



Facultad de
**Información y
Comunicación**



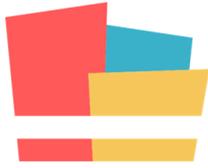
UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Maestría en Información y Comunicación
Tesis para defender el título de la Maestría en
Información y Comunicación

**“La producción audiovisual uruguaya no publicitaria
entre los años 1985 y 2001: estudio de caso de la
productora *Imágenes*”**

Autor: Santiago González Dambrauskas
Tutor: Dr. Federico Beltramelli

Montevideo, Uruguay.
Marzo, 2020.



Facultad de
**Información y
Comunicación**



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

El Tribunal docente integrado por los abajo firmantes, aprueba la Tesis:

Tesista:

Maestría en Información y Comunicación

Fallo:

Tribunal:

Profesor/a:

Profesor/a:

Profesor/a:

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	5
1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Presentación del tema	7
1.2 Planteo del problema de investigación	7
1.3 Objetivo general	9
1.4 Objetivos específicos	9
2. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	10
2.1 Estado del arte	10
2.2 Fundamentación del objeto de estudio	12
2.3 Descripción del contenido de la tesis	13
3. MARCO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL	16
3.1 Industria(s) cultural(es)	16
3.1.1 Panorama conceptual: un término de difícil definición.....	16
3.1.2 Panorama contextual: hacia una definición operativa	18
3.1.3 Rasgos distintivos de las industrias culturales	20
3.1.4 La importancia de las políticas culturales	22
3.2 Industria cinematográfica	25
3.2.1 Sectores de la industria cinematográfica clásica	25
3.2.2 El mercado cinematográfico clásico	26
3.2.3 Las transformaciones de la industria cinematográfica	28
3.2.4 El mercado del entretenimiento audiovisual	30
3.3 El espacio audiovisual latinoamericano	36
3.4 El sector audiovisual uruguayo	43
3.4.1 Distribución audiovisual	43
3.4.1.1 Cine.....	44
3.4.1.2 Video.....	45
3.4.2 Exhibición audiovisual	45
3.4.2.1 Salas de cine.	45
3.4.2.2 Videoclubes.	47
3.4.2.3. Televisión	49

3.4.2.3.1 <i>Televisión abierta</i>	50
3.4.2.3.2 <i>Televisión por abonados</i>	50
3.4.3 Servicios conexos y auxiliares a la producción audiovisual	52
3.4.3.1 Fílmicos	52
3.4.3.2 Profílmicos	53
3.4.3.3 Parafílmicos	53
3.4.4 Producción audiovisual (publicitaria y no publicitaria)	54
3.4.4.1 Producción audiovisual publicitaria	54
3.4.4.2 Producción audiovisual no publicitaria	56
3.4.4.2.1 <i>Producción audiovisual no publicitaria (1985-1994)</i>	56
3.4.4.2.2 <i>Producción audiovisual no publicitaria (1994-2001)</i>	59
3.5 Tipologías conceptuales aplicadas al estudio de caso	63
3.5.1 Modelos de producción	64
3.5.2 Modo de producción	66
3.5.3 Productoras y grado de participación	67
4. ENCUADRE METODOLÓGICO	69
4.1 Diseño y enfoque	69
4.2 Recopilación de los datos	71
4.3 Análisis de los datos	73
4.4 Límites al alcance de la investigación	75
5. PRIMERA ETAPA DE <i>IMÁGENES</i> (1985-1991): FUNDACIÓN Y CONSOLIDACIÓN	78
5.1 El proyecto fundacional de <i>Imágenes</i>	79
5.1.1 Antecedentes	79
5.1.2 Proyecto	81
5.2 La obra de <i>Imágenes</i> (1985-1991)	84
5.3 Financiación y estructura de realización (1985-1991)	91
5.3.1 Financiación institucional	91
5.3.2 Animación	94
5.3.3 Documental	97
5.3.4 Otros contenidos	101
5.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1985-1991) ...	102
5.5 Difusión	105
5.6 Primera aproximación al modo de producción de <i>Imágenes</i>	108

6. SEGUNDA ETAPA DE <i>IMÁGENES</i> (1992-1994): CRISIS INSTITUCIONAL	112
6.1 La crisis institucional desde una mirada interna (1992)	113
6.2 La obra de <i>Imágenes</i> (1992-1994)	116
6.3 Financiación y estructura de realización (1992-1994)	120
6.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1992-1994) ...	124
6.5 La crisis institucional desde una perspectiva externa (1994)	126
6.6 Segunda aproximación al modo de producción de <i>Imágenes</i>	132
7. TERCERA ETAPA DE <i>IMÁGENES</i> (1995-2001): REFUNDACIÓN Y CIERRE	134
7.1 La reestructura de <i>Imágenes</i>	135
7.2 La obra de <i>Imágenes</i> (1995-2001)	139
7.3 Financiación y estructura de realización (1995-2001)	145
7.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1995-2001) ...	150
7.5 El cierre de <i>Imágenes</i>	156
7.6 El modo de producción de <i>Imágenes</i>, una aproximación	160
8. POLÍTICAS CULTURALES DESTINADAS AL SECTOR AUDIOVISUAL NO PUBLICITARIO (1985-2001)	163
8.1 Antecedentes (1950-1984)	163
8.2 Ausencia total de políticas públicas (1985-1994)	165
8.3 Iniciativas públicas del gobierno nacional (1994-2001)	166
8.4 Iniciativas públicas del gobierno municipal de Montevideo (1994-2001)	169
8.5 Otros actores de importante incidencia	172
8.6 Cronología y breve caracterización de las intervenciones	175
9. DISCUSIÓN	177
RESULTADOS	185
Referencias bibliográficas	192

APÉNDICES

Apéndice A: Catálogo de *Imágenes* (1985-2001)

Apéndice B: Adaptación de tipología de costos de Stolovich et al (2004)

TABLA DE CUADROS Y FIGURAS

Tablas

- Tabla 1. *Producción de Imágenes (1985-1991)* / pp. 90-91
Tabla 2. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1985-1991)* / p. 91
Tabla 3. *Desglose de presupuesto de video documental de bajo presupuesto* / p. 99
Tabla 4. *Costos de producción de las obras (1985-1991)* / p. 103
Tabla 5. *Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1985-1991)* / p. 104
Tabla 6. *Detalle de espectadores y permanencia en cartel del ciclo 5 años de Imágenes* / p.105
Tabla 7. *Producción de Imágenes (1992-1994)* / p. 119
Tabla 8. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1992-1994)* / p. 120
Tabla 9. *Desglose de presupuesto de La quimera de la costa* / p. 121
Tabla 10. *Costos de producción de las obras (1992-1994)* / p. 124
Tabla 11. *Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1992-1994)* / p. 126
Tabla 12. *Producción de Imágenes (1995-2001)* / pp. 144-145
Tabla 13. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1995-2001)* / p. 145
Tabla 14. *Costos de producción de las obras (1995-2001)* / p. 152
Tabla 15. *Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1995-2001)* / p. 155

Nota:

Todas las tablas (cuadros y fichas) son de elaboración propia.

Figuras

- Figura 1.* Sistema clásico del mercado cinematográfico / p. 27
Figura 2. Subsistemas clásico y atípico del mercado cinematográfico / p. 32
Figura 3. Subsistema nuevo del mercado cinematográfico / p. 33
Figura 4. Distintos tipos de diseño de estudio de caso / p. 70
Figura 5. Correspondencia de Idea Vilariño a Mario Jacob / p. 152
Figura 6. Iniciativas de fomento al sector audiovisual no publicitario / p. 175

Nota:

Las figuras 1, 2 y 3 son adaptaciones de las figuras elaboradas por Jacoste (2004). La figura 4 es una adaptación propia de ejemplos gráficos elaborados por Hernández Sampieri et al (2010). La figura 5 es una digitalización de una correspondencia y la figura 6 es de elaboración propia.

RESUMEN

El presente estudio sistematiza de forma parcial la experiencia de *Imágenes*, un colectivo de producción audiovisual uruguayo que realizó más de 60 proyectos entre los años 1985 y 2001. Su producción incluye animaciones de cine y una gran variedad de videos documentales. Además, la productora desarrolló experiencias inéditas de formación y de difusión de contenidos. También introdujo nuevas tecnologías en un país que, hasta 1994, se caracterizó por un escaso fomento a la producción audiovisual independiente.

La tesis propone en su primera parte un recorrido contextual del período delimitado entre 1985 y 2001. Identifica transformaciones en la industria cinematográfica a nivel global y luego introduce el concepto de espacio audiovisual latinoamericano y la experiencia emergente en los años 80 de la apropiación tecnológica del video. Finalmente, se describe al sector audiovisual uruguayo en el período considerado, que presenta cambios en todos sus sectores: producción, distribución y exhibición.

La experiencia de *Imágenes* es sistematizada en la segunda parte de la tesis a partir de recopilación documental. Centrando el interés en la producción audiovisual no publicitaria desarrollada por la productora, se explora y describe su modelo de producción en tres etapas que emergieron durante el trabajo de campo desarrollado: 1) Fundación y Consolidación (1985-1991), 2) Crisis institucional (1992-1994) y 3) Refundación y cierre (1995-2001).

La investigación culmina con la proposición de algunas hipótesis emergentes, fundamentadas en el recorrido de las dos partes de la tesis, que problematizan algunas variables del campo del cine y audiovisual en tanto industria cultural, en el contexto de la producción audiovisual uruguaya. Por su parte, el aporte más importante de la investigación, puede encontrarse en una ampliación de la información existente sobre los materiales audiovisuales producidos en el país, a partir de la parcial sistematización de un caso emblemático, que al momento no había sido abordado.

Palabras clave: Industrias culturales, producción audiovisual, cine uruguayo, productora Imágenes.

ABSTRACT

This systematic review studies the experience of “*Imágenes*”, an uruguayan collective that, between 1985 and 2001, developed over 60 audiovisual projects including cinema animations and a great variety of documentary videos. The collective carried out innovative experiences in training and audiovisual content diffusion. It also helped to introduce new technologies in a country where support for national film production was rare before 1994.

The first part of this thesis presents a contextual overview of the period between 1985 and 2001. It identifies transformations in film industry at a global level, then introduces the concept of *latin American audiovisual space* and the emerging experience from the eighties of technological appropriation of video. Finally, it describes the uruguayan audiovisual industry in the selected period, where changes in the areas of production, distribution and exhibition are detected.

The second part of the thesis discusses the historical development of “*Imágenes*” from documentary compilations. With a focus on the collective’s non-advertising audiovisual output, the production model is explored and described in three stages that emerged during the field work: 1) Foundation and Consolidation (1985-1991), 2) Institutional Crisis (1992-1994) and 3) Refoundation and closure (1995-2001).

The research ends with the proposition of a series of new hypotheses based on thesis findings, which problematize some variables in the field of cinema and audiovisual as a cultural industry, in the context of uruguayan audiovisual production. The most important contribution of this research is the expansion of current knowledge on audiovisual materials produced in Uruguay, based on the partial systematization of an emblematic case which is for the first time studied.

Keywords: Cultural industries, audiovisual production, uruguayan cinema.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación del tema

Esta investigación se centra en la producción audiovisual uruguaya desarrollada entre los años 1985 y 2001, a partir de un estudio de caso de la productora audiovisual no publicitaria más prolífica del período: *Imágenes*. La tesis mantiene su centralidad en la sistematización de la productora, tomando como eje de interés su producción audiovisual no publicitaria, en atención a la singularidad del caso y ajustándolo al régimen de periodización propuesto para esta investigación. A su vez, la investigación propone realizar un acercamiento exploratorio al proceso de institucionalización del sector audiovisual uruguayo, con foco en la sistematización de las políticas culturales destinadas a la producción audiovisual no publicitaria desarrolladas durante el período.

1.2 Planteo del problema de investigación

El sector audiovisual se organiza en tres ramas diferenciadas que interactúan entre sí: la producción, la distribución y la exhibición. De este modo, conforman un complejo productivo que incluye otras actividades (productivas, comerciales y de servicios), que se encadenan a las anteriores mediante relaciones de insumo-producto (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al, 2004).

Desde esta óptica, en Uruguay el sector audiovisual integra: a) producción audiovisual, b) distribución audiovisual, c) exhibición audiovisual y d) actividades conexas. Cada uno de ellos (a, b, c y d) se encuentra, a su vez, conformado por varios subsectores (publicidad, televisión, audiovisual no publicitario, servicios audiovisuales, etc.).

En virtud de ello, es importante señalar que el presente trabajo se enmarca en torno al análisis del sector audiovisual uruguayo, pero con énfasis específico en la producción (a) del subsector denominado como cinematográfico o audiovisual no publicitario.

Una de las características más importantes del período delimitado para el presente estudio (1985-2001), dentro del subsector cinematográfico o audiovisual no publicitario, es la aparición de varias productoras independientes que logran un importante desarrollo, destacándose en específico, siguiendo a Álvarez (2008), Zapiola y Melzer, (2015), Tadeo Fuica y Balás (2016) y Lema Mosca (2019), las experiencias de *Imágenes* y el Centro de Medios Audiovisuales (CEMA).

Teniendo en cuenta que la experiencia de CEMA ya ha sido abordada (Tadeo Fuica y Balás, 2016) y que al momento no se han encontrado estudios que aborden la

experiencia de *Imágenes*, la tesis plantea una exploración descriptiva de su producción, sistematizando la producción audiovisual no publicitaria de la productora, partiendo de la hipótesis de que el lapso comprendido entre 1985 y el 2001, se trata de un período con características singulares que puede aportar información relevante sobre las características específicas de la producción audiovisual del país.

El caso de *Imágenes*, además, presenta la singularidad de haber tenido una producción extensa y estable durante todo el período de existencia, algo inusual en la experiencia cinematográfica local, por lo que se entiende necesario explorar y describir en profundidad su modelo de producción para intentar identificar permanencias o cambios que ayuden a explicar su continuidad productiva.

Por otro lado, la industria cinematográfica, inserta dentro de las denominadas industrias culturales, presenta a nivel internacional indudables desequilibrios en el mercado, que se traducen en una histórica hegemonía norteamericana en la producción, distribución y exhibición cinematográfica¹. Estos desequilibrios, han intentado ser revertidos con diferentes políticas públicas por parte de los Estados mediante el apoyo a la producción bajo distintas formas que permitan la existencia y continuidad de las cinematografías.

Sin embargo, en Uruguay el Estado históricamente no colaboró con el cine nacional ni a nivel financiero, ni crediticio, ni tecnológico, ni legal (Stolovich et al, 2002; 2004, González, 2014, Radakovich et al, 2014, Rodríguez Brites, 2018) y es recién a partir de la década del noventa que comienza a desarrollar las primeras políticas públicas y los esbozos de un marco institucional (Duarte, 2014). Teniendo en cuenta la novedad de la situación, la tesis complementa el estudio de *Imágenes* introduciendo una unidad de análisis que sistematiza las políticas públicas desarrolladas entre los años 1985 y 2001, partiendo de la hipótesis de que las intervenciones iniciaron un proceso de institucionalización del sector que fue profundizado a posteriori.

En virtud de lo anterior, esta investigación se inscribe en el marco de las industrias culturales y, teniendo en cuenta que las investigaciones más importantes o los primeros acercamientos al tema en Uruguay han optado por ser generalistas², se plantea la necesidad de abordarlo a partir de un caso paradigmático, que involucra una problematización de algunas variables del campo del cine, el audiovisual y las industrias culturales.

¹ Para una aproximación al período aquí estudiado, véase UNESCO (2000).

² Generalistas en el entendido de que al tratarse de primeros estudios o acercamientos al tema, abordan a las industrias culturales primero, y las industrias creativas después, en su amplio abanico de posibilidades sin profundizar en las particularidades específicas de los sectores ni las partes que lo componen.

1.3 Objetivo general

Describir, a partir de un caso emblemático, la producción del sector audiovisual uruguayo no publicitario entre los años 1985 y 2001, sistematizando la experiencia de la productora *Imágenes*, mientras se exploran y describen las características de su modelo de producción y los cambios procesados en el sector a nivel institucional a partir de la sistematización de las políticas culturales desarrolladas durante el período.

1.4 Objetivos específicos

-Sistematizar la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes* para identificar y describir el modelo de producción desarrollado por la misma.

-Reconstruir la historia de *Imágenes* de forma cronológica intentando identificar momentos de cambio en su modo de producción.

-Sistematizar las fuentes de financiamiento utilizadas por la productora identificando permanencias o cambios que ayuden a explicar su continuidad productiva.

-Sistematizar y describir las políticas culturales destinadas al sector durante la década del noventa, para caracterizar las modalidades de apoyo a la producción y el nuevo marco institucional creado.

2. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

2.1 Estado del arte

En Uruguay se evidencian pocos antecedentes que aborden la cinematografía nacional de manera sistemática desde la academia. La literatura, en general, refiere a trabajos periodísticos panorámicos, cronológicos y ensayísticos, desarrollados en su mayoría por críticos cinematográficos, a los que podrían sumarse diversas publicaciones de corte institucional producidos por Cinemateca Uruguay, Cine Club, SODRE y Cine Universitario, o de corte biográfico testimonial como por ejemplo: *Memorias de teatro y cine* (Ulive, 2007), *Una historia del cine en Uruguay: memorias compartidas* (Raimondo, 2010), *Imágenes en la maleta* (Musitelli, 2012) o *Mario Handler: retrato de un caminante* (Concari, 2012).

Sin embargo, en años recientes, esta tendencia parece revertirse. La creación del Grupo de Estudios Audiovisuales (GEstA), integrado por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Udelar) y el Archivo General de la Universidad de la República (AGU), entre otros, presenta un grupo de investigadores abocados al rescate y análisis de obras e instituciones que al momento habían sido poco estudiadas, ampliando así el inventario de cine existente en el país, y en muchos casos, incluso cuestionando (ontológicamente) lo que se ha entendido por cine uruguayo.

De esta forma, publicaciones como *Uruguay se filma. Prácticas documentales (1920-1990)* editado por Georgina Torello (2018) o *Uruguayan cinema, 1960-2010: Text, materiality, archive* [Cine uruguayo, 1960-2010: Texto, materialidad, archivo] de Tadeo Fuica (2017), comienzan a trazar un nuevo mapeo de la realidad cinematográfica nacional, a partir del rescate de diferentes obras que hasta el momento habían sido poco o nulamente abordadas.

Al grupo se suman otros esfuerzos, que se condensan, sobre todo, en el denominado *boom* de la cinematografía nacional (siglo XXI). La literatura es amplia, pero a los efectos del presente estudio, presentan interés trabajos de grado e investigaciones desarrolladas dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración (Udelar) y las investigaciones del grupo de trabajo coordinado por Rosario Radakovich (FIC-Udelar). Este enfoque, pone su centro en la economía cultural y en la viabilidad del cine uruguayo como industria cultural. *Industrias creativas innovadoras: una década de cine nacional* (Radakovich et al, 2014) y el trabajo de posgrado de Rodríguez Brites (2018) *Producción de largometrajes en Uruguay: un análisis desde la Teoría General del Costo*, sirven como buena síntesis de este tipo de abordaje y de la producción audiovisual posterior a los años 2000.

Teniendo en cuenta el período que aquí se analiza (1985-2001), los principales antecedentes académicos vinculados a las industrias culturales en Uruguay, surgen desde trabajos concentrados en el análisis de la economía de la cultura. Entre ellos destacan los trabajos coordinados por Luis Stolovich: *La cultura da trabajo* (1997), *La cultura es capital* (2002) y *La industria audiovisual uruguaya: ¿realidad o ficción?* (2004), además de literatura de corte teórico de Claudio Rama (1992; 1994; 1999) y Luciano Álvarez (1993).

Es importante destacar que si bien el auge de la economía de la cultura se da en las últimas décadas, reconocidos autores (Benhamou, 1997; Frey, 2000; Throsby, 2001; Bustamante, 2018) destacan el nacimiento de la disciplina en la publicación de Baumol y Bowen (1966) *Performing arts, the economic dilemma* [Las artes escénicas, el dilema económico], a partir del cual comienzan a desarrollarse otros importantes estudios. El enfoque, observa y entiende a la cultura no solo como un bien simbólico o de trascendencia, sino también como una fuente de ingresos y de desarrollo económico y productivo.

Por su parte, el fenómeno televisivo nacional también ha sido estudiado en el período considerado. El abordaje hace hincapié en la falta de políticas de comunicación como política de Estado para explicar la falta de regulación y fuerte concentración de medios que existió luego de la apertura democrática: García Rubio (1994; 1998) y Faraone (1998), dan cuenta de ello. Este enfoque puede ampliarse, al menos, con dos estudios de caso realizados a posteriori: uno sobre las políticas audiovisuales desarrolladas por la DINARP durante la dictadura (Marchesi, 2001); y otro sobre la innovadora experiencia de la señal municipal para abonados Tevé Ciudad (Radakovich, 2004).

Por fuera de la academia, también existen investigaciones realizadas durante el período por los propios realizadores o productores. En un plano profundo y regional, destacan los trabajos pioneros de Octavio Getino (1987; 1996; 1998; 2005) sobre la producción de cine y audiovisual en América Latina desde una perspectiva cercana a la corriente teórica de la Economía Política de la Comunicación (EPC).

Finalmente, desde una perspectiva local, pero con una mirada global sobre el video latinoamericano, destacan las publicaciones de CEMA-ICD (1990) y Hernán Dinamarca (1990), a las que habría que agregar catálogos de sistematización de las producciones uruguayas como el realizado por Casas y Dacosta (1996) y el más reciente trabajo de Ruffinelli (2015).

Como se puede apreciar en la lectura de este breve panorama, la producción audiovisual es un campo en crecimiento dentro de las estructuras académicas, pero de desarrollo reciente. A su vez, existe gran variedad de criterios (teóricos y metodológicos) para el abordaje de las industrias culturales y la producción

audiovisual (dentro y fuera de la academia), lo que abre distintas posibilidades de abordaje en esta materia.

2.2 Fundamentación del objeto de estudio

Una de las características más importantes de la producción audiovisual durante la transición democrática, se encuentra en la aparición de productoras independientes de contenidos audiovisuales (aunque su rol excede la denominación), que logran un gran desarrollo. Dentro de ellas, destacan las experiencias de *Imágenes* y el Centro de Medios Audiovisuales (CEMA). Su importancia, aunque con indudables diferencias, puede observarse en varios factores: elevada cantidad de producción, cooperación de esfuerzos en contraposición a esfuerzos individuales, utilización y experimentación con nuevas tecnologías e implementación de circuitos alternativos de difusión, entre otros³.

Imágenes, catalogada por Álvarez (2008) como el intento más prolífico, abarcativo y ambicioso del período, nace como un proyecto integral de producción audiovisual en el año 1985, con una marcada perspectiva social basada en la experiencia profesional de dos de sus fundadores (Mario Jacob y Walter Tournier). La productora logró desarrollar una extensa producción y difusión de sus contenidos, llegando a ser distribuidos en muestras y festivales y por canales de televisión del extranjero. Además marcó hitos a nivel local en términos de difusión, como giras por el interior del país con proyección y debate de algunas de sus producciones.

La obra producida por el colectivo incluyó series de animación (en cine y video) como *Los cuentos de Don Verídico* (1987), *Madre Tierra* (1991) y *Tabaré* (1995), incursiones en la ficción y el videoclip, pero sobre todo una extensa obra de carácter documental que abarcó distintas temáticas. Abordó las secuelas de la dictadura, realizó biografías de personalidades de la cultura uruguaya que cuentan con su propio testimonio (Octavio Podestá, Juan Carlos Onetti, Eladio Dieste, Idea Vilariño, entre otros). Además, registró problemas ambientales del país y la región e incursionó en realizaciones con una marcada perspectiva de género como *Sin pedir permiso* (1989), *La caja de Pandora* (1991) o *Las lágrimas de Eros* (1998).

La experiencia de *Imágenes*, como quedará evidenciado en el presente estudio, tuvo un incuestionable impacto para el desarrollo de la producción audiovisual nacional durante su existencia. Sin embargo, es limitado lo que puede encontrarse sobre el colectivo y su obra en las publicaciones que abordan el cine nacional.

³ Parte de la obra de CEMA ha sido analizada y recopilada por Tadeo Fuica y Balás (2016). Mariel Balás, a su vez, ha sido una de las responsables de recuperar gran parte de su archivo que en la actualidad puede encontrarse en AGU (Udelar).

El enfoque de la tesis propone indagar en la producción audiovisual no publicitaria uruguaya, proponiendo una línea de continuidad con los estudios precedentes que han abordado a las industrias culturales en el país, que a su vez contextualizan el estudio durante la primera parte de la tesis y sirven de fundamento para el desarrollo y proposición de hipótesis y generalizaciones durante su desarrollo.

En términos de recorte histórico, la tesis abarca desde el año 1985 al 2001, tomando como criterio la primera producción no publicitaria del colectivo (*La gesta de una conciencia*) y las últimas producciones en las cuales la productora participó como productor asociado: *25 Watts* (2001) y *En la puta vida* (2001), largometrajes de ficción que se han convertido en hitos del cine nacional reciente.

El período se caracteriza por transformaciones relevantes en varios aspectos que la tesis aborda. En términos teóricos el concepto de industrias culturales se amplifica y se desarrollan estudios que tienden a clasificar y analizar los procesos económicos dentro del ámbito de la cultura. La industria cinematográfica también se transforma, expandiendo y reestructurando su sistema económico y sus mercados. A nivel latinoamericano, el espacio audiovisual se construye a nivel teórico y en términos prácticos se desarrolla el movimiento del video latinoamericano, que tiene su auge y su posterior caída. A nivel local, el sector audiovisual uruguayo tiene transformaciones en todos sus sectores: producción, distribución y exhibición.

La presente investigación, parte entonces de la hipótesis de que el lapso comprendido entre 1985 y el 2001, se trata de un período de transformaciones singulares que ameritan su abordaje y sistematización. El estudio de caso, centrado en la productora *Imágenes*, se justifica no solo por tratarse de la productora más prolífica, sino porque al momento no se han encontrado publicaciones académicas (de ningún tipo) que la aborden como objeto de estudio.

Finalmente, siguiendo a Moragas Spá (2011) y Mastrini y Becerra (2006), desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación, se puede afirmar que históricamente el centro de interés estuvo puesto en el análisis de los contenidos y la influencia o recepción de los mismos, más que en las dinámicas económicas de la producción de fenómenos comunicacionales, eje del presente trabajo, por lo que el enfoque se justifica y puede ser útil su aplicación en un campo que se encuentra en continua construcción.

2.3 Descripción del contenido de la tesis

Una vez presentados el tema, el objeto y los objetivos generales y específicos que la tesis se propone (capítulo 1), en el capítulo 2 se fundamentó el estudio. A continuación la tesis se divide en dos partes. La primera, a partir de revisión

bibliográfica, desarrolla conceptos claves y contextualiza el caso en el período objeto de estudio (1985-2001). La segunda parte, a partir de recopilación documental, sistematiza la experiencia de *Imágenes* explorando y describiendo tres etapas identificadas en la historia institucional de la productora que emergieron durante el trabajo de campo.

El capítulo 3 es el más extenso de la tesis y refiere a la primera parte señalada. En un primer apartado (3.1) se abordan las industria(s) cultural(es), la principal conclusión es que el término ha tenido diversas transformaciones a lo largo del tiempo que llevan a una difícil conceptualización, por lo que se brinda una definición operativa teniendo en cuenta el contexto y el enfoque de los antecedentes que han abordado la temática en la región y en Uruguay. Luego se describen las características de las industrias culturales desde una perspectiva económica y de mercado a nivel general y se menciona la importancia de las políticas culturales en este contexto.

El segundo apartado del capítulo (3.2) tiene como centro a la industria cinematográfica y define sus sectores, su sistema económico y su mercado. La conclusión es que la industria cinematográfica se ha expandido transformándose en una industria de entretenimiento audiovisual presentando cambios en su sistema económico y expandiendo sus mercados. El tercer apartado (3.3) introduce el concepto de espacio audiovisual, señala la experiencia del movimiento del video latinoamericano iniciado en la década del 80 y cuestiona que el cine haya sido una industria en la región durante el período.

El cuarto apartado del capítulo (4.4) se enfoca en el sector audiovisual uruguayo, describiendo todos sus sectores y subsectores entre los años 1985 y 2001. A su vez, identifica transformaciones relevantes en todos ellos y delimita dos claros momentos dentro del subsector audiovisual no publicitario, que es abordado en último lugar por ser el centro de interés de la tesis. El último apartado (4.5) define conceptos y tipologías que serán utilizadas durante el desarrollo del análisis en los capítulos 5, 6 y 7, referidos a la sistematización de *Imágenes*.

Luego de un recorrido conceptual y contextual, que va de lo macro a lo micro, iniciando con las industrias culturales y culminando con el sector audiovisual uruguayo, el capítulo 4 desarrolla el encuadre metodológico del estudio. Allí se detalla el diseño (exploratorio-descriptivo), el enfoque (cualitativo), además de describir las técnicas utilizadas para la recolección de los datos y su análisis. El capítulo finaliza exponiendo los límites más importantes al alcance de la investigación.

Del proceso de sistematización, conexión e interpretación de los datos recolectados (detallados en el capítulo 4) emergieron tres momentos claves en la historia institucional de la productora, que sirvieron para ordenar la información y presentar el caso en tres capítulos que abordan en profundidad (cada uno de ellos) distintas etapas

identificadas de *Imágenes* que recorren desde el proyecto fundacional hasta el cierre de la productora: 1) Fundación y consolidación (1985-1991), 2) Crisis institucional (1992-1994) y 3) Refundación y cierre (1995-2001), capítulos 5, 6 y 7. El capítulo 8, por su parte, sistematiza las políticas culturales destinadas al sector audiovisual no publicitario describiendo cada una de las intervenciones desarrolladas entre 1985 y 2001.

La tesis se cierra con una discusión (capítulo 9) y un detalle de los resultados del proceso de investigación. La discusión observa algunas hipótesis que emergen en el recorrido de la tesis, y se orienta a problematizar algunas variables –involucradas en esta investigación- con afectación al campo del cine, el audiovisual y las industrias culturales, en el contexto de la producción audiovisual uruguaya para el período estudiado. Los resultados, por su parte, retoman los objetivos planteados al inicio de la investigación y detallan los aportes más significativos de la tesis.

En este sentido, la investigación logra identificar tres etapas en la historia institucional de *Imágenes*, que son exploradas y descritas en profundidad en torno a un modelo de producción independiente (inusual dentro de la producción audiovisual uruguaya) caracterizado por dos modos de producción en el desarrollo de la productora. A su vez, la tesis sistematiza de forma global la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes*, aportando como complemento un catálogo de la obra producida entre 1985 y 2001 (véase apéndice A), ampliando la información existente sobre los materiales audiovisuales producidos en el país y brindando una base fidedigna de datos con la cual se podrán iniciar nuevas investigaciones o ampliar las ya existentes.

3. MARCO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL

3.1 Industria(s) cultural(es)

3.1.1 Panorama conceptual: un término de difícil definición

A mediados de los años cuarenta Theodor Adorno y Max Horkheimer, referentes teóricos de la Escuela de Frankfurt, crean el concepto de industria cultural (en singular) término introducido en un capítulo de la obra *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos* publicado por primera vez en 1944 y luego revisado en 1947 bajo el título de “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”, en donde se examina la tecnología aplicada a los procesos creativos intentando analizar cómo la cultura es condicionada por el sistema económico.

Gran parte de la exposición de Adorno y Horkheimer se sustenta en la desvalorización del arte como forma creativa de la actividad humana y su constante devenir en valor mediante la transformación del acto cultural en mercancía. La fuerza del concepto, radica en esta yuxtaposición de palabras que parecen destinadas a transitar por caminos separados: industria y cultura.

El arte es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible; pero esta especie de mercancía, que vivía del hecho de ser vendida y de ser, sin embargo, esencialmente invendible, se convierte hipócritamente en lo invendible de verdad, tan pronto como el negocio no sólo es su intención sino su mismo principio. (Adorno y Horkheimer, 2003 [1944], p. 203)

De esta forma, mediante diversas descripciones y ejemplos, toman los elementos observados en el mundo laboral con el desarrollo del sistema fabril (industrialización), gracias a la introducción del *taylorismo* y el sistema *fordista* de gestión y sus principios (cadena de montaje, organización científica del trabajo, estandarización, producción en serie), para introducirlos en el mundo de la cultura, que a los ojos de los autores, también se encuentra fundamentada en la ideología del negocio.

Tengamos en cuenta que la época en que se escribió *Dialéctica de la Ilustración*, corresponde con el triunfo de la sociedad industrial norteamericana luego de la crisis del sistema capitalista de 1929. Por ello, siguiendo a Mattelart y Piemme (1982), los autores hablan de lo que vieron: potencia de la radio, del cine y de la naciente televisión. En resumen, su razonamiento intenta iluminar sobre los efectos de los nuevos medios mediante la visible interacción entre tecnología, industria y cultura, tal como se manifestaban a mediados de la década del cuarenta.

Por otro lado, el paso de la expresión singular (industria cultural) a su forma plural industria(s) cultural(es), es un proceso que se desarrolla en torno a un continuo y

progresivo debate sobre políticas culturales y de comunicación a partir de la década del 70, dentro de un contexto histórico, diverso y problemático, político e intelectual, marcado por la Guerra Fría a nivel global y por el desarrollo de las ciencias sociales a nivel académico con importantes aportes desde América Latina.

En este contexto, siguiendo a Mastrini (2014a; 2017), el término industria cultural pierde su acepción negativa y comienza a ser utilizado tanto en análisis funcionalistas como en investigaciones críticas, para explicar los distintos procesos de producción, distribución y consumo, con especial énfasis en los medios masivos de comunicación.

De acuerdo a investigaciones de Carrasco y Saperas (2011a; 2011b; 2012), en el ámbito de la UNESCO es donde el concepto industrias culturales (en plural) se institucionaliza, en un proceso que según los autores se inicia en la Primera Conferencia Internacional sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales (Venecia, 1970) y que culmina con el denominado *Informe MacBride* de 1980 (MacBride et al, 1993)⁴.

Más allá de la aseveración, la incidencia de la UNESCO en lo referente a políticas culturales y de comunicación es indudable, en tanto mediador con sus países miembro, definiendo y fomentando estudios descriptivos y prospectivos de base científico-social, y fundamentalmente participando, en forma activa y democrática, en la definición de ciertos paradigmas conceptuales y también políticos, por su inherente valor institucional.

De forma paralela, e incluso antes de este proceso de institucionalización, el concepto inicial de industria cultural de Adorno y Horkheimer fue incorporando nuevas nociones que derivaron en una indudable polisemia del término, pero a su vez, también se han ido construyendo nuevos enfoques mediante la introducción de una gama amplia de nuevos conceptos (industria del conocimiento, industria de la información, industria del entretenimiento, industrias protegidas por los derechos de autor, industrias de contenidos) tendientes a analizar las denominadas industrias culturales.

Parte de estas teorías y criterios metodológicos, fueron retomados en otras definiciones más recientes, instalando nuevos enfoques (académicos y políticos) que exceden el espacio teórico y que responden a diversos criterios en los que, de acuerdo a Zallo (1992), Getino (2008) y Bustamante (2009), está claramente instalado el

⁴ El pasaje del singular al plural del término industria(s) cultural(es), es muy difícil de delimitar y definir. Victoria Rúetaló (2009), por ejemplo, considera que dicho cambio emerge a partir de la influencia de los estudios culturales de la Escuela de Birmingham, cuando centra su interés en el consumo y la recepción de los medios masivos, prestándole menor importancia a los mecanismos de producción, distribución e industrialización de los mismos.

interés económico sectorial y las políticas a ser implementadas para su desarrollo dentro de cada país o región.

De todos estos enfoques, el que ha tomado mayor relevancia en los últimos años es el de las denominadas industrias creativas, de las que, a su vez, suelen derivarse varios conceptos como: economía creativa, empresas creativas, trabajadores creativos, ecología creativa, ciudades creativas y países creativos, entre otros tantos⁵.

Lo que se pretende hacer explícito con este apartado, es el indudable problema de conceptualización del término industrias culturales, que llevan a autores como Hullot-Kentor (2011) a expresar que la industria cultural ha devenido en “una especie de esperanto que puede ser intercambiado de modo fiable a nivel mundial” (p. 6).

3.1.2 Panorama contextual: hacia una definición operativa

Como se ha mencionado, en Uruguay, los estudios académicos más importantes vinculados a las industrias culturales han sido analizados desde la perspectiva de la economía de la cultura, con una fuerte influencia de los estudios realizados por Françoise Benhamou (1997). Es importante destacar que Uruguay fue pionero en la región en este tipo de estudios, a pesar de la relativa novedad de la disciplina, a partir del grupo de trabajo coordinado por Luis Stolovich (1997; 2002; 2004). También se ha mencionado que, en la región, la producción audiovisual latinoamericana fue abordada de manera cuantitativa por primera vez, de manera sistemática, a partir de los estudios coordinados por Octavio Getino (1987; 1996; 1998; 2005).

Dado que el presente trabajo se servirá de ambos corpus para contextualizar el estudio de caso en esta primera parte de la tesis, entiendo necesario hacer una breve distinción intelectual entre ambos abordajes con respecto a las industrias culturales: uno vinculado a la economía de la cultura (en general), y otro (Getino), que ha sido vinculado a la corriente teórica de la Economía Política de la Comunicación (EPC). En ambos casos, a la hora de delimitar a las industrias culturales, se suele iniciar con una definición amplia, institucionalizada por la UNESCO:

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural. (1982, p. 21)

Tanto los estudios pertenecientes a la economía de la cultura, como aquellos vinculados a la EPC, entienden reduccionista la definición de la UNESCO, ya que, entre otros elementos, en la misma no se especifica el carácter simbólico de la

⁵ Una aproximación crítica al concepto de industrias creativas, puede encontrarse en la publicación coordinada por Enrique Bustamante (2011).

producción cultural. Al respecto, una definición ampliada de las industrias culturales, es la que propone Ramón Zallo, uno de los teóricos vascos más importantes de la EPC:

Conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social. (1988, p. 26)

Lo primero a destacar, de ambas definiciones, tanto la de la UNESCO (1982) como la de Zallo (1988), es que dejan por fuera del análisis a otras formas culturales de producción que no se encuentren mediadas por un sistema industrial de producción, como por ejemplo: pintura, escultura, teatro o danza.

Teniendo en cuenta el contexto histórico en el cual dichas definiciones fueron expresadas, siguiendo a Benhamou (1997), las industrias culturales quedarían delimitadas entonces por la industria del cine, del disco y del libro, a las que habría que agregar, siguiendo a Mastrini (2014a; 2017): radio, prensa y televisión.

La definición de Ramón Zallo, por otro lado, se ha constituido en una definición paradigmática, en el entendido de que el grueso de los estudios latinoamericanos sobre industrias culturales, toman los componentes sustanciales de su definición para poder delimitar el concepto.

En Uruguay, Claudio Rama (1999), en una importante publicación sobre las dinámicas estructurales de las industrias culturales en el marco de la globalización, hace explícita su diferencia con Zallo (1988), haciendo la precisión de que no se trata de mercancías con contenido simbólico, sino de mercancías simbólicas producto de la creación. Desestima de la definición, por lo tanto, su función de reproducción ideológica y social puesto que “el objeto es la obtención de beneficios y no la creación de una falsa conciencia, más típica de otras concepciones sobre la producción cultural” (p. 34).

