales y el hostigamiento se ejerce de modo vertical, por ejemplo.<sup>262</sup>

El resultado es, para Alejandra Vázquez, “un documento vivo que, más que sancionar, busca proteger a todas las personas”. Si bien su base puede estar sujeta a una revisión continua, y adaptarse según el código de ética de las casas productoras que decidan integrarlo, su alcance y ámbito de aplicación son claros, y pueden ajustarse a los marcos jurídicos de cada país o región.

“Este es un reclamo histórico que escuchamos, puesto que creemos en la cultura de la denuncia. No se trata de tener el documento y guardarlo en un cajón: muchas compañías tienen mecanismos de denuncia, pero no tienen medidas preventivas, no hacen capacitaciones, no tienen medidas de restauración. Tampoco otorgan derecho de réplica, que es igualmente importante”, comenta Andrea Foncerrada.

“Fuimos los primeros en tener un protocolo operativo y ahora tenemos un manual de sustentabilidad para ser más amigables en nuestras producciones y cambiar las reglas con cosas muy sencillas”, dice Paula Amor. Para la serie que La Corriente del Golfo tiene previsto estrenar en Netflix en 2021, *Todo va a estar bien*, el cuarto de escritores tomó un taller de masculinidades disidentes a la par que uno de los personajes.

“Solo recién en los últimos dos, tres años se empezó a hacer una línea narrativa con perspectiva de género, donde las mujeres tengan agencia y autonomía, y no sean súbditas de los hombres ni sus historias giren en torno a ellos”, dice Nina Wara, quien apoya las crecientes asociaciones de trabajadoras del audiovisual que se constituyen como espacios no solo de menor competitividad, sino de cuidados y empatía. “El trabajo de machismo y patriarcado es mucho más profundo de lo que podemos entender, y es un proceso de descolonizarnos y soltar viejas creencias”, concluye.



262 Andrea Foncerrada y Alejandra Vázquez, comunicación personal (11 de enero de 2021).

Laura Woldenberg, productora ejecutiva de Vice México en tiempos de esta entrevista, estrenó en 2020 *Las tres muertes de Marisela Escobedo* en Netflix, un documental sobre la historia de la activista mexicana Marisela Escobedo. En su primera semana de transmisión se mantuvo en el top 3 de espectadores de Netflix, lo que demuestra el interés y la urgencia de discutir a través del cine documental aquellos temas que tocan a las mujeres. “Se lanza en un momento muy relevante en el que hay una conversación sobre la violencia de género y el feminismo”, dice Laura.

Hace unos años, el documental *Miss Representation* (2011) puso algunos temas sobre la mesa, y entre ellos la subrepresentación de las mujeres en las historias contadas en el audiovisual: en aquella época el porcentaje de mujeres en papeles protagónicos en películas y series era de 16%. Aunque según un estudio de Women & Hollywood, esa cifra ha subido a 40% para 2019, es un hecho que detrás de cámaras, su proporción en puestos claves es todavía escasa (34%).<sup>263</sup> Curiosamente, son mujeres las que componen grandes porciones de las audiencias: en enero de 2020, una encuesta aplicada en Estados Unidos demostró que las mujeres son más aficionadas que los hombres a mirar televisión todos los días.<sup>264</sup> Y esto implica reconocerse en las historias que miran. Lo anterior nos obliga a plantearnos varias preguntas sobre las narrativas que ocupan sitios centrales en nuestras sociedades, quiénes deciden lo que se cuenta y qué se hace al respecto para subsanar un boquete que no es solo de subrepresentación, sino directamente de aniquilación simbólica.

Apenas hace falta agregarlo: las mujeres trabajadoras y a cargo de los cuidados han sido las más afectadas tras la pandemia por covid-19, quienes además llevan décadas enfrentando una epidemia de violencia patriarcal. En 2021, el Banco Interamericano de Desarrollo ha identificado esta particular situación de las trabajadoras en la región, y ese mismo año destinó 40% de sus apoyos por la crisis pandémica a mujeres y niñas, con énfasis en aquellas que son dueñas de pequeños negocios.<sup>265</sup> El sector audiovisual tiene aquí una deuda y un potencial enormes.

El 8 de marzo de 2021, Día Internacional de la Mujer, Netflix anunció un fondo dedicado a incentivar la equidad creativa en la industria del entretenimiento global, con 20 millones de dólares anuales previstos para los próximos cinco años y un especial énfasis en el talento proveniente de África.<sup>266</sup> Esta clase de iniciativas sin duda empezarán a ser moneda corriente entre las empresas de streaming, que para cautivar a sus audiencias tendrán que hacer algo más que contar las historias desde otro punto de vista: es necesario cambiar la estructura y permitir que la toma de decisiones sea un proceso más diverso e inclusivo. A estas alturas, el proceso es irreversible.

263 Women & Hollywood, “Statistics”, *Center for the Study of Women in Television and Film* (2019). <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2019-statistics/>

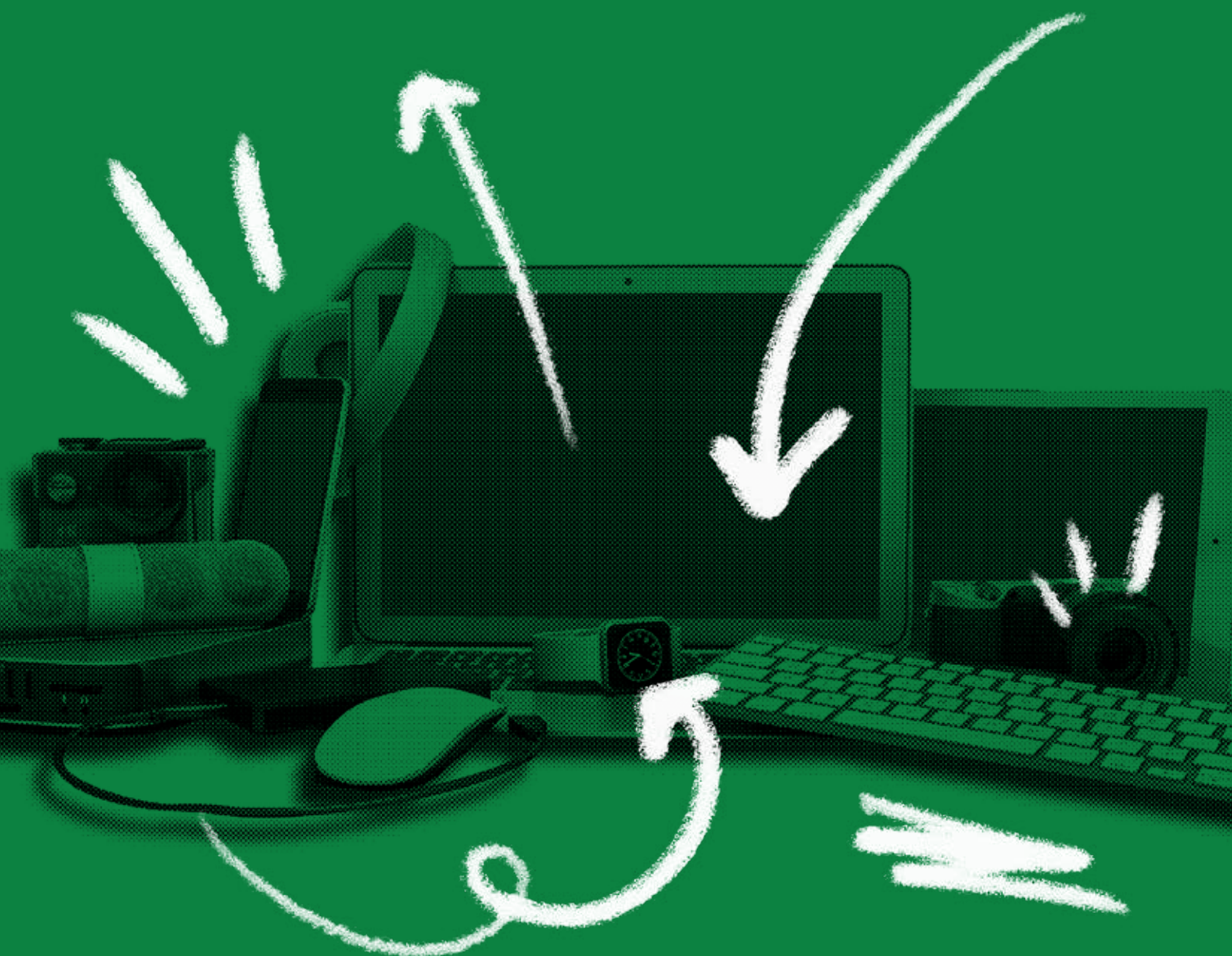
264 Statista, “Frequency of watching or streaming TV shows among adults in the United States as of January 2020, by gender” (febrero 2020). <https://www.statista.com/statistics/936166/tv-shows-watching-streaming-frequency-by-gender-us/#:~:text=A%20survey%20conducted%20among%20U.S>

265 Mauricio Claver-Carone, “IDB’s Commitment to Women Empowerment”, *IADB.ORG* (11 de marzo, 2021). <https://blogs.iadb.org/igualdad/en/idb-commitment-women-empowerment/>

266 Emelike Obinna, “Netflix to uplift women in entertainment with \$5m from Creative Equity Fund”, 18 de marzo de 2021. <https://businessday.ng/arts-and-life/article/netflix-to-uplift-women-in-entertainment-with-5m-from-creative-equity-fund/>



# BUENAS PRÁCTICAS Y ESPACIOS DE FORMACIÓN: **DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y CAPACITACIÓN**



## CINE AL SENA (COLOMBIA)

La estrategia Cine al SENA, que va por su quinto año, es una alianza entre el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), institución encargada de la educación pública en Colombia, con productoras, festivales y mercados. En última instancia, la estrategia busca potencializar la industria audiovisual y acercar las oportunidades laborales a los aprendices formados en sus carreras técnicas y tecnológicas.