Por su parte, Octavio Getino, es contundente al defender la definición de Zallo (1988) como superadora de la de la UNESCO (1982), sobre todo para entender las cualidades específicas de la industria cinematográfica, que según el autor, no solo ha servido como un excelente recurso de la economía de las grandes naciones, con eje en EEUU, sino también para promocionar sus pautas, valores y creencias culturales, por lo que habría que entender a la industria cultural en una doble dimensión: social y económica. En palabras del autor:

Omitir esa doble función de la actividad cinematográfica sería estar a contramano de la experiencia histórica del medio y también de las alternativas que hoy más que

nunca se hace necesario plantear para formular auténticas políticas de fomento. (1998, p. 19)

La definición que proponen Stolovich et al (2002), citando a Zallo en una nota al pie, estructura una amplia conceptualización que se podría tomar como una buena definición operativa teniendo en cuenta las perspectivas de su abordaje, inserto dentro del campo de la economía de la cultura:

Aparatos económicos dedicados a la producción, distribución comercial y comunicación masiva, de las creaciones culturales, así como de la información y el entretenimiento –que también son cultura en un sentido amplio-. Estas adquieren los rasgos de otras industrias: serialización, estandarización, división del trabajo y consumo de masas. (2002, p. 39)

Es importante destacar que Stolovich et al (1997; 2002; 2004), a diferencia de Rama (1999; 2003), aunque no incluyen en su definición de manera expresa que se trata de producción de mercancías con contenido simbólico, tal como son entendidas por Zallo (1988), encuadran a la economía de la cultura, a nivel general, como el estudio de la producción mercantil simbólica. Además, en concordancia con Getino (1998), especifican que el producto cultural en su proceso de mercantilización, se caracteriza por la dualidad de ser una mercancía de contenidos simbólicos que “coadyuva a la reproducción ideológica de la sociedad” (Stolovich et al, 2002, p. 23).

A los efectos de la presente investigación, por tanto, siguiendo a Getino (1998) y Stolovich et al (2002), se entienden por industrias culturales a las industrias conformadas por un conjunto de ramas, segmentos y actividades que se dedican a la producción, distribución y comercialización de contenidos simbólicos. Dentro de ellas, se incluye a la industria cinematográfica.

3.1.3 Rasgos distintivos de las industrias culturales

Reconocidos investigadores (Zallo, 1988; Benhamou, 1997; Bustamante, 1999; Garnham, 2011, Tremblay, 2011, Mastrini, 2014a) reconocen que las industrias culturales tienen características que individualmente pueden encontrarse en otros sectores industriales pero que, en su conjunto, solo se encuentran y potencian dentro del sector específico de las industrias culturales.

Zallo (1988) y Bustamante (1999) los reducen a tres aspectos: 1) la importancia del trabajo de creación en el proceso productivo, 2) la necesidad de una renovación constante de los productos y 3) el carácter extremadamente aleatorio de la demanda.

Respecto al primer aspecto, toda obra cultural, incluso producida industrialmente, implica como principio un trabajo de creación. Además, los productos de las industrias culturales son productos únicos sin equivalente, productos que, más allá de

los procesos industriales desarrollados para su producción, se encuentran ligados a la personalidad del creador o creadores de los contenidos.

El segundo aspecto es clave y es una de las principales características de la economía de las industrias culturales: el mercado de la cultura exige una constante renovación. La mayor parte de los productos quedan rápidamente obsoletos y deben enfrentarse de forma constante a criterios de novedad teniendo una vida comercial muy corta luego de su ingreso en el mercado.

El tercer aspecto, en parte resultado del anterior, tiene que ver con el carácter imprevisible del mercado de la cultura: la demanda es aleatoria e incierta y los gustos del público no son predecibles. El carácter simbólico de las producciones culturales hace que sus contenidos puedan o no satisfacer las demandas del consumidor sujeto a cambios constantes de gustos que, aunque intentan predecirse, no pueden ser controlados.

Tremblay (2011) en concordancia con Miège (1986), agrega al menos cuatro factores como la falta de elasticidad de la demanda, una mayor variedad de fórmulas de remuneración del trabajo que en otros sectores industriales, las articulaciones existentes entre soporte y contenido y las particularidades del acto consumista en materia cultural. Todos ellos, aspectos que se relacionan con las características del trabajo realizado dentro de la industria y las peculiaridades del consumo cultural (tendencia al subempleo o trabajo autónomo, acceso al consumo de bienes intangibles en contraposición a la obtención material de un producto, entre otros).

Más allá de los diferentes enfoques respecto a las particularidades de las industrias culturales, desde el punto de vista económico, existen rasgos distintivos en todas ellas que los investigadores destacan y que explican en gran parte el funcionamiento del mercado.

Benhamou (1997) y Richieri (2011) resumen estas particularidades en dos aspectos cruciales, que en mayor o menor medida, los diferentes autores afirman: es una industria de alto riesgo económico y con mercados poco previsibles. Por otro lado, un tercer aspecto crucial que emerge como resultado de estas particularidades es el enorme grado de concentración (empresarial y productiva) que existe a nivel mundial dentro de las industrias culturales (Miège, 2006).

Reduciendo el foco a la industria cinematográfica, industria cultural objeto del presente estudio, estos aspectos son claves para entender el funcionamiento de su sistema económico y algunas de sus problemáticas derivadas.

En primer lugar, siguiendo a Zallo (1988) y Pardo (2014), y en concordancia con lo expresado hacia el conjunto de las industrias culturales, hay que tener en cuenta que la

industria cinematográfica es una industria de producto y que la obra, como producto, presenta características singulares desde una perspectiva económica.

Una de ellas es que cada obra para poder ser producida requiere una importante inversión y la inversión debe realizarse antes de que se haya obtenido ingreso alguno. Por otro lado, dichas inversiones son irreversibles y existe un gran desfase entre los gastos producidos para su confección y los ingresos generados por su comercialización.

Además, el valor del producto no tiene relación directa ni con los costos (inversión), ni con la calidad del producto ni con su aceptación en el mercado. En otras palabras, se requiere del empleo de elevados capitales para poder producir un producto y comercializarlo y no existe una relación directa entre las inversiones efectuadas en una obra y la calidad o rentabilidad de su resultado.

Por otro lado, si bien los costos fijos de producción de una obra son altos, los costos de reproducción (copia de la obra) y su distribución son bajos. Lo que lleva a que las ganancias de todo el proceso de producción favorezcan a quienes controlan los sistemas de distribución y consumo más que a los productores originales de los servicios y productos cinematográficos.

En suma, siguiendo a Mastrini (2014a; 2014b), todos estos aspectos favorecen las economías de escala que llevan a expandir el mercado en situaciones de oligopolio o monopolio generando una gran concentración ya que muy pocas empresas pueden hacer frente a los fracasos producidos por las particularidades económicas del sistema cultural en general y cinematográfico en particular.

3.1.4 La importancia de las políticas culturales

A modo de síntesis de lo hasta aquí esbozado, se puede afirmar que la economía de la industria cinematográfica es sumamente inestable y que, siguiendo a Fuertes y Mastrini (2014), se podría llegar a resumir en una simple ecuación donde muy pocas obras alcanzan una rentabilidad impresionante, mientras que la inmensa mayoría ni siquiera recupera un porcentaje de sus costos de producción.

Además, de acuerdo a Zallo (1988), al contrario de EEUU en donde la industria cinematográfica se sostiene en base a oligopolios que controlan el mercado con eje en las denominadas *majors*⁶, en el resto de los países las cinematografías son o deben ser protegidas para permitir su existencia.

⁶ El cine de EEUU es producido, distribuido y explotado por un gran número de empresas. Dentro de ellas, un grupo muy pequeño, ejerce un auténtico control sobre la economía del cine. Se trata de las *majors (majors companies)*: sociedades integradas que ejercen su actividad y control sobre todos los campos de la actividad cinematográfica. En 1995 las empresas integradas o *majors* eran siete: Walt

Por su parte, Octavio Getino (1998; 2005; 2012) es categórico al expresar que si la existencia del cine latinoamericano dependiera exclusivamente de las leyes del mercado, solo países muy grandes y con extensa tradición cinematográfica como Brasil, México o Argentina, lograrían sostener su producción que de todas formas se vería drásticamente condicionada a la ley del éxito para poder ser rentable y sostenible a lo largo del tiempo.

Uruguay no escapa a la realidad regional, y extensos estudios (Stolovich et al, 2004; Radakovich et al 2014; Rodríguez Brites, 2018) han constatado que la continuidad de producción en el país se encuentra íntimamente condicionada por el apoyo que el Estado pueda brindar al sector a través de políticas culturales que promuevan su desarrollo.

En este contexto, hay que tener en cuenta que las políticas culturales se enmarcan dentro del amplio espectro de las políticas públicas, y como tales, responden a los objetivos del gobierno mediante el diseño, gestión, administración, planificación y evaluación de intervenciones puntuales (Yúdice, 2009). Así, siguiendo a García Canclini (1987) y Mastrini (2014b), en la base de la política cultural se encuentra la decisión de jerarquizar necesidades a partir de recursos limitados. “Tarea particularmente arriesgada, si consideramos que las necesidades culturales pueden ser mucho más subjetivas que otras necesidades materiales.” (Mastrini, 2014b, p. 17).

Estos factores quizás expliquen los motivos por los cuales en América Latina las políticas culturales tardaron en ser formalizadas. En palabras de García Canclini (1987): “Para muchos políticos, sociólogos y economistas, la política cultural es un tema que se discute sin rigor entre artistas y escritores, o que encubre con argumentos formales simples luchas de intereses por la distribución de fondos públicos y privados” (p. 14).

Por otro lado, cuando impulsadas por la UNESCO en los años 1970 comenzaron a realizarse las primeras reflexiones y debates en torno al tema, la realidad sociopolítica del continente no era la más favorable, ni tampoco lo fue en los años 1980 cuando varios países comenzaron a restaurar sus democracias.

En Uruguay, siguiendo a De Torres (2009; 2013), los primeros estudios sobre el tema surgen en los años 1990 mediante ensayos y encuentros académicos que giran en torno a interrogantes sobre la identidad nacional. Un segundo momento, siguiendo a la autora, se da en la segunda mitad de los noventa, introduciendo el tema de la

Disney, Columbia, Metro Goldwyn Mayer, Paramount, Warner Bros., Twentieth Century Fox y Universal (Augros, 2000). Es importante mencionar que a las *majors* históricamente se las ha denominado como estudios o grandes estudios de Hollywood. A los efectos del presente trabajo siempre que se haga referencia a Hollywood, cine norteamericano, estudios, grandes estudios o grandes sellos, en rigor, se hace referencia a las *majors*.

economía de la cultura⁷. Hecho no casual, si se tiene en cuenta el contexto nacional, pero también el internacional, a partir de los sucesivos debates que surgen no solo ya frente al concepto de cultura, sino en específico sobre el rol del Estado y su función propiciados a partir de los sucesivos encuentros y declaraciones de la UNESCO. De acuerdo a Carámbula (2011):

La Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales (Venecia, 1970) colocó la responsabilidad de los Estados con respecto a la cultura; la *Conferencia mundial sobre políticas culturales* (MUNDIACULT, México, 1982) subrayó la importancia de la vinculación cultura y desarrollo; y la *Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo* (Estocolmo, 1998) avanzó en la idea de la integralidad y transversalidad de las políticas culturales. (p. 307)

En otras palabras, la UNESCO intentó responder a la tensión generada por la ampliación del concepto de cultura despojándola de una concepción estética y asociada a la alta cultura, incorporando al ámbito cultural como una herramienta de los ejes centrales del Estado hacia la sociedad. La cultura entonces es incorporada a los elementos constitutivos del desarrollo humano, y desde esta perspectiva, la misma será observada y entendida no solo como un bien de trascendencia, sino también como una fuente de ingresos y de desarrollo económico y productivo (SICSUR, 2012; Mejía Arango, 2009).

Es importante mencionar que si bien la presente investigación no tiene por objetivo caracterizar a las políticas culturales destinadas al sector audiovisual desarrolladas en el período, sino sistematizarlas, se partió de la hipótesis de que las políticas ensayadas no solo fueron un hito en términos de intervención sino que también sirvieron como línea programática de un diseño institucional que tuvo su correlato en las décadas posteriores. La necesidad de incluir un capítulo específico dentro del estudio responde, en parte, a dicha hipótesis que aquí se ensaya pero que no podrá corroborarse por el corte temporal que se aborda (1985-2001).

El abordaje se justifica doblemente. Por un lado, por la novedad de la situación histórica, ya que se trata de las primeras intervenciones. Por el otro, por la importancia que tienen las políticas culturales para el desarrollo del sector en términos de viabilidad. Finalmente, la hipótesis esbozada es de vital importancia si se tiene en cuenta que un diseño institucional potente es necesario para asegurar una continuidad coherente de intervención a largo plazo por parte del Estado. En palabras de María Inés De Torres (2009):

⁷ Los principales aportes que podrían vincularse al fenómeno cinematográfico, en este sentido y durante el período que aquí se analiza, ya han sido mencionados y surgen desde trabajos concentrados en el análisis económico.

¿Por qué importa el diseño institucional? Las instituciones democráticas son las únicas que pueden garantizar la permanencia de las metas de un proyecto, más allá de personas, partidos o corporaciones. El diseño institucional de un sector, en este caso el cultural, es fundamental para la realización de las políticas públicas y sus fines. (p. 182)

Teniendo en cuenta el momento histórico en términos teóricos, pero también en términos de novedad por tratarse de las primeras intervenciones, la investigación partirá de un concepto amplio de políticas culturales al momento de sistematizarlas, entendiéndolas como el “conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (García Canclini, 1987, p. 26).

3.2 Industria cinematográfica

El término industria cinematográfica incluye a todas las actividades involucradas en la producción, distribución y exhibición de obras cinematográficas. Estos tres sectores de actividad (producción, distribución y exhibición), en términos empresariales, conforman su sistema económico.

A nivel histórico, la industria cinematográfica evolucionó en torno a cambios importantes desarrollados en los tres sectores de la actividad. A modo de contextualización, el presente apartado parte de los estudios pioneros de Dadek (1962) y Giannelli (1965) para describir los elementos prioritarios del funcionamiento de la industria en un primer momento, que se denominará como clásico.

Posteriormente se describirán los cambios más importantes procesados en la industria a partir de la década de los años 1980. Aquí, se hará uso de la caracterización realizada por Jacoste (2004), ya que se trata de una actualización de los estudios precedentes. Esta caracterización será complementada con aportes de Del Teso (2008), partiendo de la hipótesis de que en la década del 80 se da un cambio en el mercado cinematográfico que lleva a la industria a transformarse en un mercado global de entretenimiento audiovisual.

3.2.1 Sectores de la industria cinematográfica clásica

La industria cinematográfica se edificó sobre tres ramas de actividad: producción distribución y exhibición. La producción, en sentido estricto, abarca desde la idea del proyecto hasta la culminación del montaje de las copias y se caracteriza, siguiendo a Dadek (1962), por dos factores: organizar y planificar todo el proyecto cinematográfico y obtener la financiación que haga viable el proyecto. Giannelli

(1965) agrega que en el sector de producción, a nivel empresarial, se encuentran las empresas productoras y las denominadas empresas auxiliares. Las primeras tienen como objeto la obtención de las obras cinematográficas (producto) y son las que: asumen la labor de producción y financiación de las obras, orientan y organizan el proceso de producción y, finalmente, poseen los derechos de explotación comercial. Las empresas auxiliares, por su parte (laboratorios, estudios de rodaje, empresas de alquiler, etc.) tienen una clara relación de dependencia respecto a las empresas productoras y se limitan a ofrecer servicios en algunas de las etapas del proceso de producción.

La distribución, es un eslabón intermedio entre la producción y el mercado. Dadek (1962) lo describe como el conjunto de actividades que se desarrollan entre la terminación de la copia final y la exhibición de la obra en los locales de cine. En este sentido, el sector de distribución cumple una labor de intermediación comercial entre el sector de producción y el de exhibición. Las empresas de distribución, contribuyen financieramente a las empresas de producción y resuelven en parte la comercialización de la obra a partir de la firma de acuerdos o contratos de distribución con las empresas productoras. A modo de ejemplo, siguiendo a Giannelli (1965), las empresas distribuidoras pueden adelantar una parte de las ganancias futuras de la obra durante su explotación comercial, así como también invertir en publicidad y copias de las obras para permitir su exhibición comercial. El acuerdo se da entre la empresa productora y la distribuidora, la primera brinda la obra y cede parte de los derechos de explotación a la empresa distribuidora a cambio de que la producción sea distribuida en determinados territorios.

La exhibición, es el último eslabón de la cadena distributiva y se compone por las empresas que propician el consumo de las obras por parte del público. En términos históricos, las principales empresas exhibidoras fueron las salas cinematográficas (cines), quienes a través de un local o establecimiento con las disposiciones tecnológicas adecuadas para su proyección, permitió el acceso del público al visionado de las obras.

3.2.2 El mercado cinematográfico clásico

El mercado cinematográfico clásico, de acuerdo a Walter Dadek (1962), se apoya en dos mercados interdependientes: el mercado del producto cinematográfico (a) y el mercado de exhibición (b). En el primero de ellos el producto es la propia obra que establece relaciones entre las empresas de los tres sectores (producción, distribución y exhibición). En palabras del autor:

Las partes contratantes del mercado son las productoras, las distribuidoras y los cines: las productoras (respecto a las distribuidoras que adquieren sus películas) como oferentes; los cines (frente a las distribuidoras), como demandantes; y las

distribuidoras, a la vez, como demandantes (frente a las productoras) y oferentes (respecto a los cines). (p. 96)

Por su parte, en el mercado de exhibición (b), las partes contratantes son los cines por un lado y el público (consumidor) por el otro. Aquí, el objeto mercantil es un espacio para que el espectador pueda visionar una o varias obras por un tiempo determinado. Es importante mencionar que dentro del sistema económico clásico, el objeto sustancial de la economía consiste en la proyección de la obra y los ingresos obtenidos durante ella que, a su vez, sostienen todo el dispositivo de producción y distribución.

El mercado cinematográfico (de forma global) se desarrolla a partir de la conjunción de ambos mercados parciales (a y b) y, en síntesis: “sus partes contratantes son, por un lado los cines, las distribuidoras que los surten y las productoras, o sea, toda la organización de producción y venta como oferente, y, por otro, el público como demandante” (Dadek, 1962, p. 98).

Teniendo en cuenta estos elementos básicos, siguiendo a Jacoste (2004), el mercado económico clásico de la industria cinematográfica se caracteriza, entonces, por ser un proceso circulatorio que se podría resumir de la siguiente manera: las empresas productoras crean el producto que llega al público mediante la intermediación de empresas distribuidoras y exhibidoras. De forma paralela, una corriente monetaria nace en el público y pasa por las empresas exhibidoras y distribuidoras para culminar en las empresas productoras. La siguiente figura intenta ilustrar lo descripto:

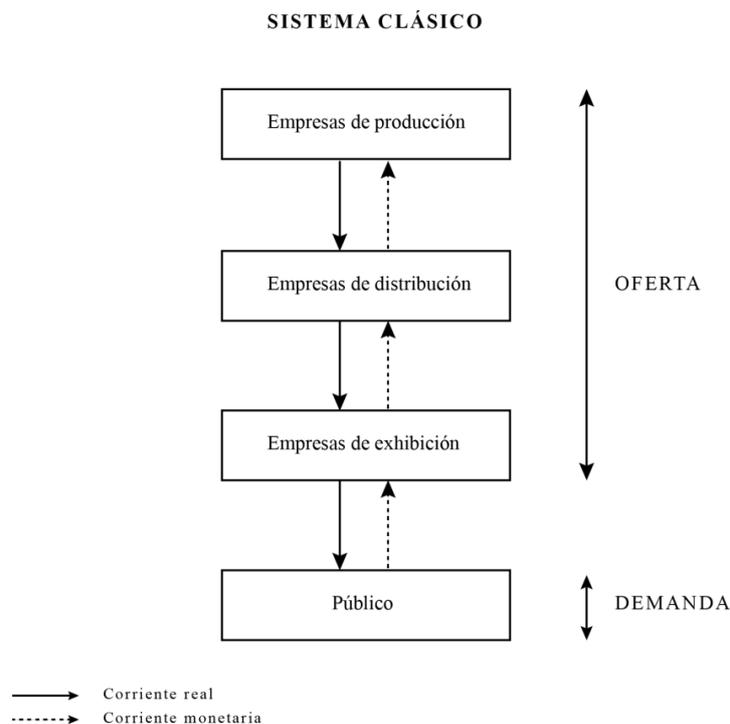


Figura 1. Sistema clásico del mercado cinematográfico.
[Adaptación de Jacoste (2004)]

Es importante mencionar que el sistema económico delineado por Dadek (1962) y Giannelli (1965) es representativo de una realidad económica nacional. El sistema económico internacional, por su parte, es el resultado de la suma de los diferentes mercados nacionales en los cuales la obra es distribuida y exhibida.

A grandes rasgos, éste fue el esquema que predominó en la explotación comercial de las obras cinematográficas a nivel mundial hasta mediados del siglo XX. Un sistema sustentado en tres sectores claves (producción, distribución y exhibición) que ha producido una oferta de obras cinematográficas susceptibles de abastecer a las demandas del público.

3.2.3 Las transformaciones de la industria cinematográfica

El sistema descrito hasta el momento se fundamenta en una premisa básica: el consumo del producto cinematográfico se efectúa, de forma exclusiva, en las salas de cine. En la actualidad, esta premisa, que fundamentó los cimientos de la industria cinematográfica, resulta arcaica. Sin embargo, si bien el cine nace a fines del siglo XIX, hasta mediados del pasado siglo (con la llegada de la televisión) la exhibición en salas era el único medio de consumo de productos cinematográficos.

En rigor, el cine se transformó desde su nacimiento en base a fenómenos técnicos, científicos, estéticos y sociales, entre otros, que llevaron a la consolidación de su industria primero, y luego, a profundas transformaciones dentro de su estructura. No es el objeto del presente estudio adentrarse en estos aspectos. A modo de contextualización y entendiendo las limitaciones y simplificaciones que cualquier generalización ejerce, se partirá de la hipótesis de Lipovetsky y Serroy (2009), de que la historia del cine puede encuadrarse en torno a cuatro grandes etapas o momentos en donde el cine revolucionó sus principios. El foco, en esta breve descripción, estará puesto en los cambios procesados en los sectores de distribución y exhibición por lo expresado en el párrafo precedente⁸.

La primera fase identificada por Lipovetsky y Serroy (2009) corresponde con los inicios y la posterior época denominada como cine mudo. Es el momento en que el cine “busca para sí una condición y una definición artística” (p.17) y puede caracterizarse como una etapa *primitiva* del negocio. Las proyecciones se realizaban en ambientes poco propicios, lugares modestos y de escasas pretensiones para luego ir desarrollando espacios propios de difusión que empiezan a emerger en los centros urbanos a medida que el negocio crece. Habría que esperar, sin embargo, hasta la

⁸ Para un recorrido panorámico del cine más pormenorizado en torno a distintas transformaciones, atendiendo a aspectos vinculados a corrientes estético-productivas en el terreno de la ficción y el documental, véase, respectivamente, Gubern (2016) y Barnow (2005). Por su parte, las transformaciones más importantes desarrolladas desde la perspectiva de la recepción del fenómeno, pueden encontrarse en el interesante estudio de Márquez (2015).

década del veinte (guerra mundial mediante), pero particularmente a la de los años 1930 para confirmar la consolidación del cine como entretenimiento de masas, teniendo a EEUU como principal actor dentro del mercado.

La segunda fase, denominada como *clásica*, va desde comienzos de la década de 1930 hasta la de 1950, es el momento en que se consolida Hollywood (tanto en el plano artístico como económico) a partir de un sistema bastante estructurado de producción, distribución y exhibición que se profundiza con la llegada del denominado cine sonoro. En términos de lenguaje cinematográfico se perfecciona un sistema narrativo continuo (claro y fluido) que en nuestros días se conoce como *cine clásico* norteamericano y que predominó las narrativas cinematográficas del siglo XX (Bordwell y Thompson, 1993). Desde el punto de vista comercial, la denominada *época de oro* del cine de Hollywood conformó una estructura en cadena con una base clara en un sistema de grandes estudios de producción y una distribución internacional de sus producciones, con una cinematografía centrada en géneros cinematográficos, que a su vez, eran publicitados a través de la construcción y promoción de grandes estrellas (*star system*).

La tercera fase, discurre entre las décadas del 50 y 70, y a nivel estético-expresivo se caracteriza por la emergencia de distintas vanguardias cinematográficas: la *nouvelle vague* francesa, el *free cinema* inglés o el *cinema novo* brasileño, por mencionar algunos ejemplos externos a Hollywood, que aportan una liberación estilística, narrativa y temática que se aleja de los principios del cine clásico norteamericano. Paralelamente, la llegada de la televisión, su producción masiva y la rápida generalización de la televisión abierta, estableció un paradigma contradictorio en el fenómeno de la distribución ya que, por un lado, planteaba una nueva posibilidad de explotación comercial, pero al mismo tiempo, ponía en jaque el esquema clásico de explotación mediante las salas de cine. Progresivamente, las salas de cine van perdiendo público e inversamente nuevas formas de difusión del fenómeno cinematográfico emergen y se consolidan⁹. Luego de un primer momento en que los grandes estudios vieron en la televisión una amenaza para la industria del cine, pasaron luego a integrarla dentro de su esquema de negocios compensando las pérdidas que la exhibición en salas generaba. En palabras de Gubern (2016):

Las formas arcaicas de comunicación cinematográfica (la exhibición comunitaria en grandes salas) tendían a declinar, a la vez que otras formas nuevas de cine (como el cine exhibido en la pantalla del televisor) conocían un auge creciente e irreversible. No debía hablarse, por lo tanto, de una crisis, sino más bien de una transformación que afectaban al cine como medio de información y como entretenimiento. (pp. 477-478)

⁹ En Estados Unidos la asistencia semanal a las salas se redujo de 80 millones de espectadores en 1946 a 16 millones en 1971 (Rama, 2002). Paralelamente, en 1945 solo ocho millones de hogares contaban con televisión, diez años después eran 35 millones (67% de la población) y a finales de la década de 1960 el porcentaje ascendía al 95% (Márquez, 2015).

La cuarta fase se inicia en la década del 80, persiste en la actualidad y, en rigor, es a la que los autores dedican su estudio. Una de sus principales características, se encuentra ligada a los cambios procesados en su capacidad de difusión, no en vano los autores titularon al estudio *La pantalla global*. En lo que respecta al período objeto del presente trabajo (1985-2001) se da, a modo de ejemplo, el *boom* del video (luego DVD) y la expansión de la televisión, primero por cable (o abonados) y luego satelital, lo que llevó a un progresivo cambio en la modalidad de consumo vinculado al desarrollo de nuevas tecnologías, que llevaron de una recepción colectiva del fenómeno (salas de cine) hacia una más individual inserta dentro de los espacios domésticos.

Esto llevó a una profunda reestructuración de la industria del cine en sus estilos y estrategias comerciales, a tal punto, que se hace necesario encuadrar al sistema económico dentro de un abanico más amplio: el mercado del entretenimiento audiovisual.

3.2.4 El mercado del entretenimiento audiovisual

Los progresos tecnológicos desarrollados a partir de la segunda mitad del siglo XX y profundizados en los años 1980, han producido una profunda reestructuración de la industria cinematográfica que invalida el sistema cinematográfico clásico, abordado por Dadek (1962) y Giannelli (1965), ya que parten de la premisa básica, ya señalada, de que la obra cinematográfica se consumía exclusivamente en las salas de exhibición. En la actualidad, dicho sistema constituye una parte del todo, por lo que sería un subsistema.

Partiendo de este principio, a nivel teórico y siguiendo a Jacoste (2004), podríamos descomponer la realidad económica cinematográfica desarrollada durante las décadas del 80 y 90 en al menos tres subsistemas: 1) subsistema clásico, cuando la exhibición se da en salas cinematográficas, 2) subsistema nuevo, cuando el consumo, además, se da en videocasete o DVD y 3) subsistema atípico, cuando la exhibición no se da en salas, sino de forma exclusiva en la televisión. En palabras del autor:

Los calificativos empleados poseen una inspiración realista, pues el adjetivo *clásico* aplicado al primer subsistema (...) puede ser considerado representativo de la realidad económica cinematográfica más antigua. El calificativo *nuevo* está fundado en considerar que con posterioridad se sumó a la exhibición en salas la realizada a través de la televisión, videocassette y DVD. Al denominar *atípico* al tercer subsistema estamos considerando que la ruptura con el medio sala supone seguir un camino comercial muy diferente del originario y característico. (p. 32)

Lo primero a destacar es que el subsistema clásico se mantiene en los mismos términos en los que ha sido abordado anteriormente. La transformación profunda se da en el subsistema nuevo. No es este el lugar para describirlo en detalle, por lo que

bastará con señalar, burdamente y a modo de contextualización, algunas de sus particularidades.

Al igual que en el subsistema clásico, el camino recorrido por el producto (obra), nace en las empresas productoras y culmina en el público e, inversamente, la corriente monetaria nace en el público y culmina en las empresas productoras. En síntesis, el proceso circulatorio empieza y termina en el sector de producción, por lo que debe ser considerado el motor del sistema.

Sin embargo, a diferencia del subsistema clásico, las relaciones entre los diferentes sectores (producción, distribución y exhibición), no pueden ser representadas en una única y exclusiva línea, dada la profunda complejidad del subsistema nuevo. A modo de ejemplo ilustrativo, una obra, antes de ser distribuida en video, debe hacer su pasaje a soporte magnético, por lo cual, se agregan sectores auxiliares de producción (editoras de video) y, a su vez, la posibilidad de las diferentes ventanas de exhibición (cine, televisión, video) hacen que incluso pueda darse un recorrido paralelo de distribución que pueda llevar a la pérdida de ganancias en los diferentes sectores. Otro ejemplo ilustrativo, una obra, puede ser distribuida a nivel local siguiendo el subsistema clásico, en otro territorio internacional puede ser exhibida únicamente en televisión y, a su vez, ser distribuida en otro territorio solo a través del video.

Otra de las características del nuevo sistema, es que la participación del público (consumidor) a diferencia del antiguo sistema en donde abonaba una entrada en las salas -que sustentaban todo el sistema- a partir del desarrollo de nuevas posibilidades de consumo, su participación es más indirecta, pasando, a modo de ejemplo, por corrientes más intangibles de financiación, como la publicitaria (en el caso de la televisión) o más difusas, como la cuota de abonado (televisión por cable) que no se limitan al visionado de un producto (obra).

A modo de generalización, el nuevo recorrido clásico de la obra, para generar ingresos en todos los mercados posibles, generando una relación de complementariedad entre los distintos sectores empresariales y las distintas ventanas de exhibición que no lleven a una inexorable relación de sustitución, ha sido el de una circulación escalonada del producto cinematográfico (Jacoste, 2004). En otras palabras, se sigue un orden cronológico de explotación: primero en salas, luego en video y finalmente en televisión (primero por cable o satelital hasta culminar en la televisión abierta).

Por su parte, el subsistema atípico, que es definido por Jacoste (2004) por el hecho sustancial de la desaparición de las salas cinematográficas y su sustitución por las emisoras de televisión para su exhibición, puede ser caracterizado por una relación directa entre las empresas productoras y las televisoras, dejando por fuera del mercado a las distribuidoras y las exhibidoras. En otras palabras, la emisora de televisión paga

directamente a las productoras para que las mismas produzcan contenidos televisivos. El caso paradigmático es el denominado *telefilm* (unitario) o la serie televisiva.

Como se puede apreciar, existen varias posibilidades para que las obras circulen y también diferentes formas de relación entre los sectores, pudiendo desarrollar distintas estrategias dentro del mercado. Las siguientes figuras, adaptadas de Jacoste (2004), pueden servir a modo ilustrativo para graficar lo descripto:

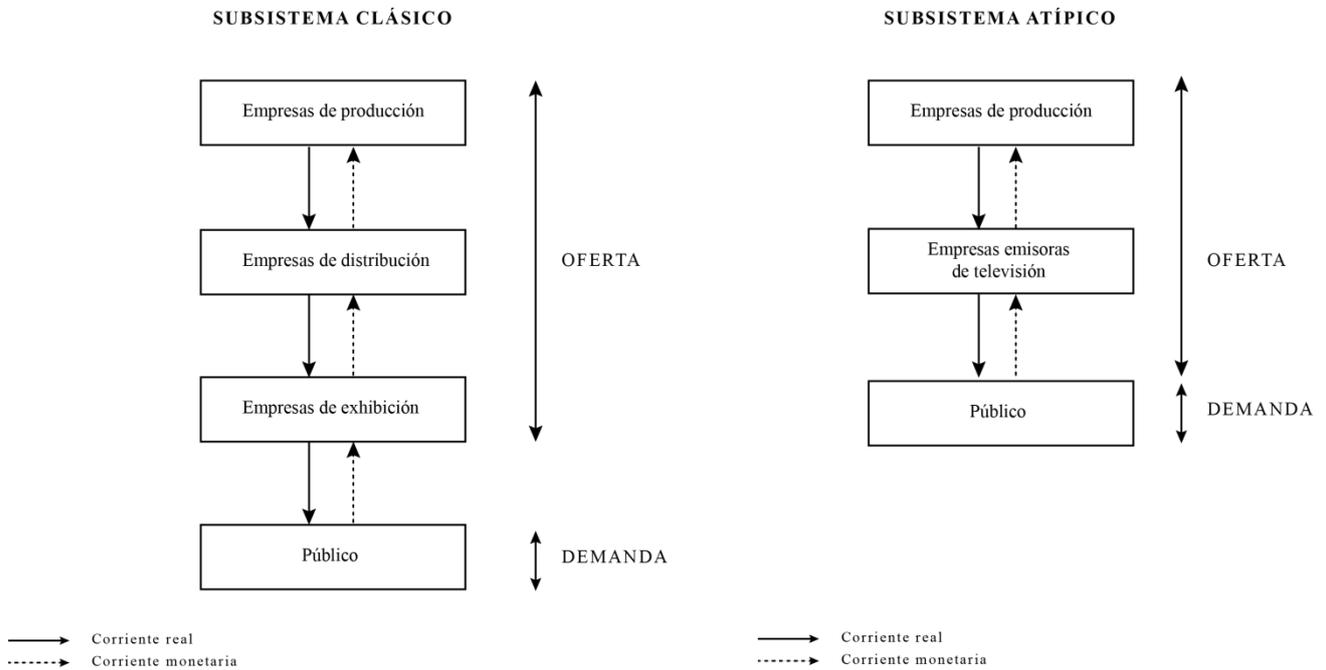


Figura 2. Subsistemas clásico y atípico del mercado cinematográfico.
[Adaptación de Jacoste (2004)]

SUBSISTEMA NUEVO

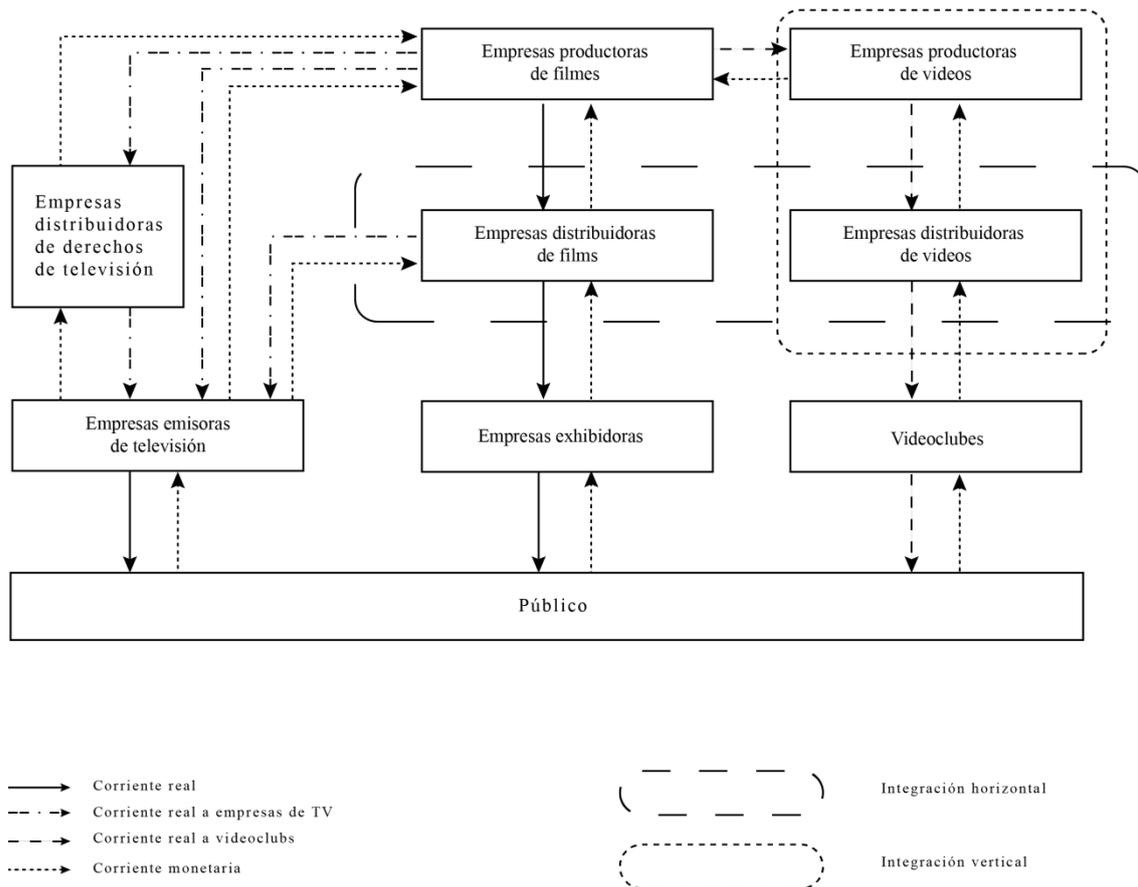


Figura 3. Subsistema nuevo del mercado cinematográfico.
[Adaptación de Jacoste (2004)]

La actualización de Jacoste (2004) al sistema económico cinematográfico delineado por Dadek (1962) y Giannelli (1965), tiene la particularidad de explicar, teóricamente y de una forma bastante estructurada, el nuevo sistema económico desarrollado a partir de 1980, en las industrias cinematográficas que escapan al modelo estadounidense¹⁰. Sin embargo, para ser fiel al concepto aquí abordado (industria cinematográfica), se hace necesario hacer una breve mención a los cambios más importantes desarrollados en la industria hollywoodense. Para ello, se hará uso de la tesis desarrollada por Del Teso (2008), en la cual sostiene que en el período objeto del presente trabajo, la industria del cine se consolida a partir de una profundización en la explotación de un mercado más amplio: el mercado del entretenimiento audiovisual.

¹⁰ El recorrido es coherente teniendo en cuenta que el libro de Jacoste (2004) tiene como cometido desentrañar el rol del productor cinematográfico, en la más amplia acepción del término, y está dirigido a un lector académico o productor independiente que desarrolla su actividad dentro de la comunidad europea. A su vez, el libro de Giannelli (1965) se trata de un estudio de la industria cinematográfica italiana y el de Dadek (1962) considera las condiciones de estructura de los principales países europeos productores del momento histórico en el cuál se inserta: Alemania, Francia, Italia e Inglaterra.