El SENA tiene una oferta educativa muy amplia relacionada con contenidos audiovisuales, de acuerdo con Elkin Manco,<sup>267</sup> líder nacional de Cine al SENA, con programas de formación en cine, televisión, producción multimedia, animación y nuevos formatos como realidad virtual. Hasta ahora se han firmado convenios con el Festival Internacional de Cine de Cartagena, Bogoshorts Film Festival, Bogotá Audiovisual Market, Indiebo, Festival Mambe, Bolivia Lab, Premios Macondo y con la escuela de formación técnica en cine Congo Films,<sup>268</sup> cuya infraestructura técnica permite una experiencia real de trabajo en producción para los estudiantes. Hasta 2019, más de dos mil jóvenes de varias regiones del país se habían beneficiado de estos programas, incluidas las aulas móviles en sectores rurales. En 2018, el cortometraje *Chocatos*, de cuatro aprendices del Centro Agroturístico Sena San Gil, en Santander, ganó en la categoría de mejor cortometraje en el Festival Internacional de Cine y Televisión de Benevento, Italia.<sup>269</sup>

En este proceso de formación con Congo Films y en contexto pandémico, la virtualización ha democratizado aún más los contenidos, dice Elkin Manco, con la posibilidad de que más de 1.500 jóvenes colombianos asistan a los talleres virtuales.



267 Semana, "Sena Cine, la apuesta por la industria audiovisual" (27 de noviembre de 2020). <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/sena-cine-la-apuesta-por-la-industria-audiovisual/202047/>

268 Paola Pinzón, "Cine al Sena, apoyo al talento audiovisual de los aprendices", *Revista Digital Sena* (17 de septiembre de 2020). <https://revistadigital.sena.edu.co/2020/09/17/cine-al-sena/>

269 Víctor Ardila, "Sena obtuvo premio al mejor cortometraje internacional", *Vanguardia* (14 de julio de 2018). <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/sena-obtuvo-premio-al-mejor-cortometraje-internacional-GEVL438835>

270 Claudia Augustinis, comunicación personal (21 de febrero de 2021).

271 About Netflix, "'3%' leaves a lasting legacy of inclusion behind the scenes" (15 de septiembre de 2020). <https://about.netflix.com/en/news/3-percent-inclusion-behind-the-scenes>

272 Ver institutocriar.org

273 Secretaria Especial de Comunicação, "Prefeitura renova parceria com Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias" (7 de junio de 2019). <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-renova-parceria-com-instituto-criar-de-tv-cinema-e-novas-midias>

## BOOST THE BASE (BRASIL)

Boost the Base es un programa que funciona como una alianza entre Netflix Brasil, institutos de audiovisual que operan a la vez como organizaciones sin fines de lucro y algunas productoras. El objetivo del programa es contratar jóvenes de zonas periféricas o contextos socialmente vulnerables, pertenecientes en su mayoría a las comunidades negra y LGBTQ+, en puestos básicos en la producción de proyectos desarrollados para Netflix. Funciona, según Claudia Augustinis del equipo de producción de Netflix Brasil, "como una pirámide",<sup>270</sup> que busca incluir a más individuos en la base, para así fortalecer y elevar las competencias del *crew*, permitiendo que eventualmente más personas accedan a puestos claves. Es una manera de acortar la brecha de oportunidades y facilitar que las personas subrepresentadas tengan la experiencia de acceder a labores remuneradas en una producción grande.

La iniciativa se implementó, por ejemplo, en la popular serie de ciencia ficción *3%*. En 2018, Tiago Mello, productor ejecutivo de la serie y director de la productora Boutique Films, se acercó al Instituto Criar para una primera selección que se le presentó como un dilema: bajo el espíritu de inclusión de la serie misma, terminó "contratando a todos".<sup>271</sup>

Durante las temporadas tres y cuatro de *3%*, casi 30 jóvenes graduados del Instituto Criar tuvieron su primera oportunidad de trabajo en áreas como arte, producción, maquillaje y vestuario. Un caso especial es el de Jacqueline Viana, joven afrobrasileña que en la adolescencia vivió en situación de calle, cuya habilidad para trabajar con las características del pelo afro le permitió conectar con las actrices negras de la serie. No solo fue contratada en la siguiente temporada, sino que su aporte al look de la serie es palpable.

Para Augustinis, cuando se acercan a un productor para proponerle estos reclutamientos, lo importante es hacerle saber que no es un servicio social, ni tampoco caridad. Los resultados del contenido siempre serán mejores cuando hay voces diversas detrás de cámaras, dice.

## INSTITUTO CRIAR (BRASIL)

El Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias, o Instituto Criar, ubicado en Sao Paulo, ha formado más de dos mil alumnos desde su fundación en 2004 gracias a aportes gubernamentales y privados. Su programa de formación, muy técnico y de corta duración, está diseñado en específico para jóvenes en situación de vulnerabilidad social y económica. La enseñanza es integral en audiovisual, pasando por todos los departamentos, con especializaciones en dirección de arte, fotografía, producción, posproducción y audio. Los estudiantes realizan todas las actividades (incluso desayunan y almuerzan) en la sede de tres mil metros cuadrados, con dieciséis talleres y dos estudios, además de espacios para ebanistería, estilismo y maquillaje, laboratorio digital, iluminación central y equipo de cámara, entre otros.<sup>272</sup> Gracias a una colaboración con la municipalidad de Sao Paulo, los estudiantes de entre 17 y 20 años reciben una beca durante el año de estudios.<sup>273</sup>



## FONDO MIRADAS (MÉXICO)

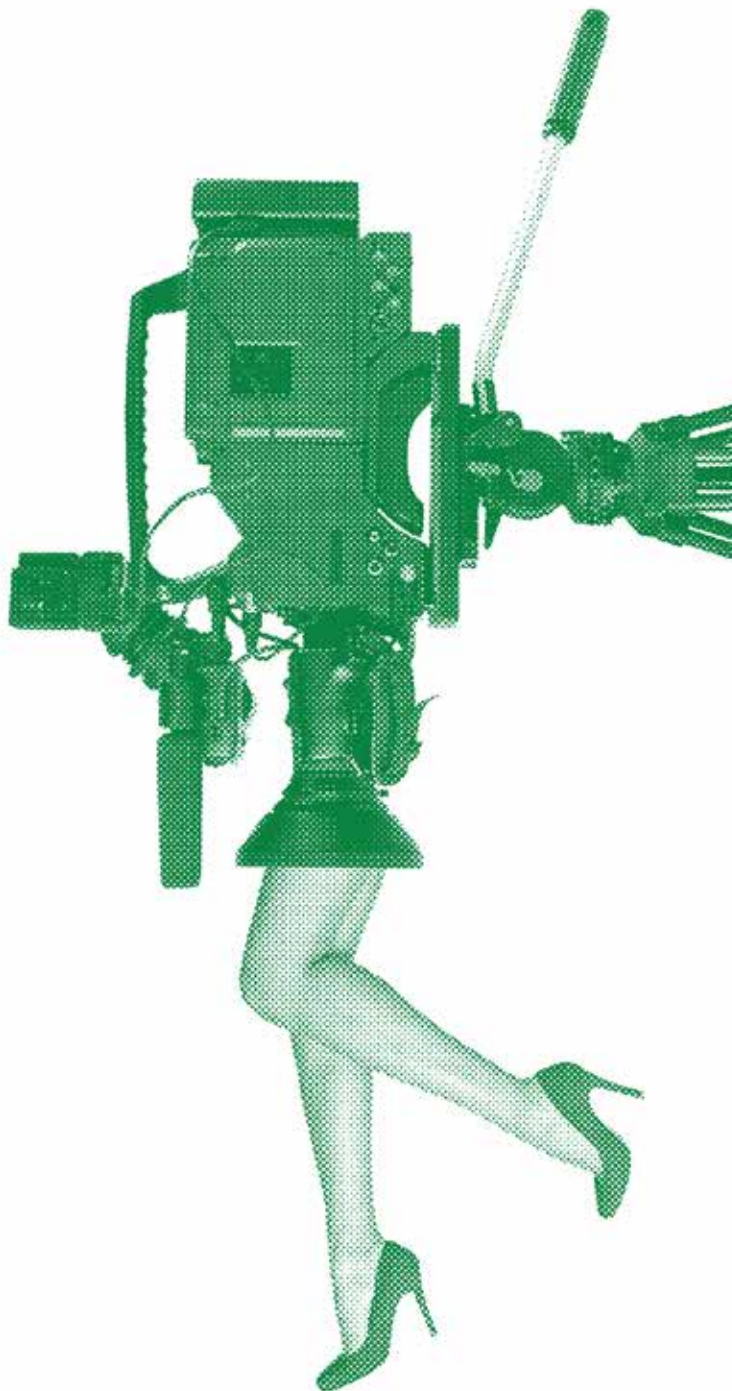
Ambulante, fundada en 2005 por Gael García Bernal, Diego Luna y Elena Fortes, se ha hecho un nombre como festival itinerante de documentales y organización sin fines de lucro. En esta primera alianza con Netflix destinará 15 millones de pesos<sup>274</sup> para impulsar la mirada de creadores audiovisuales de 30 grupos de pueblos originarios y afrodescendientes, además de apoyar a más de ochenta producciones de realizadores afectados por el covid-19, beneficiando a más de quinientas personas. Los proyectos fueron seleccionados por un comité de once expertos y actores claves del cine comunitario en México y Centroamérica, ya que entre los criterios de elegibilidad se hallaba tener un compromiso “con procesos de fortalecimiento comunitario”. El fondo, anunció Ambulante, apoya a cineastas emergentes, a media carrera, y aquellos con una amplia trayectoria de géneros como documental, ficción, animación, o cine experimental, que ya se encuentran en etapas de rodaje o posproducción.