Este proceso, siguiendo al autor, se sustenta en la hipótesis de que los tradicionales estudios son corporaciones multinacionales que ya no se dedican exclusivamente al cine, sino al tiempo libre, sustentando su negocio en el mercado del entretenimiento audiovisual. Dicho mercado es entendido como la convergencia de tres elementos: 1) el mercado audiovisual, 2) el mercado auxiliar y 3) el mercado externo. Todos ellos aglutinados gracias a la utilización de la sinergia.

Por mercados audiovisuales (o cadena distributiva) se entiende a todas las formas de comercialización de una obra: exhibición en salas, televisión, video y otros. Es decir, el mercado que anteriormente se ha abordado a partir de Jacoste (2004). Por mercados auxiliares se entiende aquellos negocios que utilizan como materia prima elementos de una obra (personajes, imágenes, música, entre otros) pero que no son la obra¹¹. Finalmente, el mercado externo es la replicación y adaptación de los mercados audiovisuales y auxiliares en territorio extranjero.

La novedad presentada por Del Teso (2008) respecto al encuadre realizado por Jacoste (2004), se encuentra en los denominados mercados auxiliares. En términos históricos, los antecedentes de la explotación de los mercados auxiliares, datan de la década del veinte, incluso antes de la época dorada del cine de Hollywood, cuando los estudios Universal abrieron sus puertas al público. El ejemplo paradigmático es el caso Disney, que ya en los años 1930, comenzó a vender licencias por los derechos de Mickey Mouse y el resto de sus personajes. Con la llegada de la televisión a mediados de los años 1950 creó, a su vez, un programa de televisión y un parque de diversiones (*Disneyland*). Desde entonces, se transformó en una máquina empresarial que integra todos los mercados del ocio, desde la creación cinematográfica hasta la televisiva, pasando por el turismo, los parques temáticos y el *merchandising* (Scolari, 2013).

Si bien los antecedentes son varios, hasta la década del 70 y fundamentalmente hasta la del 80, los mercados auxiliares representaban para Hollywood una parte minoritaria del negocio cinematográfico ya que la mayoría de las ganancias seguían llegando a través de la explotación de las salas cinematográficas. Sin embargo, las posibilidades brindadas por las nuevas tecnologías generaron transformaciones en la forma de producción y distribución de los productos audiovisuales que coadyuvaron a un cambio de estrategia empresarial. El caso que mejor ejemplifica este supuesto es el de *Star Wars* [La guerra de las galaxias] (1977)¹². En palabras de Scolari (2013):

Star Wars demostró que los largometrajes habían perdido peso como mercancías discretas y se habían convertido en una plataforma para un tipo de *branding* que se expresa a través de múltiples soportes audiovisuales (cine, TV, VHS, DVD, etc.),

¹¹ Los mercados auxiliares más importantes de EEUU son el negocio discográfico, el negocio editorial, los videojuegos, las promociones y el *merchandising*.

¹² *Star Wars* obtuvo 809 millones de dólares por recaudación en salas cinematográficas y más de cuatro veces más (4 mil millones de dólares) solo en concepto de venta de *merchandising* (remeras, juegos, muñecos, figuritas). Véase Getino (1998, p. 39).

experiencias transmediales (novelas, videojuegos) y bienes de consumo (juguetes, bebidas, *fastfood*). (p. 264)

La franquicia -sistema de acuerdos entre los propietarios de derechos de una marca y una red de licenciarios habilitados para comercializarla- es uno de los pilares de este nuevo sistema de explotación. Otro concepto clave es el de sinergia, que trabaja sobre el supuesto de que la combinación de dos elementos puede crear un valor superior al de la mera suma de los resultados de ambos por separado. Un ejemplo clásico es lanzar al mercado una obra cinematográfica y al mismo tiempo un álbum de su banda sonora. Ejemplos como *Saturday Night Fever* [Fiebre de sábado por la noche] (1977) o incluso casos regionales como el de *Tango Feroz: la leyenda de Tanguito* (1993) son ilustrativos de este principio (Del Teso, 2008).

Esto ha llevado a los grandes estudios a una extremada diversificación y expansión de su oferta. Mientras que antes producían y distribuían cine, ahora producen, distribuyen o gestionan a escala internacional: cine, televisión, música, videojuegos, juguetes, libros, revistas, cómics, parques de atracciones, entre otros. A su vez, esta realidad se forja a través de un puñado de conglomerados multinacionales que dominan todos los sectores de la industria del entretenimiento gracias a procesos de convergencia. Henry Jenkins (2008) explica este fenómeno, de forma clara y concisa:

La gente de la industria usa el término «extensión» para referirse a sus esfuerzos por expandir los mercados potenciales moviendo los contenidos a través de los diferentes sistemas de distribución, «sinergia» para referirse a las oportunidades económicas representadas por su capacidad de poseer y controlar todas esas manifestaciones, y «franquicia» para referirse a su esfuerzo coordinado por poner su marca de fábrica y comercializar los contenidos bajo estas nuevas condiciones. (p. 29)

En síntesis, siguiendo a Del Teso (2008) y Jacoste (2004), la economía del mercado del entretenimiento audiovisual se sostiene a partir de tres sectores de actividad: la producción, la distribución y la exhibición. La productora es una empresa o sociedad que corre el riesgo empresarial de producir la obra y concentra los derechos de explotación económica. El distribuidor es una especie de mayorista que se dedica a la comercialización de la obra a partir de la distribución de la misma por diferentes vías. Por último, el exhibidor es el minorista, el que se ocupa de hacer llegar la obra al público (consumidor).

Las ganancias se obtienen a través de tres mercados: los mercados audiovisuales, los mercados auxiliares y el mercado externo. El mercado audiovisual es la cadena distributiva, es decir, las diferentes formas de exhibición de una obra. Los mercados auxiliares están constituidos por todos aquellos productos que utilizan elementos de una obra sin ser la obra. Por último, el mercado externo es la conjunción del mercado audiovisual y el mercado auxiliar en territorio extranjero. Todos ellos aglutinados en base a franquicias que desarrollan procesos de extensión y sinergia.

3.3 El espacio audiovisual latinoamericano

Hasta aquí se abordó el cine en términos de industria. Sin embargo, en términos estrictos no puede hablarse de una industria del cine latinoamericano en el período objeto del presente estudio y menos aún dentro de la realidad uruguaya.

En primer lugar, la evolución del cine en toda América Latina debe partir de la premisa básica de que su capacidad productiva y comercial se basó históricamente en solo tres países: México, Brasil y Argentina, los que a lo largo de todo el siglo XX representaron aproximadamente el 90% de la producción de obras cinematográficas y de los volúmenes de recaudación (Getino, 1987; 1998; 2005; 2012).

Pero incluso en estos casos (México, Brasil y Argentina), siguiendo a Octavio Getino, el término industria tampoco aplica para el período objeto de estudio. Las industrias, como tales, de acuerdo al autor solo tuvieron lugar en América Latina entre los años 1930 y 1950 y de forma muy precaria si se compara con el modelo de Hollywood, a partir de una producción sistemática y estable que sirvió para lanzar a escala regional (y en contadas excepciones a escala mundial) obras y figuras de la cultura latinoamericana. A ellos se podría agregar la experiencia cubana, distinta a la anterior, que a partir de los años 60 generó una infraestructura industrial (manejada por el Estado) asegurando una producción sistemática a partir de sus propios estudios, laboratorios y personal técnico y artístico (Getino 1996; 1998; 2005).

Nada de eso quedó llegada la década de los años 90. Al respecto, Getino (1998) lapidariamente expresaba: “la industria brasileña y la argentina dejaron de existir hace cuatro o cinco décadas” e “incluso en los casos de la industria mexicana y cubana, ellas se mantienen solo a nivel de infraestructuras” (p. 51). Por otro lado, incluso partiendo de la hipótesis de que la industria cinematográfica exista en los países latinoamericanos, un dato no menor es que su presencia en el mercado es ínfima. Si bien, el conjunto de los países de la región tiene un volumen de producción similar al de EEUU, sus posibilidades de comercialización son muy reducidas, limitándose por lo general al mercado interno de cada país productor y en reducidas ocasiones a otras zonas hispano o lusoparlantes (Getino, 1987; 1998; 2005).

En este sentido, y solo teniendo en cuenta la explotación en salas cinematográficas, las obras producidas en México, Brasil y Argentina durante el siglo XX solo pudieron conseguir en sus propios países, una inserción dentro del mercado en torno al 12 y el 15% como promedio, según la mayor o menor presencia que tuvieran las *majors* estadounidenses (Getino, 2012)¹³. Esto lleva a dinámicas económicas deficitarias para

¹³ Durante la década del noventa más del 85% de las entradas de cine vendidas a nivel mundial se distribuyeron entre un grupo pequeño (en número) de empresas de Hollywood (UNESCO, 2000). Un promedio similar se dio en los años 2000 (Lipovetsky y Serroy, 2009). Los datos no parecen variar en

el grueso de la producción latinoamericana. A modo de ejemplo, solo el 7,3% de las películas argentinas producidas durante los años 90 obtuvieron una ganancia en la taquilla, lo que significa que cerca del 93% de la producción perdió dinero (Del Teso, 2008).

Por otro lado, este dato no es menor si se tiene en cuenta que en América Latina, a diferencia de EEUU, la exhibición en salas aún constituye uno de los principales ingresos para las productoras. Esta situación, siguiendo a Del Teso (2008), se da por varias razones, por un lado (a excepción de unos pocos títulos) se carece de experiencia en la explotación de los mercados auxiliares. Paralelamente, en la cadena distributiva, el video y la televisión tienen un peso inferior al del mercado de EEUU que controla las cadenas distributivas del mercado global.

Además, siguiendo a Del Teso (2008) y Getino (2005; 2012), existen aspectos relativos a características socioeconómicas y culturales de cada país, que impiden la explotación por estos mercados. A modo de ejemplo, falta de regulación y un alto grado de piratería de los contenidos, así como también dinámicas de costo reducido en términos de venta de licencias para la explotación por televisión o por otras ventanas, ya que al carecer de normativas legales al respecto, no existe interés por las cadenas televisivas para coproducir, comprar u incluso emitir los contenidos locales, y en aquellos casos en los que sucede, el aporte o las cifras brindadas en concepto de derechos son muy escasas, a diferencia de lo que ocurre en otras regiones, en especial en la Unión Europea.

Es importante destacar, nuevamente, que las transformaciones procesadas a nivel internacional en términos de industria, llevaron a profundos cambios en la estrategia comercial que acentuaron la hegemonía en términos de oferta de contenidos audiovisuales originados en la industria norteamericana, mediante procesos de expansión sedimentados en la labor de conglomerados oligopólicos.

En este contexto, entre los años 1980 y 1990, se dieron dos fenómenos importantes y convergentes a nivel latinoamericano. Uno vinculado a la producción y otro vinculado al proteccionismo, cultural y comercial, de su territorio audiovisual. Ambos fenómenos pueden sintetizarse en base al concepto de espacio audiovisual, que podría tomarse como la contracara del mercado del entretenimiento audiovisual.

El concepto de espacio audiovisual es y fue una metáfora, utilizada a nivel europeo, latinoamericano y nacional, para intentar delimitar el nuevo campo que emergió a nivel de la industria cinematográfica y que reconfiguró totalmente el mercado. En

la actualidad, ya que 19 de las 20 producciones más taquilleras del año 2017 pertenecieron a producciones de los grandes estudios y 17 de 20 del año 2018 (EGEDA, 2018; 2019).

términos de industria, como ya se analizó en base a los aportes de Jacoste (2004): cine, televisión y video, ya no se entendieron como compartimentos estancos y la industria cinematográfica reconfiguró sus modelos de producción, distribución y consumo, ampliando su oferta en un régimen de convergencia entre los tres medios que llevaron a un completo control del mercado audiovisual¹⁴.

El término, siguiendo a Velleggia (1990) y Dinamarca (1990), se afianzó en el marco de distintas reuniones sobre medios de comunicación que se efectuaron en la década del 80 en la comunidad económica europea, intentando generar políticas que protegieran al espacio por donde transitan las ondas, las fibras ópticas y los cables portadores de imágenes y sonidos. Pese a las indudables diferencias existentes entre los países de la Unión Europea, todos coincidieron en establecer fuertes defensas frente a la industria norteamericana que en ese momento dominaba cerca del 80% de las pantallas audiovisuales del continente (Getino, 1998).

Pero el término, no solo expresó la voluntad política y regulatoria de la comunidad europea, sino que fue apropiado a nivel latinoamericano y defendido como un todo en el que sus partes (cine, televisión, video) se interrelacionaban de forma dinámica, sobre todo, a partir de la intervención de intelectuales y realizadores de América Latina. En este sentido, dos caminos confluyeron a nivel regional. Por un lado la necesidad de concientizar sobre el nuevo espacio para que se tomaran medidas regulatorias a nivel político, siguiendo los lineamientos de Europa, tal como se hace visible en la siguiente exposición de Octavio Getino (1990):

El espacio audiovisual latinoamericano, del cual comenzamos a tener alguna conciencia hace apenas tres o cuatro años, experimentó en este último período cambios mucho más importantes que los que habían vivido el cine y la televisión por sí solos en varios decenios. Dicho espacio soporta así en la actualidad, a niveles mayores que nunca, el impacto de las nuevas tecnologías, exigiendo de los políticos de la comunicación social y la cultura, una redefinición sobre el futuro de cada medio y del espacio en su conjunto. (p. 19)

El aporte fundamental del concepto espacio audiovisual desde esta perspectiva, radicó en el criterio integracionista que implicó un cambio de enfoque, ya que las relaciones establecidas entre los medios, hizo que cualquier política de regulación parcial sobre uno de ellos fuera vista como inadecuada, por lo que el objetivo era plantear la necesidad de generar políticas integrales que atendieran al conjunto y no solo a uno de sus componentes. Además, siguiendo a Dinamarca (1990), a diferencia de Europa en la región la norma era la desregulación, o bien la existencia de regulaciones que no se cumplían, por lo que la adopción del enfoque fue una novedad teórica.

¹⁴ Al respecto, ya en 1985 Octavio Getino alertaba sobre esta situación: “Más del 80% de la programación audiovisual emitida por las salas de cine, los canales de TV, los circuitos de televisión vía cable y el video, proceden de naciones con proyectos históricos y situaciones culturales que poco o nada tienen que ver con los nuestros” (p. 30).

Por otro lado, el nuevo escenario planteó la posibilidad de apropiación de la tecnología incorporando nuevas estrategias productivas, capaces de construir fenómenos comunicacionales a menor costo y con mayor incidencia a nivel social. Fernando Birri (1988), en una publicación de corte poética dirigida a las nuevas generaciones de la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (Cuba), ilustra este panorama bajo el sugerente título de “Los tres ojos del 2000”, planteando la posibilidad de formar *cine-tele-astas* ante la llegada del nuevo siglo, capaces de mirar el futuro con tres ojos: cine, televisión y video.

De esta forma, paulatinamente en la región, la palabra cine va cediendo espacio ante el término audiovisual y el espacio audiovisual se construye teórica y prácticamente¹⁵. De acuerdo a Getino (1998), *cineastas, teleastas y videastas* latinoamericanos, junto a cientos de grupos e instituciones dedicados a la aplicación del video social, educativo o comunitario, a mediados de los 80, operaban ya en casi todos los países.

Dentro de estos grupos, la novedad más importante estuvo marcada por la apropiación del video analógico para la producción de diferentes tipos de contenido audiovisual. En términos históricos, siguiendo a Getino (1985, 1990) y Dinamarca (1990), la aparición del video en América Latina se dio a mediados de la década del 70 bajo el afán consumista de los sectores privilegiados, sumado a la tentativa de abaratar costos en la producción publicitaria de empresas locales. De esta forma, el videocasete sustituyó al celuloide en la publicidad de producciones televisivas, mientras que las filmotecas fueron sustituidas por videotecas en las emisoras de televisión. Pero a su vez, pequeños sectores, del medio rural o urbano, vinculados a la educación popular experimentaron con la tecnología y a su vez, grupos de cineastas se apropiaron del medio estimulados por la practicidad de las cámaras y la reducción de costos en comparación con el uso de celuloide.

Tadeo Fuica (2017), siguiendo a Di Tella (1992), King (1994) y Aufderheide (2000), es categórica al expresar que la adopción del video analógico por parte de los realizadores latinoamericanos a partir de los años 80, fue aún más revolucionaria que la adopción del soporte fílmico de menor calidad en décadas anteriores: no se necesitaban laboratorios y las cintas de video podían ser reutilizadas, lo que significaba un abaratamiento de los costos, además de las posibilidades estético-expresivas que el nuevo soporte brindaba.

¹⁵ El término audiovisual es problemático por su indudable polisemia. La presente investigación se limita a fundamentar la apropiación del término y su uso, sin hacer una distinción de valor sobre lo adecuado o no de su implicancia a nivel terminológico. Existen muchas definiciones, y otras tantas hipótesis ideológicas al respecto, ya que, siguiendo a Edmonson (1998) los medios audiovisuales, por ejemplo, podrían llegar a abarcar: a) las imágenes en movimiento, tanto cinematográficas como electrónicas; b) los diaporamas; c) las imágenes en movimiento y/o sonidos grabados en distintos formatos; d) los programas de radio y televisión; e) las fotografías fijas y los gráficos; f) los juegos de video; g) los CD ROM multimedios; h) todo lo que se proyecte en una pantalla; i) todos estos elementos juntos.

A su vez, Dinamarca (1990) plantea que el relativo bajo costo de adquisición de los equipos, así como también la facilidad de su uso, hizo que los costos de producción fueran más bajos en relación al cine y a la industria de la televisión, permitiendo que realizadores y profesionales, simplificando al máximo la estructura industrial heredada del cine, pudieran gestar su propio grupo o productora de video.

Este fenómeno tuvo un verdadero auge en la segunda mitad de los años 80, con grupos o productoras que produjeron sistemáticamente en la mayoría de los países de América Latina y se mantuvo hasta mediados de los años 90. Es importante mencionar que no solo se expandió la cantidad de producción en la región, sino que también se organizaron numerosos encuentros y muestras de video en Latinoamérica, así como también comenzaron a ser incorporadas nuevas categorías en prestigiosos festivales ya existentes, conformando un verdadero movimiento de video latinoamericano.

Uruguay no fue la excepción. Sobre el fin de la dictadura y sobre todo, en la segunda mitad de los ochenta, aparecen en el país diversas productoras independientes no publicitarias, dentro de las que se destacan *Imágenes* y CEMA. En el caso de CEMA, siguiendo a Balás (2015; 2016; 2020), se trató de un proyecto iniciado por jóvenes fotógrafos y estudiantes de ciencias sociales que conformaron aún en dictadura lo que dieron en llamar como Centro de Medios Audiovisuales (CEMA). En un folleto informativo del colectivo, sus integrantes se describen de la siguiente manera:

CEMA es una sociedad civil que desde 1982 desarrolla una vital experiencia de comunicación social, sin antecedentes en el Uruguay. Posee un equipo humano y una infraestructura técnica básica, puestos al servicio de los sectores sociales, instituciones de promoción e investigación, educadores, maestros, etc., en la búsqueda de una comunicación más participativa, más creativa, más enriquecedora. (Balas, 2016, p. 30)

Bajo esta óptica, en su primera época realizaron fotografías y diapositivas por encargo de distintas organizaciones sociales. Luego, lograron generar una infraestructura básica de producción audiovisual gracias a financiamiento obtenido en el exterior, lo que les permitió adquirir cámaras de video e instalar una isla de edición. Desde 1985, la producción audiovisual de CEMA se mantiene de manera continua por una década. Sus contenidos son heterogéneos y el equipo humano que transita por sus producciones es igual de ecléctico, lo que lleva a críticos como Ronald Melzer (2011) a expresar que se trató del “mayor nucleamiento de talentos del que se tenga memoria en el cine uruguayo”. Más allá de la aseveración, el aporte de CEMA a la producción audiovisual nacional es indudable.

Imágenes, al cual se aboca la presente investigación, fue el intento más prolífico, abarcativo y ambicioso del período (Álvarez, 2008). Nació como un proyecto integral de producción audiovisual en el año 1985 basándose en la experiencia profesional de dos de sus fundadores (Mario Jacob y Walter Tournier) y ya en 1988 contó con una infraestructura básica de cine y video para producción y posproducción, además de un

grupo de trabajo consolidado. A diferencia de CEMA y otros colectivos, la producción audiovisual de *Imágenes* logra mantenerse de manera continua hasta el año 2001. La obra, contempló la realización de animaciones, cortometrajes de ficción, videos musicales, desarrollo de proyectos de largometraje de ficción, pero fundamentalmente cortometrajes y largometrajes de carácter documental.

A pesar de que la presente investigación se concentra en este grupo, es pertinente volver a señalar que durante esos años, hubo otros colectivos y realizadores independientes que desarrollaron una importante actividad marcando un progresivo y ascendente número de obras producidas¹⁶. A modo de ejemplo, solamente en video, Méndez y Roberts (1987) dan cuenta que entre 1973 y 1985 se produjeron más de 90 obras (7 en promedio anual) y de acuerdo a Casas y Dacosta (1996), entre 1985 y 1994, la cantidad de videos producidos tuvo un promedio de 36 estrenos anuales.

La percepción optimista del video como innovador en el espacio audiovisual latinoamericano, fue compartida por varios analistas y realizadores mientras la experiencia del movimiento tuvo su apogeo, entre mediados de los años 80 y principios de los años 90. Sin embargo, diversos factores que exceden ampliamente los objetivos del presente estudio, llevaron a un progresivo y rápido declive de la experiencia. Aquí se hará mención a uno de ellos: el financiamiento.

En general, los grupos y colectivos, desarrollaron sus proyectos productivos en base a una combinación entre apoyos de agencias de solidaridad internacional y el autofinanciamiento comercial, ya sea insertándose en el mercado del video publicitario o brindando servicios en su país o para el extranjero (Dinamarca, 1990).

Hay que tener en cuenta que entre los 70 y el primer quinquenio de los 80, en América Latina, la excepción eran los regímenes democráticos. En este contexto, gran parte de las experiencias colectivas de producción en video, fueron apoyadas por recursos financieros y técnicos provenientes de organizaciones no gubernamentales (ONGs) de distintas procedencias. Sin embargo, en el segundo quinquenio de los 80, los regímenes militares comienzan a caer iniciándose procesos de restauración democrática en la mayoría de los países. Lo que lleva, indefectiblemente, a una retracción de los apoyos financieros de la solidaridad internacional que empiezan a destinarse a otras regiones.

Sobre este aspecto, Quiroga (2014), al analizar la experiencia del video desarrollada en Perú durante estos años, señala que con la paulatina caída de la cooperación

¹⁶ Encuadre, SUA, Grupo Hacedor, Estudio Imagen, Deltomate y NUVA, entre otros. Además de realizadores independientes (César de Ferrari, Kristina Konrad, Juan José Mugni), autodidactas (Hermes Millán, Ricardo Islas) o vinculados a la producción publicitaria o de escuelas de cine internacionales (Carlos Ameglio, Diego Arsuaga, Pablo Dotta, Beatriz Flores Silva). Véase Casas y Dacosta (1996) y Ruffinelli (2015).

externa, que comenzó en la década del 90, gran parte de los colectivos que dependían del apoyo al no haber desarrollado estrategias de autofinanciamiento, se fueron reduciendo hasta desaparecer. Lo mismo ocurrió en el resto de las regiones con aquellos colectivos dependientes de la solidaridad internacional.

Por otro lado, aquellos colectivos que intentaron autosustentarse a través de estrategias comerciales, debieron enfrentarse a las profundas transformaciones que se dieron durante el período en el mercado. En ese contexto, a diferencia de la expansión producida dentro de la industria, la tecnología del video en esta parte del continente significó una oportunidad pero también una limitación y un obstáculo, como se verá más adelante al profundizar en la experiencia de *Imágenes*.

Hasta aquí se ha desarrollado un marco conceptual y contextual de la industria cinematográfica, que partió de una descripción y caracterización siguiendo un orden cronológico e histórico que identificó sus sectores, sus mercados y su sistema económico en base a los aportes teóricos de Dadek (1962), Giannelli (1965) y Jacoste (2004).

Posteriormente, partiendo de la tesis de Lipovetsky y Serroy (2009), de que la historia del cine puede encuadrarse en cuatro grandes momentos en donde el cine revolucionó sus principios, se profundizó en las transformaciones llevadas a cabo dentro de la industria a partir de los años 80. Siguiendo a Del Teso (2008), el período objeto de estudio (1985-2001), se caracterizó por una expansión de la industria cinematográfica a partir de una profundización en la explotación de un mercado más amplio: el mercado del entretenimiento audiovisual.

Una vez descripto y caracterizado el sistema económico de la industria cinematográfica a nivel global, con especial énfasis en sus distintos mercados, se abordó el concepto de espacio audiovisual latinoamericano y la experiencia emergente en los años 80 de la apropiación tecnológica del video. En ambos casos, se cuestionó la utilización del término industria, que escapa a la realidad histórica de la producción dentro de la inmensa mayoría de los países latinoamericanos y también, a la realidad contextual de los grupos o colectivos que desarrollaron su actividad dentro del movimiento del video latinoamericano existente en el período considerado.

A continuación, se abordará el sector audiovisual uruguayo, para contextualizar la experiencia de *Imágenes* dentro de un marco mayor que el de la propia productora, describiendo al sector y adaptando las categorías antes señaladas a la realidad uruguaya.

3.4 El sector audiovisual uruguayo

El sector audiovisual uruguayo se organiza en tres sectores diferenciados de actividad que interactúan de manera intensa: la producción, la distribución y la exhibición. En la medida que el sector conforma un complejo productivo¹⁷ incluye otras actividades (productivas, comerciales y de servicios), que se encadenan a las anteriores mediante relaciones de insumo-producto (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al; 2002, 2004).

Desde esta óptica, en Uruguay el sector audiovisual integra: a) producción audiovisual, b) distribución audiovisual, c) exhibición audiovisual y d) actividades conexas. Cada uno de ellos (a, b, c y d) se encuentra, a su vez, conformado por varios subsectores (publicidad, televisión, audiovisual no publicitario, servicios conexos, entre otros).

Realizado el encuadre, a continuación se caracteriza cada uno de los sectores en base a la realidad existente en el país en el período objeto de estudio (1985-2001). A su vez, por tratarse de un estudio centrado en la producción audiovisual, se describirán al inicio los otros sectores (distribución, exhibición y actividades conexas) finalizando con el sector de producción y con el subsector de producción audiovisual no publicitario en específico, al cual se aboca el presente trabajo.

3.4.1 Distribución audiovisual (cine y video)

El mercado de la distribución en Uruguay se caracterizó por dos aspectos que continúan vigentes en la actualidad (véase Rey y Soria, 2015): 1) el mercado es muy reducido y 2) es uno de los pocos mercados en donde distribuidores y exhibidores se encuentran, por lo general, fusionados.

La estrechez del mercado se explica por problemas de escala. Siguiendo a Stolovich et al (2002), dada la pequeñez del mercado uruguayo, la escala económica es insuficiente como para obtener una adecuada rentabilidad a partir de la comercialización de los productos, lo que lleva a dinámicas empresariales de concentración y diversificación de actividades.

Esta concentración y diversificación, puede observarse en las empresas relacionadas con la fase de distribución que, en el caso nacional, suelen ser a su vez distribuidoras

¹⁷ Los complejos productivos son agrupaciones de actividades económicas más interdependientes entre sí que con el resto de la economía. Los flujos de intercambio son mayores al interior del complejo que en relación a otras ramas de actividad. Por lo general, estos agrupamientos se dan por medio de encadenamientos en torno a la producción de ciertos bienes y servicios. Desde la materia prima hasta el producto final se pasa por una serie de fases en las que generalmente participan distintas empresas o unidades productivas (Stolovich et al, 2004, p. 153).

de cine, editoras y distribuidoras de video, pero también propietarias de salas de exhibición al mismo tiempo. En síntesis, se trata de un grupo muy pequeño de empresas que tienen por característica fundamental su no dedicación exclusiva a la distribución.

En lo que hace al sector en específico, las distribuidoras son intermediarias entre la producción y la exhibición a nivel local. Representan, y muy raramente compran, los derechos de las obras para su exhibición en el país. En el período en el que se inscribe la investigación las dos ventanas más importantes fueron el cine y el video (Stolovich, 2002; 2004). A continuación se da un panorama de la distribución a partir de una descripción de las principales empresas que permanecieron en el rubro llegado el nuevo siglo.

3.4.1.1 Cine.

En el caso uruguayo, la única distribuidora de cine en sentido estricto del término era RBS, ya que salvo con una sala en el barrio de Carrasco, no tenía salas de exhibición propias. A su vez, era la que tenía la mayor facturación dentro del rubro específico. Representaba localmente, para las ventanas de cine y video, a Buena Vista Internacional (Walt Disney, Touchstone, Miramax, Hollywood Pictures), United International Pictures (Universal, Paramount, United Artists, Dreamworks) e independientes argentinos. Posteriormente integraría un acuerdo con Grupo Cine (Remedi, 2003; Stolovich et al, 2004).

El resto de las grandes distribuidoras locales, tenían vínculos estrechos con salas de exhibición cinematográfica. Hoyts (hoy Life Cinema) representaba los contenidos de Twentieth Century Fox y contaba con un circuito propio de exhibición. Movie Center, principal exhibidora cinematográfica del país aún en la actualidad, era representante local de Columbia Pictures-Tristar (Sony), Metro Goldwyn Mayer y de otros sellos independientes. Además, tenía un acuerdo de distribución en video con Censa. Grupo Cine representaba sellos independientes (en la actualidad tiene un acuerdo con RBS) y contaba con un circuito propio de exhibición (Remedi, 2003; Stolovich et al 2004, Rey y Soria, 2015).

Por fuera de estos cuatro grandes, habría que mencionar a Dispel y ENEC. La primera también era una distribuidora en sentido estricto, ya que se dedicaba exclusivamente a la distribución del sello Warner Bros. ENEC, por su parte, representaba sellos independientes en cine y video y tenía una participación menor en la cadena de exhibición Hoyts.

3.4.1.2 Video.

El apogeo del video en Uruguay se dio desde fines de los años 80 hasta mediados de los 90. En ese momento existían en el país unas 30 editoras de video que fueron desapareciendo a medida que el mercado comenzó su declive (Remedi, 2001). A fines de siglo, solo quedaron en el país nueve empresas editoras de video y cuatro de ellas (Ronlay, Halven, Censa y RBS) concentraban el 80% del mercado (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al, 2004).

En cuanto a los actores, el circuito de distribución en video durante el período, se puede subdividir en dos grupos según la procedencia de las películas que comercializaba. El grupo más importante (Ronlay, Halven, Censa y RBS) difundía contenidos de las *majors* norteamericanas y controlaba la mayor parte del mercado. Un segundo grupo, que se podría denominar como independiente (ENEC, Videograma), editaba y ponía a disposición del público local otro tipo de cine (determinados clásicos, cine europeo, cine latinoamericano, cine nacional).

Por fuera de estas empresas, quedaba la distribución por parte de los propios grupos, productores o realizadores de forma independiente, caso CEMA e *Imágenes*, que editaron y difundieron parte de su obra de manera alternativa o a través del circuito de exhibición cultural. Así como también el trabajo de algunos medios de prensa (El País, La República, Brecha) que esporádicamente editaban y distribuían VHS.

Como consecuencia de la concentración del mercado anteriormente descrito, el grueso del cine en video que se distribuyó a nivel nacional, consistió en obras de ficción de los grandes sellos de Estados Unidos que representaban un 80% de la oferta (Remedi, 2001).

3.4.2 Exhibición audiovisual

El mercado de la exhibición en Uruguay, durante el período objeto de estudio, estuvo conformado principalmente por tres sectores de actividad: salas de cine, videoclubes y la televisión (abierta y por abonados).

3.4.2.1 Salas de cine.

En el caso de las salas cinematográficas, se pueden mencionar tres circuitos de exhibición: el circuito comercial (conformado por las denominadas salas de estreno), el circuito cultural (cuyas principales instituciones fueron Cinemateca Uruguay y Cine Universitario) y el circuito de cine condicionado.

En términos de cuota de mercado, hasta mediados de la década del 90 entre el 60 y el 70% de las entradas vendidas correspondían al circuito comercial, entre el 20 y el 28%

al circuito cultural y entre el 7 y el 12% al cine condicionado. Llegado el fin de la década, el circuito comercial creció, acaparando el 85% del mercado y dejando el 15% restante para el circuito cultural y condicionado (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al, 2002; 2004).

Por otro lado, es importante mencionar que entre la década del 80 y mediados de los 90 se produce un declive histórico de la presencia de espectadores en salas cinematográficas. El descenso fue continuo y pronunciado, empezando el año 1980 con cifras que superaban los cinco millones de espectadores hasta alcanzar su punto más bajo en 1994 con menos de un millón (Sanjurjo Toucon, 1992; Saratsola, 2005).

Sin embargo, a mediados de la década del 90, surge un nuevo modelo de exhibición y explotación, mediante la incorporación de los denominados complejos de salas múltiples o multicines, que se traduce en un resurgimiento de la concurrencia a salas de exhibición comercial. Así, en Montevideo, del punto más bajo registrado en 1994 (menos de un millón), se pasa a más de 2 millones y medio de espectadores en el año 2000¹⁸ (Rama, 2002; Saratsola, 2005).

El número de salas de estreno en Montevideo era de 15 en 1991, 10 de las cuales quedaban ubicadas en la zona céntrica de la ciudad (Sanjurjo Toucón, 1992). Sobre el fin de la década se dio un crecimiento importante de las salas, llegando a 52 a mediados de 2001 (Schroeder y Lescano, 2002).

Es importante destacar que las nuevas salas se insertaron en centros comerciales de gran porte (*Shoppings Centers*), lejanos de la zona céntrica de la capital y cercanos a las zonas costeras de mayor nivel adquisitivo, como por ejemplo: los barrios de Carrasco (*Portones Shopping*), Pocitos (*Montevideo Shopping*) y Punta Carretas (*Punta Carretas Shopping*). La concentración no fue solo territorial, sino que también tuvo su espejo en una concentración empresarial, ya que las dos terceras partes de las salas del circuito comercial pasaron a ser propiedad de tres empresas exhibidoras (Movie Center, Hoyts y Grupo Cine).

La cadena Movie Center se convirtió en la líder del mercado. La transnacional Hoyts (hoy Life Cinema) ingresó en Uruguay a mediados del 90 con instalación de complejos primero en Punta del Este y luego en Montevideo. Este panorama lo completó, siguiendo el mismo modelo aunque con menor incidencia en el mercado, la cadena Grupo Cine. En 2002, estos emprendimientos vendieron más del 75% del total de entradas (Rama, 2002; Saratsola, 2005).

¹⁸ Si se tienen en cuenta las cifras históricas, el aumento es relativo, pero teniendo en cuenta el contexto de fin de siglo, se trata de un aumento significativo.

En cuanto a la oferta, el circuito comercial se caracterizó (y caracteriza) por difundir contenidos de las *majors* norteamericanas. Yendo a datos concretos: el 73,7 % de las películas estrenadas en el circuito comercial uruguayo durante la década del 90 fueron producciones de Estados Unidos. Muy por debajo le siguieron Reino Unido y Francia, con un 5,7% cada uno, y Argentina, con un 3,7% (Saratsola, 2005; Oxandabarat, 2000).

Por su parte, el circuito cultural, estuvo integrado principalmente por las dos salas de Cine Universitario y las de Cinemateca Uruguaya, que variaron de cuatro a fines de 1980 a seis sobre inicios de los años 2000 (Sanjurjo Toucon, 1992; Stolovich et al, 2002). A diferencia de lo que ocurre en el circuito comercial, el público que participa de sus exhibiciones, son casi en exclusivo socios de las instituciones. Los sistemas de afiliación son variados, pero por lo general consisten en el pago de un abono (mensual, semestral o anual) que constituye el grueso del financiamiento de las instituciones.

A nivel general, el período 1985-2001, significó una profunda transformación en ambas instituciones¹⁹. La baja del público, ya mencionada, implicó acciones de gestión que llevaron a reestructurar el funcionamiento interno, sumando en ambos casos sendos clubes de video para sus afiliados. A su vez, frente a las nuevas tecnologías introducidas por las salas múltiples, sus salas de exhibición se encontraron en franco declive. Si bien el número de socios se mantuvo estable a lo largo de la década del 90 con cifras aproximadas de 8 mil socios en el caso de Cinemateca Uruguaya, la situación se aleja bastante de los 18.000 afiliados que tuvo a inicios de 1980 (Saratsola, 2005).

3.4.2.2 Videoclubes.

Los videoclubes eran empresas que se dedicaban a comprar a las distribuidoras los videocasetes (VHS) para el posterior alquiler a sus abonados. En este breve panorama

¹⁹ Cinemateca Uruguaya y Cine Universitario, durante toda su existencia cumplieron y siguen cumpliendo, todas las características propias de los denominados cineclubes: exhibición de películas de calidad artística, festivales y muestras, edición de boletines, revistas especializadas, organización de bibliotecas sobre la especialidad, formación de espectadores, entre otros. En el caso de Cinemateca Uruguaya, además, habría que sumar el trabajo de preservación de un amplio material de archivo audiovisual. Por otro lado, es importante mencionar que en el caso de Cine Universitario, el período de dictadura cívico-militar había significado un momento de decadencia, influido entre otros aspectos por la intervención del régimen en la designación de autoridades y dificultades económicas crecientes de todo tipo. Por su parte, Cinemateca Uruguaya, en alguna medida, terminó por sustituir el rol de los tradicionales cineclubes que en su gran mayoría desaparecieron, lo que le hizo vivir un momento de esplendor. El número de socios aumentó enormemente, sus directivos pasaron a ser remunerados, se organizaron varios festivales anuales, lograron mantener una importante revista e incluso produjeron un largometraje de ficción (*Mataron a Venancio Flores*, 1982). Por lo que, más allá de las generalidades, ambas instituciones vivieron de forma muy diferente la transición democrática.

se deja por fuera el DVD, que fue introducido en el mercado recién en 1998, pero que no fue hasta pasados los primeros años del 2000 que tuvo protagonismo. Al respecto, en 2002, Stolovich et al expresaban: “el desafío futuro que el videoclubismo tendrá que afrontar es el video digital o DVD, que probablemente constituya el recambio del video cuando pueda ser grabable. Pero por el momento su difusión es muy escasa”. (p. 203)

En un primer momento, el mercado se desarrolló mediante pequeños empresarios que ofrecieron el servicio instalándose en la mayoría de los barrios con modestos clubes de video (algunos tan pequeños como un quiosco). Posteriormente, a mediados de la década del 90, medianos o grandes emprendimientos se instalaron insertos en centros comerciales, supermercados y de forma marginal en locales grandes e independientes instalados en zonas de alto nivel adquisitivo o con elevada concentración de posibles consumidores, lo que reestructuró el negocio.

En el primer momento, que tuvo su auge a inicios de 1990, había 900 videoclubes funcionando en todo el país. Pero factores externos, como la introducción de la televisión por abonados y la paralela reestructuración de las salas de cine, hicieron que el negocio comenzara a decaer, habiendo unos 500 en 1995 y llegando a menos de 300 sobre fines de la década. Además, experimentaron en su amplia mayoría una baja del 40% en los alquileres (Remedi, 2001; Stolovich et al, 2002; 2004).

Dentro de este contexto, entre mediados y fines de la década, el mercado se reestructuró en base a una fuerte concentración. Primero se instalaron videoclubes en las sucursales de los principales supermercados del país (Tienda Inglesa, Devoto, Disco) y en 1997 se instaló la cadena norteamericana Blockbuster. De esta forma, el mercado se configuró en base a cuatro propuestas distintas: 1) Supermercados, 2) Blockbuster, 3) Videoclubes de barrio y 4) Videoclubes cinéfilos.

Lo grandes supermercados son los que acapararon el mercado con un 32% de la facturación. Blockbuster, con solo tres locales (Punta Carretas, Malvín y Carrasco) alcanzó el 10%, aunque no consiguió un posicionamiento protagónico que en otros países de América Latina llegó al 70% del mercado. Los videoclubes de barrio fueron los que se vieron más desfavorecidos ya que, a la caída global del mercado del video, se sumó la aparición de estos grandes competidores que contaban, además, con precios favorables de los distribuidores por el volumen de compras que realizaban. Los videoclubes cinéfilos (Cinemateca Uruguay, Cine Universitario, Video Imagen, Video 44, entre otros) tuvieron desde su introducción, un público pequeño pero cautivo, que no tuvo grandes cambios por la diferente oferta que brindaban: cine clásico, alternativo, de vanguardia, documental y de diferentes territorios geográficos (Remedi, 2001; Stolovich et al, 2002; 2004).

En términos de oferta del cine que se brindaba a los consumidores, la enorme cantidad de emprendimientos que se abocaron a su comercialización desde los inicios -dejando de lado el caso de los videoclubes cinéfilos- no contaron con una gran variedad dentro de su oferta. Por lo general, se limitaron a brindar un conjunto reducido de obras -fundamentalmente estadounidenses- previamente estrenadas en las salas de cine comercial (Remedi, 2001; Rama, 2002; Stolovich et al, 2004).

Sobre este aspecto, un estudio de García Canclini (1995) sobre el perfil de los consumidores de video en México, especifica que en América Latina la oferta estuvo compuesta entre un 70 y un 90% (según los países) por cine estadounidense y las producciones europeas o latinoamericanas no sumaban ni el 10% de los títulos disponibles, por lo que el cine se convirtió en sinónimo de cine norteamericano. En palabras del autor:

Todo lleva a identificar al cine de EU con *el* cine. En los videoclubes (...) hay un lapsus revelador en este sentido: la mayoría de las góndolas están clasificadas por "género" (acción, suspenso, comedia, infantil, etc.), y en esos exhibidores prevalece, con pocas excepciones, el cine norteamericano. En un rincón, encontramos unas decenas de filmes europeos, latinoamericanos y algún asiático, todos unificados por la leyenda "cine extranjero". El de EU, que no aparece en tal sector, ¿es nacional o sencillamente se le define como *el* cine? (pp. 137-138)

3.4.2.3. Televisión (abierta y por abonados).

Uruguay es uno de los países latinoamericanos con mayor concentración de propiedad en los medios de comunicación debido a un oligopolio constituido por tres grandes grupos multimedia que se han visto favorecidos por un marco jurídico escaso y una débil regulación por parte del Estado (García Rubio, 1998; Stolovich, 2003; Becerra y Mastrini, 2009; Gómez, 2009; Lanza y Buquet, 2011). Dentro de este contexto, la televisión es el medio masivo con mayor penetración en la población con cifras que superan el 90% desde principios de la década del noventa (Radakovich, 2013).

Aquí se describirá el sector en términos de exhibidor de contenidos, ya que se parte de la premisa básica de que ese es el rol que ha jugado la televisión dentro del sector audiovisual uruguayo. Existieron en el período objeto de estudio dos tipos de oferta (y de demanda) televisiva: la televisión abierta y la televisión por abonados que se expande por el país a mediados de los años 1990²⁰. El aspecto distintivo que las diferencia, es que mientras los usuarios de televisión abierta no pagan por las señales que reciben, los demandantes de la televisión por abonados deben pagar por el servicio (García Rubio, 1998; Stolovich et al, 2002).

²⁰ Se deja por fuera a la televisión satelital directa al hogar, por su incipiente ingreso en el mercado local a inicios de los años 2000.

3.4.2.3.1 Televisión abierta.

En la capital del país, el sector televisivo de señal abierta estaba conformado por tres canales privados que persisten en la actualidad: Monte Carlo, SAETA y Larrañaga S.A. (Canal 4, 10 y 12) y la señal de televisión pública estatal (Televisión Nacional del Uruguay, Canal 5). En el caso de la televisión comercial, los tres canales conformaron conglomerados mediáticos oligopólicos. Actualmente, controlan el 95,5% del mercado nacional. El 4,5% restante corresponde a Canal 5 y a algunas emisoras del interior del país sin vínculo con estos tres grandes grupos (Lanza y Buquet, 2011).

En términos de oferta de la programación que proponían a mediados de 1980, la misma fue predominantemente extranjera. Al respecto, un estudio de la UNESCO (1987) situaba al país entre los once países con menor porcentaje de programación nacional. Datos de Perroni y Portillo (2001), sitúan la programación extranjera en 1985 en un porcentaje del 69% de la programación. Si se compara la situación con los datos de fin de siglo, la variación fue poca, ya que los contenidos extranjeros representaron en 1999 un porcentaje del 60%.

Los principales mercados de origen de la programación importada fueron Estados Unidos (películas y series), Argentina (comedias y series) y Brasil (telenovelas). La programación se compraba en ferias internacionales directamente a los distribuidores de Hollywood y a partir de acuerdos específicos con canales de otros países (García Rubio, 1998).

Respecto al contenido nacional, fluctuó entre el 30 y 40% de la programación y en casi un 50% consistió en informativos locales. La otra mitad se compuso por programas de variedades (infantiles, de entretenimiento o de deportes) de muy bajo presupuesto y sin ningún tipo de grado de innovación productiva (Perroni y Portillo, 2001; Stolovich et al, 2002).

Álvarez (2008) resume el poco interés histórico de los canales de televisión local por incentivar la producción local a partir del caso paradigmático del exitoso programa semanal de humor *Telecataplum*. Debutó en 1962 en Canal 12 y dos años más tarde se producía en Argentina: “se terminó exportando al elenco y comprando el programa hecho en Argentina” (p. 30). Por su parte, Mario Kaplún (1992) sintetiza lo esbozado en torno a la oferta que los canales uruguayos proponían, caracterizando a los canales televisivos nacionales como un circuito exhibidor de bienes simbólicos importados.

3.4.2.3.2 Televisión por abonados.

En los años noventa se intensificó la concentración de medios en el sector privado-comercial, cuando durante la presidencia de Luis Alberto Lacalle (1990-1995)

resultaron adjudicatarios de los permisos para operar televisión para abonados, primero en Montevideo y luego en el resto del país mediante una asociación (Equital S.A.), proyectos vinculados a los canales 4, 10 y 12.

Vale destacar que no eran los únicos proyectos que se habían presentado, pero el gobierno optó por reforzar el monopolio de la televisión por señal abierta, con una única excepción que se otorgó a TVC (hoy Cablevisión) conformado por un grupo de capitales nacionales que luego vendió el permiso al Grupo Clarín de Argentina.

En este proceso, la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) negocia: en lugar del pago del cableado en la capital por parte de los adjudicatarios, la posibilidad de emitir una señal desde dichas empresas y la creación de un fondo para promover la creación audiovisual nacional²¹. De este acuerdo surge el Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA) y Tevé Ciudad, un nuevo canal público estatal, pero sin la modalidad de señal abierta (Radakovich, 2004).

De esta forma, la televisión para abonados quedó estructurada en base a cuatro empresas pertenecientes a los tres grandes de la televisión abierta y una empresa independiente: Montecable (propiedad de Canal 4), TCC (propiedad de Canal 10), Nuevo Siglo (propiedad de Canal 12) y Equital S.A., empresa conjunta creada por los tres grandes para operar en el interior del país. La empresa independiente era TVC.

En lo que respecta a la programación, la situación profundizó la dependencia de contenidos extranjeros que compusieron casi la totalidad de los contenidos emitidos por las diversas señales. Dentro de los pocos emprendimientos que existieron a nivel local, la novedad consistió en la incorporación de la señal Tevé Ciudad y la emergencia de la empresa Tenfield S.A. dedicada a la emisión y producción de contenidos televisivos vinculados al deporte nacional²².

En síntesis, la televisión nacional (abierta y por abonados) se caracterizó por ser un circuito exhibidor con abrumadora predominancia de contenidos extranjeros, nucleados en un oligopolio mediático que compró y distribuyó mercancías culturales producidas por otros, sin interés específico por la producción ni difusión de contenidos nacionales.

²¹ Las críticas a dicha decisión fueron múltiples, sobre todo en términos económicos, teniendo en cuenta que el costo estimado de recaudación para la IMM sería de casi trece millones de dólares por año (García Rubio, 1998). Además, el acuerdo no incluía la financiación de la señal e impedía la utilización de publicidad para solventar su funcionamiento, teniendo que recurrir a fondos públicos de carácter municipal para garantizar la viabilidad del proyecto.

²² Tenfield S.A. se formó en el año 1998 como una empresa de producción televisiva que incursionó en el terreno del deporte, adquiriendo los derechos exclusivos del fútbol uruguayo por 10 años y a partir de allí se ha consolidado como uno de los principales grupos empresariales de contenidos televisivos (Stolovich et al, 2002; 2004).

3.4.3 Servicios conexos y auxiliares a la producción audiovisual

Entre las actividades conexas y auxiliares a la producción, distribución y exhibición audiovisual se incluyen bienes o servicios denominados como fílmicos, profílmicos y parafílmicos durante las distintas etapas del proceso. Se entiende por servicios fílmicos aquellos que hacen posible la filmación (tecnología y equipamientos, por ejemplo). Por servicios profílmicos lo relacionado a lo que se pone delante de la cámara (arte, actores, entre otros) y por servicios parafílmicos todo lo que permite el trabajo de filmación, pero sin pertenecer al sector propiamente dicho (hotelería, transporte, seguros, etc.) (Álvarez, 1993; Stolovich et al, 2004).

3.4.3.1 Fílmicos.

Dentro de los servicios fílmicos, se destaca primero la incursión y luego la consolidación, de una gama amplia de actividades conexas a la producción que coadyuvadas por el crecimiento sostenido de la cantidad de producción (a nivel publicitario y no publicitario) permitieron establecer en el país, una gama amplia de profesionales, además de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad.

Quizás el ejemplo más claro se encuentre en las empresas dedicadas al alquiler de equipamiento tecnológico que se desarrollaron a partir del segundo quinquenio de 1990: Musitelli, Montrassi y Tajam fueron las más importantes. Muchas empresas (publicitarias y no publicitarias) compraban y alquilaban sus equipos. Pero los altos costos, sumado a la rápida obsolescencia del equipamiento, permitió la expansión de este tipo de propuestas empresariales dedicadas al rubro, llevando a que cada vez con mayor frecuencia se recurriera a empresas de alquiler de equipamiento (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al, 2004). Además del alquiler de equipos y accesorios para cine, video y televisión, en algunos casos implementaron otras actividades como el desarrollo de infraestructuras tendientes a la producción o posproducción, como la creación de islas de edición o estudios. Montrassi, fue además el representante exclusivo en Uruguay de la venta de negativos para cine de la marca Kodak (Stolovich et al, 2002).

Otros servicios que tuvieron desarrollo durante el período fueron las empresas dedicadas a la posproducción de imagen y sonido. En el primer caso, las propias productoras de publicidad brindaron servicios especializados de este tipo (Taxi Films, Salado Films, Metrópolis, entre otras). En el segundo caso, empresas específicas de posproducción de audio se dedicaron también a la producción de *jingles*, bandas sonoras o doblajes para producciones audiovisuales. Un caso especial que merece atención dentro de la venta de insumos, correspondió a las plantas de multicopiados de videocasetes. Éstas prestaban servicios en la etapa de distribución haciendo copias en VHS desde el master en U-Matic o Betacam para su posterior difusión o

comercialización en los videoclubes. Existieron cuatro plantas de multicopiado durante el período (dos de ellas eran además editoras de video).

3.4.3.2 Profilmicos.

En el caso de los servicios profilmicos, el dinamismo del subsector publicitario impactó positivamente en el surgimiento y/o consolidación de empresas y/o profesionales que prestaron servicios específicos de este tipo. Son actividades relacionadas en forma directa con la actividad de rodaje (técnicos, actores, locutores, etc.) pero también de forma indirecta (escenógrafos, carpinteros, peluqueros, etc.). El ejemplo más claro es el de las empresas de *casting*, las cuales, en base a directivas fijadas por las productoras, preseleccionan un conjunto de actores y modelos para el rodaje. Inicialmente esta actividad era realizada por las propias productoras, pero el desarrollo sostenido de la producción publicitaria demandó la profesionalización de la actividad. La principal empresa de este tipo durante el período fue Stage.

3.4.3.3 Parafilmicos.

En cuanto al sector parafilmico, por lo amplio de su definición, se hace imposible abordarlo. Es indudable que cuanto mayor sea la cantidad de producción audiovisual dentro del mercado, más bienes y servicios de otros sectores de actividad serán necesarios, que fue lo que ocurrió durante el período. Un ejemplo claro de especialización se encuentra en las empresas que se dedicaron (y dedican) al *catering*. La especialización no existía en el país antes de la década del 90 y varias empresas gastronómicas comenzaron a brindar el servicio, primero de forma improvisada y luego de forma profesional. A modo de ejemplo, uno de los principales proveedores fue Forteza (Las Rocas), que incluso contó con un ómnibus/comedor equipado para brindar el servicio durante los rodajes. Sobre fines de la década, de acuerdo a Stolovich et al (2004), la producción audiovisual representaba más del 20% de su clientela.

Finalmente, a nivel global es importante destacar que tanto a nivel de los servicios prestados por profesionales como de empresas, el grueso de la facturación de las actividades conexas provino del mercado interno y en particular del subsector de producción publicitaria. Sin embargo, progresivamente fue creciendo la importancia del mercado externo en su facturación, a partir de equipos extranjeros que venían a rodar al país, principalmente de Argentina. En todos los casos, el factor clave fue el aumento sostenido de la producción (publicitaria y no publicitaria) que generó una profesionalización del sector, permitiendo, tanto a nivel técnico como artístico, un crecimiento de la mano de obra calificada y una cada vez mayor infraestructura dentro del sector. En promedio, siguiendo a Stolovich et al (2004) y Schroeder y Lescano (2002), hubo un crecimiento sostenido y progresivo del sector hasta 1999 (inclusive) y

desde el 2000 en adelante hubo una caída vinculada a la crisis económica estructural que vivió el país y la región a inicios del nuevo siglo.

3.4.4 Producción audiovisual (publicitaria y no publicitaria)

En el sector específico de producción, existen dos sectores: uno publicitario y otro cinematográfico o audiovisual no publicitario. La diferencia reside, entre otros aspectos, en el tipo de material producido. El primero se dedica a la producción de contenidos comerciales de corta duración, destinados principalmente a la exhibición televisiva y cuenta con financiación asegurada ya que realiza trabajos por encargo. El segundo produce contenidos simbólicos (de distinto tipo y duración) a ser distribuidos por distintas ventanas de exhibición y no cuenta con una financiación asegurada a priori. En primer lugar se describirá la producción publicitaria durante el período objeto de estudio y luego se abordará la producción audiovisual no publicitaria.

3.4.4.1 Producción audiovisual publicitaria.

De los dos subsectores de producción audiovisual (publicitario y no publicitario), el publicitario es el que tuvo (y tiene) mayor cantidad y continuidad en su actividad en Uruguay, generando así las condiciones para el desarrollo de la infraestructura y la profesionalización de las capacidades técnicas y artísticas de todos los implicados dentro del sector. Su dinamismo, además, posibilitó las condiciones necesarias para el surgimiento de nuevas empresas o la consolidación de las ya existentes (Schroeder y Lescano, 2002; Stolovich et al, 2002; 2004; Jerusalmi et al, 2009; Radakovich et al, 2014).

La transformación fue progresiva y ascendente a partir de los años 80. En ese momento las empresas productoras de publicidad estaban vinculadas o incluso eran parte de las agencias publicitarias. Desde entonces, se fueron independizando de las mismas llevando a un impresionante desarrollo facilitado, de acuerdo a Stolovich et al (2002), por al menos dos factores: la irrupción de la tecnología del video analógico y el encarecimiento de los costos en Argentina. Esto le permitió a las empresas productoras no solamente captar el mercado local sino también expandirse al extranjero. El impresionante desarrollo del sector en el período estudiado, es sintetizado por Schroeder y Lescano (2002) de la siguiente manera:

El sector audiovisual publicitario partió de una virtual inexistencia, conquistó la casi totalidad del mercado interno, cruzó las fronteras exportando realizaciones a todo el mundo y abriendo sucursales en varios países, y comenzó a figurar permanentemente entre las producciones finalistas y entre las producciones premiadas, en los festivales internacionales de publicidad como Cannes, New York Festival, London Festival, Clio Awards y en los Festivales hispanoamericanos como el de FIAP y Gramado. (p. 11)

Estos logros se fundaron sobre la excelencia en la calidad del trabajo desarrollado en video, al que se llegó en parte obligadamente dadas las dificultades y los costos para filmar en cine en nuestro país, que no contaba con laboratorios lo que llevaba en promedio a un sobre costo del 30% de la filmación realizada en video. La excelencia técnica fue acompañada de tarifas competitivas a nivel internacional, que permitieron la inserción de las productoras más importantes en el extranjero, ya que sus presupuestos eran en promedio entre cuatro y cinco veces más baratos que los de Brasil, Argentina o EEUU (Stolovich et al 2002; Schroeder y Lescano, 2002).

En el período, existieron empresas de publicidad de todo tipo, que fueron desde grandes empresas (Taxi Films, Metrópolis, Salado Films y Mojo Films), pasando por medianas empresas (Paris Texas, Milagrato, Indias) hasta llegar incluso a unipersonales que realizaban publicidades de forma muy esporádica y hasta de forma artesanal (promociones, etc.).

Así, por ejemplo, sobre fines de la década e inicios de los 2000, Taxi Films tenía oficinas en Puerto Rico, Perú y Chile (de donde provenía el 40% de su facturación). Metrópolis Films tenía bases en Miami y Puerto Rico para atender los mercados del Caribe y EEUU. Pero empresas medianas, como Paris Texas, realizaron producciones para Estados Unidos, Argentina, Colombia, Venezuela, Paraguay, Perú, México, Ecuador, Costa Rica, República Dominicana y Panamá (Stolovich et al, 2004).

Datos de Stolovich et al (2002; 2004) y Schroeder y Lescano (2002), marcan que hacia fines de la década de los años 90 el conjunto de las empresas facturaba anualmente unos 15 millones de dólares de los cuales el 50% procedía del extranjero. Sin embargo, al igual que en otros sectores, la actividad llevó a un fuerte grado de concentración, ya que a principios de los 2000 se estimaba que las cuatro empresas más importantes dentro del rubro concentraban el 70% del mercado.

Stolovich et al (2004) a su vez, marca el período de interés en base a tres momentos claves para el sector: un primer momento de crecimiento que inicia en 1985, un segundo momento de auge (1995-1998) y un tercer momento de descenso que comienza en 1999. El período de auge se caracteriza por un fuerte flujo de trabajo en el mercado local y la expansión al extranjero que propicia la creación de un gran número de productoras y la consolidación de las ya existentes. El descenso comienza con la devaluación de Brasil y la posterior crisis socioeconómica de Uruguay y Argentina. Estos elementos llevaron a una crisis dentro del mercado local en donde las grandes productoras debieron crear acuerdos o filiales en el extranjero para insertarse en nuevos mercados, que pasan a conformar entre el 80 y el 90% de su facturación. Las empresas pequeñas, por su parte, cerraron o se distribuyeron el mercado local que las empresas medianas no atendían.

3.4.4.2 Producción audiovisual no publicitaria.

El subsector de producción audiovisual no publicitario en Uruguay, siguiendo a Schroeder y Lescano (2002) y Stolovich et al (2004), está integrado por empresas o realizadores que producen obras de ficción, documentales, videoarte, videos musicales y/o audiovisuales de animación.

En el período 1985-2001 dentro del subsector se pueden identificar dos momentos: uno que va de 1985 a mediados de la década del 90 y otro que transita el segundo quinquenio de la década hasta inicios de los años 2000 que serán desarrollados a continuación.

El corte puede hacerse extensible a los otros sectores y subsectores del audiovisual uruguayo ya que, como ya fuera reseñado, el segundo quinquenio de la década del 90 marcó hitos importantes. Sin pretensión de exhaustividad: la conformación de grupos empresariales hegemónicos en el rubro de distribución-exhibición, la caída del mercado del video y la reestructuración del negocio, la incursión de nuevos complejos comerciales de exhibición en base a multicines, la expansión de la televisión por abonados (cable), la emergencia o consolidación de emprendimientos empresariales vinculados a actividades conexas y el período de auge de la producción publicitaria, entre otros.

3.4.4.2.1 Producción audiovisual no publicitaria (1985-1994).

Desde 1985, la producción audiovisual uruguayo no publicitaria creció en número de obras de manera ininterrumpida generando un corpus variado de realizaciones de distinto tipo (ficción, documental, animación, videoarte).

Siguiendo a Álvarez (1996), algunos de los factores que explican el crecimiento pueden encontrarse en las disponibilidades tecnológicas que ampliaron el acceso a la producción (irrupción del video), el desarrollo paralelo de un mercado publicitario que permitió profesionalizar a un grupo importante de técnicos (sonidistas, camarógrafos, editores) y el financiamiento externo conseguido por algunos grupos o colectivos para determinados proyectos u organizaciones.

Casas y Dacosta (1996), agregan como variable la restauración democrática, que trajo aparejada el retorno de varios exiliados, algunos de ellos, realizadores experimentados (caso de Mario Jacob y Walter Tournier). A su vez, el restablecimiento de las libertades permitió que muchos jóvenes generaran sus propios espacios creativos

incursionando en la realización con una perspectiva social (caso CEMA) y/o artística (caso NUVA²³).

Es imprescindible destacar que la amplia mayoría de estas obras se realizaron en video analógico siendo las realizadas en material fílmico casos esporádicos y aislados. Por otro lado, siguiendo a Tadeo Fuica (2016; 2017), en países sin industria cinematográfica el concepto de cine no está ligado al soporte material de las obras. Así, películas registradas en pasos menores y grabadas en video deben ser consideradas obras de cine al igual que las realizadas en 35 mm. Por tanto, “la llegada de la tecnología del video, lejos de amenazar de muerte al cine nacional, representó un impulso a su producción” (Keldejian y Tadeo Fuica, 2016, p. 134).

En términos de cantidad, entre 1986 y 1994, la producción nacional de video fue de 322 obras, con un promedio de 36 obras estrenadas por año. Teniendo en cuenta el tipo de obras, el 40% correspondió a videoarte. Sin embargo, si se tiene en cuenta la duración, el 50% de la producción no publicitaria uruguaya entre los años 1986 y 1994 fue de tipo documental, incluyendo una variada producción en torno a temáticas, estilos y duraciones muy diversas (véase Casas y Dacosta, 1996 y Ruffinelli, 2015).

La ficción y la animación fueron más esporádicas. En el primer caso, de acuerdo a Casas y Dacosta (1996) y Stolovich et al (2004), se produjeron 59 obras que incluyen producciones de corta duración como *La superficie* (1988), de media duración como *Los últimos vermicellis* (1987), pero también largometrajes emblemáticos como *La historia casi verdadera de Pepita la pistolera* (1993). En el terreno de la animación, la obra se sustentó casi exclusivamente en los ambiciosos aportes del colectivo *Imágenes*. La producción de videos musicales también fue esporádica, fundamentalmente por cuestiones económicas, ya que la producción de un video musical dependía de financiamientos casi inexistentes, que a nivel local se reducían al apoyo económico de los propios músicos y al voluntariado de los técnicos implicados.

El tema del financiamiento fue el principal obstáculo que debieron superar los colectivos y realizadores independientes del Uruguay. Recordemos que hasta el año 1994 las respuestas del Estado en relación al financiamiento de producciones cinematográficas por fuera de la órbita estatal, resultaron inorgánicas y escasas. De forma que la producción nacional no publicitaria respondió por lo tanto a voluntades e iniciativas de los propios realizadores (Stolovich et al, 2004; Oxandabarat, 2014). Al respecto, siguiendo a Dinamarca (1990) y CEMA-ICD (1990), las estrategias de financiamiento de la producción fueron básicamente dos: el mercado publicitario y las agencias internacionales de cooperación.

²³ Núcleo Uruguayo de Video Arte (NUVA). Algunas de sus obras fueron adquiridas por distribuidoras europeas y por el Museo de Arte Moderno de Nueva York. Enrique Aguerre y Fernando Álvarez Cozzi fueron algunas de sus figuras más destacadas.

En cuanto a la primera estrategia, los grupos más destacados como CEMA e *Imágenes*, desarrollaron anexos dedicados a brindar servicios en publicidad (ZOE y *Etcétera*, respectivamente). En ambos casos, la posibilidad de generar excedentes e invertirlos en producciones de corte social o artístico fue una estrategia de supervivencia pero no una solución al problema de financiamiento de su producción independiente, como se verá más adelante en el presente estudio. En cuanto a la segunda estrategia, al igual que lo ocurrido en varios países de Latinoamérica, los apoyos internacionales retrocedieron iniciados los años 90 y tampoco fueron suficientes como para explicar la densidad de producción del período. En este sentido, un tercer factor de financiamiento que debe ser tenido en cuenta para explicar la producción, responde a factores de colaboración y voluntariado entre los distintos colectivos, técnicos y artistas implicados en la producción de las obras.

En términos de difusión, el material era distribuido a nivel internacional a partir de festivales, muestras y encuentros. A nivel local, por intermedio de exhibiciones dentro del circuito cultural (salas de Cinemateca Uruguay principalmente), así como también por distintas redes alternativas (organizaciones sociales, educativas, Cine Clubs del interior del país, entre otros). A su vez, los colectivos más importantes, se convirtieron en distribuidores de sus propios materiales aprovechando la posibilidad de los videoclubes, pasando a cintas VHS sus principales producciones para darles una circularidad comercial. También se ensayaron métodos de distribución alternativa a gran escala. *Imágenes*, por ejemplo, realizó una gira nacional proyectando *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas* (1990) en más de 50 localidades alcanzando cifras aproximadas de 30 mil espectadores (Imágenes, 1991a, 1991b; Segura, 1991b).

Sin embargo, la inserción de ésta obra en el mercado audiovisual nacional e internacional fue escasa e incluso en aquellos casos que pudieron explotarla comercialmente, las ganancias no permitieron recuperar siquiera los costos de producción (Stolovich et al, 2004). Uno de los límites para la explotación comercial, aunque resulte paradójico, fue la propia tecnología que permitió la producción. Por un lado, el soporte utilizado inhabilitaba la explotación de la obra en las salas cinematográficas del circuito comercial que utilizaban el paso 35mm para sus proyecciones. Por otro lado, la ventana televisiva, espacio natural para la exhibición de este tipo de contenido, a nivel nacional no mostró, salvo casos excepcionales, ningún interés por difundir los contenidos e incluso en aquellos casos que lo hizo las cifras abonadas por la emisión de las obras fue ínfima. Las complicaciones para introducir estos materiales en el mercado internacional fueron mayores. En palabras de algunos integrantes de CEMA:

Algunas productoras miran a Europa, que en ocasiones demanda imágenes de Latinoamérica realizadas por latinoamericanos, pero exigencias técnicas internacionales aparecen como insalvables. Por ejemplo, en la televisión europea no se emiten programas en el formato semi profesional que acá es el más usado

profesionalmente. Y como la innovación es una constante en el sector, el desnivel tecnológico es permanente²⁴. (CEMA-ICD, 1990, p. 67)

Algunos de estos aspectos, tecnológicos y financieros, seguramente expliquen el progresivo debilitamiento que vivieron los realizadores y colectivos que sustentaron su producción en el video analógico, sin ningún tipo de apoyo a nivel estatal, y la desaparición o transformación de la mayoría de ellos llegado el segundo quinquenio de la década del noventa. En términos de mercado, las palabras de Casas y Dacosta (1996), parecen certeras: “el video no soluciona un esquema de producción, básicamente porque no permite la distribución y exhibición, dentro ni fuera de fronteras” (p. 17)²⁵.

3.4.4.2 Producción audiovisual no publicitaria (1994-2001).

A mediados de la década del 90 el medio audiovisual uruguayo cambió. Los dos colectivos más importantes (*Imágenes* y CEMA) encontraron serias dificultades para auto sustentarse y adaptarse a los necesarios cambios tecnológicos, llevando incluso al cierre de uno de ellos. Así, antes del estreno del largometraje *Patrón* (1995), coproducción con Argentina, el colectivo CEMA ya había dejado de funcionar (Zapiola y Melzer, 2015).

Paralelamente, la segunda mitad de los años 90 trae novedades importantes. Al auge del sector audiovisual publicitario se suman los cambios procesados a nivel de los sectores de distribución y exhibición que transforman el mercado. También emergen o se consolidan espacios de enseñanza a nivel público y privado (Universidad Católica, Universidad ORT, Universidad de la República) que incluyen áreas académicas específicas para el estudio del cine e incluso Cinemateca Uruguay crea la Escuela de Cine del Uruguay (ECU) en el año 1995. En suma, el campo publicitario posibilitó empleos y entrenamiento técnico mientras emergieron estudiantes capacitados con interés en desarrollar actividades dentro del sector (Oxandabarat, 2014; Zapiola y Melzer, 2015).

Por su parte, el Estado comienza a trazar las primeras políticas públicas destinadas al sector audiovisual no publicitario (véase capítulo 8) dentro de las que se destacan la creación del Instituto Nacional del Audiovisual (INA) en 1994 y un primer fondo

²⁴ El formato semiprofesional al que se hace referencia es el U-Matic baja banda (Low Band) que fue utilizado por las televisoras y que era un formato muy superior en calidad al VHS o Super VHS que eran considerados de uso doméstico. En el período al cual se hace referencia ya era necesario a nivel profesional el uso del U-Matic alta banda (High Band), al que seguirían otros formatos como el Betacam SP (véase Dinamarca, 1990 y Denevi, 2009).

²⁵ La afirmación de Casas y Dacosta (1996) es certera en términos de mercado. Pero es importante señalar que poca inserción en el mercado no significa escasa difusión. En rigor, el video amplió de forma vertiginosa los ámbitos de difusión. Además, la mayoría de los colectivos latinoamericanos reivindicaban para sí el carácter de alternativos y la distribución de sus contenidos por fuera del mercado formaba parte de sus principios.

destinado para la producción audiovisual por parte de la Intendencia Municipal de Montevideo: Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA) que empieza a funcionar en 1995.

En términos del tipo de obras producidas, según datos de Stolovich et al (2004) y Schroeder y Lescano (2002), la novedad es que el período se caracteriza por una predominancia cuantitativa de la ficción que fue el tipo de producción más transitado. Sin embargo, si se considera la duración de los contenidos, el documental sigue siendo la obra con mayor presencia, ya que la inmensa mayoría de las ficciones son cortometrajes de muy corta duración (aproximadamente el 70%), muchas de ellas primeras experiencias o ejercicios de escuela exhibidos en muestras o festivales.

Por fuera de estas experiencias, proyectos de ficción importantes se estrenan en base a cuatro estrategias de financiación y producción predominantes. Algunos fueron producidos y financiados por empresas publicitarias: *El hombre de Walter* (Salado Films, 1996), *Otario* (Taxi Films, 1998) y *El Chevrolé* (Mojo Films, 1998). Otros, pensados como unitarios televisivos de menor presupuesto, fueron estrenados en salas comerciales y producidos de forma independiente gracias a fondos estatales - principalmente el FONA-: *Una forma de bailar* (1997), *Subterráneos* (1997), *Mala Racha* (2000), *Llamada para un cartero* (2000) y *El Viñedo* (2000). Una tercera vía, que es la que predomina actualmente, fue la de la coproducción internacional. Los dos ejemplos más notorios se encuentran en *El Dirigible* (Uruguay-Cuba-Inglaterra-Francia-Suiza-México, 1994) y *En la puta vida* (Uruguay-Bélgica-España-Cuba, 2001). Por último, se desarrollaron proyectos que apostaron al voluntariado de los equipos técnicos y artísticos logrando su financiación en términos cooperativos: *Los días con Ana* (2000) y *25 Watts* (2001) fueron los casos más destacados.

En el terreno documental, entre 1995 y 2001, según datos de Stolovich et al (2004), se realizaron en promedio 11 obras por año. A diferencia de lo ocurrido en el terreno de la ficción, las producciones de documentales fueron en su mayoría trabajos por encargo desarrollados a nivel local: organismos públicos, ministerios, museos, programas específicos del Estado, producciones para el canal Tevé Ciudad y también organizaciones no gubernamentales que solicitaban producciones.

Las políticas públicas contribuyeron al desarrollo del documental uruguayo en el período objeto de estudio, pero en menor medida que en la ficción. Al respecto, tomando por caso al fondo más importante (FONA), si bien las bases originales fueron pensadas para unitarios o producciones televisivas, ante la inexistencia de estímulos de otro tipo para la producción de las obras, se priorizó la premiación de contenidos de otro carácter o que necesitaban del apoyo para iniciar un camino de coproducción internacional. En palabras de Zapiola y Melzer (2015):

Con el correr de los años, los proyectos se tornan cada vez menos televisivos y más cinematográficos, mientras los premios individuales, que jamás superan los 80.000 dólares, se convierten en una suerte de puntapié inicial de producciones más ambiciosas en conjunto con otros países latinoamericanos y europeos.

Como dato anecdótico, entre 1996 (primer llamado a concurso de proyectos) y 2001, fueron premiados 15 proyectos de ficción y solo 6 documentales, a lo que se suma que en los años 1997 y 1998 no se dieron premios en la categoría documental (véase IM, 2015). Lo mismo ocurre con otro tipo de políticas como la creación del Fondo Capital, que difícilmente pudieran costear la financiación de proyectos más que en una parte además de contar con una impresionante competencia. Por otro lado, si bien la creación de Tevé Ciudad significó una importante puerta de entrada para la difusión y producción de contenidos documentales, al no poder contar con publicidad como mecanismo y depender del presupuesto municipal, la financiación que el canal podía dar a proyectos externos era escasa (Radakovich, 2004).

Como colectivo, en el terreno documental sobresale la producción de *Imágenes*, con documentales como *Idea* (1997) y *Las lágrimas de Eros* (1998) o realizando incluso series importantes como *Pantanal: las aguas de la vida* (1997). Otros realizadores también realizan producciones importantes: Aldo Garay dirige contenidos para Tevé Ciudad y también de manera independiente estrena obras como *Bichuchi (La vida de Alfredo Evangelista)* (1997) y *Mi gringa, retrato inconcluso* (2001), José Pedro Charlo y Universindo Rodríguez producen *Héctor, el tejedor* (2000), Virginia Martínez dirige dos producciones destacadas, la primera en colaboración con Gonzalo Arijón, *Por esos ojos* (1997) y la segunda en solitario, *Ácratas* (2000).

En el terreno de la animación la producción fue muy esporádica y se redujo en el segundo quinquenio del 90 casi totalmente a los aportes de *Imágenes* y a la obra de Walter Tournier. En el primer caso se destaca la serie *Tabaré* (1995) bajo la dirección de Carlos (Tato) Ariosa. En el segundo, cortometrajes como *El jefe y el carpintero* (2000), *Navidad Caribeña* (2001) y el hito que significó la serie infantil *Los Tatitos*, producida de manera ininterrumpida entre los años 1997 y 2001. La escasez de este tipo de producciones se explica por el alto grado de complejidad que supone el tipo de producción, la falta de financiamiento existente a nivel local y los altos costos inminentes a la actividad²⁶.

²⁶ En el caso de la producción de Walter Tournier, la serie fue producida por Diego Silva, quién consiguió un canal interesado en exhibirla a nivel local (Canal 4) y luego en Argentina (Canal 13). La principal fuente de ingresos provino de anunciantes dispuestos a invertir en publicidad dentro de cada uno de los capítulos y en parte por venta de *merchandising* (alimentos, juegos, etc.). Por su parte, los cortos fueron producidos gracias a apoyos del canal S4C de Gales y de Discovery Kids (Stolovich et al, 2004; Cajal, 2014). La obra de *Imágenes* fue financiada principalmente en base a voluntariado.

En cuanto a otro tipo de contenidos, se destaca una mayor presencia de videos musicales y un retroceso del videoarte en términos cuantitativos (Stolovich et al, 2004; Schroeder y Lescano, 2002). Si bien el INA generó algunas instancias de concursos para la premiación de proyectos de videos musicales y otros fueron financiados por el Fondo Nacional de Música (FONAM), la financiación de este tipo de obras dependió en buena medida del voluntariado de los técnicos y artistas implicados en la producción. En palabras de una productora:

Sellos nacionales pequeños (...) producen clips de muy bajo presupuesto donde los directores generalmente cobran poco o nada, la cámara es prestada, los técnicos no cobran, los cassettes son reciclados y la edición se hace gratis. Los gastos en este tipo de producciones se reducen a transporte y comida, básicamente. (Stolovich et al, 2004, p. 115)

En síntesis, si entre 1986 y 1994 se produjo un promedio de 36 obras por año, entre 1995 y 2001 el promedio anual fue de 63, con una tendencia claramente creciente (Stolovich et al, 2004). Sin embargo, las producciones realizadas en cine siguieron siendo esporádicas siendo la norma el uso del video analógico. La novedad se encontró en una mayor presencia de producciones de ficción y una persistencia de la producción documental que fue el tipo de obra más explorado a lo largo de todo el período objeto de estudio.

También la segunda mitad de los 90 se caracterizó por la creación de las primeras políticas públicas destinadas al sector, por la creación o consolidación de espacios de estudio y el auge del sector audiovisual publicitario que coadyuvó a profesionalizar el sector (en términos técnicos y artísticos) pero también en términos de ampliación de la infraestructura disponible.

Sin embargo, las transformaciones procesadas en el mercado audiovisual no tuvieron ningún tipo de impacto en la producción en términos económicos, y si las tuvieron, el mismo fue negativo. A nivel tecnológico la continua transformación dentro del campo y la necesidad de adaptación constante terminaron por debilitar a las productoras más importantes de producción continua del país (*Imágenes* y CEMA). A su vez, las transformaciones procesadas en el terreno de la distribución y exhibición a nivel local, culminaron por incrementar, aún más, el consumo de producciones extranjeras. Paralelamente el mercado se concentró en pocos grupos empresariales que incursionaron en el sector (caso distribución y exhibición de cine y video) o consolidaron su monopolio (caso televisivo).

En este contexto, uno de los problemas cruciales del sector audiovisual no publicitario siguió siendo el del financiamiento. El incremento de la producción y su desarrollo, siguiendo a Stolovich et al (2004), se debió a tres factores: 1) el desarrollo del sector publicitario, 2) los primeros fondos estatales y 3) el mecanismo de coproducción internacional.

En el primer caso, la continuidad y crecimiento de la actividad publicitaria generó las condiciones para el desarrollo de la infraestructura, además de profesionalizar al sector en términos técnicos y artísticos. A su vez, incentivó la producción no publicitaria mediante el autofinanciamiento de algunas producciones.