## CIMA IMPULSA (ESPAÑA)

En España, Netflix se alió con la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) y el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Visuales (ICAA) del Ministerio de Cultura y Deporte para echar a andar el programa de asesoramiento y formación CIMA Impulsa.<sup>275</sup> Se trata de una iniciativa pensada para acompañar el desarrollo de proyectos de cineastas, guionistas y productoras de cine y televisión, que luego tendrán la posibilidad de presentar dichos proyectos en mercados y foros audiovisuales. En su segunda edición, en 2021,<sup>276</sup> se amplió a 20 el número de proyectos por seleccionar, incluyendo animación, y la convocatoria se extendió a Latinoamérica. El apoyo se otorga a seis largometrajes de ficción, cuatro largometrajes documentales, cinco series de ficción, dos series documentales, dos largometrajes de animación y una serie de animación.

## POTRERO DIGITAL (ARGENTINA)

En la cooperativa La Juanita del partido de La Matanza, en las afueras de Buenos Aires, se asentó Potrero Digital, un espacio de enseñanza consagrado a los oficios digitales. Los estudiantes –chicos y chicas de contextos de vulnerabilidad social– pueden especializarse en animación, videojuegos, redes sociales, aplicaciones y marketing digital.<sup>277</sup> La iniciativa surgió cuando, luego de dirigir su primera película de animación, *Metego!* (2013), el director Juan José Campanella se dio cuenta de que la mayoría de los animadores eran extranjeros; además, el grado de especialización que conllevaban estos oficios se abría como una alternativa para ofrecer más oportunidades laborales a la juventud.<sup>278</sup> Con la estructura de la productora de Campanella, Mundo Loco, y el apoyo del Fondo Nacional de las Artes de Argentina, la escuela se abrió en 2018 y además de sus cursos, ofrece pasantías y otros mecanismos de inserción laboral.



274 [Imcine.gob, Fondo Miradas de Ambulante y Netflix](http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/), (s.f.) <http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/>

275 Pau Venteo, “CIMA, ICAA y Netflix impulsan la carrera de las mujeres en el audiovisual con un programa de asesoramiento y formación”, *Europa Press* (20 de mayo de 2020). <https://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-cima-icaa-netflix-impulsan-carrera-mujeres-audiovisual-programa-asesoramiento-formacion-20200520132947.html>

276 Crónica, “Netflix + CIMA Impulsa apoyarán 20 proyectos audiovisuales creados por mujeres” (13 de abril de 2021). <https://www.cronica.com.mx/notas-netflix-cima-impulsa-apoyaran-20-proyectos-audiovisuales-creados-por-mujeres-1183336-2021>

277 Ministerio de Cultura Argentina, “Inauguró el Potrero Digital, una escuela de oficios digitales destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad” (28 de septiembre de 2018). [https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad\\_6567/](https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad_6567/)

278 Julián Zocchi, “Potrero digital: el sueño de Juan José Campanella que hace escuela”, *Clarín* (6 de noviembre de 2020). [https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela\\_0\\_Lf4p0VfXe.html](https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela_0_Lf4p0VfXe.html)



### BRASIL AFRODESCENDIENTE: LAS HISTORIAS QUE NO SE CUENTAN

El CoLABoratório Criativo es un programa de formación práctico que busca empoderar a guionistas y cineastas emergentes afrobrasileños y equiparlos con las herramientas para desarrollar una serie que puedan presentar a Netflix Brasil (o eventualmente, a cualquier compañía de streaming). Para lograr esto, cuentan con instructores afrodescendientes reconocidos en la industria del entretenimiento tanto de Brasil como de Estados Unidos, algunos con experiencia en series y películas que han destacado en Hollywood.

Si se piensa que, según datos del Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE),<sup>279</sup> hay más de 115 millones de sus habitantes que se identifican como negros y *pardos*, y que representan más de la mitad de la población de Brasil, hay una oportunidad y al mismo tiempo una urgencia de crear narrativas que conecten con las historias y las aspiraciones de esta comunidad.

Para su primera edición, en 2020, la selección de participantes se basó en un mapeo de los guionistas y cineastas afrodescendientes más prometedores, lo que se logró con la curaduría de asociaciones y profesionales, además de una serie de entrevistas. Las personas seleccionadas, de trayectorias y orígenes diversos, se sometieron a un programa de cinco meses que consistió en clases teóricas y prácticas vía Zoom durante seis horas al día por cinco semanas. Los instructores, provenientes de diversas disciplinas, impartieron módulos en desarrollo de personajes, estructura episódica, aspectos prácticos de la operación de un cuarto de escritores o la creación de un pitch perfecto, por ejemplo.

La iniciativa fue una colaboración entre WIP, una aceleradora de propiedad intelectual de entretenimiento ubicada en Sao Paulo, y AFAR Ventures, agencia de consultoría de medios especializada en diversidad con oficinas en Nueva York y Salvador de Bahía, bajo el financiamiento de Netflix. Su implementación, aunque intensiva, fue bien calificada<sup>280</sup> por los participantes, porque les permitió aprender cuestiones estructurales de escritores y cineastas expertos, además de conocer cómo operan los procesos de *pitching* y entender qué buscan y cómo funcionan los cuartos de escritores de las empresas de streaming.

279 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua trimestral (2021). <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>

280 Afar ventures. *CoLABoratório Criativo, Empowering Afro-Brazilian Storytellers. Final report* (octubre de 2020).

# APRENDIZAJES Y RUTAS A EXPLORAR

La presente publicación puede ser una guía de consulta para los responsables de la toma de decisiones en América Latina y el Caribe, pues da cuenta del estado de la industria audiovisual y su potencial como factor de desarrollo. Creemos que se trata de un primer paso para visualizar los retos y oportunidades del sector, identificar las habilidades requeridas en el rubro y apuntar a políticas de formación de capital humano. Las voces convocadas aportan consideraciones que dinamizan los debates regulatorios de la industria y son capaces de inspirar políticas públicas a favor del audiovisual latinoamericano. Estos son algunos de nuestros aprendizajes:

## **VOLUNTAD DE PROMOVER POLÍTICAS PÚBLICAS ACORDES A NUESTRA REALIDAD**

El reciente boom de los servicios de video streaming ha consolidado a América Latina y el Caribe como un mercado que busca consumir contenidos locales de alta calidad, lo que ha impactado en los modos de producción, circulación y consumo. Son necesarias la adaptación y la reinención de políticas públicas para una industria 4.0. Sus gobiernos tienen la oportunidad de aprovechar el crecimiento sostenido de una de las industrias más dinámicas del mundo si priorizan los programas que promuevan la formación de capital humano y el desarrollo de capacidades. La atracción de inversión desde el sector privado es esencial para formar una industria que requiere puestos técnicos mejor capacitados y con conocimientos cada vez más sofisticados según la demanda y los estándares de la industria. Las políticas públicas de la región deben, además de atraer la inversión, fomentar la producción y circulación de los contenidos producidos localmente y adoptar un enfoque que fortalezca toda la cadena de valor del audiovisual.



## **LAS NUEVAS HABILIDADES SON CLAVES EN LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO**

La era digital ha transformado el sector audiovisual y exige un nuevo conjunto de habilidades para navegar el presente y prepararse para el futuro. La creciente automatización del trabajo transformará el mercado laboral, exigiendo una serie de *skills* o habilidades del siglo XXI, que no excluyen las digitales, pero se asientan en la creatividad, la metacognición o habilidad de aprender a aprender, la resiliencia, las *habilidades blandas* y capacidad de adaptación. Ante las altas posibilidades de automatización de una parte sustancial de los puestos de trabajo en América Latina, una apuesta por desarrollar sectores donde imperen las nuevas habilidades y la creatividad es clave. La inversión en las habilidades no percederas, aquellas capaces de transferirse de una ocupación a otra, será estratégica.

El sector audiovisual y del entretenimiento son una importante fuente de empleo para la juventud, lo que a su vez exige que escuelas y espacios de formación (por ejemplo, centros de educación superior y técnica) se actualicen para capacitar, con mayor celeridad y apego a las exigencias de la industria, a las nuevas generaciones. La cuarta revolución industrial ya está abriendo nuevos espacios de participación económica; aprovecharlos será esencial para modernizar nuestras dinámicas económicas.

### ESCUCHA ACTIVA E INTERCAMBIO PERMANENTE

Incentivar conversaciones entre distintos actores del sector, capaces de sobrepasar las fronteras nacionales, será clave para enfrentar los grandes retos de la industria. Todas las voces consultadas para esta publicación coinciden en que esta evoluciona con rapidez y subrayan la importancia de fomentar un mayor intercambio, a nivel regional, de buenas prácticas que aporten realismo a futuros desarrollos regulatorios.

### COLABORACIÓN ENTRE PAÍSES Y CIUDADES CON INDUSTRIAS ESTABLECIDAS Y NUEVOS CENTROS EMERGENTES

El reporte destacó los ecosistemas audiovisuales y países agrupados por los diferentes grados de madurez en la industria. Impulsar la cooperación entre centros audiovisuales más establecidos con otros que recién comienzan podría incentivar el desarrollo de la industria en la región. Explorar la creación de un espacio audiovisual latinoamericano para incentivar la formación e intercambios profesionales ayudará a consolidar nuevos hubs de producción e inspirar la innovación en los ya establecidos. Para ello es primordial enfocar el aprendizaje en las necesidades reales de la industria y en aquellos trabajos que son más demandados en un sector que ya enfrenta cuellos de botella.

### INVERSIÓN EN DESARROLLO DE TALENTO Y TECNOLOGÍA

La ausencia de cursos y opciones de capacitación adecuados dentro de la oferta de las instituciones educativas es el principal reto al que se enfrenta la fuerza laboral de producción audiovisual en América Latina y el Caribe. En la región se necesita seguir estudiando y conociendo el sector audiovisual para identificar las brechas de capacitación, las cuales pueden variar entre naciones. Llevar a cabo más investigaciones y estudios podría ser un primer paso de gran valor para entender mejor las deficiencias del sector a nivel de país, provincias o incluso ciudades. La tecnología interviene de modo especial en la producción de los contenidos audiovisuales, tanto en su etapa de producción y posproducción, como en la de distribución y exhibición, generando ventajas en el registro y tratamiento de las imágenes, y abriendo nuevos horizontes para la distribución de contenidos audiovisuales a través de nuevos dispositivos y servicios.