Los primeros fondos estatales (FONA, Fondo Capital, etc.), por su parte, si bien fueron insuficientes para producciones audiovisuales costosas, constituyeron una vía de financiación para producciones de bajo costo, así como también facilitaron la búsqueda de fondos internacionales.

Finalmente, la creación del INA y las primeras políticas públicas destinadas al sector, a su vez, habilitaron la coproducción con otros países. Esto permitió acceder a otras fuentes de financiamiento (Ibermedia principalmente) además de aportes directos o fondos conseguidos dentro de los países coproductores.

Estos tres factores, en parte, explican el aumento de producción en el terreno de la ficción, que a partir de 1994 se convirtió en el tipo de contenido más transitado (cuantitativamente) y también se observó un crecimiento en términos de la ambición de los proyectos, con estrenos de largometrajes nacionales de forma continua (tanto en video como en cine) a partir de este período. El desarrollo de otros tipos de contenidos, también se explican por estos factores aunque en menor medida, a los que habría que agregar, entre otros, los aportes propios de los productores y el voluntariado. Álvarez (2008) explica el crecimiento de la producción audiovisual del período objeto de estudio sintetizando la mayoría de los elementos aquí descriptos en base a la conjunción y acumulación de varios esfuerzos sostenidos:

Las productoras independientes de los años ochenta y noventa, las productoras de cine publicitario, la formación universitaria y la integración del Uruguay a un circuito internacional de financiamiento y coproducción, con algunos subsidios y apoyos estatales. Y sobre todo unas ganas enormes de que el cine nacional por fin sucediera, lo que se tradujo en el generoso apoyo de decenas de artistas y otros profesionales. (p. 33)

Estos son algunos de los factores que explican el aumento y la continuidad de producción audiovisual no publicitaria en el país durante el período objeto de estudio, así como también su posterior expansión a partir de la primera década de los años 2000.

3.5 Tipologías conceptuales aplicadas al estudio de caso

Finalizado el recorrido conceptual y contextual, que fue de lo macro a lo micro, definiendo y contextualizando a nivel teórico a las industrias culturales primero y a la industria cinematográfica después, para culminar con un encuadre descriptivo del espacio audiovisual latinoamericano a nivel general y del sector audiovisual uruguayo

en particular durante el período objeto de estudio, el siguiente apartado presenta y define algunos conceptos que han sido aplicados para el análisis del caso.

En la primera parte (3.5.1) se definen los distintos modelos de producción y se aplica la tipología de producción independiente para el caso de *Imágenes*. En la segunda parte (3.5.2) se señalan los elementos constitutivos del modo de producción siguiendo a Bordwell, Staiger y Thompson (1997) y también se limita el alcance de su aplicación al estudio, teniendo en cuenta que se trata de una primera exploración sobre el caso, lo que será debidamente detallado en el próximo capítulo.

Finalmente (3.5.3) se señalan los distintos niveles de producción (gerencial, ejecutivo y operativo) y se define la tipología de productor-productora en términos legales y de mercado, así como también los distintos grados de participación dentro de una obra (producción, coproducción, etc.), todos ellos, conceptos que son utilizados durante el análisis.

3.5.1 Modelos de producción

Los modelos de producción cinematográfica han sido abordados desde distintas perspectivas teniendo en cuenta el contexto en el cual se desarrollan las diversas cinematografías. Bordwell y Thompson (1993), por ejemplo, distinguen dentro de la industria a nivel histórico dos modelos de producción: el sistema de estudio y la producción independiente.

El sistema de estudio es el que permitió, desde la llegada del cine sonoro y la denominada *época de oro* del cine norteamericano (1930-1960), la consolidación de Hollywood a nivel mundial, a partir de un sistema bastante estructurado de producción, distribución y exhibición, que desde el punto de vista comercial, permitió consolidar un modelo de negocios que transformó a Estados Unidos en el principal exportador mundial de cine acaparando la distribución internacional dentro del mercado, cuestión que se mantiene hasta la actualidad.

Por su parte, la etiqueta general de cine independiente, incluye a todas las empresas que realizan sus producciones sin un vínculo preestablecido con los grandes estudios de Hollywood. El abanico es gigante, y puede ir desde empresas que realizan producciones con un modelo de producción casi idéntico al del sistema de estudios, hasta producciones modestas realizadas tanto a nivel colectivo como individual.

Otra forma de distinguir los distintos modelos de producción, parte de los trabajos pioneros sobre economía cinematográfica de Dadek (1962) y Gianelli (1965), que han sido actualizados por distintos autores, dentro de los que se tomó a Jacoste (2004) para la presente investigación. Dichos autores, a partir de una perspectiva que analiza la industria cinematográfica desde el contexto europeo, presentan una tipología que

divide los modelos de producción, según criterios de intensidad o densidad de producción, identificando tres tipos de producción: accidental, continua y simultánea.

La intensidad o densidad de producción, se relaciona indefectiblemente con el tamaño de las empresas (pequeña, mediana, gran empresa). El modelo de producción accidental, lo llevan a cabo empresas productoras muy pequeñas, que se forman únicamente con el objetivo de producir una obra y se disuelven o permanecen inactivas hasta que nace un nuevo proyecto. Por otro lado, la producción continua es desarrollada por empresas productoras de mediano porte, que cuentan con un equipo de producción estable y una mínima o mediana infraestructura de medios de producción que les permite desarrollar sus producciones de manera estable y continua a lo largo del tiempo, participando de varios proyectos a la vez en distinto régimen. Finalmente, la producción simultánea, es la que desarrollan las grandes empresas productoras, que cuentan con grandes capitales, extensos medios de producción e infraestructura de gran porte que renuevan sistemáticamente, incluso a través del desarrollo de nuevas tecnologías. El paradigma del modelo de producción simultáneo sería el sistema de estudio.

Octavio Getino (1987) adaptó estas tipologías al contexto latinoamericano distinguiendo tres tipos: producción estable, producción independiente y producción circunstancial, dejando totalmente de lado la producción simultánea por entender que no se ajusta a los parámetros del cine latinoamericano. En Uruguay, Luis Stolovich et al (2004) adaptaron los modelos de producción desarrollados por Zallo (1988) con indudable influencia de Dadek (1962) y Giannelli (1965), identificando las siguientes tipologías a nivel global: productoras circunstanciales, productoras independientes y *majors*.

En Uruguay, la producción audiovisual se ha desarrollado fundamentalmente a partir de la creación de productoras circunstanciales (Stolovich et al, 2004; Nario et al, 2009). Es decir, productoras nacidas para un proyecto eventual, sin continuidad, limitadas a una producción precisa que cierran o entran en suspenso luego de culminado el proyecto hasta la llegada de uno nuevo.

Sin embargo, teniendo en cuenta las particularidades del sector audiovisual uruguayo, el grupo de trabajo coordinado por Luis Stolovich, aplica la tipología de productora independiente para casos como CEMA e *Imágenes*, organizaciones con objetivos predominantemente culturales y sociales en base a la utilización del video. Así, las productoras independientes pueden ser entendidas como sociedades con cierta capacidad financiera, con una importante dosis de experimentación y riesgo comercial, que no incluye la especialización en un determinado tipo de obra (ficción, documental, animación, etc.) y que ha logrado una producción estable y continua a lo largo del tiempo. Aplicada la tipología de producción independiente para el caso de

Imágenes, el estudio explora y describe su modelo mientras indaga en el modo de producción desarrollado por la productora.

3.5.2 Modo de producción

Dejando de lado los modelos de producción, que hacen referencia a la estructura empresarial de las productoras y a su esquema de funcionamiento, una variante de análisis más amplia e interesante, es la que aplican Bordwell, Staiger y Thompson (1997) para estudiar el denominado *cine clásico* norteamericano, desde sus inicios hasta 1960.

El modo de producción²⁷, hace referencia a las prácticas de producción (y no a la estructura), en una relación dinámica ya que cada elemento afecta e influye en el resto. Por regla general, siguiendo a los autores, en esta relación se distinguen tres elementos: 1) la fuerza de trabajo, 2) los medios de producción y 3) la financiación de la producción.

El primer término, fuerza de trabajo, hace mención al factor humano que participa en el proceso e incluye a todos los trabajadores implicados en la producción así como también a las relaciones que se establecen entre ellos. La categoría de análisis no solo implica una distinción de carácter técnico y/o profesional en torno a los roles desempeñados (dirección, edición, sonido, etc.), sino también a la forma particular en que el trabajo se divide y se desarrolla a nivel de producción para lograr la obra.

Por su parte, los medios de producción, hacen referencia al capital físico implicado. Una parte muy importante de los medios de producción audiovisual refiere a la tecnología utilizada (cámaras, equipos, herramientas, soportes, etc.), es decir, la infraestructura.

Finalmente, hay que tener en cuenta que en el proceso de producción cultural (y sobre todo en el de las industrias culturales) los dos factores fundamentales que intervienen: fuerza de trabajo y medios de producción; se consiguen a partir de los aportes que otros individuos, empresas, instituciones o incluso los propios individuos involucrados aportan. El tercer término, financiación, hace mención justamente a las fuentes de financiamiento utilizadas que permiten hacer viable la obra.

Hecha la caracterización y aplicada la tipología de producción independiente para el caso de *Imágenes*, el estudio explora el modo de producción desarrollado por la productora. Un estudio profundo del modo de producción empleado, implicaría una

²⁷ Si bien es ineludible la referencia a los modos de producción en los términos que proponen Karl Marx y Friederich Engels (véase Marx y Engels, 1968), en el presente trabajo se entenderá a los modos de producción en los términos que se proponen en el presente apartado, como una profundización descriptiva de los modelos de producción ya señalados.

indagación en profundidad de cada una de las obras producidas estableciendo variables que distingan los tres elementos (fuerza de trabajo, medios de producción, financiación) que habiliten primero una caracterización y luego la construcción de nuevas variables de análisis que permitan la contrastación y que sean aplicables al conjunto de la obra. Por tratarse de un primer acercamiento a la producción de *Imágenes*, es indispensable mencionar que el presente estudio se limita a describir estos elementos.

En otras palabras, se describe la obra (producción), se describe la fuerza de trabajo (integrantes de *Imágenes* y tipo de actividad, técnicos implicados en la realización de las obras, organización general de la productora en sus diferentes etapas, etc.), se indaga en los medios de producción con los que contó la productora (equipos, infraestructura) y también se describe la financiación (mecanismos que hicieron posibles la producción de cada obra y el funcionamiento de la organización).

3.5.3 Productoras y grado de participación

Dentro del sector de producción audiovisual se encuentran las denominadas productoras, que son las que constituyen el núcleo del sector y que, siguiendo a Dadek (1962), Gianelli (1965) y Jacoste (2004), se caracterizan por: 1) poseer los derechos de explotación comercial de las obras, 2) asumir la labor de financiación directa de las producciones y 3) orientar y organizar los procesos de producción.

Del análisis de estos tres aspectos que identifican a las productoras, siguiendo Kamin (1999), encontramos a su vez tres niveles de producción: el nivel gerencial, el nivel ejecutivo y el nivel operativo. El primero de ellos (gerencial), refiere a los aspectos de toma de decisiones estratégicas y financieras, el segundo (ejecutivo) está caracterizado por la labor profesional de planificación y control, y el tercero (operativo) concreta la puesta en práctica de los planes desarrollados a nivel gerencial y ejecutivo.

A la hora de abordar los modelos de producción: circunstancial, independiente y estable (siguiendo a Getino, 1987) se hace referencia a las formas estructurales de actividad desarrolladas por las productoras a nivel gerencial, por lo que se hace necesario profundizar en algunas distinciones denominativas que se producen en este nivel.

En primer lugar, la figura clave dentro del nivel gerencial, es la del productor: responsable máximo y titular de la productora. Si bien la figura del productor es ampliamente reconocida dentro del esquema de realización cinematográfica, la realidad determina que no se trata de una persona física, sino de una figura legal, que es la propietaria y responsable de los deberes y derechos derivados de la obra, y que puede tomar amplias formas, que van desde una empresa multinacional como Warner Bros., pasando por una cooperativa, hasta llegar a los casos de transformarse en una

figura única, como puede ser el caso de una empresa unipersonal. En definitiva, como menciona Gómez de Castro (2009) hay que tener en cuenta que “el productor es un empresario audiovisual independientemente de la fórmula jurídica que adopte” (p. 360).

A su vez, según el grado de participación de una productora en la realización de una obra, a nivel gerencial, se pueden distinguir tres tipologías: productor, coproductor o productor asociado. En todos los casos, se trata de responsables y propietarios de la obra, que son sus principales inversores y que, de acuerdo al grado de participación en la misma obtienen beneficios porcentuales acordados según su grado de participación a partir de la explotación de la obra en el mercado.

En este sentido, siguiendo a Kamin (1999), Walton (2012) y Orozco y Taibo (2014), se suele denominar productor a secas, al productor mayoritario, o en otras palabras, al que asume un mayor riesgo y que además aporta la gran mayoría de los elementos técnicos y creativos para la realización de la obra. El coproductor, por su parte, constituye la figura del productor minoritario. Finalmente, el productor asociado corresponde a una participación que puede ser tanto financiera como de servicios, pero sin funciones gerenciales determinantes. Es decir, se puede tratar, por ejemplo, de una persona que confiando en determinado director o proyecto, aporta capital a la producción sin mayor involucramiento o también, de una empresa productora que colabora en determinada parte del proceso de producción, aportando técnicos y/o equipamiento para que la obra pueda realizarse, recibiendo por su aporte un porcentaje acorde a su participación en el proyecto.

Es importante señalar que la coproducción y/o producción asociada, puede ser nacional (entre productoras de un mismo país) o internacional (entre productoras de distinta nacionalidad), así como también producirse de forma activa; asumiendo responsabilidades y derechos sobre la obra, o pasiva; en el entendido de que la intervención del ente coproductor se limita a una aportación financiera²⁸.

El presente estudio aplica la tipología de productora independiente para *Imágenes*, y distingue su grado de participación en cada obra producida, identificando los casos en que la productora actuó como productora, coproductora o productora asociada, así como también aquellos casos relevantes en los que, sin ser en términos legales productor de las obras, brindó servicios de producción audiovisual por encargo desarrollando todo el proceso productivo. Esta distinción resulta clave para profundizar en el modelo de producción empleado por *Imágenes*.

²⁸ Además de empresas productoras, pueden ser coproductores de una obra canales de televisión, inversionistas, entes públicos, instituciones financieras u organismos específicos que firman acuerdos de producción con la empresa productora mayoritaria.

4. ENCUADRE METODOLÓGICO

4.1 Diseño y enfoque

Teniendo en cuenta que el tema de investigación ha sido poco estudiado a nivel local en el ámbito académico, por lo que existe poca o escasa información, además de que no se encontró ningún tipo de investigación o estudio que aborde a la productora, se optó por un diseño exploratorio-descriptivo.

Este tipo de estudios, siguiendo a Dei (2006) y Batthyány y Cabrera (2011), se caracterizan por ser flexibles y amplios en su metodología y buscan caracterizar y especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; así como también se ocupan de recoger y registrar información, sistematizar, relacionar o medir diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos objeto de estudio.

El enfoque de la investigación, por su parte, es cualitativo bajo un encuadre metodológico de estudio de caso. Hernández Sampieri et al (2010) definen a este tipo de estudios como diseños en los cuales el investigador explora un sistema específico (caso) o múltiples sistemas (casos) a través de la recopilación detallada de datos y en profundidad, utilizando múltiples fuentes de información para reportar una descripción de los casos y las categorías que emergieron al analizarlos.

Por otro lado, los estudios de caso también pueden ser definidos por su finalidad o por el número de casos y la clase de unidad de análisis. Por su finalidad, Stake (1999) distingue una tipología correspondiente a tres tipos de caso: por simple interés (intrínseco), por interés científico (instrumental) y por extender ese interés científico a niveles más amplios (colectivo).

El estudio de caso intrínseco se realiza para entender un caso en particular. El estudio no es emprendido porque el caso representa otros o porque ilustra una característica particular del problema o fenómeno de estudio, sino que debido a su propia naturaleza, en sí mismo es de interés.

El estudio instrumental, por su parte, se produce cuando un caso particular se examina para generar conocimientos e ideas en torno a una problemática mayor que el propio caso. En este sentido, el caso en sí mismo tiene un interés secundario y desempeña un papel de apoyo que facilita el entendimiento de algún problema o fenómeno mayor. Finalmente, siguiendo a Arzaluz (2005), cuando el estudio instrumental se extiende a varios casos, se habla de estudio de caso colectivo.

Por su parte, Yin (1994) establece una clasificación de los estudios de caso tomando en cuenta dos factores: número de casos y clase de unidad de análisis. En cuanto al número de casos la tipología considera: uno o varios casos. En lo que respecta a la unidad de análisis, el autor los subdivide en dos: casos con unidad holística (todo el caso tomado como una única unidad de análisis) y casos con unidades incrustadas (más de una unidad de análisis dentro del caso) (Hernández Sampieri et al, 2010).

Los tipos de estudios resultantes de estas clasificaciones cruzadas, pueden concebirse como diseños específicos del estudio de caso. A continuación se presenta un cuadro gráfico que representa este tipo de diseños:

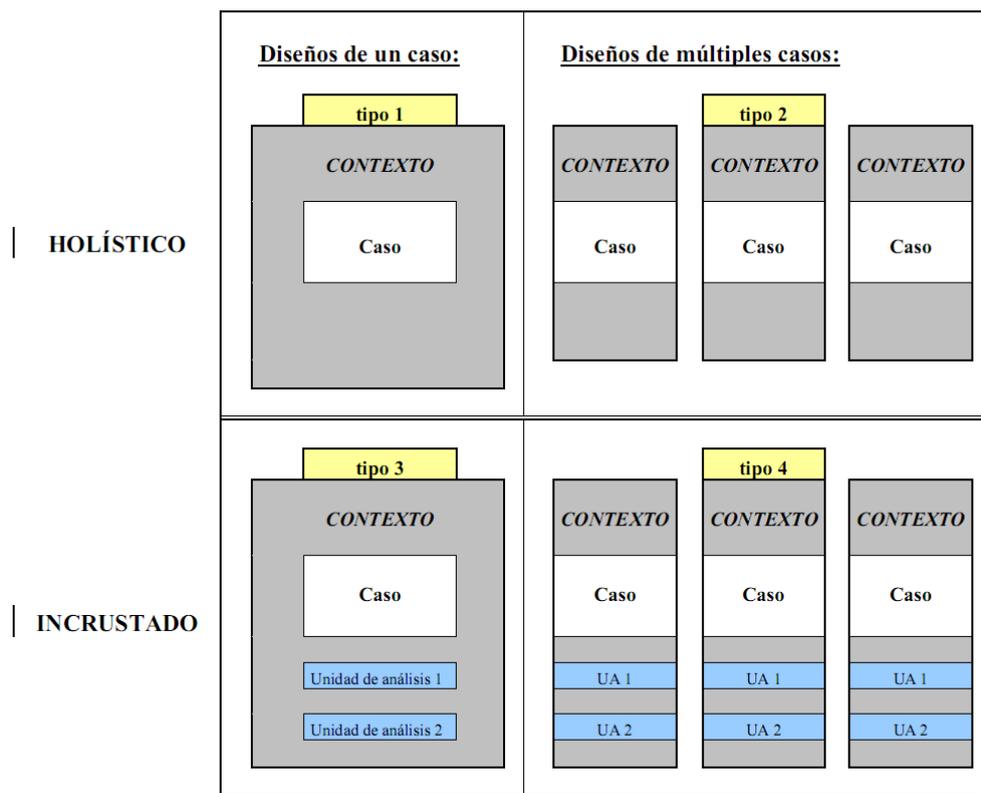


Figura 4. Distintos tipos de diseño de estudio de caso.
[Elaboración propia en base a Hernández Sampieri et al (2010)]

Los aportes de Hernández Sampieri et al (2010) y Arzaluz (2005), tomando como base las caracterizaciones de Stake (1999) y Yin (1994), permiten encuadrar la investigación como un estudio de caso intrínseco e instrumental²⁹, de un solo caso, con una unidad de análisis incrustada (tipo 3). En donde: el caso es *Imágenes*, el contexto es el sector audiovisual uruguayo entre los años 1985 y 2001, y la unidad de análisis incrustada refiere a las políticas culturales desarrolladas durante el período objeto de estudio.

4.2 Recopilación de los datos

Las principales fuentes para la obtención de información, en el estudio de caso, son las personas directamente relacionadas con el caso y documentos de toda índole válidos que contengan información sobre el mismo (Bernal, 2010). Teniendo en cuenta estos elementos, para la recolección de datos se trabajó con fuentes primarias y secundarias de información y avanzado el trabajo de campo, se optó por utilizar una única técnica de abordaje: la recopilación documental y bibliográfica.

Esta modalidad o técnica en la recopilación de datos hace parte de aquella información obtenida indirectamente a través de documentos, libros, investigaciones, sitios web o cualquier otro tipo de documentos gráficos, icnográficos y electrónicos. Se entiende por recopilación documental el acto de reunir este conjunto de datos a través de testimonios escritos con el propósito de darle unidad, pero vale destacar que el término recopilar no solo se asocia con el acto de reunir, resumir o compendiar datos, sino también con la acción de ordenarlos, clasificarlos y conectarlos (Cerdeira Gutiérrez, 1993; Muñoz Razo, 2011).

La decisión de utilizar como única técnica de recolección de datos a la recopilación documental se justifica por el volumen y calidad de la información recolectada en el trabajo de campo. En este sentido, es importante destacar que se tuvo acceso a toda la documentación existente de la productora *Imágenes*, que se encuentra actualmente en posesión de Mario Jacob. De esa documentación, se seleccionó en un primer momento un volumen de más de 300 documentos (de distinto tipo y volumen) que fueron escaneados y devueltos al archivo. De esa selección inicial, se preseleccionaron unos 50 documentos que son los que fueron utilizados para el estudio.

²⁹ Es importante destacar que al inicio del proceso de investigación, se optó por seleccionar el caso (*Imágenes*) por entender que por el solo hecho de haber sido la productora no publicitaria con mayor cantidad de obra producida durante el período, merecía ser abordada, lo que la convertía en un caso digno de estudio (intrínseco). Sin embargo, iniciado el proceso de recolección de datos y análisis, se entendió que el caso de *Imágenes* podía ayudar a comprender mejor un fenómeno mayor: la producción audiovisual uruguayana no publicitaria desarrollada entre 1985 y 2001, por lo que, se entiende que el presente estudio de caso también es instrumental.

Además de esta documentación que incluye: proyectos, informes, comunicaciones personales y/o institucionales (correo, fax, etc.), presupuestos, fichas, contratos, convenios, notas y comunicados de prensa, entre otros, se accedió a copias en soporte VHS de toda la obra producida por *Imágenes*. Parte del trabajo de campo también consistió en la digitalización de la obra para habilitar su visionado y la confección de fichas. A su vez, es imprescindible destacar que hoy la obra de *Imágenes* se encuentra digitalizada y remasterizada siendo su acceso abierto a través de la plataforma YouTube. El proceso de restauración de la obra, gestionado y desarrollado por Mario Jacob y Daniel Márquez, fue posterior al trabajo de campo realizado para esta tesis y se desarrolló paralelamente a su escritura durante el año 2019. De esta forma, la recopilación documental se centró en los siguientes corpus:

Corpus A: Material audiovisual producido por *Imágenes*.

Corpus B: Documentos de la productora *Imágenes*.

El corpus A está compuesto por todas las obras producidas por *Imágenes* a las cuales se tuvo acceso para la presente investigación. De todas las obras se realizaron fichas técnicas y transcripciones de los créditos de apertura y cierre de las producciones. La información incluye: una breve ficha técnica de cada pieza, una sinopsis reducida, los créditos de apertura y cierre y, finalmente, un vínculo de acceso a las obras que se encuentran disponibles en internet para su visionado.

La recuperación y elaboración de las fichas técnicas permitió profundizar en la complejidad del hecho cinematográfico y brindar datos precisos sobre el rol de las instituciones y los realizadores involucrados en la producción de cada obra. Además, se realizó un catálogo de la producción de *Imágenes* (véase apéndice A) que permite contar con una información certera con la cual se podrán iniciar futuras investigaciones.

De todos los documentos recolectados, escaneados y sistematizados del archivo de la productora (corpus B), la presente investigación profundiza en el análisis de algunos de ellos, como el proyecto fundacional de *Imágenes* (1985-1986) y otros informes y convenios que fueron seleccionados como los más relevantes teniendo en cuenta el enfoque propuesto para la tesis.

Es importante mencionar que el proyecto fundacional de la productora, en dos versiones (*Imágenes*, 1985b; 1986a), que forman parte de la documentación recolectada y escaneada, así como también su proyecto de consolidación (*Imágenes*, 1987) y una carpeta de la organización que incluye notas de prensa con motivo de un ciclo realizado en Cinemateca Uruguaya para conmemorar los cinco años de la institución (*Imágenes*, 1991a), se adjuntan a la presente investigación y se ponen a disposición (en formato digital) para permitir el desarrollo de futuras investigaciones.

El resto de la documentación, que en la actualidad se encuentra en posesión de Mario Jacob, por motivos entendibles de privacidad y confidencialidad de los integrantes de la productora, no se ponen a disposición, ya que en su mayoría se trata de contratos, convenios, correspondencias y documentos de trabajo internos de la organización. Dentro de estos documentos se encuentra una serie de informes realizados a pedido de la institución por el psicólogo social Jorge Ferrando entre agosto y diciembre del año 1994. De todas formas, por el indudable valor que presentan para el enfoque propuesto en el actual trabajo, ha sido habilitada la publicación parcial de fragmentos incluidos en el cuerpo de los informes que forman parte de la tesis, así como también la transcripción parcial de otro tipo de documentos de esta índole.

Una aclaración final merece el presupuesto de cada obra específica. En algunos casos, dicha información se encontraba dispersa entre carpetas de distinta procedencia que hicieron imposible una sistematización adecuada del material. En otros casos, se encontraba en versiones digitales que habían sido guardadas en discos duros (algunos de los cuales se perdieron o dañaron) y otros se encontraban como archivos adjuntos de correos personales.

Por la dispersión de los datos y la imposibilidad de acceder de forma segura a algunos de ellos, se optó metodológicamente por realizar presupuestaciones tipo de cada una de las obras, sustentadas en la aplicación de los modelos creados por Luis Stolovich et al (2004) tal como son descriptos en el apéndice B.

4.3 Análisis de los datos

El proceso de análisis cualitativo consiste esencialmente en que el investigador recibe datos no estructurados durante la recolección y luego los estructura en el análisis, y se basa, ante todo, en ser interpretativo, ya que el investigador hace su propia descripción y valoración de los datos. Este proceso no es lineal ni lleva una secuencia programada y ordenada como en el proceso cuantitativo. En otras palabras, no se trata de un análisis paso a paso, es un camino con rumbo pero no en línea recta, se recolectan datos, se interpretan, se les encuentra un significado y se regresa a recolectar más datos, lo que permite ampliar la base de información hasta que se construye un significado para el conjunto de los datos. El proceso esencial del análisis es “como armar un rompecabezas”, lo que involucra estudiar cada “pieza” de los datos en sí misma y en relación con las demás (Hernández Sampieri et al, 2010)

En tanto estrategia metodológica para el análisis, el estudio de caso procede por inducción. Se caracteriza por la exploración y el examen de los datos en profundidad para poder delimitar relaciones que lleven a desarrollar hipótesis o generalizaciones, más que por la verificación o comprobación de hipótesis previas al trabajo de

investigación. El método inductivo, como forma de razonamiento, hace posible el paso de los hechos singulares a los principios generales (Cerdeja Gutiérrez, 1993; Taylor y Bogdan, 1994; Corbetta, 2007; Muñoz Razo, 2011).

Así, en un primer momento se recolectaron los datos. Luego fueron ordenados y sistematizados y finalmente se desarrollaron hipótesis en torno a cambios procesados en la historia institucional y en el modo de producción de *Imágenes*. De este proceso de sistematización, conexión e interpretación de los datos recolectados, emergieron tres momentos claves en la historia institucional de la productora, que sirvieron para ordenar la información y presentar el caso en tres capítulos que abordan (cada uno de ellos) distintas etapas de *Imágenes* identificadas y que exploran y describen su modelo de producción.

El ordenamiento de los datos recolectados para el análisis se estructuró en base a los tres elementos que componen el modo de producción y que funcionaron como variables: fuerza de trabajo, medios de producción y financiación. Así, los datos fueron divididos en estas tres estructuras, sistematizando la información en un primer momento y buscando permanencias y cambios a medida que los datos eran analizados.

En términos de fuerza de trabajo, se buscó reconstruir la historia institucional de la productora en base a su fundación y posterior incorporación de los distintos integrantes que formaron parte del colectivo. Luego se buscó identificar permanencias y cambios en torno a roles desarrollados dentro de las distintas producciones y dentro de la estructura general de la organización para describir el tipo de trabajo desarrollado en sus distintas etapas.

A la hora de abordar los medios de producción, se puso hincapié en la infraestructura disponible en sus distintas etapas intentando identificar cambios importantes en términos de medios disponibles para la producción. Tres hitos fueron identificados en términos tecnológicos: 1) la compra del primer equipamiento de rodaje en base video U-Matic, 2) la obtención de una isla de edición en U-Matic Low y High Band y 3) la incorporación de dos islas de edición AVID. Por otro lado, se encontraron distintos espacios locativos en donde *Imágenes* desarrolló su actividad, lo que permitió identificar una estructura organizativa que tuvo su correlato en distintos espacios de trabajo.

Para intentar reconstruir la financiación de la obra de *Imágenes* y de su organización, se tuvo que trabajar en base a la construcción de categorías que permitieran reconstruir el método de financiación. Primero se sistematizó la obra y se hicieron fichas en base a tres componentes: 1) grado de participación, 2) presupuesto y 3) apoyos financieros. El grado de participación de la productora dentro de cada obra (producción, coproducción, etc.) y los apoyos financieros emergieron de la

transcripción de los créditos presentes en cada producción. El presupuesto de cada obra, por su parte, se reconstruyó en base a la aplicación de los presupuestos tipo creados por Stolovich et al (2004), véase apéndice B. Esta información sistematizada, conectada con la documentación de *Imágenes*, permitió un acercamiento que posibilitó el desarrollo de una descripción del financiamiento institucional y de cada obra, habilitando algunas generalizaciones en torno al financiamiento institucional y productivo de la organización en sus distintas etapas.

Finalmente, en términos metodológicos, la división de las tres etapas de *Imágenes* que estructuran el estudio de caso en tres capítulos se logró, siguiendo a Stake (1999), gracias a una búsqueda constante, dentro de los datos recolectados, de situaciones problemáticas (*issues*).

Lo que se intentó fue centrar la atención en la identificación de problemas y conflictos, así como también en la forma en que estos problemas, limitaciones o conflictos fueron resueltos. En palabras de Stake (1999): “no creo que sea una obsesión por el fracaso, sino una convicción de que la naturaleza de las personas y de los sistemas se hace más transparente en sus momentos de lucha” (p. 26). Por lo que, identificar situaciones problemáticas y profundizar en ellas constituyen una valiosa estructura conceptual para la organización del estudio.

En este sentido, los informes de Ferrando (1994a, 1994b, 1994c) fueron fundamentales para la delimitación, ya que condensan y responden a un momento histórico de crisis institucional, que culminó con la división de parte de su estructura y la desvinculación de algunos integrantes. En concreto, *Imágenes* tuvo dos etapas distintas en su modo de producción: una que va de 1985 a inicios de 1990 y otra que va de mediados de 1990 a 2001. En el medio, que aquí se toma como una etapa distinta, lo que sucede en rigor es la transición de una etapa a la otra. Por tratarse de un momento de crisis, se aborda en profundidad. De esta forma, el estudio de caso es presentado en tres etapas: 1) Fundación y consolidación (1985-1991), 2) Crisis institucional (1992-1994) y 3) Refundación y cierre (1995-2001).

4.4 Límites al alcance de la investigación

El límite más importante del estudio se encuentra en la temática abordada y su recorte: producción audiovisual no publicitaria. Recordemos que el sector audiovisual uruguayo se estructura en tres sectores: producción, distribución y exhibición. Aquí se hace necesario aclarar que el enfoque del caso no incluye el abordaje de la distribución ni exhibición de su obra. En rigor, *Imágenes* ofició también de distribuidora y exhibidora independiente y el presente estudio no aborda el tema. Sin embargo, por tratarse de un primer trabajo sobre *Imágenes*, se decidió incluir un apartado que aborda parcialmente la distribución (difusión) de la productora durante

su primera etapa. El apartado se encuentra sobre el final del capítulo 5 (5.5). Por los mismos motivos, el análisis tampoco aborda la producción publicitaria de *Imágenes* ni la producción desarrollada en torno a los servicios conexos (ambos, subsectores del sector producción). En otras palabras, se aborda en profundidad, únicamente, la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes* y se abordan los otros subsectores, de forma totalmente parcial y general, para explorar y describir el modelo de producción de la productora.

Un segundo límite importante hace al contexto del trabajo. La tesis no aborda el contexto histórico ni sociopolítico del período objeto de estudio. La decisión se justifica por entender que ya existen trabajos al respecto y abundante literatura que permite profundizar desde esa mirada. Es indudable que el contexto socioeconómico influye en la producción audiovisual, como en cualquier otro tipo de actividad. Yendo al caso concreto de *Imágenes*, además, la productora no hubiera nacido de no haber culminado la dictadura cívico militar en el país. Sus fundadores eran exiliados políticos, se encontraban en Perú y la decisión de retornar se explica por la restauración democrática que se da en 1985 en Uruguay. Tampoco puede asegurarse que *Imágenes* hubiera cerrado de no haberse producido la crisis económica regional y local que ocurre a fines de la década del 90 y que en Uruguay tuvo su explosión en el año 2002.

Sobre este aspecto, hay que destacar que dentro de los pocos grupos de estudio que existen sobre cine en el país, uno de ellos (GEStA), se encuentra integrado por varios investigadores que tienen ese foco y se entiende que la presente tesis puede colaborar desde una perspectiva distinta. A su vez, el trabajo puede servir de insumo para futuras investigaciones que tengan en cuenta este aspecto y ayuden a explicar mejor el caso³⁰.

Otro límite al alcance de la investigación se encuentra en la técnica utilizada para la recolección de los datos (recopilación documental y bibliográfica). Por la prioridad brindada a esta técnica, la perspectiva personal de los integrantes de *Imágenes* respecto a su producción e historia institucional, queda reducida a los documentos existentes en la documentación de la productora. En otras palabras, no se realizaron entrevistas con los integrantes de *Imágenes*. Si bien es un límite al alcance de la investigación, se entendió oportuno priorizar, dado el volumen de datos recolectados, la información existente en la documentación del archivo de la institución. A su vez, esta decisión permite obtener la visión de sus integrantes a través de la documentación recolectada (mediadas por la interpretación personal del investigador) en el momento en que los acontecimientos ocurrieron y no a posteriori.

³⁰ Un abordaje específico desde un enfoque historiográfico del cine uruguayo puede encontrarse en Tadeo Fuica (2017). El trabajo incluye un extenso capítulo sobre el período histórico (1985-2000), caracterizado por la transición democrática a nivel político y la implementación de políticas neoliberales en el plano económico.

Es importante mencionar que un primer borrador del análisis fue revisado por Mario Jacob (único integrante que participó de forma activa desde la fundación de *Imágenes* hasta su cierre) quien hizo comentarios y aportó datos específicos que fueron integrados al estudio. Además, el curso del trabajo desarrollado durante el trabajo de campo, generó una dinámica de relación estable y de confianza con Mario Jacob, por lo que el estudio puede incluir sesgos.

Finalmente, una debilidad teórica y metodológica del estudio, se encuentra en la nula formación académica del investigador en el terreno de las ciencias económicas más allá de los conocimientos del autor en términos de gestión de proyectos audiovisuales. Si bien se trata de una limitación importante, se entiende que a su vez, por tratarse de una primera investigación de carácter formativo, la tesis encierra la oportunidad de nuevas investigaciones interdisciplinarias a ser desarrolladas en el futuro en conjunto con otros saberes, indispensables para este tipo de trabajos.

5. PRIMERA ETAPA DE *IMÁGENES* (1985-1991): FUNDACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

El presente capítulo inicia la sistematización de la experiencia de *Imágenes* realizada en base a recopilación documental. A los efectos de la tesis, se toma como nacimiento del colectivo un proyecto escrito en Perú por sus fundadores (Mario Jacob, Walter Tournier y Victoria Pérez) destinado a la búsqueda de apoyos de agencias de cooperación internacional para desarrollar en Uruguay un proyecto integral de producción y difusión de contenidos audiovisuales. En sus inicios, entonces, *Imágenes* es un proyecto. El mismo logra consolidarse en Uruguay, primero, con el desarrollo de sus primeras producciones que tiene en el año 1987 un primer hito con el estreno de tres importantes contenidos de distinto tipo: *Los cuentos de Don Verídico* (animación), *Voces para una historia* (documental) y *La jeringa* (ficción). Las obras logran, a su vez, consolidar un equipo humano que divide tareas y coopera en términos de producción y difusión. Finalmente, la consolidación del proyecto se consigue a través de agencias de cooperación internacional que brindan financiamiento para la compra de equipamiento. Este primer capítulo aborda este proceso de fundación y consolidación.

En la primera parte (5.1) se mencionan los antecedentes de los fundadores de *Imágenes* y se pone foco en el análisis del documento *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*, proyecto fundacional de la productora. A través de una lectura comparativa de dos versiones del proyecto, el original escrito en 1985 en Perú y su versión final redactada en 1986 en Uruguay, se identifican los objetivos principales de *Imágenes* en sus orígenes: a) producir cine y video en Uruguay de forma estable y sostenida, b) montar una infraestructura de producción de cine y video y c) difundir la producción, creando circuitos alternativos o ampliando los ya existentes.

En la segunda parte del capítulo (5.2) se brinda una descripción de la obra producida entre 1985 y 1991. Se trata de una producción extensa y variada que incursiona en diferentes tipos de contenido: documental, ficción, animación y videos musicales, tanto en fílmico como en video. A su vez, brinda información sobre el proceso de incorporación de sus integrantes y de la estructura organizativa de *Imágenes* durante sus primeros años de vida.

En la tercera parte (5.3) se describen los mecanismos de financiación que hicieron viable la obra y la concreción de los objetivos planteados por la productora detallados en el primer apartado (5.1). En concreto, se describen las fuentes de financiamiento que le permitieron producir y conseguir una infraestructura básica de producción en cine y video. A su vez, se marca una distinción entre dos líneas de trabajo y de estructura organizativa: una vinculada a la animación, con fuerte impronta de formación durante el desarrollo de los proyectos y otra documental, caracterizada por

un aprovechamiento de la tecnología del video bajo una estructura de producción bastante eficaz que aprovecha la experiencia previa de sus integrantes para la división de roles de trabajo.

En el apartado (5.4) se profundiza en el grado de participación de la productora en los distintos proyectos emprendidos y en el presupuesto y financiación de cada obra producida durante la presente etapa. El apartado (5.5), por su parte, brinda información sobre la difusión de la producción, ya que permite dimensionar lo que significó el aporte de *Imágenes* a nivel local en todos los aspectos concernientes a la producción audiovisual. Finalmente (5.6), se resumen los mecanismos implementados por *Imágenes* para alcanzar los objetivos propuestos señalados en la primera parte del capítulo (5.1) y se brinda una primera aproximación al modo de producción de la productora.