### DIVERSIDAD, CLAVE EN EL DESARROLLO DEL TALENTO

La diversidad del talento será crucial para que América Latina y el Caribe se consoliden como una potencia audiovisual. Es necesario incluir a grupos históricamente excluidos en los espacios de creación, para crear nuevas narrativas y romper antiguos estereotipos. Mujeres, pueblos originarios, la comunidad afrodescendiente, personas con discapacidad y de contextos socialmente vulnerables son un capital humano invaluable para virar el timón y contar historias que importen e impacten en el mundo entero.



# AGRADECIMIENTOS



Esperamos que este documento promueva el diálogo constructivo entre los diferentes actores del ecosistema audiovisual y del entretenimiento en América Latina y el Caribe. El equipo detrás del libro está agradecido con todos los profesionales de la industria, creadores, investigadores, ejecutivos y funcionarios de gobierno que aceptaron conversar y compartir su experiencia con nuestro equipo en distintos momentos, entre ellos:



**Carolina Alckmin**

Productora ejecutiva y directora de negocios, Glaz Entretenimento

**Arancha Álvarez Montoya**

Técnico de la Dirección General de Cultura, OEI

**Cris D'Amato**

Directora de cine

**Paula Amor**

Directora general, La Corriente del Golfo

**Diego Andrasnik**

Productor general, Polka

**María Marta Antin**

Secretaria de extensión, Fundación Universidad del Cine

**Carlos Argüello**

Artista digital y fundador de Studio C\*

**Natalia Armijos**

Directora general de Cultura, OEI

**Bruno Ascenzo**

Actor y director

**Nicolás Aznárez**

Socio fundador, PMO

**Roberto Blatt**

Presidente, Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual del Uruguay

**Felipe Buitrago**

Ex Ministro de Cultura de Colombia

**Isidora Cabezón Papic**

Coordinadora de Economía Creativa, Corfo

**Marcelo Cabrol**

Gerente del Sector Social, BID

**Guilherme Canela**

Jefe del área de libertad de expresión y seguridad de periodistas, UNESCO

**Lucrecia Cardoso**

Secretaria de Desarrollo Cultural de Argentina

**Georgina Cebey**

Historiadora del arte, UNAM

**Mariana Coló**

Responsable del Área de Cultura, Cooperación e Innovación, Oficina de la OEI en Argentina

**Carlos Congote**

CEO y fundador, Congo Films

**Alejandro Damiani**

Cineasta y director de la casa de posproducción Aparato

**Joshua Dedman**

Consultor, Olsberg SPI

**Sergio Díaz-Granados**

Presidente ejecutivo, CAF – Banco de Desarrollo de América Latina

**Linda Díaz Pernia**

Cabeza de desarrollo, El Calefón

**Alejandro Diego von Dorrer**

Presidente y cofundador, Ollin VFX

**Tatiana Emden**

Managing Partner, Screen Capital

**Viviane Ferreira**

Directora, guionista y productora

**Caroline Fioratti**

Directora y guionista

**Evandro Fióti**

Productor y fundador de Laboratório Fantasma

**Andrea Foncerrada**

Presidenta de The Boston Center for Latin America

**Marco Forte**

Fund manager, VCS Capital.

**José Daniel Flores**

Director ejecutivo del Instituto del Fomento a la Creatividad e Innovación del Ecuador

**Beto Gauss**

Socio y productor ejecutivo, Prodigio Films

**Pablo González**

Director y guionista

**Caio Gullane**

Fundador, Gullane Entretenimento

**Mariane Hartard**

Productora ejecutiva, Fabula

**John Hernández**

Director, Zinco Tools

**Epigmenio Ibarra**

Productor y fundador de Argos Comunicación

**Daniel Krauze**

Novelista y guionista

**Angélica Lares**

Directora del Taller del Chucho, estudio de animación

**Mónica Lozano**

Presidenta de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas

**Nneka Luke**

Associate, Olsberg SPI

**Ana María**

**Magaña Rodríguez**

Directora general, MPA México

**Albert Martínez**

COO, Lantica Media / Pinewood Dominican Republic Studios

**Liz Medrano**

Directora de arte

**Augusto Mendoza**

Guionista

**Jaime Miller**

Director ejecutivo de Uruguay XXI

**Axel Muñoz Barba**

Sonidista y director

**Gerardo Muñoz de Cote**

Equipo de propiedad intelectual, Netflix

**Jonathan Olsberg**

Director ejecutivo, Olsberg SPI

**Marcelo Ortega**

Presidente de FILMANDES Clúster Audiovisual y Vicepresidente del Corredor Audiovisual Argentino

**Pituka Ortega**

Cineasta y directora de Fundación del International Film Festival of Panama

**Andreas Papacostas**

Director de Contenidos, Llamada Animación

**Andressa Pappas**

Directora, Government Affairs, MPA Brasil

**Marcelo Pereira**

Director Ejecutivo, Combo Studio

**Patricio Pereira**

Productor ejecutivo, María Wood Producciones

**Paula Karol Pinha**

Equipo de políticas públicas, Netflix

**Gustavo Pupo**

Presidente del consejo directivo, Television Association of Programmers Latin America

**Diego Ramírez**

Presidente ASOCINDE, Asociación Colombiana de Productores Independientes de Cine y del Audiovisual

**Mila Ramírez**

Directora de producción, Lantica Media

**Francisco Ramos**

Vicepresidente de Contenidos para América Latina, Netflix

**Ignacio Rey**

Vicepresidente primero, Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales

**Tomás Roca Gumucio**

CEO, Garagevfx

**Omaira Rodríguez**

Especialista en Industrias Creativas en Uruguay XXI y representante de la Uruguay Film Commission

**María Elena Romero**

Coordinadora de Cooperación e Innovación, Oficina de la OEI en Argentina

**Lilly Roth**

Relaciones Institucionales, Fundación Advanced Leadership

**Alonso Ruvalcaba**

Escritor y productor

**Luis Patricio Salmón**

Director y Cofundador, Mighty Animation

**Carla Sánchez Armas**

Directora, MPA América Latina

**Natalia Santa**

Guionista y directora

**Alixandre Schijman**

Partner, Latin America Practice Leader, Sphere Consulting

**Liliana Serrano Pajaro,**

Consultora en la Iniciativa Habilidades del Siglo XXI, BID

**Aída del Solar**

Directora, guionista, directora de arte y tutora de proyectos, Gobelins Internacional, Cnam-Enjmin

**Adrián Solar**

Presidente, Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales

**Steve Solot**

Associate, Olsberg SPI

**Sarah Stern**

Equipo de comunicación, Netflix

**Andrea Talamoni**

Experta en Cooperación e Innovación, Oficina de la OEI en Argentina

**Kyzza Terrazas**

Director de producción creativa y desarrollo, La Corriente del Golfo

**Claudia Triana**

Directora, Proimágenes Colombia

**Pierre Emile Vandoorne**

Equipo de políticas públicas, Netflix

**Alejandra Vázquez**

Directora de Protocolos de The Boston Center for Latin America

**Sergio Vinay**

Equipo de políticas públicas, Netflix

**Nina Wara**

Directora y productora

**Laura Woldenberg**

Productora ejecutiva, Mezcla

**María Elena Wood**

Directora ejecutiva, María Wood Producciones

**Trinidad Zaldivar**

Jefa de la Unidad de Creatividad y Cultura, BID

**Joyce Zylberberg**

Cofundadora y Managing Partner de Screen Capital

**A ELLAS Y A TODAS  
LAS DEMÁS PERSONAS  
QUE CONTRIBUYERON,  
ASÍ COMO A LOS 417  
PARTICIPANTES DE  
NUESTRA ENCUESTA.  
¡MUCHAS GRACIAS!**

\* El equipo detrás del libro quiere recordar de forma especial a Carlos Argüello, voz fundamental en el sector de los efectos visuales en América Latina, quien tendió importantes lazos entre Hollywood y Centroamérica. Carlos falleció inesperadamente el 23 de junio de 2021. Su generosidad humana y voluntad por construir un mejor futuro para las juventudes de Centroamérica a través de la educación y la tecnología serán recordadas en todo el continente.

# REFERENCIAS

- Amaral, Nicole; Eng, Nick; Ospino, Carlos; Pagés, Carmen; Rucci, Graciana y Williams, Nate. "¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades? Cómo utilizar los datos masivos para entender los cambios en el mercado laboral." Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. División de Mercados Laborales. 2018. <https://publications.iadb.org/es/hasta-donde-pueden-llevar-te-tus-habilidades-como-utilizar-los-datos-masivos-para-entender-los>
- ABarahona. "Celebran Festival Ícaro edición 2020 de manera virtual". *El pulso*. 10 de septiembre de 2020. <https://elpulso.hn/2020/09/10/celebran-festival-icaro-edicion-2020-de-manera-virtual/>
- About Netflix. "'3%' leaves a lasting legacy of inclusion behind the scenes". 15 de septiembre, 2020. <https://about.netflix.com/en/news/3-percent-inclusion-behind-the-scenes>
- About Netflix. "Netflix Expands its Latin America Investments, Announcing New Original Series, Diablero, Filmed Entirely in Mexico". 2 de agosto de 2017. <https://about.netflix.com/en/news/netflix-expands-its-latin-america-investments-announcing-new-original-series-diablero-filmed-entirely-in-mexico>
- ADECINE. "Fondo de Fomento al Cine y Arte Audiovisual Boliviano 2020. Categoría Cine Indígena, Originario, Campesino, Afroboliviano Y Comunitario". <https://www.adecine.com/docs/FF/9%20CIOCAC.pdf>
- Afar ventures. CoLABoratório Criativo, Empowering Afro-Brazilian Storytellers. Final report. Octubre de 2020.
- Agência Nacional do Cinema. *Ley de TV Paga*. <https://antigo.ancine.gov.br/es/regulacion/ley-de-tv-paga>
- Agencia Informativa Paraguaya. "Sector creativo del Paraguay impacta 2.5% en el PIB y genera 50.000 empleos anuales". 31 de agosto de 2019. <https://www.ip.gov.py/ip/sector-creativo-del-paraguay-impacta-2-5-en-el-pib-y-genera-50-000-empleos-anuales/>
- Albuquerque, Karol. "Amazon Prime Video announces original Brazilian series". *Olhardigital*. 2 de marzo de 2021. <https://olhardigital.com.br/en/2021/03/02/cinema-and-streaming/amazon-prime-video-announces-original-brazilian-series/>
- Amaya, Yolanda. "Exportaciones: la producción audiovisual se posiciona bien". *El tiempo*. 18 de marzo de 2019. <https://www.eltiempo.com/economia/exportaciones-la-produccion-audiovisual-se-posiciona-bien-338926>
- Amor de Paz, Vida. "Urge la Ley de Cine en Guatemala". *Prensa Libre*. 4 de enero de 2020. <https://www.prensalibre.com/opinion/columnasdiarias/urge-la-ley-de-cine-en-guatemala/>
- Anuario DEISICA 2019. Sindicato de la Industria Cinematográfica de Argentina. [https://sicacine.org.ar/docs/DEISICA\\_FINAL\\_FULL%20SCREEN.pdf](https://sicacine.org.ar/docs/DEISICA_FINAL_FULL%20SCREEN.pdf)
- Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2018. Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Gobierno de Brasil. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2018.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2018.pdf)
- Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2017, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. <https://www.economianaranja.gov.co/media/pfuozv4v/anuario-estadístico-cine-colombiano-2017.pdf>
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadístico/>
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura.
- Anuario INCAA 2018. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Ministerio de Cultura. Argentina. <http://www.incaa.gov.ar/anuarios>.
- Apanco, Edgar. "El silencio de Cinemex y el futuro de las salas multiplex". *Cine Premiere*. 26 de febrero de 2021. <https://www.cinepremiere.com.mx/cinemex-cierre.html>
- Aprea, Gustavo, Kirchner, Mónica y Rivero, Ezequiel. "Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla" en Orozco, Guillermo e Immacolata, Maria (coords.), *(Re) invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: anuario Orbitel*. Porto Alegre: Sulina. 2016.
- Ardila, Víctor. "Sena obtuvo premio al mejor cortometraje internacional". *Vanguardia*. 14 de julio de 2018. <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/sena-obtuvo-premio-al-mejor-cortometraje-internacional-GEVL438835>
- Argentina.gob.ar. *Ley de Economía del Conocimiento: se establecen las actividades promovidas*. 13 de enero de 2021. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-de-economia-del-conocimiento-se-establecen-las-actividades-promovidas#:~:text=La%20ley%2C%20que%20fue%20sancionada,a%20servicios%20basados%20en%20el>
- Arias, Daniel. "¿Se extinguirán las salas de cine?" *Los Andes*. 11 de octubre de 2020. <https://www.losandes.com.ar/estilo/se-extinguiran-las-salas-de-cine/>
- Arias Ortiz, Elena; Bornacelly, Iván; Elacqua, Gregory. *Hablemos de política educativa en América Latina y el Caribe #6: Educación superior en América Latina: ¿Cómo las crisis económicas de las últimas décadas han afectado la matrícula?* Washington. Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2021. <https://publications.iadb.org/es/hablemos-de-politica-educativa-en-america-latina-y-el-caribe-6-educacion-superior-en-america-latina>
- Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC). Índice de concentración regional de industrias culturales. *Sinca Sistema de Información Cultural de la Argentina*. <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>
- Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba [APAC]. "Observatorio Audiovisual Córdoba", (s.f.) <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID], Corporación Interamericana de Inversiones. *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: una década de oportunidades*. 2021. <http://www.iadb.org/document.cfm?id=EZSHARE-328957462-89>
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos*. Nueva York: BID. 2020. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>
- Banco Mundial. "PIB per cápita (US\$ a precios actuales)-Uruguay", (s.f.) <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UY>
- BBC News. "TV watching and online streaming surge during lockdown". 5 de agosto, 2020. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53637305>
- Beatrice. "Juaco vs Paco: serie animada colombiana que se estrenará en Cartoon Network". *Cafetoons*. 17 de julio de 2020. <https://cafetoons.net/juaco-paco-serie-animada-colombiana-cartoon-network/>
- Berrendo, Oscar, Serrano Juan Antonio y Encinas Enrique. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*. Madrid: EGEDA. 2019. <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>
- Bertran, Agustín. "Netflix invertirá usd 200 millones en México el próximo año". *Nextv News Latin American*. 12 de septiembre de 2019. <https://nextvlatam.com/netflix-invertira-usd-200-millones-en-mexico-el-proximo-ano/>
- Bertran, Agustín. "Netflix plans to invest about usd 87 million in brazilian productions in 2020". *Nextv News Internacional*. 30 de octubre de 2019. <https://nextvnews.com/netflix-plans-to-invest-about-usd-87-million-in-brazilian-productions-in-2020/>
- Boletín oficial de la República Argentina. "Instituto nacional de cine y artes audiovisuales - Resolución 166/2020". 27 de abril de 2020. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>



- Bomrad, Laura. "¡Gracias por ser parte de la fuerza creativa!". Noviembre de 2020. <https://www.cird.org.py/econaranjan/>
- Business Wire. *Latin American Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities*, Report 2021-25. 18 de enero de 2021. <https://www.businesswire.com/news/home/20210118005309/en/Latin-American-Animation-VFX-Video-Games-Market-Strategies-Trends-Opportunities-Report-2021-2025---ResearchAndMarkets.com>
- Busso, Matías; Cristia, Julian P.; Hincapie, Diana; Messina, Julián; Ripani, Laura. *Learning Better: Public Policy for Skills Development*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2017. <https://publications.iadb.org/en/learning-better-public-policy-skills-development>
- Cajar, Jorge. "Comunicado GECU, traslado de DICINE al Ministerio de Cultura". Grupo Experimental de Cine Universitario (GECU). 11 de julio de 2019. <https://www.gecupanama.com/single-post/2019/07/11/Comunicado-GECU-traslado-de-DICINE-al-Ministerio-de-Cultura>
- Cámara de Comercio de Bogotá. "Colombia exporta más de 80% de su producción cinematográfica a EE.UU." Marzo de 2019. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2019/Marzo-2019/Colombia-exporta-mas-de-80-de-su-produccion-cinematografica-a-EE.UU>
- Carbonell, Mario. "La doble crisis de la industria cinematográfica en México (5/5)". *France 24*. 4 de septiembre de 2020. Recuperado de <https://www.france24.com/es/20200904-m%C3%A9xico-crisis-industria-cine-pandemia>
- Carter, Eli. "Representing Blackness in Brazil's Changing Television Landscape: The Cases of Mister Brau and O Grande Gonzalez". *Latin American Research Review*, 53(2018), 344-357. <https://larlata.org/articles/10.25222/larr.330/>
- Centro Costarricense de Producción Cinematográfica. Ministerio de Cultura y Juventud <https://www.centrodecine.go.cr/direccion/centro-costarricense-produccion-cinematografica>
- Centro Técnico Audio Visual. "A EMBRAFILME". Secretaria Nacional do Audiovisual. Octubre de 2008. <http://ctav.gov.br/2008/10/10/a-embrafilme/>
- Cine Colombia Distribución. *Resumen Industria Cinematográfica Colombia*. 2018. <https://www.proimagenescolombia.com/secciones/centrodoc/estudios.php>
- Cinema 23. El Salvador. "El cine en El Salvador". *Trayecto 23*. (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>
- Cinema 23. Guatemala. "El cine hecho en Guatemala. Veinte años de Ícaro, Festival Internacional de Cine en Centroamérica". *Trayecto 23*. (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-hecho-en-guatemala/>
- Claver-Carone, Mauricio. "IDB's Commitment to Women Empowerment". *IADB.ORG*. 11 de marzo de 2021 <https://blogs.iadb.org/igualdad/en/idb-commitment-women-empowerment/>
- Coloquio APAC 2020. *Panel: La Industria Audiovisual en números*. Intervención Julio Bertolotti. 11 de noviembre de 2020. [Archivo de video]. Youtube. <https://youtu.be/HegmG8I-JFM>
- Coloquio APAC 2020. *Panel: Hacia un Modelo Multipolar en la Industria*. Intervención Joselo Schuap. 12 de noviembre de 2020. [Archivo de video]. Youtube. <https://youtu.be/HegmG8I-JFM>
- Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI). (s.f.). "Paraguay establece la Estructura orgánica de su Instituto Nacional del Audiovisual". <https://caaci-iberoamerica.org/paraguay-establece-la-estructura-organica-de-su-instituto-nacional-del-audiovisual/>
- Connecticut's State. "Tax Incentives." *Connecticut Department of Economic and Community Development*. <https://portal.ct.gov/DECD/Services/Film-TV-Digital-Media/Tax-Incentives>
- Cortés, María Lourdes. "Historia del cine hondureño". *Ibermedia Digital*. 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/historia-del-cine-hondureno/>
- Cortés, María Lourdes. "Historia del cine costarricense". *Ibermedia Digital*. 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense/>
- Costa Rica Festival Internacional de Cine. <https://www.costaricacinefest.go.cr>
- Creative Film Finance Forum. *Mesa: Produção de conteúdo original*. 6 de abril de 2021. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZvEi2LuELi8>
- CRONICA.COM.MX. "Netflix + CIMA Impulsa apoyarán 20 proyectos audiovisuales creados por mujeres". 13 de abril de 2021. [https://www.cronica.com.mx/notas-netflix\\_cima\\_impulsa\\_apoyaran\\_20\\_proyectos\\_audiovisuales\\_creados\\_por\\_mujeres-1183336-2021](https://www.cronica.com.mx/notas-netflix_cima_impulsa_apoyaran_20_proyectos_audiovisuales_creados_por_mujeres-1183336-2021)
- Crovi, Delia. "La televisión por cable en México". *Revista TELOS. Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*. (s.f.). 1-13. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero069/la-television-por-cable-en-mexico/?output=pdf>
- Cruz Aguayo, Yyannu; De Marco, Celeste; Mateo Díaz, Mercedes; Paz Cuevas, Ricardo Enrique; Peirano Fernando; Sleiman Cecilia. *Transformación digital en salud y educación. El presente y futuro del trabajo social en América Latina* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], INTAL, 2021).
- Cuadra, Stephany. "Historia del Cine en Nicaragua". ViaNica.com. Agosto de 2016. <https://vianica.com/sp/go/specials/34-historia-del-cine-en-nicaragua.html>
- Decreto 3-2019. [República de Honduras]. Ley de Cinematografía de Honduras. 6 de diciembre de 2019. <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-3-2019.pdf>
- Deming, David J. "The growing importance of social skills in the labor market", *The Quarterly Journal of Economics*. 2017. [https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming\\_socialskills\\_qje.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming_socialskills_qje.pdf)
- Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO). "Ministerio de Cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020". 17 de octubre de 2021. <https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/307687-ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020>
- Digital TV Research. *Latin America OTT TV & Video Forecasts*. Marzo de 2021. [https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC\\_sample\\_313.pdf](https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC_sample_313.pdf)
- Dirección del audiovisual, la fonografía y los nuevos medios [DAFO]. "Ministerio de cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020". 17 de octubre de 2020. <https://dafo.cultura.pe/ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020/>
- Dirección General de Cine (DGCINE). *Guías de los incentivos de la Ley 108-10*. República Dominicana. <https://dgcine.gob.do/filmar-en-rd/guias-de-los-incentivos-de-la-ley-108-10/#23-25-wpfd-credito-fiscal-transferible-articulo-39>
- Disney+. "Disney+ presenta su sólida oferta de contenido original, íntegramente producido en Latinoamérica". 30 de noviembre de 2020. <https://www.disneylappresspack.com/disney-plus/post/5453>
- EdTech Digest. "Growth of EdTech through 2025". 13 de noviembre de 2020). <https://www.edtechdigest.com/2020/11/13/growth-of-edtech-through-2025/>
- El CEO. "Netflix, ClaroVideo y Amazon Prime apuestan por series para lidiar con nuevos rivales". 27 de enero de 2021. <https://elceo.com/negocios/netflix-clarovideo-y-amazon-prime-apuestan-por-series-para-lidiar-con-nuevos-rivales/>
- El Horizonte. "Luis Gerardo Méndez a la cabeza de la nueva serie de Paramount Plus". 13 de abril de 2021. <https://d.elhorizonte.mx/escena/luis-gerardo-mendez-cabeza-nueva-serie-paramount-plus/3033584>
- El Nuevo Siglo. "Los colombianos que han sonado en los Oscar". 26 de enero de 2020. <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2020-los-colombianos-que-han-sonado-en-los-oscar>
- El País. "La colombiana Isabel Vega opta al mejor corto documental en los Oscar". *Pantalla Colombia NO.756*. 22 de enero de 2008. [https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803\\_850215.html](https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803_850215.html)
- El País. "Televisa y Univision se fusionan para competir contra las plataformas de 'streaming'". 14 de abril de 2021. <https://elpais.com/mexico/2021-04-14/televisa-y-univision-se-fusionan-para-competir-contra-las-plataformas-de-streaming.html>
- El País. "Alfonso Cuarón ficha por Apple TV para crear series". 11 de octubre de 2019. [https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964\\_497938.html](https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964_497938.html)
- Enchufe TV. 2 de septiembre de 2020. *Mortal Glitch. Ep. 1*, [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yHM2JuYjDN0>
- Escuela de Cine Casa Comal. <http://escueladecinecasacomal.com/>
- Flores, Helga y Ortega, Andrea. "El cine se lleva el Oscar al desarrollo". BID (s.f.) <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>