En resumen, esta primera etapa que va de 1985 a 1991, se caracterizó por el desarrollo de una modalidad de trabajo y producción que sentó las bases de la institución y le permitió explorar, producir y conformar un sólido equipo de trabajo. En términos de objetivos iniciales y logros, se trató del período más exitoso de la productora.

5.1 El proyecto fundacional de *Imágenes*

5.1.1 Antecedentes

Si bien la primera producción de *Imágenes* (*La gesta de una conciencia*) se presenta en diciembre del año 1985 y la personería jurídica de la institución data de 1986, la génesis del proyecto se encuentra en el año 1984, cuando Mario Jacob, Walter Tournier y Victoria Pérez, deciden regresar al Uruguay y desarrollar en el país una productora de cine y video, tomando como antecedente la experiencia previa de sus fundadores que en ese momento se encontraban exiliados en Perú.

Victoria Pérez contaba con formación en la Universidad de la República en áreas sociales y económicas, así como también estudios en la Universidad de Lima en ciencias de la comunicación. En Perú, además, había sido fundadora de Cine Arte Kunan, en donde había desarrollado experiencias pedagógicas y participado en la organización de distintos ciclos y debates cinematográficos, además de participar en roles de asistencia de producción en algunas obras³¹.

Jacob y Tournier, por su parte, fueron fundadores de la Cinemateca del Tercer Mundo (C3M), una experiencia inédita en el Uruguay, que durante su corto período de vida (1969-1974), logró desarrollar un cine combativo y militante en el marco del Nuevo

³¹ Los datos correspondientes a producción y formación de los distintos integrantes de *Imágenes* fueron extraídos de proyectos en donde aparecen extractos del currículum vitae de cada uno.

Cine Latinoamericano, dentro de un contexto político, económico y social convulsionado en el país que decantó en un largo período de dictadura cívico militar (Villaça, 2012; Dufuur, 2018). Si bien el corpus de cortometrajes emergentes de la experiencia es de por sí relevante y ha logrado perdurar en el tiempo, también lo fue su método de trabajo caracterizado por la conjunción de un equipo humano que trabajó de forma colectiva y que intentó no solo producir, sino principalmente difundir la obra de otros cineastas latinoamericanos y luego la suya propia, creando un método de distribución alternativo alejado de los circuitos de exhibición tradicionales y cercano a los sectores populares (Jacob, 1997a; 2003)³².

Por otra parte en Perú, durante el período del exilio, ambos realizadores lograron desarrollar una continua actividad cinematográfica. En el caso de Mario Jacob, su trabajo se desarrolló a partir de tareas técnicas como sonidista y montajista de diversos cortometrajes. A su vez, conformó una dupla de trabajo con Alejandro Legaspi, con quien no solo produjo cortometrajes propios sino que también trabajó de manera independiente para cadenas internacionales de noticias como Visnews. Walter Tournier, por su parte, trabajó para cine y publicidad realizando créditos y animaciones y además logró en el exilio producir obras propias relevantes y premiadas como *El cóndor y el zorro* (1980), *El clavel desobediente* (1982) y *Nuestro pequeño paraíso* (1985), lo que terminó de posicionarlo como uno de los animadores más prestigiosos de América Latina³³.

Para permitir la inserción de ambos realizadores en el extranjero fue vital la importancia del Decreto Ley N° 19.327 (Perú, 1972). Hay que tener en cuenta que dicha normativa sirvió para incentivar la producción fílmica en formato corto, ya que obligaba a los cines a acompañar cada estreno extranjero con un cortometraje nacional y mantenerlo en cartel durante una semana abonando a sus productores un porcentaje de los impuestos de las entradas vendidas por su exhibición. De acuerdo a García Miranda (2013), entre 1977 y 1992, se produjeron 1253 obras cinematográficas de las cuales el 76% corresponden a cortometrajes (953). En dicho contexto se insertó la experiencia de Jacob y Tournier en el Perú, permitiendo consolidar su experiencia cinematográfica ya demostrada en Uruguay a partir de su labor en la C3M.

Quizás ambos factores ayuden a explicar la magnitud del proyecto emprendido a la hora de pensar en el desexilio. Un proyecto global de producción y difusión de cine y video en un país como Uruguay, sin ningún tipo de industria cinematográfica ni de apoyo legal o normativo para el desarrollo de la actividad; y en un contexto social, económico y político de crisis indudable por tratarse de un momento de transición de la dictadura hacia la democracia.

³² Para una introducción a la C3M, véase Jacob (1997a) y Dufuur (2018).

³³ Para un acercamiento al trabajo de ambos en Perú, véase García Miranda (2013).

5.1.2 Proyecto

Los primeros dos años de *Imágenes* (1985-1986), corresponden a un momento de escritura del proyecto y de búsqueda de alternativas: estructurales y financieras, que hicieran viable la creación de una plataforma de producción en cine y video. A continuación se presenta un análisis comparativo entre el proyecto original (*Imágenes*, 1985b) y el proyecto final (*Imágenes*, 1986a), aunque es preciso hacer notar que en definitiva se trata del mismo proyecto que fue sufriendo modificaciones a medida que *Imágenes* se iba insertando en el medio local y comenzaba a delinear sus objetivos³⁴.

De la lectura del proyecto, lo que se hace visible es algo que luego será ratificado a lo largo del desarrollo de la productora y lo que quizás la destaque del resto de las experiencias que se realizaron paralelamente en el país: el profesionalismo. No se trata de un proyecto escrito a modo de manifiesto estético y/o político, aunque se deduce una clara línea de trabajo cercana a las instituciones gremiales y obreras organizadas, así como también a las instituciones culturales ya existentes. Es un proyecto escrito con un objetivo claro: ser presentado ante organismos no gubernamentales internacionales que permitieran financiarlo.

En este sentido, es importante señalar que nunca consiguieron el cometido. En otras palabras, el proyecto *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*, preveía un plan de trabajo a ser desarrollado a lo largo de dos años que necesitaba de un financiamiento externo para empezar a desarrollarse en su globalidad y que únicamente consiguió un apoyo a inicios de 1986, brindado por el organismo de cooperación internacional NOVIB (Holanda) y que solamente aportó financiación parcial y específica para la compra de equipamiento. Dicha situación será analizada más adelante (5.3.1), pero resulta pertinente mencionar que *Imágenes* logró desarrollar su producción sin recibir nunca un financiamiento institucional (salvo de forma parcial en dos oportunidades que serán debidamente analizadas en esta investigación).

Generalizando, el objetivo global del proyecto fundacional es el mismo en ambas versiones (1985b, 1986a): producir cine y video de forma sostenida a nivel nacional y

³⁴ El proyecto *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*, elaborado por Mario Jacob, Walter Tournier y Victoria Pérez, es un documento escrito que presenta un plan de trabajo, un presupuesto y un plan financiero para la producción audiovisual (en cine y video) dentro de Uruguay. Existen varias versiones del proyecto que van desde esbozos hasta carpetas elaboradas. Se adjuntan en los anexos escaneos de dos carpetas: una fechada en 1985 que parecería ser el proyecto original (*Imágenes*, 1985b) y otra fechada en 1986 que parecería ser su última versión (*Imágenes*, 1986a). A los efectos del presente trabajo, se optó por realizar un análisis comparativo de ambas versiones del documento. Por tratarse de un estudio centrado en la producción de *Imágenes*, el corte temporal de la tesis se inicia en 1985, año de producción de *La gesta de una conciencia*, lo que no implica que pueda tomarse como inicio de la productora el año 1984 (cuando el proyecto escrito empieza a gestarse) o incluso 1986 (cuando la institución obtiene su personería jurídica).

difundir dichas producciones de manera alternativa, tal como puede apreciarse en las siguientes citas:

El objetivo de IMÁGENES es propender a que el pueblo uruguayo se reconozca a través de su propia imagen –representada en películas de cine y video- revalorizando y reafirmando la identidad e integración nacional e interrelacionando las experiencias de diversos grupos sociales. (Imágenes, 1985b, p. 3)

El proyecto “Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo” propone difundir materiales audiovisuales (cine y video) producidos específicamente para apoyar el reencuentro del pueblo con su historia recuperando así su memoria colectiva. (Imágenes, 1986a, p. 13)

Sin embargo, existe una diferencia sustancial entre el proyecto de origen y el último, que evidencia el momento en el cual sus integrantes se encontraban y por ende la institución. En el primer caso, el énfasis se encuentra puesto en la reinserción de sus integrantes en el país, en la conformación de un equipo y en la construcción de una infraestructura que hicieran viable el proyecto. Si bien el último de los casos (la obtención de infraestructura) se mantiene como un componente fuerte de la última versión (Imágenes, 1986a), se observa un mayor énfasis en elementos de difusión del material, así como también de relación continua con instituciones, grupos de base y sectores organizados de la sociedad civil a quienes llaman beneficiarios.

El plan de trabajo presentado en el proyecto de origen (Imágenes, 1985b, pp. 18-19), incluye las actividades que se resumen a continuación y que deberían implementarse en orden cronológico para lograr los objetivos propuestos: a) conformación del equipo humano básico, b) alquiler de un local, c) investigación de las inquietudes existentes en las organizaciones sociales y estudio de las perspectivas de producción de cine y video en el país, d) compra de equipamiento e instalación de los ya existentes, e) producción de cine y video, f) coordinación con otras instituciones (apoyo mutuo con CEMA en producción y con Cinemateca Uruguay en difusión), g) contratación del personal, h) difusión de la producción realizada e i) intercambio con receptores y reelaboración de los planes de producción.

Como se puede apreciar, se plantea un plan de trabajo que va de lo micro a lo macro, partiendo de necesidades básicas como la construcción de un equipo humano y una infraestructura de gestión y equipamiento mientras se indaga en el contexto uruguayo, hasta llegar a la producción y difusión del contenido producido, no sin antes generar vínculos con instituciones ya existentes para coordinar esfuerzos y desarrollar la propuesta.

Por su parte, la versión final del proyecto escrito en 1986, demuestra una clara estructuración de la propuesta en base a cuatro líneas de trabajo denominadas como:

a) Difusión-Cine, b) Difusión-Video, c) Investigación y Planificación, d) Producción-Cine y e) Producción-Video.

Difusión-cine (a) plantea un trabajo coordinado con Cinemateca Uruguaya en una primera etapa aprovechando su estructura y en una segunda etapa se propone la compra de un proyector portátil de 16mm para generar una alternativa de difusión. Difusión-video (b) propone la compra de un monitor de televisión y un reproductor-grabador de video para crear una “Red de distribución alternativa” en donde se exhiban las producciones de *Imágenes* con posterior debate en sindicatos, cooperativas, comités de base y centros parroquiales. En una segunda fase se plantea ampliar el equipamiento con la compra de tres módulos adicionales y aumentar la red para llegar al interior del país.

Producción-video (d) plantea en una primera etapa tramitar la llegada del equipamiento de video y realizar al menos dos producciones. En la segunda etapa se plantea la necesidad de comprar un módulo de posproducción (edición) y ampliar el número de producciones. Producción-cine (e) plantea una producción en la primera etapa y de dos en la segunda sobre temas vinculados a la dictadura y a la vida sindical.

Investigación y Planificación (c) se trata de un departamento que coordina la difusión y producción (a, b, d y e) detectando las necesidades de los beneficiarios y plasmando las mismas en proyectos de realización a partir de un contacto permanente con los distintos grupos e instituciones.

Finalmente, los cinco elementos de la propuesta podrían resumirse de la siguiente manera: producción y difusión de cine y video en base a una investigación y planificación de las necesidades de los beneficiarios. Por otro lado, la lectura comparada de ambos proyectos, permiten el trazado de los siguientes objetivos globales que se plantea *Imágenes* en su proyecto original:

- 1) Producir cine y video en Uruguay de forma estable y sostenida.
- 2) Montar una infraestructura de producción de cine y video.
- 3) Difundir la producción, creando circuitos alternativos o ampliando los ya existentes.

A su vez, en términos de financiamiento, la institución plantea posibilitar la continuidad del proyecto (luego de los dos primeros años para los cuales necesitaría una financiación externa) a partir del autofinanciamiento en base a trabajos por encargo, alquiler de equipos, cursos de capacitación, ingresos por difusión y venta de la producción tanto a nivel local como extranjero.

En este apartado se analizaron los objetivos y se delimitó el plan de financiación de la propuesta, las siguientes secciones desarrollan una sistematización de la obra

producida en la primera etapa de la productora y un análisis global de la financiación, tanto de las obras como a nivel institucional durante sus primeros años de vida. A su vez, la siguiente sección (5.2) propone una sistematización cronológica de las obras producidas y de la paralela incorporación de integrantes que se fueron acoplando a la propuesta.

5.2 La obra de *Imágenes* (1985-1991)

La primera producción de *Imágenes* se trató de un diaporama a tres pantallas producido por encargo del Sindicato Médico del Uruguay destinado a conmemorar el 65 aniversario de la institución y el 70 aniversario de la Asociación de Estudiantes de Medicina. *La gesta de una conciencia* (1985) traza un recorrido por la historia de nacimiento de ambas instituciones mientras contextualiza cultural y sociopolíticamente la época. La realización estuvo a cargo de Tournier y Jacob, con la colaboración de Alicia Artigas y Aránzazu (*Vasco*) Elola³⁵.

Éste último fue la primera incorporación de *Imágenes* al equipo de trabajo ya conformado por Jacob, Tournier y Victoria Pérez. Hay que esperar hasta 1987 para que la institución produzca nuevamente ya que, como anteriormente fuera mencionado, los dos primeros años de su historia correspondieron a un momento de reinserción de sus integrantes en el país, de escritura del proyecto y de búsqueda de alternativas económicas y estructurales que permitieran llevarlo a cabo. Tres obras se estrenan en dicho año: *Voces para una historia* (documental), *La jeringa* (ficción) y *Los cuentos de Don Verídico* (animación).

El documental, dirigido por Mario Jacob, se trató de un trabajo por encargo producido a pedido de Manos del Uruguay que recoge la historia de la cooperativa de producción textil artesanal mientras transmite la importancia de la autogestión y las dificultades de inserción laboral que tiene la mujer en el entorno rural. *Los cuentos de Don Verídico*, dirigidos por Tournier, son cuatro animaciones en plasticina narradas por un títere (Don Verídico) basadas en textos del humorista Julio César Cástro (*Juceca*), quién además puso la voz para la narración. En rigor, se trató de un piloto para televisión de una serie mayor que nunca logró realizarse. Por su parte, *La jeringa*, es una sátira a la comunicación publicitaria protagonizada por el compositor y escritor Leo Maslíah, en una libre adaptación del cuento *Muebles El Canario* escrito por Felisberto Hernández.

³⁵ En algunos casos, como en el de Aránzazu Elola, se optó por utilizar como modalidad más frecuente de cita, hacer mención al apodo (*Vasco*) y no el nombre (Aránzazu). La decisión se justifica porque algunos integrantes de *Imágenes* firman sus obras de esa manera y han alcanzado reconocimiento público como creadores a partir de esas denominaciones. En dichos casos, la primera vez se hace mención al nombre y entre paréntesis se pone el apodo y luego se utiliza cursiva en el apodo omitiendo el nombre.

Del proceso de producción de estas tres obras emerge una estructura de trabajo y la base de un equipo humano que conformó el núcleo de *Imágenes* en sus primeros años. A la incorporación de Vasco Elola, le siguen la llegada de José María Ciganda y Daniel Márquez, ambos con participación en las tres producciones en roles técnicos vinculados a la fotografía en el primer caso y al sonido y montaje en el segundo.

José María Ciganda, quién además fue el impulsor y director de *La jeringa*, había estado radicado en Colombia desde principios de los ochenta trabajando en foto y video, en donde incluso fue director de operaciones del equipo móvil de televisión de la Cadena Caracol. Daniel Márquez, por su parte, contaba con formación en Ingeniería Electrónica (Udelar) y había estado fuertemente vinculado a Cinemateca Uruguaya, siendo funcionario e incluso llegando a formar parte de la directiva de la institución, además de haber participado en roles técnicos en producciones realizadas por la misma como *Mataron a Venancio Flores* (1981) o *Crónicas del exilio* (1984). Tanto Ciganda como Márquez, se integran a *Imágenes* en un primer momento de forma eventual y principalmente como técnicos, ya que ambos producían de forma intensa o incluso formaban parte de otros grupos.

Hilary Sandison, que participó en la investigación de *Voces para una historia* y fue asistente de producción de *Los cuentos de Don Verídico*, se incorporó a la institución de una forma más integral, siendo fundamental su experiencia para el desarrollo de proyectos. Hilary había comenzado su carrera en Londres, en roles vinculados a la asistencia de producción llegando a trabajar con reconocidos productores como David Puttnam³⁶ y posteriormente desarrolló colaboraciones con el grupo humorístico Monty Python. Antes de su llegada al Uruguay, en donde decidió radicarse, vivió cuatro años en París formando parte del equipo de producción en películas de reconocidos directores como Jacques Rivette, Costa-Gavras y Roman Polanski.

Maida Moubayed, participó como colaboradora de *La jeringa* y también se incorporó a la productora, con experiencia en fotografía y estudios en ciencias de la comunicación; posteriormente tendría un lugar destacado dentro de la producción de *Imágenes* dirigiendo importantes documentales con perspectiva de género. Finalmente, habría que agregar la incorporación de Carlos (*Kico*) Márquez que participó en tareas de animación de *Los cuentos de Don Verídico*, pero que posteriormente sería uno de los pilares fundamentales de la difusión de los trabajos realizados por la productora.

En términos de estructura organizativa, ya en 1987 y con dichos integrantes, puede decirse que *Imágenes* se divide en tres áreas: producción, administración y

³⁶ Productor ganador del *Oscar* a mejor película por *Carros de fuego* (1981) y de la *Palma de oro* en el Festival de Cannes por *La misión* (1986). Produjo películas de directores como: Hugh Hudson, Ridley Scott y Alan Parker.

distribución. La primera de ellas (producción) se divide a su vez en dos departamentos especializados, el departamento de producción propiamente dicho (con una fuerte impronta de cine documental) en donde, si bien participan todos los integrantes a la hora de producir, hay un claro impulso de coordinación, investigación y desarrollo de proyectos concentrado en la figura de Mario Jacob al inicio y de Jacob y Hilary Sandison a posteriori. El segundo departamento, liderado por Walter Tournier, fue el departamento de animación.

Victoria Pérez, además de colaborar en las producciones, fue la encargada del área de administración, que implicaba no solo administrar los escasos recursos y llevar adelante la contabilidad de la gestión, sino también desarrollar estrategias de comunicación eficaces. Hay que tener en cuenta que se trataba de un período histórico en donde las comunicaciones eran tan importantes como frágiles. A la inexistencia de internet, deben sumarse, por ejemplo, los elevados costos de las comunicaciones telefónicas. Por lo que, mediante correo y télex, se desarrollaba el intercambio de proyectos, informes y comunicaciones con las distintas organizaciones con las que *Imágenes* trabajaba y/o colaboraba.

Retomando la producción, en 1988 realizan dos documentales por encargo: *Desde la Tierra* y *Octavio Podestá*. El primero de ellos, dirigido por Mario Jacob, se trató de un pedido de la Asociación de Colonos del Uruguay en donde, en breves minutos, se plantea la situación de endeudamiento de los adjudicatarios de tierras del Instituto Nacional de Colonización, que afrontaban la implementación de una ley de refinanciación que volvería inviable su subsistencia. El despoblamiento de la campaña y la desaparición de establecimientos rurales son los ejes de la narración. La otra realización marca una de las pocas incursiones de Walter Tournier en el terreno documental. El registro, realizado a pedido del propio Octavio Podestá y financiado por un premio de la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) obtenido por el escultor, documenta el proceso de realización e instalación de alguna de sus obras, mientras trabajando en su taller reflexiona sobre su trabajo y el rol que juega o debería jugar el arte en el ámbito público y en la sociedad.

Un año más tarde *Imágenes* produce dos reportajes exhibidos en 1989 por televisoras europeas: *Sin pedir permiso* y *Uruguayan Referendum* [Referéndum uruguayo]. El primero, marca a su vez una línea de colaboración que será sostenida en el tiempo con el Plenario de Mujeres del Uruguay (PLEMUU). La obra, codirigida por Sandison y Moubayed, indaga en la casi inexistente representación femenina en el parlamento uruguayo³⁷, mientras profundiza en temas que serán retomados en la posterior obra de las realizadoras, como el rol de la mujer en la sociedad y la visión machista que

³⁷ El documental recoge testimonios de mujeres vinculadas a distintos partidos políticos: Alba Cassina (Partido Colorado), Raquel Macedo, Matilde Rodríguez Larreta (Partido Nacional) y Alba Roballo (Frente Amplio), así como también de trabajadoras anónimas.

proponen tanto los hombres, como los medios masivos de comunicación. Se trata de un documental político con una clara visión de género que opta por el humor y la ironía como herramienta, y el testimonio, el registro de actividades y la inclusión de algunos fragmentos animados, como técnica de realización.

Uruguayan Referendum (1989), se trató de un reportaje realizado para la televisión británica por motivos del plebiscito llevado a cabo en el país para anular la Ley de caducidad³⁸. El documental, dirigido por Jacob y producido por Sandison, se trata de un documento que hoy tiene un indudable valor histórico por los diversos registros que se hicieron de la campaña, pero también por los testimonios que recoge: María Esther Gatti (madre de desaparecidos), Enrique Tarigo (vicepresidente de la República), Eleuterio Fernández Huidobro (preso político y rehén), Luis Pérez Aguirre (sacerdote jesuita militante por los derechos humanos), Eduardo Galeano (escritor), Gral. Hugo Medina (Ministro de Defensa), entre otros. Por otro lado, es importante destacar que el reportaje fue estrenado en la televisión europea (*The world this week* [El mundo esta semana] – Channel Four) antes de que los resultados del plebiscito se conocieran.

Un año más tarde esta modalidad de trabajo sería replicada con un nuevo documental realizado para Channel Four (*Argentina: the economic crisis* [Argentina: la crisis económica], 1990). El reportaje, rodado en las ciudades de Buenos Aires y Rosario, brinda un panorama de la crítica situación económica del país argentino durante la incipiente asunción de Carlos Saúl Menem mediante un interesante contrapunto entre opiniones y registros de lo que ocurre en las calles y la vida mediática y social del presidente, quien incluso brinda su testimonio para el documental en donde queda explícito su modelo económico neoliberal y privatizador. Al reportaje, se suman otras tres producciones en 1990: *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas* (documental), *Los escondites del sol* (animación) y *Onetti, retrato de un escritor* (documental).

La realización sobre Juan Carlos Onetti es una coproducción realizada en conjunto con Juan José Mugni, quien en Madrid había coordinado y registrado una extensa entrevista de Hortensia Campanella al escritor que, rozando los ochenta años de vida en plena intimidad (acostado en su cama y fumando) reflexiona sobre su obra y vida. *Imágenes* editó y complementó el trabajo realizado por Mugni en España entrevistando en Montevideo a escritores de distintas generaciones: Mercedes Rein, Mario Benedetti, Idea Vilariño, Elbio Rodríguez Barilari y Carlos Maggi. Es

³⁸ Recordemos que la transición democrática durante el primer gobierno de Julio María Sanguinetti estuvo marcada fuertemente a nivel político por dos leyes (15.737 y 15.848). La primera de ellas (1985) permitió la liberación de los últimos presos políticos; y la segunda (conocida como *Ley de caducidad*, 1986), aseguró que el Estado no juzgaría los crímenes cometidos por los militares y la policía durante la dictadura. La última de estas leyes fue duramente criticada por diversos actores políticos y de la sociedad organizada, que juntaron firmas y finalmente consiguieron instrumentar un referéndum popular en 1989 con el objetivo de anular la ley.

importante mencionar que, aún en la actualidad, se trata de uno de los pocos registros existentes en donde se puede observar a Onetti hablando sobre su obra.

El otro documental, dirigido por Hilary Sandison, aborda la problemática ambiental de los bañados del departamento de Rocha, área protegida por convenios internacionales, refugio de fauna autóctona y de aves migratorias. La narración plantea la progresiva extinción del bañado como consecuencia de las obras de canalización realizadas para el desarrollo de los cultivos de arroz y advierte sobre la necesidad de detener las obras y volver atrás, para reconstruir el ecosistema. El proyecto marcó un hito a nivel nacional, no solo por la temática abordada y la calidad del registro, sino también por su método de distribución: *Imágenes* realizó una gira por el interior del país llevando la infraestructura necesaria (pantalla gigante, proyector y amplificación) realizando 130 proyecciones y debates en más de 50 localidades del país (Imágenes, 1991a, 1991b; Segura, 1991b).

Los escondites del sol (1990), fue un proyecto de largometraje de animación que no pudo culminarse y que se completó de forma parcial en dos capítulos (de los cuatro proyectados) rodados en 35mm que alcanzan los 36 minutos³⁹. Se podría aventurar, a su vez, que se trató de uno de los proyectos más complejos y ambiciosos del período histórico objeto del presente estudio y que contó con escasa o nula difusión en el país por ser objeto de la censura. En este sentido, su estreno se vio condicionado por la calificación brindada por el INAME⁴⁰, que categorizó a la producción como no apta para menores de 12 años, hecho documentado en prensa de la época no sin un tinte irónico, ya que los guiones fueron basados en cuentos realizados por niños de ocho años (“Consideraron no apto para menores de 12 años un film para niños hecho por niños de 8 años”, 1991).

El proyecto original, bajo el título de *La mirada empañada*, se inició en 1986 cuando los fundadores de *Imágenes* realizaron un taller para niños de entre 8 y 12 años, con el objetivo de que escribieran cuentos sobre su experiencia infantil durante la dictadura. En dicho taller, la consigna fue que los grupos realizaran cuentos colectivos en donde narraran sus vivencias tomando como personajes a distintos animales (Sandison, 1989). De acuerdo a los créditos de la obra, los guiones fueron confeccionados por grupos de niños que: 1) vivieron “normalmente” el autoritarismo, 2) fueron al exilio y 3) tienen a sus padres desaparecidos. De la experiencia emergieron cuatro cuentos que luego decantaron en cuatro guiones con el objetivo de ser producidos, aunque por temas financieros solo se pudieron rodar dos: *A través de las sombras* y *Otro sol*.

³⁹ La animación se efectuó mediante dos variantes: filmación de acetatos en mesa y animación corpórea de figuras en plasticina siguiendo el procedimiento de filmación cuadro a cuadro (*stop motion*). Véase Ambiciosos proyectos emprendidos por “Imágenes” (1991, febrero 28) *Búsqueda*, p. 34.

⁴⁰ Instituto Nacional del Menor, hoy Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay (INAU).

Otros dos documentales y una nueva serie de animación se estrenan en 1991. *Tierra olvidada*, documental dirigido por Mario Jacob, narra la realidad de pequeños productores de Canelones (cercanos a la capital del país) que trabajaban para la empresa RAUSA y con el cierre devinieron horticultores que enfrentaron problemas de comercialización por la intermediación y la estrechez de un mercado acaparado por grandes empresas. *La caja de Pandora*, dirigida por Maida Moubayed, es un documental híbrido, con secciones animadas y representaciones, cuyos protagonistas son niños que, en primera persona y con mucho humor, transmiten la forma en la cual son educados. La escuela, la familia y los medios masivos de comunicación parecen ser claves para transmitir los principios de lo que se espera de cada género.

Madre Tierra es una serie animada de nueve cortometrajes sobre temas del medio ambiente. La producción emerge del proyecto *Multi-coloured Workshop* [Taller multicolor], una experiencia inédita en el país tendiente a la formación de animadores que contó con la presencia de dos instructoras danesas que, junto a Walter Tournier, fueron las responsables de adiestrar y supervisar la realización de cada uno de los cortometrajes producidos (Sandison, 1989). La unidad de la serie se logra por la temática y por el público al cual va dirigido, aunque cada capítulo funciona también como obra cerrada y comprende diferentes técnicas: animación sobre acetatos, animación corpórea de figuras en plasticina, collage, entre otras.

La producción significó uno de los proyectos más ambiciosos de *Imágenes*, única coproducción internacional de la productora, y a su vez, fue la *ópera prima* de la mayoría de los realizadores participantes del taller: ocho uruguayos y cuatro latinoamericanos provenientes de Bolivia, Perú, Brasil y Cuba. Luego de la experiencia de *Los escondites del sol*, dada la escasa formación a nivel de animación existente, *Imágenes* emprendió dicho proyecto cuyo nacimiento es narrado por Walter Tournier de la siguiente manera:

La gente que trabajó en Los escondites... unas doce personas, tenía poca experiencia y por eso se pagó un costo de aprendizaje. Se vio que había gente que no tenía un conocimiento global de lo que significaba hacer una película y mucho menos una animación (...) Por eso se nos ocurrió capacitar a toda esa gente, donde cada una de las personas se encarga de hacer una película de tres minutos y medio de duración, desde el guión hasta el montaje. Intervienen nueve de los doce que participaron en Los escondites... y serán los directores y técnicos de nueve miniprogramas en 35 milímetros. El tema es el medio ambiente y el objetivo son los niños pequeños, de entre 6 y 9 años. (Segura, 1991a)

Madre Tierra, según documentación y contratos de la productora, ha sido comprada por cadenas internacionales de televisión europea y latinoamericana, fue premiada (tanto la serie como obras individuales) en festivales internacionales de cine especializado y forma parte del catálogo de espacios de formación como la Escuela

Internacional de Cine y Televisión (EICTV) de San Antonio de los Baños (Cuba)⁴¹. En Uruguay, sin embargo, fue escasa su distribución y se decidió no emitirla por televisión por el nulo retorno que significaba para la productora entregar la producción a los canales privados. En palabras de Tournier: “*Estamos cansados de la óptica de que, como somos uruguayos, tenemos que dar las cosas gratis*” (Croatto, 1991, p. 22). Esto quizás explique el motivo por el cual la producción parece haber pasado desapercibida a nivel local, ya que es nula o escasa su mención en toda la bibliografía sobre cine uruguayo consultada para el presente trabajo.

Finalmente, otras tres producciones tienen lugar en 1991: un video experimental de carácter documental (*Granja Pepita*) y dos videoclips sobre temas musicales de Mariana Ingold (*Llamando* y *La despreciada*)⁴². Aun tratándose de un breve cortometraje experimental el valor documental de *Granja Pepita*, dirección de Juan Ángel Urruzola y Vasco Elola, es indudable. El título alude a la Quinta Mendizabal, ubicada donde hoy se encuentra el centro comercial Portones Shopping. La obra registra la quinta en su exterior e interior, acompañada por el tema *Mendizabal* de Fernando Cabrera. El texto final del registro es ilustrativo: “Este espacio de Montevideo será demolido. En su lugar se construirá un centro comercial” (Imágenes, Elola y Urruzola, 1991, 03:25).

Así se cierra la obra y la producción de *Imágenes* en esta primera etapa de la productora, alcanzando una prolífica obra que incursiona en toda la gama posible de producciones audiovisuales en cine y video: ficción, documental, animación, video musical y videoarte, cuyo detalle puede observarse a continuación:

AÑO	TÍTULO	CONTENIDO	FORMATO / DURACIÓN
1985	La gesta de una conciencia	Diaporama	U-Matic LB / 28' 48''
1987	La jeringa	Ficción	U-Matic LB / 22' 03''
1987	Voces para una historia	Documental	U-Matic LB / 43' 05''
1987	Los cuentos de Don Verídico	Animación	U-Matic LB / 4 x 5'
1988	Desde la tierra	Documental	U-Matic LB / 11' 26''
1988	Octavio Podestá	Documental	U-Matic LB / 20' 24''
1989	Sin pedir permiso	Documental	U-Matic LB / 32' 46''
1989	Uruguayan referendum	Documental	U-Matic HB / 14' 17''
1990	Argentina: the economic crisis	Documental	U-Matic HB / 11' 56''
1990	Bañados de Rocha	Documental	U-Matic HB / 38' 38''
1990	Los escondites del sol	Animación	35 mm / 2 x 18'
1990	Onetti, retrato de un escritor	Documental	U-Matic HB / 52' 32''

⁴¹La serie recibió premios, entre otros, en los siguientes festivales: *Chicago International Children's Film Festival* (EEUU), *Oberhausen International Short Film Festival* (Alemania), *Oakmedia: Festival Internacional de Cine Ecológico de Friburgo* (Alemania) y *Seoul International Film Festival for Children and Youth* (Corea del Sur).

⁴² En rigor, *Llamando* fue un video dirigido por Leo Ricagni y producido por *Casablanca*, *Imágenes* solo brindó servicios de posproducción.

1991	Granja Pepita	Videoarte	U-Matic HB / 4' 19''
1991	La caja de Pandora	Documental	U-Matic HB / 43' 06''
1991	La despreciada	Videoclip	U-Matic HB / 2' 56''
1991	Llamando	Videoclip	U-Matic HB / 5' 06''
1991	Madre Tierra	Animación	U-Matic HB / 9 x 4'
1991	Tierra Olvidada	Documental	U-Matic HB / 31' 49''

Tabla 1. *Producción de Imágenes (1985-1991)*
[Elaboración propia]

En síntesis, durante sus primeros seis años, *Imágenes* produjo 3 series de animación (15 obras en total), 10 documentales (que incluyen 3 reportajes distribuidos por televisoras internacionales), un cortometraje de ficción de 22 minutos, 2 videos musicales, una producción experimental (videoarte) y un diaporama a tres pantallas. En total, más de 7 horas de producción audiovisual que se dividen de la siguiente manera:

Tipo de contenido	Obras	Minutos (aprox.)
Animación	15 (3)	92
Documental	10	300
Ficción	1	22
Videoclip	2	8
Videoarte	1	4
Diaporama	1	29
Total	30	455

Tabla 2. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1985-1991)*
[Elaboración propia]

5.3 Financiación y estructura de realización (1985-1991)

5.3.1 Financiación institucional

Como se pudo apreciar en el anterior apartado, la obra de *Imágenes* en su primera etapa fue por demás prolífica y variada. A continuación, lo que se propone es un análisis de los mecanismos utilizados por la productora para poder alcanzar dicha producción. En otras palabras, una descripción de las fuentes de financiamiento que hicieron viable la existencia y continuidad de la institución en esta primera etapa.

Como ya se señaló en esta investigación, el proyecto original (*Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*) nunca logró financiación total para poder llevarse a cabo. Sin embargo, *Imágenes* obtuvo dos financiamientos institucionales, uno a principios de 1986 y otro a fines de 1988, que le permitieron

alcanzar -al menos de forma parcial- uno de los principales objetivos de la institución: montar una infraestructura de producción de cine y video.

En rigor, la infraestructura de producción en cine *Imágenes* ya la tenía. La misma formaba parte del capital inicial de sus tres fundadores y consistía en una infraestructura básica de producción cinematográfica que, según carta anexada al proyecto original escrita por Walter Tournier, se estimaba en un monto de 60.000 dólares en equipamiento que trajeron de Perú (Tournier, 1985).

En la misma carta se brinda un resumen de las actividades realizadas entre diciembre de 1984 y marzo de 1985, que implicaron, entre otras: la importación del equipo a Uruguay, la presentación del proyecto a instituciones y sectores organizados del país⁴³ y el envío del proyecto a organismos de ayuda al desarrollo. En este sentido y en dicho período, el proyecto fue enviado a 13 organizaciones de cooperación internacional que se detallan a continuación: Desarrollo y Paz (Canadá), Inter-American Foundation (EEUU), German Association for Technical Cooperation (Alemania Federal), Pan para el Mundo (Alemania Federal), Ayuda contra el hambre del Mundo (Alemania Federal), ORQUIDEES (Francia), CCFD (Francia), Asociación de Artistas de Cine (Francia), Cooperación Internacional para el Desarrollo Socioeconómico (Bélgica), Ayuda y Fraternidad (Bélgica), CADOF (Gran Bretaña), Christian Aid (Gran Bretaña) y NOVIB (Holanda).

Este último (NOVIB), será el que finalmente apoye la propuesta con un primer financiamiento institucional de 25 mil dólares efectuado a comienzos de 1986 que les permitió contar con los recursos económicos necesarios para la compra de un equipo de rodaje de video U-Matic consistente en una cámara Sony M3 APK, un grabador Sony 6800, dos monitores Sony (uno portátil y otro de control), baterías, cargador y accesorios de sonido (Imágenes, 1986a; 1987).

De acuerdo con informes de la institución, para la compra de este equipamiento fueron destinados 17 mil dólares y el resto fue utilizado para la puesta en funcionamiento de la organización. De esta forma, ya en 1986 *Imágenes* contaba con un equipo básico de rodaje en cine y video, pero a diferencia del cine, en donde sus fundadores contaban con extensa experiencia, ninguno de ellos había realizado videos, lo que los lleva a generar espacios de formación con un triple objetivo: vincularse con el medio, nuclear gente y formar a sus integrantes.

⁴³ Cartas de apoyo anexadas a los proyectos (Imágenes, 1985a y Tournier, 1985) demuestran que la propuesta fue presentada, al menos, ante las siguientes instituciones: Plenario Intersindical de Trabajadores (PIT), Federación Uruguaya de Cooperativas de Vivienda por Ayuda Mutua (FUCVAM), Centro Cooperativista Uruguayo (CCU), Cinemateca Uruguay, Centro Interdisciplinario de Estudios Sobre el Desarrollo (CIEDUR), Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Centro de Informaciones y Estudios del Uruguay (CIESU), Centro de Investigaciones Económicas (CINVE), Centro de Investigación y Experimentación Pedagógica (CIEP) y el Grupo de Estudios Urbanos (GEU).

Por ello, paralelamente a la búsqueda de financiación institucional, *Imágenes* desarrolla espacios de formación y participa de diversos talleres para ver las posibilidades y limitaciones del video. En setiembre de 1986, por ejemplo, traen a un camarógrafo argentino (Julio Lencina) para realizar un taller de cámara e iluminación en video. Esta experiencia será replicada poco tiempo después, organizando en conjunto con Cinemateca Uruguaya dos experiencias: un taller de cámara en video y un seminario taller de adaptación cinematográfica a cargo de Eduardo Heras León (Cuba).

El segundo financiamiento institucional fue brindado por la agencia norteamericana de cooperación internacional Inter-American Foundation (IAF) mediante un convenio firmado en setiembre de 1988. El vínculo con la institución surgió luego del trabajo realizado por *Imágenes* para Manos del Uruguay, cooperativa artesanal que en ese momento también recibía financiación por parte de la IAF y que, de hecho, otorgó financiamiento específico para la realización de *Voces para una historia*.

De esta forma, una vez finalizado el documental, *Imágenes* presentó un proyecto de consolidación institucional tendiente a la obtención de una isla de edición de video completa en formato U-Matic (High Band). El proyecto original de *Imágenes* enviado a la IAF en diciembre de 1987 preveía la compra del equipamiento necesario para instalar la primera isla de edición lineal de este tipo en el país, además de un convenio a tres años con la institución para la realización de al menos nueve videos para organizaciones sociales. Estos serían financiados por aportes de la IAF e *Imágenes* en un porcentaje estimado del 80% del presupuesto, solicitando a las instituciones interesadas el costo restante de las producciones.