- Field, Sydel. *El libro del guión, Fundamentos de la escritura de guiones. Una guía paso a paso, desde la primera idea hasta el guión acabado*. Madrid: Plot Ediciones. 2004.
- Filmandes.com. "Se realizó con éxito la Maratón para desarrolladores de Videojuegos", (s.f.) <https://filmandes.com/se-realizo-con-exito-la-maraton-para-desarrolladores-de-videojuegos/>
- Film Medellín. *Beneficiarios Incentivo FilmMedellin 2020*. 30 de diciembre de 2020. <https://filmedellin.com/noticias/incentivo2020/>
- Flores, Helga y Ortega, Andrea. "El cine se lleva el Oscar al desarrollo". *Banco Interamericano de Desarrollo*. (s.f.). <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>
- Forbes, "HBO anuncia todo el contenido original que llegará este 2021". 15 de febrero de 2021. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/entretenimiento-hbo-estrenos-contenido-original-2021/>
- Frías, León Isaac. *Más allá de las lágrimas. Espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina*. Lima: Universidad de Lima. 2018. Edición Scribd.
- FTI Consulting. "Is Latin America Ready to Binge". Agosto 24 de 2019. <https://www.fticonsulting.com/insights/fti-journal/is-latin-america-ready-to-binge>
- Fundación IFF Panamá. "Fundación IFF Panamá, BID LAB y Ministerio de Cultura anuncian segunda fase de actividad virtual Cinema Sanitas". 23 de abril de 2021. <https://iffpanama.org/es/fundacion-iff-panama-bid-lab-y-ministerio-de-cultura-anuncian-segunda-fase-de-actividad-virtual>
- Gasca, Leticia y Luzardo, Alejandra. *Emprender un futuro naranja. Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2018.
- German Federal Film Fund. [Dfff-fifa.de/en.html](http://dfff-fifa.de/en.html)
- Girven, Tim. "Hollywood's heterotopia: US cinema, the Mexican border and the making of Tijuana". *Travesía, Journal of Latin American Cultural Studies*. 3 (1994) 93-133.
- Gobierno de Chile. *Chile en acción: Guía para rodar*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Film Commission Chile. 2018. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/393/chile-en-accion-guia-para-rodar.pdf>
- Granada, Emiliano. "Brazil's Globo Proclaims 'The Future is Female' with Women-Centric MipTV Slate as its Reformats Classics". *Yahoo News*. 14 de abril de 2021. <https://news.yahoo.com/brazil-globo-proclaims-future-female-171508003.html>
- Grater, Tom. "How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War". *Deadline*. 19 de enero de 2021. <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>
- Heckman, James J. y Kautz, Tim D. *Hard evidence on soft skills*. Cambridge: National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper Series. 2012. <https://www.nber.org/papers/w18121>
- Hellenic Film Commission. [Filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/](http://filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/)
- Hernández, Mauricio y Aguilar, Roberto. "Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021". *Forbes México*. 25 de enero de 2021. <https://www.forbes.com.mx/exclusiva-netflix-invertira-mas-de-300-millones-de-dolares-en-mexico-para-2021/>
- Holon IQ. "10 charts to explain the global education technology market". 25 de enero de 2021. <https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/?fbclid=IwAR24k8DE3DKx18EyKt vXnGfeeBkNrW9BBmOo47F9sMbuwkX9xqVnirCIEuw>
- Hopewell, John. "WarnerMedia Latin America Unveils Its First Original Series for HBO Max, 'Días de Gallos' and 'Bunker'". *Variety*, 13 de febrero de 2021. <https://variety.com/2021/streaming/global/warnermedia-latin-america-hbo-max-dias-de-gallos-bunker-1234907699/>
- Hosch, William. "YouTube". *Encyclopedia Britannica*, 13 de marzo de 2020. <https://www.britannica.com/topic/YouTube>.
- Huerta, César. IMCINE presenta el apoyo que sustituirá a Fidecine. *El Universal*. 18 de diciembre de 2020. <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/imcine-presenta-el-apoyo-que-sustituiria-fidecine>
- Ibermedia Digital. "Historia del cine costarricense". 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense>
- IMCINE. "Fondo Miradas de Ambulante y Netflix". (s. f.). <http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/>
- Impulso Baires. "CINE.AR PLAY se consolida como una de las revelaciones de este tiempo de pandemia". 15 de agosto de 2020. <https://www.impulsobaires.com.ar/nota/285197/cinear-play-se-consolida-como-una-de-las-revelaciones-de-este-tiempo-de-pandemia/>
- Infobae. "Amazon donará más de USD 2,65 millones a productoras de América Latina por covid-19". 26 de enero de 2021. <https://www.infobae.com/america/agencias/2021/01/27/amazon-donara-mas-de-usd-265-millones-a-productoras-de-america-latina-por-covid-19/>
- Industrial Light & Magic. <https://www.ilm.com/hatsrabbits/virtual-production-on-the-mandalorian/>
- Infobae. "Fuerte inversión y decenas de producciones: Amazon Prime Video apuesta por México para su expansión en español". 28 de enero de 2021. <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/01/28/fuerte-inversion-y-decenas-de-producciones-amazon-prime-video-apuesta-por-mexico-para-su-expansion-en-espanol/>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios Contínua trimestral (2021). <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales [INCAA]. *INCAA. Memoria de Gestión 2017-2019*. 9 de diciembre de 2019
- Instituto Mexicano de Cinematografía [IMCINE]. "Eficine 189. Estímulo fiscal a proyectos de inversión en la producción y distribución cinematográfica nacional", s.f. <http://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine189/>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vp.pdf>
- Irwin, Emile; Pickerill, Joe y Desetti, Brendan. *Skills for life: lifelong learning*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2020. <https://publications.iadb.org/en/skills-for-life-lifelong-learning>
- KPMG. *Media and Entertainment Film Financing and Television Programming. A Taxation Guide*. 2012. <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/Film%20financing%20and%20television%20programming-%20canada.pdf>
- Kuznetsov, Yevgeny y Dahlman, Carl. *Mexico's Transition to a Knowledge-Based Economy Challenges and Opportunities*. Washington: World Bank Publications. 2008.
- Lagarda, Guillermo y Linares, Jennifer. (Eds.) "Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica". *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Agosto de 2017. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industrias-creativas-culturales-en-Panam%C3%A1-Diagn%C3%B3stico-del-sector-y-relevancia-econ%C3%B3mica.pdf>
- La Nación. "Alas de gloria llegará a cines en el año 2021". 9 de mayo de 2019. [https://www.lanacion.com.py/espectaculo\\_edicion\\_impresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-año-2021/](https://www.lanacion.com.py/espectaculo_edicion_impresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-año-2021/)
- Leahy, Joe y Schipani, Andrés. "Soap opera row shines light on treatment of black Brazilians". *Financial Times*. 17 de junio de 2018. <https://www.ft.com/content/e5700466-7076-11e8-92d3-6c13e5c92914>
- Letra P. "La industria de la ficción nacional cayó casi 65 % en diez años". 2 de noviembre de 2020. <https://www.letrap.com.ar/nota/2020-11-2-11-9-0-la-industria-de-la-ficcion-nacional-cayo-casi-65-en-diez-anos>
- Lewis, Isabel. "Netflix's most watched shows of 2020". *Independent*. 23 de diciembre de 2020. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/netflix-most-watched-shows-2020-b1778004.html>
- Ley 108-10 de 2010-2019. Ley para el fomento de la actividad Cinematográfica en la República Dominicana. 29 de julio de 2010. Dirección General de Cine República Dominicana. <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>
- Listado Ecuatoriano del Cine y Audio Visual (LEA). Instituto de Cine y Creación Audiovisual. <http://www.servicioscreatividad.gob.ec/lea/filmin.html>
- Location Colombia. *Incentivos*. [https://locationcolombia.com/incentivos/#move\\_ley](https://locationcolombia.com/incentivos/#move_ley)
- Luzardo, Alejandra; De Azevedo, Belisario; Mateo Díaz, Mercedes; Becerra, Laura; Funes, Gerardo; Santoro, Martina; Penix-Tadsen, Phillip y Pison, Juan Pablo. *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2019, 195. [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los\\_videojuegos\\_no\\_son\\_un\\_juego\\_Los\\_desconocidos\\_%C3%A9xitos\\_de\\_los\\_estudios\\_de\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_y\\_el\\_Caribe.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_videojuegos_no_son_un_juego_Los_desconocidos_%C3%A9xitos_de_los_estudios_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf)

- Mangold, María Teresa, Neyra, Treisy y Salazar, César. *La exportación de servicios audiovisuales en Argentina. Evolución reciente, perspectivas y oportunidades*. Buenos Aires: ICBC Fundación. 2021.
- Mascarenhas, João. "La construcción de la imagen de Río de Janeiro en Hollywood durante los años treinta y cuarenta". *Procesos Históricos, Revista de Historia, Arte y Ciencias sociales*, 31 (2018), 128-136.
- Mateo Díaz, Mercedes y Rucci, Graciana (editoras). *El futuro del trabajo ya está aquí. Habilidades transversales en América Latina y el Caribe en el siglo XXI*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2019. <https://publications.iadb.org/en/future-now-transversal-skills-latin-america-and-caribbean-21st-century>
- McCabe, Janet y Akass, Kim. *TV's Betty Goes Global: From Telenovela to International Brand*. London: I.B. Tauris. 2013.
- Milenio. "Netflix y AMACC dan fondo de apoyo a mil 437 trabajadores de industria cinematográfica". 15 de julio de 2020. <https://www.milenio.com/espectaculos/cine/netflix-amacc-fondo-1-437-trabajadores-industria-cine>
- Miller, Harrison. "Epic Games' Unreal Engine takes movie production to the next level". *Business North Carolina*. 2 de abril de 2020. <https://businessnc.com/epic-games-unreal-engine-takes-movie-production-to-the-next-level/>
- Ministerio de Cultura Argentina. "Inauguró el Potrero Digital una escuela de oficios digitales destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad". 28 de septiembre de 2018. [https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad\\_6567/](https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad_6567/)
- Ministerio de Cultura de El Salvador. "Cinco documentales de la Subdirección de Cine y Audiovisuales disponibles gratis en internet". (s.f.). <http://www.cultura.gob.sv/cinco-documentales-de-la-subdireccion-de-cine-y-audiovisuales-disponibles-gratis-en-internet/>
- Ministerio de Cultura de El Salvador. *Manual de Organización y Funciones de la Subdirección de Cine*. Junio de 2020. <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/ministerio-de-cultura/documents/382699/download>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. "Festival Chilemonos se convierte en calificador para los Oscar". 23 de noviembre de 2018. <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/festival-chilemonos-se-convierte-en-calificador-para-los-oscar/>
- Morales, Yolanda. "En el 2020, el PIB de México se desplomó 8.5%". *El Economista*. 25 de febrero de 2021. <https://www.eleconomista.com.mx/economia/El-PIB-de-Mexico-se-desplomo-8.5-en-2020-la-peor-caida-desde-1932-20210225-0043.html>
- Mordor Intelligence "Animation and Vfx Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, and Forecasts (2021 - 2026)". 2020. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market>
- Netflix, carta de accionistas. 19 de enero de 2021. [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf)
- New York Film Academy. "What Does a Production Designer Do?". 25 de febrero de 2017. <https://www.nyfa.edu/student-resources/what-does-a-production-designer-do/>
- Nielsen. "Being seen on screen: Diverse representation and inclusion on TV". 2 de diciembre de 2020. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2020/being-seen-on-screen-diverse-representation-and-inclusion-on-tv/>
- Obinna, Emelike. "Netflix to uplift women in entertainment with \$5m from Creative Equity Fund". 18 de marzo de 2021. <https://businessday.ng/arts-and-life/article/netflix-to-uplift-women-in-entertainment-with-5m-from-creative-equity-fund/>
- O Globo. "Ministério Público da 15 dias para Ancine explicar por que aprovou apenas un proyecto em dez meses". 20 de octubre de 2020. <https://oglobo.globo.com/cultura/ministerio-publico-da-15-dias-para-ancine-explicar-por-que-aprovou-um-projeto-em-dez-meses-24703679>
- Olsberg, Jonathan y Barnes, Andrew. "Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe". Observatorio Audiovisual Europeo. 2014. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audio/16808e4506>
- Olsberg SPI. *Global Screen Production- The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19*. 25 de junio de 2020. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>
- Olsberg SPI. "Global Incentives Index 2019". *World of Locations*. 2019. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2019/05/Olsberg-SPI-Global-Incentives-Index-May-2019.pdf>
- Onieva, Alvaro. "Las próximas series originales de Movistar+ para otoño de 2020 y 2021". *Fuera de series*. 3 de agosto de 2020. <https://fueraadeseries.com/las-proximas-series-originales-de-movistar-para-otono-de-2020-y-2021-922067aff2fc/>
- Ortega, Pituka. "Primera mirada: fondo único para cineastas de Centroamérica y el Caribe". *Kreatópolís*. 7 de diciembre de 2018. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/1819/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe [IESALC]. *Towards universal access to higher education. International trends*. 2020. <https://www.iesalc.unesco.org/en/wp-content/uploads/2020/11/Towards-Universal-Access-to-HE-Report.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD]. *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo*. París: OCDE. 2019. [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5fff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5fff5a-es)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD]. *Education at a Glance 2020*. París: OCDE. 2020. [https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020\\_69096873-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_69096873-en)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD]. *Education at a Glance 2019*. París: OCDE. 2019.
- Padiglione, Cristina. "Documentário sobre impeachment está entre os mais vistos de 2019". *Folha de Sao Paulo*. 30 de diciembre de 2019. <https://telepadi.folha.uol.com.br/confira-em-primeira-maos-os-documentarios-mais-vistos-da-netflix-em-2019/>
- Palacios, José Miguel. "El cine chileno en el exilio". Centro Cultural La Moneda. (s.f.). <https://www.cclm.cl/especial/el-cine-chileno-en-el-exilio/>
- Panama Film Comission. [Filmpanama.gob.pa](http://Filmpanama.gob.pa)
- Panorama Audiovisual. "América Latina perderá cinco millones de abonados a televisión de pago". 3 de septiembre de 2020. <https://www.panoramaaudiovisual.com/2020/03/09/america-latina-perdida-cinco-millones-abonados-television-pago/>
- Peru.Info. "Netflix estrena 'Maradona en Sinaloa', documental producido por la empresa peruana Pacha Films", (s.f.) <https://peru.info/es-pe/filminperu/noticias/det/netflix-estrena-maradona-en-sinaloa---documental-producido-por-la-empresa-peruana-pacha-films>
- Pinzón, Paola. "Cine al Sena, apoyo al talento audiovisual de los aprendices". *Revista Digital Sena*. 17 de septiembre de 2020. <https://revistadigital.sena.edu.co/2020/09/17/cine-al-sena/>
- Ponti, Nadia. "La evolución del espacio escénico en la época dorada del cine Argentino (1933-1943)." *Escena Uno | Escenografía, dirección de arte y puesta en escena*. 7, 1-11. Diciembre de 2017. <http://escenauno.org/wp-content/uploads/2017/12/La-evoluci%C3%B3n-del-espacio-escenico-en-la-epoca-dorada-del-cine-argentino.pdf>
- Prensario Internacional. "Punta del Este Studios: el proyecto que posiciona a Uruguay en el mapa audiovisual global". 27 de julio de 2020. <https://www.prensario.net/29629-Punta-del-Este-Studios-el-proyecto-que-posiciona-a-Uruguay-en-el-mapa-audiovisual-global.note.aspx>
- ProChile. "Ministro de Relaciones Exteriores y Director General de ProChile inauguran Encuentro de Negocios para empresas del sector audiovisual con foco en Estados Unidos". Ministro de Relaciones Exteriores. 23 de noviembre de 2020. <https://www.prochile.gob.cl/noticia/ministro-de-relaciones-exteriores-y-director-general-de-prochile-inauguran-encuentro-de-negocios-para-empresas-del-sector-audiovisual-con-foco-en-estados-unidos/>
- Programa IBERMEDIA. *El programa*, (s.f.). <https://www.programaibermedia.com/el-programa/>
- ProImágenes Colombia. "El abrazo de la serpiente, primera película colombiana nominada a los premios Oscar". 15 de enero de 2016. [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla\\_colombia/breves\\_plantilla.php?id\\_noticia=7357](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7357)
- ProMendoza. "Lo que no sabías y lo que sorprende del cluster audiovisual de Mendoza". 16 de mayo de 2019. <https://www.promendoza.com/es/lo-que-no-sabias-y-lo-que-sorprende-del-cluster-audiovisual-de-mendoza/>
- PwC. "Global Entertainment and Media Outlook 2020-2024. La industria del Entretenimiento y Medios se reconfigura". [http://explore.pwc.com/mx\\_gemo2020/wp\\_gemo2020\\_mexico](http://explore.pwc.com/mx_gemo2020/wp_gemo2020_mexico)