El monto total del proyecto de consolidación de *Imágenes* enviado a la IAF, que incluía la instalación de la isla y la realización de nueve documentales de 45 minutos cada uno para organizaciones sociales, alcanzaba un monto de más de 220.000 dólares en un período de 3 años, de los cuales se solicitaba a la institución cooperante un aporte de 128.590 dólares, para la compra de equipamiento y aporte en algunos salarios para la realización de los videos.

Finalmente, el convenio firmado dispuso un aporte de 71.000 dólares por parte de la IAF para la compra de equipamiento. A su vez, aproximadamente el 50% del aporte (35.000 dólares) debía ser reembolsado por *Imágenes* a un fondo de crédito gestionado por una contraparte uruguaya (FUNDASOL⁴⁴) en un período no mayor a 5 años. En otras palabras, *Imágenes* recibió de la IAF 36.000 dólares no reembolsables y un préstamo de otros 35.000 a ser reintegrados a largo plazo (IAF, 1988).

⁴⁴ Institución de crédito uruguaya creada por un consorcio de seis organizaciones no gubernamentales.

De esta forma, a partir de dos financiamientos institucionales parciales brindados por IAF y NOVIB, sumados al equipamiento cinematográfico de *Imágenes*, la productora logró contar con una infraestructura de registro y edición en cine y video que la posicionó como la productora audiovisual independiente de fines de la década del ochenta con el equipamiento tecnológico más completo del Uruguay.

Una vez realizada la descripción sobre los financiamientos institucionales, que le permitieron alcanzar uno de los grandes objetivos que se propuso en su fundación: montar una infraestructura de producción de cine y video, se puede avanzar y profundizar en el análisis de los mecanismos utilizados por *Imágenes* para la producción de sus distintos contenidos.

En este sentido, a partir del análisis emergente de las obras producidas, se puede afirmar que la producción más regular y continuada dentro de la institución en esta primera etapa, se concentró en dos tipos de contenidos: animación y documental, que suman 25 de las 30 piezas producidas en el período.

5.3.2 Animación

En 1986 *Imágenes* recibe un financiamiento especial de Evangelisches Missionswerk (Alemania Federal) para el proyecto *La mirada empañada*. El apoyo fue utilizado para la puesta en funcionamiento de un taller con niños que permitió la confección de los cuentos y posteriores guiones de *Los escondites del sol* (Sandison, 1989). De acuerdo con la documentación analizada, la génesis de varios proyectos emerge de esta experiencia y también una estructura formativa de producción que tiene al departamento de animación como eje, bajo la supervisión de Walter Tournier.

La caracterización del departamento como una experiencia formativa, tiene su fundamento en las características de la producción emergente del departamento y en el método utilizado para la producción de las tres obras realizadas: *Los cuentos de Don Verdico*, *Los escondites del sol* y *Madre Tierra*. En otras palabras, las tres obras fueron confeccionadas por gente con escasa o nula experiencia en producción cinematográfica bajo la tutela de Walter Tournier en los dos primeros casos, y de Tournier y dos animadoras danesas en el tercero.

Se trató, además, de una experiencia por demás arriesgada, teniendo en cuenta que la animación suele ser una de las producciones audiovisuales más costosas y que demandan mayor tiempo de rodaje. En términos de costos, por ejemplo, cada capítulo de *Los escondites del sol* tenía un presupuesto aproximado de 70 mil dólares, llegando a una cifra global de más de 270 mil y un tiempo de rodaje estimado de 24 meses (Imágenes, 1990b).

Esto quizás explique el motivo por el cual, en un país sin estímulo ni políticas públicas de ningún tipo que fomenten la producción independiente, proyectos como *La mirada empañada* o *Los cuentos de Don Verídico* nunca hayan podido financiarse ni culminarse completamente salvo de forma parcial, en base a apoyos económicos circunstanciales y al voluntariado de sus integrantes. En el primer caso, las agencias internacionales de solidaridad NOVIB (Holanda) y DIAKONÍA (Suecia) otorgaron fondos que permitieron producir los dos capítulos que forman parte de *Los escondites del sol*. La segunda experiencia, que demandó más de ocho meses de trabajo, es catalogada por Tournier en una entrevista de la siguiente manera:

“Los cuentos de Don Verídico” creo que podrían catalogarse como de locura colectiva. Todo el grupo de Imágenes le tuvo fe al proyecto y se metió de lleno. Lo financiamos nosotros y lo hicimos con mucho esfuerzo... Y salió esto, que no lo consideramos como un producto terminado sino como una especie de “piloto”. Lo hicimos como cuatro capítulos pensados para la televisión y creemos que –de conseguir una financiación– podríamos elaborar un material mucho más terminado. (Iribarne, 1988)

Por su parte Mario Jacob, en la misma nota de prensa, agrega datos sobre el proceso de producción que ayudan a dimensionar las características de los proyectos de animación emprendidos por *Imágenes* y el continuo proceso de experimentación y formación que llevó adelante la productora:

Walter ya tenía experiencia en el uso de la animación en plasticina, pero una de sus obsesiones era trabajar con materiales nacionales. Es decir: no depender de insumos del exterior. Por lo tanto hubo que fabricar una plasticina especial, se fabricaron muñecos articulados, se tuvo que hacer un Don Verídico de polyfom y, fundamentalmente, hubo que capacitar a la gente. A escala nacional esto sería una especie de “mini-superproducción” ¿no? El video englobó el trabajo de 25 personas en distintas etapas: artesanos, animadores, músicos... el propio Juceca, los titiriteros, etcétera... (Iribarne, 1988)

El proyecto original era realizar una serie de 13 capítulos para televisión (por un costo estimado de 200 mil dólares) que serían producidos a través de un régimen de coproducción financiada previamente a partir de subsidios internacionales y de preventas de la producción a cadenas de televisión extranjera. El problema, era que, para facilitar dicho mecanismo, una parte de la financiación debía conseguirse a nivel local. Sin fomento público a la producción, la contraparte natural para obtener dicho financiamiento se encontraba en las televisoras privadas. Algo difícil si se tiene en cuenta que, según datos del período (Álvarez, 1993; Getino, 1998), las televisoras nacionales estaban acostumbradas a pagar entre 300 y 1.000 dólares por hora televisiva de producciones extranjeras.

En este contexto, los “pilotos” de *Don Verídico* fueron, de alguna forma, un intento fallido de *Imágenes* por convencer a la televisión nacional para que invierta en el proyecto en una primera instancia, y luego, una constatación de que en el país se

podían producir contenidos de calidad aunque condicionados por el aspecto financiero. En palabras de Tournier:

El primer problema que hace que esto sea difícil es el económico; estamos hablando de un medio que es muy caro. Entonces hay que ver de qué manera uno puede ir encontrando las posibilidades económicas para poder concretar los proyectos. (...) Yo creo que la diferencia está en profesionalizarte o seguir siendo amateur. Y nosotros nos planteamos ser profesionales, hacer cosas para que no sólo sean vistas en los canales de acá o en los cines comerciales, sino también en el exterior. (Álvarez Castro, 1988)

El tercer proyecto de animación (*Madre Tierra*), condensa de alguna forma las experiencias previas, proponiendo un mecanismo de producción basado en la formación y una financiación sustentada en la coproducción internacional que intenta hacer frente a los condicionamientos inminentes de la realidad uruguaya. Se trató, sin duda, del proyecto concretado más ambicioso de la institución, tanto en términos económicos como productivos.

El proyecto fue coproducido por *Imágenes* y Kurmi Films de Suecia, bajo la producción ejecutiva de Mario Jacob y Lars Bildt. La financiación se obtuvo, parcialmente, con fondos de agencias internacionales de cooperación de Suecia (ASDI), Italia (CROCEVÍA) y Dinamarca (DANIDA), además de una preventa a la televisión estatal danesa (Statens Filmcentral).

El puntapié inicial del proyecto se produjo a partir de un inédito taller de animación denominado como *Multi-coloured Workshop* [Taller Multicolor], desarrollado en Uruguay bajo la instrucción (docente) de Walter Tournier y dos animadoras danesas (María Mac Dalland y Marlene Vilstrup) que se instalaron en el país por un mes para trabajar en conjunto con ocho jóvenes uruguayos y cuatro latinoamericanos en el desarrollo de una mini serie de animación.

Los estudiantes latinoamericanos -Pillar Villa (Ecuador), Alfredo Ovando (Bolivia), Osmar Coxne (Brasil) y Daniel Caballero (Perú)- provinieron de distintas instituciones que auspiciaron el proyecto como la EICTV (Cuba), el Instituto para América Latina de Perú, el Movimiento de Nuevo Cine y Video Boliviano y la productora Verbo Films de Brasil. En Uruguay, *Imágenes* consiguió el auspicio de Cinemateca Uruguaya, del Ministerio de Educación y Cultura y de la Universidad de la República.

A nivel formativo, fue una experiencia enriquecedora para todos los participantes, tanto para los uruguayos como para los extranjeros, que iban desde personas sin ningún tipo de experiencia como Alicia Couce: “Nunca había hecho nada y ver algo hecho por mi y moviéndose, es increíble” (Jacob y Pérez, 1990), hasta casos como el de Pilar Villa (Ecuador), que se encontraba muy próxima al egreso de la escuela de cine de San Antonio de los Baños y que al finalizar el taller comentaba lo siguiente:

Cuando vine tenía algo de teoría sobre lo que era la animación y acá pude aprender a nivel práctico muchas cosas (...) Yo estoy encantada, tengo mucho que decir sobre este curso en la Escuela. Con Fernando [Birri] se ha hablado de que me quede un año en la Escuela, no como alumna, sino que tomaría mi trabajo de animación y me haría cargo de lo que sería el programa de cine con niños y el área de animación.

Entonces dentro de esa posibilidad conversaremos con Malena y María de que ellas puedan ir, dar un curso de animación en la Escuela y plantear una segunda instancia con Walter y Alberto Monteagudo y posteriormente un curso de animación por computadoras. Pienso que es importante porque en la Escuela no ha habido espacio para la animación y el cine infantil. Hablando con Fernando me decía que ya es hora de que eso tome una prioridad. (Jacob y Pérez, 1990)

Hay que tener en cuenta que se trató de un mes intensivo de taller, con jornadas que iban de ocho de la mañana a nueve de la noche todos los días, trabajando catorce personas con cuatro cámaras en un mismo espacio, a partir de ejercicios puntuales de animación propuestos por los instructores que abarcaron distintas técnicas. En palabras de Tournier:

En este primer mes el objetivo es tener hechos los guiones, las historias de los filmes que tendremos terminados dentro de 8 meses. Diariamente se filman y revelan trabajos individuales y de equipo de 2 o 3 personas. Se proponen distintos temas y ejercicios, que luego se discuten colectivamente con la asistencia de los instructores. Pero aquí no sólo impartimos técnicas, el gran objetivo es que de aquí salga gente haciendo filmes. (Pérez Da Cunha, 1990b)

Una vez finalizado el taller, los participantes uruguayos siguieron trabajando en la producción durante ocho meses hasta finalizar cada uno de los cortometrajes. Se trató de un desafío múltiple, en el entendido de que no solamente se trataba de gente que asumía, quizás por primera vez, el desafío autoral de producir una obra, sino también de que *Imágenes*, como productora, asumía compromisos importantes con las contrapartes internacionales que financiaron el proyecto ya que, como ya ha sido mencionado, el aporte que se podía conseguir en Uruguay en términos de compra o preventa era por demás insuficiente. Nuevamente Tournier:

Los 500 o 1000 dólares que se pagan por una producción de una hora no son nada para un trabajo uruguayo. Por eso creo que tenemos que pensar en hacer no sólo para acá sino también para vender en el exterior. Así esta producción del taller no tiene diálogos, evitamos el castellano y usamos ruidos y música para internacionalizarla. Lo más cercano que debe verse y entenderse queda en Dinamarca porque la televisión danesa ya la compró. (Segura, 1991a)

5.3.3 Documental

En el terreno documental *Imágenes* desarrolló una extensa producción que tuvo un enorme impacto a nivel local. En el período analizado desarrolló 10 producciones en

total de los cuales 6 fueron trabajos por encargo. Es decir, que se trató de proyectos canalizados por la productora pero en donde la idea original no surgió de sus integrantes.

El primer documental desarrollado por la productora: *Voces para una historia* (1987), surge por encargo de Manos del Uruguay y fue financiado por la IAF, quién también financiaría el documental *Tierra olvidada* (1991). Por encargo fueron realizados también *Octavio Podestá* (1988) y *Desde la Tierra* (1988). El último solicitado y financiado por la Asociación de Colonos del Uruguay, y el primero realizado a pedido del propio artista con fondos obtenidos por un premio de la IMM.

Tres reportajes distribuidos por televisoras europeas fueron realizados entre 1989 y 1990. *Uruguayan Referendum* y *Argentina: the economic crisis*, si bien, en rigor, fueron servicios de producción para Channel Four de Inglaterra, se trató de proyectos propuestos por *Imágenes* y dirigidos y desarrollados por Hilary Sandison y Mario Jacob. El trabajo demandó en ambos casos enviar un equipo reducido de trabajo a Argentina, para el rodaje en el caso de *Argentina: the economic crisis* y para la posproducción de imagen y sonido en ambos informes, así como también un intercambio permanente con enviados de la televisora europea para supervisar las producciones.

El otro reportaje, *Sin pedir permiso* (1989), inició un camino de colaboración con el Plenario de Mujeres del Uruguay (PLEMUU) y, al igual que *La caja de Pandora* (1991), fueron trabajos financiados por la agencia de cooperación internacional DIAKONÍA (Suecia). En ambos casos fueron proyectos coproducidos con PLEMUU que tuvieron gran impacto a nivel local por la temática abordada. *Onetti, retrato de un escritor* (1990), por su parte, fue una coproducción realizada en conjunto con Juan José Mugni realizada sin ningún tipo de apoyo.

Así como *Madre Tierra* fue el proyecto más ambicioso de la productora a nivel de animación, su contraparte en el terreno documental fue el proyecto *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas* (1990) que iniciaría una tetralogía en la dirección de Hilary Sandison en la temática del medio ambiente uruguayo, completada posteriormente con las obras *India Muerta* (1992), *La quimera de la costa* (1993) y *Los indios de los cerritos* (1996).

El documental fue financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y por el Programa MAB de la UNESCO. Significó un esfuerzo de producción importante porque debido a condicionamientos económicos en solo 20 días se debió filmar todo el material incorporando incluso tomas aéreas de la zona. A su vez, se tuvo que acondicionar transporte para ingresar a los bañados y contar con asesoramiento de expertos para poder encontrar y registrar la fauna y flora del lugar. En palabras de Sandison:

En los países desarrollados, este tipo de documentales se filma en varias etapas para incluir distintas estaciones del año: un documental como *El secreto de las aguas* implicaría un rodaje de unas 10 o 12 semanas como mínimo. Asimismo, los presupuestos europeos para documentales sobre la vida silvestre suelen ser entre veinte y cuarenta veces superiores a los fondos que obtuvimos. (Imágenes, 1990a)

En términos económicos, de acuerdo con documentación de la productora, los documentales institucionales por encargo de bajo costo, como *Desde la tierra* u *Octavio Podestá*, salían menos de 20.000 dólares de presupuesto. Se trata de documentales de pocos días de rodaje y producidos por un equipo mínimo de realización. Un presupuesto aproximado de este tipo de producciones incluía, a modo de ejemplo⁴⁵:

RUBRO	Costo USD
Preproducción	100
Materiales	1.623
Salarios	6.510
Posproducción	5.034
Alquiler de equipos	2.675
Gastos de producción	1.052
TOTAL	16.994

Tabla 3. *Desglose de presupuesto de video documental de bajo presupuesto*
[Elaboración propia en base a Imágenes (1987)]

Los gastos de preproducción son aquellos originados en la preparación de cada realización como gastos de oficina, grabaciones y traslados. Los gastos de producción son los originados durante el rodaje: traslados, alimentación, alojamiento si es en el interior, etc. El rubro salarios hace referencia al gasto implicado en el equipo humano responsable de llevar a cabo la producción. El alquiler de equipos y compra de materiales refiere a los costos de equipamiento en cámara, sonido y accesorios, así como también a la compra de insumos y cassetes para poder llevar a cabo la grabación. El elevado costo de posproducción se explica porque incluye los costos de edición del material (una hora de alquiler de edición tenía un costo de entre 30 y 50 dólares, siendo necesarios entre 100 y 150 horas para poder realizar un documental de este tipo) además de incluir grabación de estudio y mezcla de sonido (Imágenes, 1987).

Por otro lado, documentales como *Onetti, retrato de un escritor* o *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas*, cuadruplicaban este tipo de presupuestos. Se trató de documentales de mayor complejidad, con mayor cantidad de días de rodaje y un

⁴⁵ Se utiliza como ejemplo un presupuesto realizado para CENI (institución educativa de Montevideo), que finalmente no se realizó, véase Imágenes (1987).

aumento sustancial en todos los rubros, con gastos de preproducción y producción sumamente elevados, si se tienen en cuenta, por ejemplo, los gastos de traslado y alojamiento.

Los motivos que explican que *Imágenes* pudiera realizar propuestas de realización más ambiciosas, se relacionan con la reducción de costos por la infraestructura con la cual contaba, además de la experiencia y voluntad de sus realizadores, así como también a contingencias inesperadas que viabilizaban las producciones, como en el caso del documental sobre Juan Carlos Onetti.

De acuerdo a Mugni (Ruffinelli, 2015), algunas circunstancias fueron determinantes para que el documental de Onetti pudiera realizarse sin financiación externa. La primera corresponde a un viaje que debió realizar a Europa que le permitió quedarse por un tiempo relativamente prolongado en Madrid. La segunda fue contactarse con otro uruguayo (Alexis Hintz) que vivía en Madrid, trabajaba como camarógrafo independiente, tenía todo el equipamiento necesario para poder realizar el rodaje y, además, era amigo de Onetti. La última fue la asociación con *Imágenes*, que puso la infraestructura y el equipo humano necesario para realizar las entrevistas complementarias en Montevideo y encargarse de la edición y posproducción de todo el material.

En términos de roles, *Imágenes* se caracterizó por una modalidad de trabajo bastante estructurada en el terreno documental, de pocos miembros durante el rodaje y con cargos específicos basados en la experiencia previa de cada integrante. José María Ciganda se encargaba de la fotografía y Daniel Márquez del sonido y el montaje. La dirección y producción estaban a cargo de Mario Jacob y Hilary Sandison, tanto en términos de rodaje como en el desarrollo de los distintos proyectos buscando alternativas de financiación que los hicieran viables. En casos específicos, Maida Moubayed se sumaba a esta tarea. Victoria Pérez se encargaba de la administración de los proyectos, así como también de colaborar en rubros de producción. Vasco Elola asistía por lo general en la fotografía, al igual que Carlos Márquez quien colaboraba en áreas técnicas y en rubros de producción.

Además, dependiendo de los requerimientos de los trabajos y teniendo en cuenta la disponibilidad de los integrantes (que por lo general trabajaban en más de un proyecto a la vez) se incorporaban técnicos eventuales como Ignacio Seimanas, Álvaro Mechoso o Germán Cabillón. Otra de las particularidades de *Imágenes* que demuestra su profesionalismo, consistió en una política institucional de realizar banda sonora original para todas sus producciones. Por lo que, también existieron colaboraciones importantes de músicos o técnicos abocados a la tarea como: Leonardo Croatto, Fernando Condon, Mariana Ingold, Osvaldo Fattoruso, Hugo Jasa o Ney Peraza⁴⁶.

⁴⁶ Salvo *Voces para una historia* (1987), el resto de la obra de *Imágenes* tiene banda sonora original.

5.3.4 Otros contenidos

Dejando de lado el documental y la animación, la institución realizó otras 5 producciones, dentro de las cuales solamente una contó con financiamiento externo: el diaporama *La gesta de una conciencia* (1985), primera producción de *Imágenes* realizada por encargo del Sindicato Médico del Uruguay. Es importante mencionar que incluso esta producción, que a la distancia puede llegar a parecer una producción menor, significó un despliegue importante en términos de investigación y producción, como lo demuestra la prensa del momento:

El material, armado con fotos de época (...), nos hace progresivamente revivir minuciosa, metódicamente, con vigor y riqueza, lo ocurrido en los primeros treinta y cinco años de la vida del país, en los campos social, político, universitario (...) La impresión final es la de un óptimo instrumento usado con inspiración narrativa y enfocado sobre un tema nacional hasta ahora inexplorado: la gestación de los gremios universitarios, su original colatura, sus inéditos aportes al ser nacional, aquí inmejorablemente recogidos. (C. C., 1985)

Las otras cuatro producciones: dos videos musicales, un video experimental (*Granja Pepita*) y un cortometraje de ficción (*La jeringa*) fueron realizadas sin ningún tipo de financiamiento. Los primeros tres casos son obras de menor costo, producidas como colaboración o por mero interés de registro por parte de sus integrantes aprovechando los medios con los cuales contaban. Aunque, nuevamente, menor costo no significa bajo costo, como explica claramente José María Ciganda en términos de los videos musicales:

Es lamentable tener que decir esto, pero es prácticamente inaccesible para los músicos de acá. Yo sé que hay muchos creadores de la música popular que están interesados en el tema de los video clips. Pero en Uruguay se da el absurdo que el costo de producción de un video clip es mayor que el costo de producción de un disco o cassette. Promocionar un disco con un video clip es prácticamente imposible, ya que un clip costaría dos o tres veces más que el disco que se quiere promocionar... (Pérez Da Cunha, 1990a)

La jeringa, por su parte, fue un esfuerzo importante que quizás explique la baja incursión de *Imágenes* en el terreno de la ficción. Se trató de la primera experiencia de José María Ciganda en la dirección, y de una de las primeras incursiones en ficción de muchos de los colaboradores, que luego tendrían una extensa y rica trayectoria en el ámbito cinematográfico como Mariela Besuievsky, Enrique Fernández y Diego Arsuaga. La forma de financiación de la obra queda explícita en los créditos de la misma: “Esta producción fue realizada en forma cooperativa por actores y técnicos participantes” (Imágenes y Ciganda, 1987, 22:32).

Lo que significó, como es habitual, no solo escasez de recursos sino también que el trabajo demandara un esfuerzo mayor en cada una de sus etapas. En términos de

rodaje, por ejemplo, de acuerdo con Ciganda: “normalmente, habría sido el trabajo de una semana, pero como fue realizado en los tiempos libres de cada colaborador demandó un trabajo de varios meses” (Iribarne, 1988, p. 18).

De todas formas, el mayor problema de la producción tuvo que ver con la distribución. Se trata de un cortometraje de 22 minutos, de excelente nivel técnico que sin embargo tuvo escasa repercusión y casi nula llegada al público por temas legales ya que, luego de su primera exhibición, los herederos de los derechos de la obra de Felisberto Hernández prohibieron su difusión. En palabras de Ciganda:

Los familiares de él entienden que la obra de Felisberto no es para trasladar al video y han dado un veto general a cualquier intento de filmar sus cuentos. No es un problema puntual con este trabajo, sino con cualquier video, en una decisión que yo no comparto pero que, naturalmente, tengo que respetar. (Pérez Da Cunha, 1990a)

5.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1985-1991)

Según el grado de participación de la productora en las distintas obras de esta primera etapa, de 18 proyectos, *Imágenes* participa como productor en 10, como coproductor en 5 y como productor asociado y/o brindando servicios de producción en 3. De los 10 proyectos en los cuales *Imágenes* fue productor, 6 fueron realizados por encargo y lo mismo ocurre con 2 de los 5 en los cuales figura como coproductor. De los 3 restantes en los cuales la institución brinda servicios, 2 emergen de la productora y uno es realizado por encargo. En resumen, en la mitad de los proyectos en los cuales la productora participa en esta primera etapa, la idea no surge de la productora, sino que se trata de proyectos que se viabilizan a través de ella.

Por otro lado, mencionar los proyectos en los cuales la idea emerge de la productora, permite visibilizar que se trató de proyectos realmente ambiciosos para la realidad uruguaya, de elevados costos y con un fuerte grado de innovación, tanto en el tipo de contenido como en la temática abordada. Ellos fueron: tres series de animación (*Los cuentos de Don Verídico*, *Los escondites del sol* y *Madre Tierra*); dos reportajes televisivos (*Uruguayan refernedum* y *Argentina: the economic crisis*), dos documentales (*La caja de Pandora* y *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas*), un cortometraje (*La jeringa*) y un registro experimental (*Granja Pepita*).

En términos de costos, si bien se han brindado cifras reales y específicas, a los efectos de lograr una sistematización general para la presente investigación, se optó por utilizar los presupuestos tipo creados por Stolovich et al (2004) (véase apéndice B). De la aplicación de esta tipología, emergen datos relevantes en torno a los costos de producción de las obras, que en el caso de *Imágenes* en esta primera etapa, se desglosan de la siguiente manera:

Presupuesto	Proyectos
Inferior a 10 mil	3
Entre 10 y 25 mil	2
Entre 25 y 50 mil	8
Entre 50 y 150 mil	2
Superior a 150 mil	3

Tabla 4. *Costos de producción de las obras (1985-1991)*
[Elaboración propia]

Si bien, como se puede apreciar, la mayoría de las obras tiene un presupuesto inferior a los 50.000 dólares, hay que tener en cuenta que el grueso de la obra de *Imágenes*, incluso en aquellos casos de trabajos realizados por encargo, se situó en los márgenes de un tipo de producción contextualmente costosa y de gran riesgo económico para la realidad local. Esto es notoriamente visible en el caso de la animación, pero también en el caso de los proyectos emprendidos por la institución en el terreno documental, que en su amplia mayoría (presupuesto Tipo 1C, véase apéndice B) se acercaron a los 50 mil dólares o incluso superaron esa cifra (Tipo 2).

Además, hay que tener en cuenta que el documental, siguiendo a Stolovich et al (2004), es el tipo de contenido que genera mayores dificultades en términos de previsión de costos por la gran variabilidad de eventualidades que pueden emerger durante el rodaje. Esto es notorio y extremo, por ejemplo, en el caso de la filmación de animales en su hábitat natural, que suele ser el tipo de documentales más caros y largos en cuanto a tiempo. Otro dato que ayuda a comprender los elevados costos, incluso en aquellos documentales de escaso tiempo de rodaje o de escasa duración, consiste en que, de los 10 documentales producidos por *Imágenes*, solo 2 se realizaron completamente en Montevideo, siendo el resto filmados parcial o completamente en el interior del país o incluso en el extranjero. Y de esos dos, en uno (*La caja de Pandora*) los protagonistas son niños, con todos los problemas e imprevisibilidades que ello implica.

Finalmente, en términos de financiación, las obras fueron producidas en base a trabajos por encargo con financiamiento tanto de instituciones locales como extranjeras, al apoyo de agencias de cooperación internacional (y en casos ocasionales a ventas de servicios o contenidos para televisión), pero fundamentalmente en base a la infraestructura tecnológica con la cual contó *Imágenes* y al voluntariado de muchos de los implicados en la elaboración de las producciones.

El siguiente recuadro presenta una sistematización de las obras de acuerdo con el grado de participación, así como el presupuesto y financiación de cada obra, permitiendo visualizar en detalle lo anteriormente descrito.

AÑO	TÍTULO	GRADO DE PARTICIPACIÓN	PRESUPUESTO	FINANCIACIÓN
1985	La gesta de una conciencia	Producción (por encargo)	D Tipo 1B	Sindicato Médico del Uruguay Asociación de Estudiantes de Medicina
1987	La jeringa	Coproducción	CF Tipo 2A	Cooperativa
1987	Voces para una historia	Producción (por encargo)	D Tipo 1C	Manos del Uruguay Inter-American Foundation (EEUU)
1987	Los cuentos de Don Verídico	Producción	A	Imágenes – Voluntariado
1988	Desde la tierra	Producción (por encargo)	D Tipo 1A	Asociación de Colonos del Uruguay
1988	Octavio Podestá	Producción (por encargo)	D Tipo 1B	IMM
1989	Sin pedir permiso	Coproducción (PLEMUU)	D Tipo 1C	DIAKONIA (Suecia)
1989	Uruguayan referendum	Servicio Producción	D Tipo 1C	Channel 4 (Gran Bretaña)
1990	Argentina: the economic crisis	Servicio Producción	D Tipo 1C	Channel 4 (Gran Bretaña)
1990	Bañados de Rocha...	Producción	D Tipo 2	AECI (España) Programa MAB - UNESCO
1990	Los escondites del sol	Producción	A	Evangelishes Missionwerk (Alemania Federal) NOVIB (Holanda) DIAKONIA (Suecia)
1990	Onetti: retrato de un escritor	Coproducción (JJM)	D Tipo 2	Imágenes - Juan José Mugni
1991	Granja Pepita	Producción	CF Tipo 1	Imágenes
1991	La caja de Pandora	Coproducción (PLEMUU)	D Tipo 1C	DIAKONIA (Suecia) NOVIB (Holanda)
1991	La Despreciada (Mariana Ingold)	Producción (por encargo)	CF Tipo 1	Imágenes
1991	Llamando (Mariana Ingold)	Servicio Posproducción	CF Tipo 1	Casablanca-Imágenes
1991	Madre Tierra	Coproducción (KURMI)	A	ASDI (Suecia) CROCEVIA (Italia) DANIDA (Dinamarca) STATENS FILMCENTRAL (Dinamarca) TV2 Denmark (Dinamarca) Udelar (Uruguay)
1991	Tierra Olvidada	Producción (por encargo)	D Tipo 1C	Inter-American Foundation (EEUU)

Tabla 5. Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1985-1991)
[Elaboración propia]

5.5 Difusión

En esta primera etapa *Imágenes* difundió su obra por las siguientes vías: salas cinematográficas (culturales y/o alternativas), televisión (nacional e internacional), festivales o muestras, giras de proyecciones con foro debates a nivel nacional y VHS (video).

En el primer caso, las obras por lo general fueron estrenadas en centros culturales de Montevideo como el Instituto Goethe o Cinemateca Uruguay, planteando luego exhibiciones permanentes por un período corto de tiempo en las mismas salas. Es importante destacar al menos dos ciclos realizados en salas cinematográficas durante este marco temporal.

El primero de ellos ocurrió en 1987, a partir de un catálogo elaborado por las producciones uruguayas realizadas ese año por los colectivos *Imágenes*, CEMA, Estudio Imagen y SUA. El ciclo se denominó “Uruguay se ve” y se desarrolló del 25 de noviembre al 6 de diciembre, en donde *Imágenes* participó con *Los cuentos de Don Verídico*, *La jeringa* y *Voces para una historia*. El ciclo alcanzó una cantidad aproximada de 8.500 espectadores, lo que resulta significativo teniendo en cuenta que era una sala pequeña con una capacidad de 198 butacas. La misma muestra fue replicada después en Buenos Aires (Argentina), los días 19 y 20 de julio de 1988, en la Sala Leopoldo Lugones de la Fundación Cineteca Argentina.

El segundo ciclo de relevancia, se desarrolló entre el 24 de octubre y el 1 de diciembre de 1991 en Cinemateca Uruguay. La muestra “5 años de *Imágenes*”, como su nombre lo indica, se trató de una propuesta en solitario de la productora por difundir parte de su obra en Montevideo con 4 funciones diarias (totalizando 155 funciones) y manteniendo en cartel cada obra por un promedio de 5 días. El ciclo alcanzó una cifra global de 4.685 espectadores, un número nada despreciable si se tiene en cuenta que competían con películas de estreno como *El silencio de los inocentes*, *Terminator II* o *El exorcista II* (“Estrenos”, 1991). El siguiente cuadro presenta una síntesis de la cantidad de espectadores alcanzados por cada obra y la permanencia en cartel de cada una (*Imágenes*, 1991a):

Obra	Días	Espectadores
Madre Tierra	8	1.335
Bañados de Rocha	7	1.320
Tierra olvidada y Sin Pedir Permiso	4	195
Onetti, retrato de un escritor	3	351
La caja de Pandora	10	1.037
Los escondites del sol	7	447
TOTAL	39	4.685

Tabla 6. *Detalle de espectadores y permanencia en cartel del ciclo 5 años de Imágenes*
[Adaptación de cuadro extraído de Imágenes (1991a)]

En el caso de la televisión, *Imágenes* intentó difundir sus producciones por los canales locales y lo consiguió. Documentales como *Voces para una historia* y *Octavio Podestá* fueron estrenados en Canal 10 (SAETA), algo poco usual y que generó cierto entusiasmo, como lo demuestra la prensa del momento:

El documental Octavio Podestá, que dirigiera Walter Tournier, será exhibido por Canal 10. La noticia es verdaderamente auspiciosa porque significa aportar una boca de salida para material uruguayo que de otra forma no alcanza a la confrontación con su público natural. El canal de la calle Carnelli es el que más conciencia ha tomado del asunto, en tanto sabe que existe una gran porción de la audiencia dispuesta a aplaudir este tipo de iniciativas que permiten encontrar una imagen “diferente” en medio de tanto enlatado y cine apretado en las dimensiones reducidas de la pantalla del televisor. Lo sabe además por experiencia propia: hace unos días decidieron proyectar por segunda vez *Voces para una historia*, el documental que Mario Jacob hiciera sobre las trabajadoras de Manos del Uruguay, obedeciendo al pedido de la gente que estuvo llamando por teléfono al canal (y a varias radios) para solicitar la nueva emisión de aquel programa. (Segura, 1988)

Sin embargo, si bien hubo intentos por replicar la experiencia, la misma no tuvo éxito por diferentes factores. En primer lugar, existió en *Imágenes* cierto interés por generar espacios de coproducción con la televisión local, pero que por un tema de costos (como en el caso de *Los cuentos de Don Verídico*) no tuvieron eco en las televisoras privadas. Esto descartó la posibilidad de producir en conjunto, pero a su vez, llevó a que los integrantes de *Imágenes* sintieran la necesidad de percibir por la emisión de sus producciones lo que entendían era justo, cuestión que, como era de esperar, tampoco tuvo eco. Así lo reflejan los comentarios de un periodista luego del estreno de *La caja de Pandora*:

La productora exige –y es lógico que así sea- un trato comercial igual al que recibe una producción extranjera. Y seguramente allí radica el principal escollo, por cuanto los canales han creído, en general, que por tratarse de una experiencia uruguaya alcanza con “hacerle el favor” de emitirla. Y es en esa diferencia de enfoque que se va postergando la posibilidad de que mucho material valioso, realizado por productoras independientes uruguayas, quede fuera del alcance de la masiva apreciación que permite la televisión. (Álvarez Montero, 1991)

Estos factores, quizás, también expliquen el intento de *Imágenes* de producir para la televisión extranjera, como sucedió con las experiencias de Channel Four, proyectos generados por la productora en el año 1989 y también, aunque ya formaba parte de su idea original, el gran esfuerzo emprendido por encontrar vías de distribución alternativas de sus producciones, que permitieran el contacto del público nacional con sus obras.

Como ya ha sido mencionado, por lo general, las obras producidas eran estrenadas en pantalla gigante en salas culturales o en espacios alternativos, Instituto Goethe y Cinemateca Uruguaya en Montevideo y cine clubes o teatros acondicionados en el interior del país. Luego, la distribución de las producciones por encargo era generalmente llevada a cabo por las propias instituciones demandantes de las obras, a quienes *Imágenes* brindaba copias en VHS del material. Además, aprovechando la posibilidad de los videoclubes, *Imágenes* pasó a cintas magnéticas sus principales producciones para darles una circularidad comercial.

Por otro lado, a principios de los noventa, para el estreno de *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas*, la productora consiguió financiación para desarrollar lo que fue un hito a nivel local: una gira con una pantalla gigante que realizó 130 proyecciones en más de 50 localidades del país. Cada presentación era seguida por un debate orientado por especialistas en la temática y se estima que, en los 7 circuitos realizados en el interior, se alcanzó una cifra cercana a los 30 mil espectadores. Las proyecciones eran gratuitas y se logró financiar la gira gracias al apoyo de NOVIB (Holanda). La experiencia es explicada por Hilary Sandison de la siguiente manera:

Planteamos la necesidad de difundir este trabajo para cooperar en la educación ambiental, y la respuesta de los holandeses fue afirmativa. La compañía Shell puso parte de la nafta para mover la camioneta alquilada, en la cual se llevaba una pantalla gigante importada de Estados Unidos (de 4 metros por 3), un grabador Umatic, un cañón, amplificador y dos bafles.

Era el equipo imprescindible para que la calidad de exhibición fuera exactamente la misma en todos lados, y para que la sensación de espectáculo que el medio bien utilizado tiene, no le fuera negada a gente que de repente hace mucho tiempo que no ve cine. (Segura, 1991b).

La experiencia fue replicada luego (llegando a menos localidades) para la difusión de *La caja de Pandora* en 1993 con apoyos de NOVIB (Holanda) y CROCEVIA (Italia). De acuerdo con datos de la productora y de PLEMUU (Mazzei y Tornaria, 1993), en esa oportunidad se alcanzó una cifra superior a los 10 mil espectadores. Que estas experiencias no hayan logrado tener cierta continuidad en el tiempo, responde nuevamente a factores económicos, ya que cada gira tenía un costo aproximado de 20 mil dólares de presupuesto (Nocetti, 1993).

Estos elementos nos permiten constatar que *Imágenes* creó circuitos alternativos de difusión y también amplió los existentes, por lo que, en sus primeros cinco años de vida, la institución alcanzó los objetivos propuestos más importantes de su proyecto fundacional. A la distancia de los acontecimientos, y sistematizada la documentación utilizada para la presente investigación, también se puede concluir que en términos de objetivos iniciales y logros, se trató del período más exitoso de la productora.

5.6 Primera aproximación al modo de producción de *Imágenes*

Hasta aquí se ha desarrollado una descripción y sistematización de la producción y financiación de la obra de *Imágenes* en esta primera etapa que va de 1985 a 1991. En un primer apartado (5.1) se intentó reconstruir la fundación de la institución tomando como base para el desarrollo, al proyecto *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo* (Imágenes, 1985b; 1986a) por considerarlo un proyecto fundamental para entender la génesis de la productora. Del análisis del proyecto original emergieron ciertos objetivos que fueron sintetizados en tres por entender que condensan la idea global del proyecto:

- 1) Producir cine y video en Uruguay de forma estable y sostenida.
- 2) Montar una infraestructura de producción de cine y video.
- 3) Difundir la producción, creando circuitos alternativos o ampliando los ya existentes.

Luego se describió y sistematizó la obra producida entre 1985 y 1991, una producción por demás prolífica y variada, que incursionó en ficción, animación, documental, videos musicales e incluso en contenidos experimentales (tanto en video como en cine) lo que permite concluir que *Imágenes* logró el primero de sus principales objetivos durante esta etapa.

Posteriormente, se describieron los mecanismos utilizados por la productora para financiar su obra e infraestructura y se brindó información en torno al proceso de nucleamiento de sus integrantes y de su estructura organizativa. Esto permitió constatar que, en términos de equipamiento tecnológico, en un período relativamente breve, la institución también consiguió el segundo objetivo propuesto: montar una infraestructura de producción de cine y video.

Además, conformó un equipo humano (con responsabilidades específicas) que permitió desarrollar una importante producción en al menos dos líneas de trabajo: una de animación (sustentada en un trabajo colaborativo con fuerte impronta de formación) y otra documental, que aprovechó la tecnología del video y la experiencia de sus integrantes para producir de forma estable y eficiente, producciones propias o por encargo.