- Quispe-Agnoli, Rocío. "La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado". *La Mirada de Telemo*. 2 (2019) <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20338/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reducto. Cash rebate PUA. Contenidos Internacionales. <https://reducto.uy/es/uruguay/cash-rebate.html>
- Resolución 166/2020. [Boletín Oficial de la República de Argentina]. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. 27 de marzo de 2020. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>
- Reporte Anual Convocatoria 2020. Programa Ibermedia, Unidad Técnica.
- Rivas, Elmer. "El cine en Nicaragua es aún un sueño". *Niu*. 7 de enero de 2017. <https://niu.com.ni/el-cine-en-nicaragua-es-aun-un-sueno/>
- Rodríguez, Alejandra. "El impacto de la pandemia a cines en México: 334 millones de boletos no vendidos en 11 meses". *El Financiero*. 9 de febrero de 2021. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-impacto-de-la-pandemia-a-cines-en-mexico-334-millones-de-boletos-no-vendidos-en-11-meses/>
- Roque, Ricardo y Escalón, Carlos. *Cine y Televisión. Análisis de situación de la expresión artística en El Salvador*. San Salvador: Fundación Accesarte. 2013. <http://plataformadecultura.com/web/wp-content/uploads/2016/01/Cine-y-Televisi%C3%B3n.-An%C3%A1lisis-de-Situaci%C3%B3n-de-la-expresi%C3%B3n-art%C3%ADstica-en-El-Salvador.pdf>
- Rozas, Nuria. "Así es el estudio de cine acuático más grande del mundo". *Diario SUR*. 7 de septiembre de 2016. <https://www.diosur.es/culturas/cine/201608/22/aguas-hollywood-20160822084343.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>
- RPP Noticias. "Netflix en Perú: Plataforma alista una serie sobre Paolo Guerrero y una cinta dirigida por Bruno Ascenzo". 20 de febrero de 2020. <https://rpp.pe/tv/netflix/netflix-alista-serie-sobre-paolo-guerrero-y-una-cinta-dirigida-por-bruno-ascenzo-noticia-1246886>
- Rufino, Luana. Diversidade de gênero e raça no audiovisual. ANCINE. [https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCAchoeira\\_LUANARUFINO.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCAchoeira_LUANARUFINO.pdf)
- Ruiz Martín, Héctor. *Habilidades para la vida: aprender a aprender*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2020. <https://publications.iadb.org/es/habilidades-para-la-vida-aprender-aprender>
- Saavedra, Isis. "El fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994". *EIAL: Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 17 (2006) 107-128.
- Sanderson, Katherine. "The South American Animation Industry: How Brazil, Chile, and Peru Are Proving Their Talent is Real". *Animation Ave*. 1 de julio de 2020. <https://www.animationave.com/international/south-america-animation-chile-brazil-peru>
- Secretaria Especial de Comunicação. "Prefeitura renova parceria com Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias". Cidade de São Paulo. 7 de junio de 2019. <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-renova-parceria-com-instituto-criar-de-tv-cinema-e-novas-midias>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Listado de proyectos susceptibles de autorización para la aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional, correspondiente a los proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional que ingresaron en el primer periodo del ejercicio fiscal 2021*. 2021. <https://www.cultura.gob.mx/PDF/Eficine/EFICINE-Produccion-proyectos-susceptibles-1er-periodo-2021.pdf>
- Semana. "Sena Cine, la apuesta por la industria audiovisual". 27 de noviembre de 2020. <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/sena-cine-la-apuesta-por-la-industria-audiovisual/202047/>
- Sevilla B., María Paola. *Panorama de la educación técnica profesional en América Latina y el Caribe*, Serie Políticas Sociales No. 222. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. 2017. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1723>
- Slovak Film Comission. <http://filmcommission.sk/cash-rebate/>
- Smith, Paul Julian. "Netflix's The House of Flowers and the New Telenovela". *Film Quarterly*, vol. 72 (2019) 3, 59-61.
- Smith Stacy, Pieper Katherine, Choueiti Marc, Yao Kevin, Case Ariana, Hernandez Karla y Moore Zoe. "Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films". *USC Annenberg Inclusion Initiative*. Febrero, 2021. <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-netflix-study.pdf>
- Siri, Laura. "El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?". *Hiperextos*. 5 (2016) 47-109.
- Soliz, Cindy. "Adecine cancela convocatorias del fondo de fomento al cine nacional". *Los Tiempos*. 5 de marzo de 2021. <https://www.lostiempos.com/doble-click/cultura/20210305/adcine-cancela-convocatorias-del-fondo-fomento-al-cine-nacional>
- Statista. "Frequency of watching or streaming TV shows among adults in the United States as of January 2020, by gender". Febrero de 2020. <https://www.statista.com/statistics/936166/tv-shows-watching-streaming-frequency-by-gender-us/#:~:text=A%20survey%20conducted%20among%20U.S>
- Telemundo. "Por qué Uruguay resulta atractivo como mercado audiovisual para compañías como Amazon". 16 de abril de 2021. <https://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/por-que-uruguay-resulta-atractivo-como-mercado-audiovisual-para-companias-como-amazon/>
- Terra. *Audiovisual: um setor com importante força econômica*. 16 de noviembre de 2020. <https://www.terra.com.br/noticias/dino/audiovisual-um-setor-com-importante-forca-economica,e295e555d018a14abf43e23aa6e738f4e0qd5q2.html>
- Todo TV News. "Netflix renueva su serie brasileña *Cidade invisível*, éxito en 40 países". 3 de marzo de 2021. <https://todotvnews.com/netflix-renueva-su-serie-brasilena-cidade-invisivel-exito-en-40-paises/>
- Trinidad and Tobago Film Company Limited (FilmTT). [filmtt.co.tt](http://filmtt.co.tt)
- Tucker, Laura. "Páginas libres: Inclusion and Representation in Early Argentine Cinematic Practices". *Revista de Estudios Hispánicos*, 49 (2015), 121-145.
- TV Show. "HBO y Amazon vinieron a filmar a Uruguay: conocí los títulos y los famosos del elenco". 22 de enero de 2021. <https://www.tvshow.com.uy/series/hbo-amazon-vinieron-filmar-uruguay-conoce-titulos-famosos-elenco.html>
- UNAM Global. *Ya no hay que salir del país para hacer cine: González Iñárritu*. (s.f.) [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=6cH-hUeIlBw>
- UNESCO, BID, SEGIB, OEI y MERCOSUR (en prensa). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las Industrias Culturales y Creativas. Una iniciativa conjunta de MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI*. UNESCO Publishing: Paris
- U.S. Bureau of Labor Statistics. "Employee tenure summary", *Economic news release*. 22 de septiembre de 2020. <https://www.bls.gov/news.release/tenure.nr0.htm>
- Venteo, Pau. "CIMA, ICAA y Netflix impulsan la carrera de las mujeres en el audiovisual con un programa de asesoramiento y formación". *Europa Press*. 20 de mayo de 2020. <https://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-cima-icaa-netflix-impulsan-carrera-mujeres-audiovisual-programa-asesoramiento-formacion-20200520132947.html>
- Vergara, Alberto. "Nostalgia, anhelo y anomia". *Revista. Harvard Review of Latin American*. 2014. <https://archive.revista.drclax.harvard.edu/book/nostalgia-anhelo-y-anomia>
- Villalta, María Denisse. "Realización del documental 'Del cine al video' Realidad del cine nicaragüense" [Tesis de licenciatura, Universidad Centroamericana, Nicaragua]. Diciembre, 2013. <http://repositorio.uca.edu.ni/1494/1/UCANI3761.pdf>
- Vinyard, Papa. "SXSW '15: Vinyard questions director Craig William Macneill and writer Clay McLeod Chapman about THE BOY!". *Ain't It Cool News*. 22 de marzo de 2015. <http://legacy.aintitcool.com/node/70811>
- Warner Media. "HBO Max Arrives in Full Force in Latin America With More Than 100 Local Original Productions Over the Next Two Years". 29 de abril de 2021. <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-releases/hbo-max/hbo-max-arrives-full-force-latin-america-more-100-local-original-productions-over>
- Women & Hollywood. "Statistics". Center for the Study of Women in Television and Film. 2019. <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2019-statistics/>
- World Economic Forum, *The future of jobs report 2020*. Ginebra: WE Forum. 2020. <https://es.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
- Zocchi, Julián. "Potrero digital: el sueño de Juan José Campanella que hace escuela". *Clarín*. 6 de noviembre de 2020. [https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela\\_0\\_Lf4p0Vfx.html](https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela_0_Lf4p0Vfx.html)



Copyright © [2021] Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

Diseño gráfico: Agencia Felicidad