Finalmente (apartado 5.5) se abordaron aspectos concernientes a la distribución y exhibición de las obras, planteando un panorama general de la difusión de sus producciones en esta primera etapa, por entender que sirve para dimensionar todos los aspectos concernientes a la producción audiovisual y lo que significó, en particular, el aporte de *Imágenes* a nivel local.

Sin embargo, para intentar delimitar y describir el modo de producción de *Imágenes*, se hace necesario presentar algunos elementos concernientes a la financiación y a los medios de producción, que hasta al momento no han sido mencionados y que serán profundizados en el siguiente capítulo.

En primer lugar, en términos de infraestructura, además del equipamiento tecnológico ya descrito, desde fines de 1988 *Imágenes* alquilaba tres locales en el barrio de Palermo. El primero era su sede (Santiago de Chile 1304), lugar de gestión y trabajo permanente, en donde, según la documentación analizada, se reunían todos sus integrantes al menos una vez por semana en régimen de asamblea para tomar decisiones y avanzar en los distintos proyectos. El segundo local (Barrios Amorín 1039), que en rigor era un sótano, había sido acondicionado para que trabajara con cierta independencia el departamento de animación en sus producciones. El último local, ubicado en la calle San Salvador muy cerca del sótano, fue alquilado luego del convenio firmado por la IAF para instalar allí la isla de edición.

En este sentido, además de los costos inherentes a la producción de cada una de sus obras, *Imágenes* debía afrontar un presupuesto mensual de supervivencia en gastos de alquiler, gestión, comunicación y otros rubros que, de acuerdo con documentación de la productora, ya hacia fines de 1987 superaban los 2.500 dólares mensuales. Esta situación de asfixia económica es claramente expuesta en su proyecto de consolidación presentado ante la IAF en 1987:

La institución ha sobrevivido porque ha sabido administrar los escasísimos recursos recibidos y/o generados, pero fundamentalmente porque ha sabido crear una mística de trabajo en relación a un proyecto comunicacional. Pero si no se toman las medidas necesarias, la situación puede volverse crítica hasta el punto de amenazar el futuro de la institución. (*Imágenes*, 1987, p. 10)

Estos costos tuvieron un crecimiento inminente con el convenio firmado con la IAF. Recordemos que, la mitad del apoyo consistía en un préstamo de 35.000 dólares que planteaba un compromiso de reembolso a FUNDASOL (IAF, 1988).

Algunos de estos factores quizás expliquen la construcción de un proyecto paralelo de producción audiovisual creado por *Imágenes* tendiente a suministrar servicios de edición y a la realización de cortos publicitarios denominado *Etcétera*. Si bien, de acuerdo a notas de prensa y a la documentación analizada, ya desde sus inicios *Imágenes* prestó servicios a terceros, principalmente el alquiler de su equipo de filmación en video que iba acompañado por un asistente de cámara, fue con la instalación de la isla de edición que *Etcétera* tomó otro impulso. Así, en un principio, *Etcétera* se crea para brindar servicios de edición, pero luego comienza a desarrollar una línea más completa de servicios que incluyen la producción de cortos publicitarios, conformándose en un proyecto que, nacido de *Imágenes*, culmina teniendo independencia económica y de gestión.

A nivel legal, en sus inicios se conformó una empresa (SRL) integrada por Mario Jacob, Daniel Márquez y Vasco Elola. La isla de edición era gestionada y trabajada por Márquez, la producción era gestionada por Jacob y los proyectos eran dirigidos en un principio por José María Ciganda con asistencia de Elola. A su vez, el equipo del *Sótano* brindaba servicios específicos de animación cuando éstos eran demandados. Posteriormente, se integrará Ricardo Fleiss al proyecto de *Etcétera*, quién tomará la gestión de la empresa y Vasco Elola asumirá la dirección de los cortos publicitarios desarrollados.

Este proyecto empresarial paralelo, permitió que *Etcétera* se hiciera cargo de varios gastos del funcionamiento de la institución y brindara fuentes de trabajo estable a algunos de sus integrantes. También facilitó el reembolso del préstamo de la IAF y solventó algunas pérdidas económicas efectuadas por proyectos específicos de *Imágenes*.

Retomando el proyecto fundacional (*Imágenes*, 1985b; 1986a), recordemos que la organización planteaba un plan de autofinanciamiento del proyecto que, luego de apoyos iniciales de financiamiento externo, permitiría su continuidad en el tiempo a través de trabajos por encargo, alquiler de equipos, cursos de capacitación, ingresos por difusión y venta de la producción tanto a nivel local como extranjero. Todas esas líneas de trabajo fueron desarrolladas. Sin embargo, en los hechos, se puede advertir que *Imágenes* logró sustentar su proyecto y su producción en base a las siguientes líneas de financiación: a) trabajos por encargo, b) cooperación internacional, c) voluntariado e infraestructura y d) venta de servicios a través de *Etcétera*.

Hecha la descripción de esta primera etapa, caracterizar el modo de producción de la productora se vuelve algo complejo en términos de fuerza de trabajo, medios de producción y financiación.

En torno al primer aspecto, *Imágenes* se caracterizó en esta primera etapa por ser un proyecto que conjugó la experiencia previa de sus fundadores con la conformación de un sólido equipo humano con división de roles de trabajo y dos líneas de producción marcadas: una documental y otra de animación. El departamento de animación tuvo una fuerte impronta de formación durante el desarrollo de los proyectos, lo que permite encuadrarlo como un método de producción formativo y cooperativo. Lo formativo se fundamenta porque los tres proyectos desarrollados (*Los cuentos de Don Verídico*, *Los escondites del sol* y *Madre Tierra*) fueron proyectos producidos en su mayoría por gente sin experiencia en la producción de proyectos de animación, a partir de estrategias tuteladas por Walter Tournier. Lo cooperativo tiene su explicación en el principal método de financiación que hizo posible la obra: el voluntariado.

Por su parte, la estrategia de producción desarrollada en la producción documental de *Imágenes*, fue distinta. Se podría definir, burdamente, como un método de producción estructurado y colaborativo. Estructurado en el entendido de que conformó una estructura de producción bastante eficaz que aprovechó la experiencia previa de sus integrantes para la división de roles de trabajo. Colaborativo, por otra parte, por el tipo de obra producida y los mecanismos de financiación utilizados. La colaboración, en este sentido, se fundamenta en el desarrollo de proyectos por encargo o en conjunto con varias organizaciones sociales y también por la colaboración internacional (de agencias de cooperación) para la financiación de proyectos y de parte de los medios de producción que hicieron posible la obra.

En torno a los medios de producción, *Imágenes* logró en un tiempo relativamente breve contar con la infraestructura necesaria (en cine y video) para poder desarrollar su obra y reducir costos en términos de equipamiento para el desarrollo de proyectos. Sin embargo, se hace complejo explicar la continuidad productiva de *Imágenes* solamente atendiendo a estos aspectos, por lo que el modo de producción global de la productora debe ser abordado, también, teniendo en cuenta la relación existente entre *Imágenes-Etcétera*, aspecto que será profundizado en el siguiente capítulo.

En síntesis, esta primera etapa de la productora, que va de 1985 a 1991, permitió la fundación y consolidación de un proyecto de producción audiovisual en Uruguay, sumamente exitoso en términos de cantidad y variedad de contenidos, que para poder producirlos, buscó distintas fuentes de financiamiento, en donde, la cooperación internacional jugó un rol importante, pero aún más importante fue el trabajo de gestión y producción de sus integrantes, que generaron los mecanismos necesarios para poder desarrollar los distintos proyectos y, autofinanciarse, en un país sin ningún tipo de apoyo a la producción audiovisual independiente.

6. SEGUNDA ETAPA DE IMÁGENES (1992-1994): CRISIS INSTITUCIONAL

Este capítulo explora la segunda etapa identificada en la historia institucional de *Imágenes*. El período se caracteriza por un clima de tensión e incertidumbre, productiva y financiera, que lleva a una progresiva transformación dentro de la organización en torno a su modo de producción. La crisis es introducida en el capítulo desde la perspectiva de sus integrantes y profundizada en el cierre a partir de la visión de un asesor externo. Este proceso de cambios, aquí denominado como crisis institucional, decanta en una división del colectivo y de su estructura, conduciendo hacia una refundación de la organización.

El primer apartado del capítulo (6.1) analiza el proceso de inestabilidad económica que lleva a *Imágenes* a crear un proyecto paralelo de producción audiovisual publicitaria (*Etcétera*), que resuelve algunos problemas, pero a su vez, trae otros, llevando a una fractura dentro de la unidad del colectivo y a una nueva dinámica de trabajo. En el siguiente apartado (6.2) se describe la producción de *Imágenes* entre los años 1992 y 1994, un acumulado prolífico pero predominantemente documental y que, a diferencia de la etapa anterior, no incursiona en la animación.

La financiación de la producción es abordada en el siguiente apartado (6.3) donde se analizan las líneas de continuidad en términos de apoyos de la cooperación internacional para algunos proyectos y la profundización en la colaboración con organizaciones nacionales. En este apartado también se describen algunos cambios visibles en términos de roles, con una presencia más activa de algunos integrantes, así como también un desplazamiento o menor actividad por parte de otros, que conduce a una mayor presencia de colaboradores eventuales en diferentes rubros para responder a los requerimientos de las distintas producciones.

El grado de participación de la productora en todos los proyectos emprendidos durante la presente etapa, así como también el presupuesto y financiación específicos de cada obra, es abordado en el apartado 6.4. Aquí se observa un incremento de los proyectos realizados por encargo, así como también una disminución del voluntariado. En términos económicos la obra se sigue situando en los márgenes de un tipo de producción compleja, costosa y de gran riesgo económico para la realidad local, que solo se explica a partir de una reducción de costos producto de su infraestructura.

Sobre el final del capítulo (6.5) se desarrolla un análisis de la situación de crisis a partir de los aportes brindados por un asesor externo. El apartado se fundamenta en tres informes institucionales elaborados por el psicólogo Jorge Ferrando (1994a, 1994b, 1994c) y funciona a modo de contrapunto con el primer apartado (6.1). Allí se profundiza en los aspectos económicos, organizativos y de vinculación entre sus integrantes, que llevaron a una situación que hizo peligrar la continuidad de la

productora y que finalmente culmina con la desvinculación de algunos de sus componentes y la separación de *Imágenes* y *Etcétera*.

El último apartado (6.6) recapitula lo abordado y aventura la hipótesis de que el momento de crisis institucional desarrollado en la presente etapa, fue también un período de transición de un modo de producción a otro, que será abordado en el próximo capítulo.

6.1 La crisis institucional desde una mirada interna (1992)

El convenio firmado con la IAF en 1988 que le permitió a *Imágenes* tener una infraestructura de video para producción y posproducción, surgió como un proyecto de consolidación de la productora cuando en el país recién comenzaba a utilizarse ese tipo de tecnología. Desde la perspectiva de sus integrantes, se entendió en ese momento que la consolidación pasaba por completar una infraestructura técnica que los dotara de total autonomía productiva. Esta situación les permitiría abordar de forma integral cada una de las etapas del proceso de realización en un formato de calidad (U-Matic High Band), el cual se adelantó al que iba a estar vigente en el medio local, ya que hasta la irrupción de *Imágenes*, el formato predominante, en el mejor de los casos, era el U-Matic Low Band.

Sin embargo, si bien se consiguieron los objetivos planteados, la fragilidad económica de una institución abocada a la realización de productos complejos, de alto costo y de difícil recuperación, en un país sin políticas públicas ni fomento a la producción independiente de ningún tipo, planteó entre sus integrantes una gran inestabilidad. Esta última se expresa en su continua búsqueda por encontrar apoyos de todo tipo que les permitiera, algo difícil de conseguir en ese contexto: el autofinanciamiento.

La creación de *Etcétera* fue, quizás, el intento más ambicioso en este sentido. Un proyecto paralelo de producción audiovisual, destinado al mercado publicitario, que permitió generar puestos de trabajo estable para muchos de sus integrantes y también cierta estabilidad de ingresos para una institución que tenía gastos mensuales de funcionamiento, más allá de los costos inherentes a los proyectos emprendidos.

Sin embargo, la idea de poder autofinanciar la producción independiente a partir de esta estrategia resultó poco efectiva desde la perspectiva de sus integrantes, tal como puede observarse en el siguiente fragmento, extraído del informe final de evaluación del proyecto de consolidación entregado a la IAF hacia fines de 1992:

El sueño de que la venta de servicios y la publicidad genere un excedente para volcarlo a la producción se ha visto frustrado por la realidad, por los actuales altos

costos y por los pagos de las obligaciones mensuales que la institución y que ETCETERA tienen.⁴⁷ (Jacob, 1992c)

Toda la obra producida por *Imágenes*, más allá de la reducción de costos alcanzada gracias a su infraestructura, dependió entonces indefectiblemente de la obtención de recursos económicos externos. A nivel extranjero, la cooperación internacional fue el principal aliado y a nivel local, la colaboración con organizaciones no gubernamentales mediante trabajos por encargo, pareció ser el mecanismo más efectivo.

Por su parte, las estrategias emprendidas para insertar la producción de *Imágenes* en la televisión, tanto local como extranjera, terminaron por desestabilizar aún más a la productora que, en el primer caso, produjo más por necesidad de generación de contenidos que por rédito económico, y en el segundo, implicó un desgaste indudable de energías por la necesidad constante de formación y adaptación a un mercado sumamente competitivo. El análisis de sus integrantes, pensando en perspectivas futuras, es claro:

Tenemos la capacidad como para ingresar a la TV pero mientras el país carezca de una política de comunicaciones no debemos ser demasiado optimistas, ya que lo que las televisoras están dispuestas a pagar apenas cubre el costo de los cassettes.

Sabemos que una de las posibilidades que IMÁGENES tiene es su inserción en el mercado internacional. Pero eso es fácil decirlo y difícil de concretarlo. En los niveles de coproducciones, de venta de programas ya realizados e inclusive de venta de servicios. Para competir no se requiere únicamente de capacidad; se necesita de una buena infraestructura de contactos y una constante renovación tecnológica. (Jacob, 1992c)

Sin posibilidad de financiación local, ni pública ni privada a través de las televisoras, con un escenario internacional competitivo y de demandas de adaptación tecnológica constante, las perspectivas a futuro parecerían nuevamente depender de la adaptabilidad de sus integrantes para hacer frente a la sustentabilidad. En este sentido, los cambios tecnológicos aparecen como un arma de doble filo: permiten la producción, pero amenazan la subsistencia en términos económicos al mismo tiempo, ya que los cambios procesados a este nivel son tan rápidos que contrastan con las posibilidades financieras de la productora para poder enfrentarlos. En palabras de sus integrantes:

Aún antes de haber concluido con la devolución del préstamo, nos vemos enfrentados al problema de reactualización del equipamiento. El mundo del video está en constante transformación y es probable que dentro de un año la infraestructura de

⁴⁷ Las citas del presente apartado, son extractos del informe final del convenio de consolidación institucional entregado por *Imágenes* a la IAF en noviembre de 1992. Allí se brinda una muy breve pero sólida reflexión en torno a la trayectoria de la productora en su primera etapa y un racconto de las actividades realizadas en ese año.

IMÁGENES esté obsoleta frente a los requerimientos del mercado. Este salto tecnológico (salto para sobrevivir, salto para seguir existiendo) es de una envergadura económica que no ha encontrado –hasta la fecha- respuestas adecuadas. (Jacob, 1992c)

Como se puede apreciar a lo largo de todo el informe entregado a la IAF en noviembre de 1992, del cual aquí se utilizaron algunos fragmentos, se deduce un síntoma de creciente inestabilidad que contrasta con la amplia, variada y sostenida producción de la institución durante su primera etapa. La perspectiva futura parece incierta. *Etcétera*, a su vez, parece resolver algunos problemas, pero también trae otros que serán profundizados al final del presente capítulo (6.5) en base a informes del trabajo desarrollado por el psicólogo Jorge Ferrando en la institución.

Uno de los problemas es que la institución crece. En términos locativos, por ejemplo, de tener un único espacio de trabajo y luego dos, pasan a tener tres. Esto influye no solo en términos económicos sino también en términos de integración de sus componentes. Parte de sus integrantes trabajan en la sede, mientras el departamento de animación lo hace en el *Sótano*, y *Etcétera* funciona en el local donde se encuentra la isla de edición.

A su vez, no todos los integrantes participan de las producciones publicitarias. Algunos lo hacen de forma estable y permanente, otros participan eventualmente y algunos tienen poca o incluso nula participación en las producciones. Y lo mismo ocurre a la inversa con las producciones de *Imágenes*. El caso de *Vasco* Elola o de Ricardo Fleiss es ilustrativo en este sentido, director de las producciones de *Etcétera* en el primer caso y gestor de la empresa en el otro, tienen escasa participación en la producción de *Imágenes* en el primer caso y nula participación en el segundo.

Este último aspecto generó, al menos, dos diferencias visibles entre los integrantes. Por un lado, una diferencia natural entre el grado de involucramiento en los distintos proyectos emprendidos por parte de la institución, y por el otro, una diferencia de carácter económico sustancial entre aquellos que participaban más activamente en la producción publicitaria y aquellos que no lo hacían.

Parte de estas tensiones intentaron ser resueltas a través de un intento de reagrupación de sus integrantes en un único entorno locativo. De acuerdo con comunicados de prensa de la productora (*Imágenes*, 1992), cerca del estreno de *Arrinconados* (1992), entre fines de 1992 y principios de 1993, la productora se muda a un único local del barrio Palermo (Maldonado 1792) en donde se instalan todos sus integrantes. Vale destacar que, en este espacio, además de *Imágenes* y *Etcétera*, tendrán allí sus entornos laborales otros emprendimientos audiovisuales, con los cuales *Imágenes* establece vínculos de trabajo y colaboración.

En síntesis, *Etcétera*, al igual que el video, fue un arma de doble filo. Es indudable que sin la creación de *Etcétera* difícilmente *Imágenes* hubiera podido subsistir y tener continuidad de producción o incluso hacer frente a los compromisos establecidos, pero a su vez, insumió gran parte de la energía creativa y productiva de sus integrantes que debilitaron la estructura de la institución y estableció diferencias indudables entre los mismos. La perspectiva de sus integrantes, respecto a una reflexión en torno al equipamiento conseguido gracias al apoyo de la IAF y la consolidación de su proyecto, parece ambigua, pero es certera:

No estamos totalmente seguros de que el nuevo equipamiento haya consolidado a IMÁGENES; si potenció a la institución y sus integrantes –que son los que realmente crean un perfil-, posibilitó un mayor dominio de la técnica, generó puestos de trabajo, obligó a una inserción en el mercado comercial formando una empresa de servicios y de producción publicitaria. En este sentido podemos ser complacientes. (Jacob, 1992c)

Por último, es importante mencionar que en esta etapa Walter Tournier deja de formar parte de *Imágenes*. Los motivos de su partida se explican, desde su perspectiva (Ferrando, 1994a), por razones económicas (su remuneración era magra y no observaba con claridad la viabilidad financiera de los futuros proyectos) pero también por percibir una falta de motivación colectiva respecto a los proyectos emprendidos.

La desvinculación de Tournier genera un vacío dentro de la estructura de la institución y un indudable debilitamiento dentro del departamento de animación, que intenta ser balanceado con un mayor involucramiento de Carlos (*Tato*) Ariosa y Marcela Fontana. Ambos habían participado de algunas de las producciones de *Imágenes* (*Los escondites del sol*, *Madre Tierra*, entre otros) y formaban parte del departamento de animación. En el caso de Ariosa, además, se observa en la presente etapa una participación constante como editor en varias de las producciones.

En este contexto de inestabilidad económica y tensión creciente entre sus integrantes, que llevará finalmente a la desvinculación de *Imágenes-Etcétera* y a la partida de algunos de sus integrantes, es que se produce la obra que será descrita a continuación.

6.2 La obra de *Imágenes* (1992-1994)

En el año 1992 *Imágenes* produce tres documentales de aproximadamente 30 minutos cada uno: *Arrinconados*, *La rambla montevideana* e *India Muerta*. El primero, dirigido por Mario Jacob, profundiza en las problemáticas ambientales de una localidad a consecuencia del desarrollo e instalación de empresas areneras, curtiembres y fábricas de productos químicos. Sus pobladores plantean, además, que no cuentan con servicios básicos como agua potable, saneamiento, luz o servicios de salud. La narración se centra en los testimonios de los pobladores, que comienzan a

organizarse para tomar medidas y plantear situaciones de cambio. El registro, complementado con imágenes aéreas e interesante material de archivo sobre la zona, es un documento relevante si se tiene en cuenta que narra diversas problemáticas del Rincón de la Bolsa (hoy conocido como Ciudad del Plata) localidad que se encuentra a escasos kilómetros de la capital del país.

La rambla montevideana se trató de la última producción realizada por Walter Tournier como integrante de *Imágenes*. El documental se inicia con material de archivo y propone luego un recorrido de observación, rozando lo antropológico, por uno de los sitios más extensos y emblemáticos de la capital uruguaya. Yendo de lo micro a lo macro, con planos en detalle y perspectivas de todo tipo, incluso aéreas, tomando al tránsito humano y automovilístico como eje narrativo, profundiza en los aspectos urbanos y arquitectónicos que hacen de la costa montevideana un espacio singular. El único comentario, se presenta al final de la obra:

Esta rambla se sigue adaptando a nuestras aspiraciones y caprichos tolerando una cantidad de usos y significaciones.

Por esto debemos recuperar sus riquezas, potenciar sus valores, dar respuesta a un hecho urbanístico de relevancia estratégica para la ciudad y su gente. (Imágenes, G85 y Tournier, 1992, 20:45)

India Muerta, dirección de Hilary Sandison, es un reportaje que podría tomarse como secuela del documental *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas*. La flora y fauna se registra en detalle utilizando la locución como hilo descriptivo y narrativo, mientras se plantea el conflicto existente entre el cultivo del arroz y la conservación del ecosistema. El documental, focalizado en el bañado de *India Muerta*, brinda un contrapunto de testimonios entre académicos, ambientalistas, empresarios y asesores gubernamentales, que explican los cambios producidos en la zona. La obra, con una clara postura crítica, abre y cierra con el comentario de una mujer de rasgos aindiados que en guaraní reza: “A mis queridos hermanos que viven sobre esta tierra, les mando este mensaje: no destruyamos el lugar donde vivimos” (Imágenes y Sandison, 1992, 28:12).

Una ficción y otros tres documentales tienen lugar en 1993: *Distracción fatal*, *Gente en obra*, *A new start for Arevalo* [Pueblo Arevalo] y *La quimera de la costa*. El cortometraje de ficción dirigido por Maida Moubayed, propone una adaptación del cuento escrito por Carmen Tornaría: *Agitada la vida, ¿no?* y aborda la problemática de las diferencias de género a partir de un juicio, irónico y con tendencia a lo onírico, en donde la protagonista es acusada de faltar a sus responsabilidades en un hecho concreto que no se dilucida hasta el final del cortometraje: comprar pasta de dientes. Más allá de los aspectos técnicos, la simpleza del argumento y una narración centrada en la palabra, quizás expliquen la escasa repercusión que tuvo *Distracción fatal*, realizado en asociación con PLEMUU.

Gente en obra, dirección de Pablo Martirena, es un documental de corte institucional que en breves minutos presenta una situación de crisis económica y pobreza generalizada en el país una vez reinstaurada la democracia. La narración es guiada formalmente por una locución y de forma más poética por fragmentos de una entrevista realizada al periodista y escritor Eduardo Galeano. Luego de presentar un panorama poco alentador, que puede sintetizarse en el testimonio de una mujer entrevistada en las calles de la capital y que comenta “esta es una libertad con hambre”, el documental profundiza en algunas experiencias que buscan un cambio a través de la autonomía como una cooperativa de pesca artesanal, un criadero de lombrices o un invernáculo de vid que son asesoradas por las organizaciones no gubernamentales que auspician el documental.

A new start for Arevalo, es un informe de tipo periodístico realizado para el International Development Research Centre (IDRC) de Canadá. El reportaje, dirigido por Mario Jacob y de claro corte institucional, presenta la realidad del pueblo Arévalo que enfrenta problemas de despoblación producto de la situación económica que llevaba a la emigración de sus pobladores hacia zonas urbanas en búsqueda de mejores oportunidades laborales. El foco de la narración se centra en la construcción de viviendas por parte de MEVIR⁴⁸ y en el desarrollo de un vivero forestal apoyado por el IDRC y el gobierno departamental de Cerro Largo. El institucional incluye, entre otros, testimonios del intendente Rodolfo Nin Novoa (futuro vicepresidente de la República) y recoge registros interesantes de actividades desarrolladas en el medio rural.

La quimera de la costa es la tercera incursión de Hilary Sandison en la temática del medio ambiente. El documental se centra en los problemas que emergen de un turismo depredador, focalizando el relato en las localidades de Rocha y Maldonado. La problemática ambiental es abordada también desde una perspectiva social, en donde se hace explícita la tensión entre el desarrollo empresarial y la precariedad laboral de obreros y trabajadores que viven en asentamientos sin servicios esenciales mientras, por ejemplo, representantes del gobierno afirman que entre el 60 y el 70% del agua potable del balneario de Punta del Este se utiliza para el riego de grandes parques y jardines. A la distancia de los acontecimientos, el documental plantea una visión premonitrice sobre los problemas ambientales y sociales generados en la costa atlántica uruguaya, producto de un desarrollo turístico fomentado, pero poco planificado. En palabras de su directora:

*La idea es que la gente piense ese tema. La gente mira Punta del Este en los programas televisivos que ilustran las fiestas del verano pero no tiene los elementos necesarios para reflexionar sobre la otra cara del balneario. Con **La quimera**...*

⁴⁸ MEVIR es una persona pública de derecho privado que nace en 1967 con el objetivo de asegurar que la población rural acceda a soluciones habitacionales. Véase mevir.org.uy

tratamos de aportar informaciones que permitan medir las consecuencias de ciertos modos de vida [cursivas en el original]. (Corti, 1994)

En 1994 producen otro documental por encargo: *El camino de la madera*, dirigido por Mario Jacob y producido para la Caja de Jubilaciones y Pensiones Bancarias. El institucional indaga en un emprendimiento forestal que cuenta con plantaciones de pinos y eucaliptus en los departamentos de Durazno y Paysandú, así como una planta industrial para el proceso de la madera que busca contribuir al financiamiento de la institución. El relato, como su nombre lo indica, transita cronológicamente el recorrido de la madera desde su plantación hasta su procesamiento y posterior entrega.

La producción de esta segunda etapa se cierra con 6 videos musicales producidos para artistas como Laura Canoura, Mariana Ingold, Osvaldo Fattoruso, Jorge Schelleberg y el grupo musical Los Shakers. A diferencia de la etapa anterior, durante los 3 años que van de 1992 a 1994, no se produce ninguna animación y el grueso de la producción se desarrolla en el terreno documental, tal como puede observarse en el detalle que se presenta a continuación que igual demuestra una prolífica obra:

AÑO	TÍTULO	CONTENIDO	FORMATO / DURACIÓN
1992	Adiviná	Videoclip	U-Matic HB / 3' 59''
1992	Arrinconados	Documental	U-Matic HB / 37' 29''
1992	Cuántas veces más	Videoclip	U-Matic HB / 3' 32''
1992	India Muerta	Documental	U-Matic HB / 29' 46''
1992	La rambla montevideana	Documental	U-Matic HB / 21' 30''
1992	Nada vale más	Videoclip	U-Matic HB / 4' 03''
1992	Todo lo que quiero	Videoclip	U-Matic HB / 4' 54''
1993	A new start for Arevalo	Documental	Betacam SP / 11' 12''
1993	Distracción fatal	Ficción	U-Matic HB / 12' 43''
1993	Gente en obra	Documental	U-Matic HB / 11' 51''
1993	La quimera de la costa	Documental	U-Matic HB / 40' 41''
1994	Break it all	Videoclip	16 mm / 2' 24''
1994	El camino de la madera	Documental	U-Matic HB / 21' 28''
1994	Kin Tin Tan	Videoclip	U-Matic HB / 3' 26''

Tabla 7. *Producción de Imágenes (1992-1994)*
[Elaboración propia]

En síntesis, entre 1992 y 1994, *Imágenes* produjo 14 obras (7 documentales, un cortometraje de ficción y 6 videoclips). Lo que genera un total de 3 horas y media de producción audiovisual que se dividen de la siguiente manera:

Tipo de contenido	Obras	Minutos (aprox.)
Animación	0	0
Documental	7	177
Ficción	1	12
Videoclip	6	22
Videoarte	0	0
Total	14	211

Tabla 8. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1992-1994)*
[Elaboración propia]

6.3 Financiación y estructura de realización (1992-1994)

Como ya ha sido referenciado, a diferencia de la etapa anterior, caracterizada por una fuerte impronta de producción en dos líneas de trabajo: animación y documental, la presente etapa se caracteriza por una producción predominantemente documental. En este sentido, durante el período analizado, *Imágenes* desarrolló 7 producciones de las cuales 5 fueron trabajos por encargo y solamente 2 fueron ideas que emergieron de la productora: *India Muerta* (1992) y *La quimera de la costa* (1994), ambas financiadas por instituciones de cooperación internacional.

La primera de ellas, luego del éxito de *Bañados de Rocha: el secreto de las aguas* (1990), surge para dar continuidad al trabajo desarrollado en los bañados del Este y sirvió como instrumento para la campaña “Salvar los Bañados” organizado por las Agrupaciones Uruguayas por un Ambiente Sano (AGUAS), sigla que agrupó a un conjunto de ONG’s (CIEDUR, PLEMUU, Mujer Ahora, Instituto del Tercer Mundo, entre otras) del cual *Imágenes* fue miembro fundador y cuyo objetivo se centralizó en desplegar acciones comunes con relación a la temática del deterioro ambiental dentro del Uruguay (Pallares, 1992). El documental fue financiado por la Fundación DOEN de Holanda y la colaboración de AGUAS.

La quimera de la costa, por su parte, fue financiada por la IAF. El proyecto original presentado ante la institución consistía en una serie de 5 capítulos de 52 minutos cada uno sobre la temática del medio ambiente denominado “País desconocido”, que tenía un presupuesto estimado de entre 40 y 60 mil dólares por capítulo (Jacob, 1992a; 1992b)⁴⁹. La IAF finalmente colaboró para la producción del primero de ellos con un aporte de 36 mil dólares con los cuales se financió parte del documental y el resto fue conseguido a través de apoyos de las intendencias de Rocha y Maldonado en rubro transporte y alojamiento, además del aporte de *Imágenes* (IAF, 1992; Maisonnave, 1994).

⁴⁹ Los 40 mil no incluyen difusión y los 60 mil sí la incluyen.

En términos económicos, entonces, documentales como *La quimera de la costa* superaban los 50 mil dólares de presupuesto, a los que habría que agregar entre 15 y 20 mil dólares más en términos de difusión. Por otro lado, planteaban un cronograma de producción con un plan de actividades consistente en al menos 6 meses de trabajo, divididos de la siguiente manera: 2 meses de investigación, 1 mes de rodaje y 2 meses de posproducción hasta llegar a la copia final o máster de la obra. A modo de ejemplo, a continuación, se presenta un resumen del presupuesto final del proyecto aprobado por la IAF (1992):

RUBRO	Costo USD
Investigación	2.550
Preproducción	2.670
Rodaje y Posproducción	39.015
Difusión	15.393
Gastos generales	9.500
Imprevistos y auditoría	2.900
TOTAL	72.028

Tabla 9. *Desglose de presupuesto de La quimera de la costa.*
[Elaboración propia en base a IAF (1992)]

Como se puede apreciar, el gasto mayor se encuentra en el rubro de Rodaje y Posproducción, que suma más de la mitad del presupuesto total del proyecto. En este caso concreto, el aporte de la IAF consistió en un apoyo económico de 36 mil dólares que ni siquiera alcanzan para solventar los costos específicos de este rubro. Realizando un desglose mayor del presupuesto, se puede apreciar, además, que dentro del rubro Rodaje y Posproducción, el mayor costo hace referencia básicamente, a dos elementos: salarios (20.450) y equipamiento (11.000).

Teniendo en cuenta estos elementos, se podría aventurar que la producción de este tipo de proyectos independientes realizados por *Imágenes*, solo se explica en términos económicos a partir de la infraestructura disponible por la institución ya analizada, que le permitió reducir costos en términos de equipamiento para producción y posproducción. A su vez, se podría aventurar que los apoyos eran destinados en principio para solventar los sueldos de los técnicos implicados y los gastos de producción indispensables para hacer viable la obra.

Retomando el grueso de la producción, el resto de los documentales fueron realizaciones por encargo, dos de ellas, también recibieron apoyos internacionales. *Arrinconados* (1992), otra importante obra, surge a pedido del Centro de Participación Popular (CPP) y fue realizado gracias a un apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *A new start for Arevalo* (1993) surge a solicitud del

International Development Research Centre de Canadá (IDRC) que financió la producción.

La otra mitad de documentales fue financiada por las mismas instituciones uruguayas que solicitaron las obras. *Gente en obra* (1993) fue realizada para la Mesa de Centros de Promoción Social que incluye a organizaciones como el Centro Cooperativista Uruguayo (CCU), el PLEMUU y el CLAEH. El institucional *El camino de la madera* (1994) fue financiado por la Caja de Jubilaciones y Pensiones Bancarias. Por último, *La rambla montevideana* (1992), fue un pedido de la generación de 1985 de estudiantes de la Facultad de Arquitectura (G85), que iba a realizar el tradicional viaje de estudios por varios países del mundo y resolvieron producir con *Imágenes* este documental, para difundir las características de la capital uruguaya en la Expo Sevilla (España) de 1992, en donde Uruguay iba a tener un *stand*. El audiovisual fue financiado por la Sociedad de Arquitectos del Uruguay y por distintos auspicios conseguidos por el grupo y por la Comisión de la Expo Sevilla 1992 (Universidad de la República, Ministerio de Educación y Cultura e Intendencia Municipal de Montevideo, entre otros).

Dejando de lado la producción documental, *Imágenes* realizó 6 videos musicales y un cortometraje de ficción. El cortometraje de ficción *Distracción fatal* (1993) fue financiado por las agencias internacionales NOVIB (Holanda) y DIAKONÍA (Suecia), que también financió el video musical de Mariana Ingold y Osvaldo Fattoruso *Cuántas veces más* (1992). El video, dirigido por Maida Moubayed, aborda la temática de violencia de género. Para AGUAS fue producido el videoclip *Nada vale más* (letra de Mauricio Ubal), realización dirigida por *Cacho* Bagnasco que recoge fragmentos del documental *India Muerta* (1992), a los que suma registros de la intérprete Laura Canoura para abordar la problemática del medio ambiente. De los cuatro videos musicales restantes, tres fueron financiados y producidos por la productora: *Adiviná* (1992), *Kin tin tan* (1994) y *Break it all* (1994). Finalmente, *Todo lo que quiero* (1992), fue una colaboración de *Imágenes* con la productora CACTUS.

En términos de roles, recordemos que *Imágenes* se caracterizó por una modalidad de trabajo bastante estructurada en el terreno documental, ya descrita en la etapa anterior, que, aprovechando la tecnología del video y la experiencia de sus integrantes, le permitía producir de forma estable y eficiente.

Producto de las tensiones emergentes, ya descritas, del análisis de los créditos se desprende en la presente etapa una acumulación de trabajo en algunos de sus integrantes y la incorporación de nuevos colaboradores que tienen presencia estable en muchas de las producciones.

Mario Jacob aparece como el realizador más activo, encargándose de la producción de la mayoría de los documentales, de los cuales además dirigió tres. Hilary Sandison

participó en la dirección de dos proyectos importantes (*India Muerta* y *La quimera de la costa*), pero su participación es nula en el resto de los documentales producidos, salvo la incorporación de su locución en inglés para *A new start for Arevalo*. Un caso similar ocurre con Maida Moubayed, que si bien dirigió el cortometraje *Distracción Fatal* (1993) y continuó formando parte de la institución, a diferencia del período anterior, no participó ni en la dirección ni en colaboraciones técnicas de la producción desarrollada en el terreno documental durante esta etapa.

Tanto en el caso de Hilary como en el de Maida, se podría advertir un desplazamiento de intereses, que se verán ratificados en su posterior obra, por una inquietud de realización más vinculada a la temática abordada y a la vinculación con organizaciones sociales de incidencia en el medio sobre las problemáticas ambientales y de género. En otras palabras, visibilizan a la productora como una plataforma de realización para proyectos de incidencia en la opinión pública. Esto no quiere decir un quiebre con *Imágenes*, sino una visión quizás diferente al de otros integrantes de la institución, cuyo principal objetivo consistió en establecer las condiciones necesarias para poder producir cine y video de forma estable y sostenida en el país y lograr sustentar su labor desde una perspectiva económica.

A su vez, se observa un desplazamiento en la integración de equipos de trabajo en el terreno documental por parte de algunos integrantes. Esto es visible, por ejemplo, en el caso de Daniel Márquez, que solía ocuparse tanto del registro de sonido como del montaje de las producciones. Sin embargo, de los 7 documentales producidos entre 1992 y 1994, si bien participó como técnico en 6, lo hizo en tareas de posproducción de imagen o sonido, pero sin participación en la edición ni en la toma de sonido de ninguno de los proyectos. *Tato Ariosa* suplió en parte el trabajo que antes hacía Márquez en el rubro de edición durante esta etapa, aunque se debió recurrir a editores externos en varias oportunidades.

En este sentido, algo que antes ocurría de forma excepcional, se hizo habitual: la incorporación de integrantes eventuales en diferentes rubros para responder a los requerimientos de las distintas producciones. Así, Ignacio Seimanas, Fabián Oliver y Gabriela Onetto participan en varias producciones, haciéndose cargo del rubro sonido en los dos primeros casos y de la edición en el segundo. En el rubro de fotografía, sucede algo similar, ya que si bien José María Ciganda siguió encargándose de la fotografía de la mayoría de los proyectos, también se debió recurrir a técnicos en el rubro como Javier Martincorena, Daniel Cheico o Bárbara Álvarez para la realización de determinadas producciones. En términos de banda sonora, la colaboración de Leonardo Croatto es permanente.

Retomando el caso de los integrantes de *Imágenes*, Victoria Pérez siguió encargándose de tareas de gestión y colaboró en áreas de secretaría y producción de algunas de las obras. Carlos Márquez, encargado de la gestión en términos de difusión

y distribución, participó activamente en la asistencia de cámara en varias producciones. Vasco Elola, principal director de las producciones de *Etcétera*, participó únicamente en la dirección de dos videoclips. Walter Tournier, a diferencia del período anterior en donde gran parte de la producción lo tiene como director y/o referente, participa de una única obra en esta etapa: *La rambla montevideana* (1992), la cual dirige.

6.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1992-1994)

Según el grado de participación de la productora en las distintas obras de esta segunda etapa, de 14 proyectos, *Imágenes* participa como productor en 7, como coproductor en 5 y brinda servicios de producción en las 2 restantes. De los 7 proyectos en los cuales figura como productor: 4 son videoclips y de los 3 documentales restantes, 2 surgen de la productora y el otro es una realización por encargo al igual que las 5 coproducciones en las cuales participa y los 2 servicios de producción que brinda.

En síntesis, se podría concluir que la amplia mayoría de las producciones surgen por encargo y que, en rigor, solo dos producciones (*India Muerta* y *La quimera de la costa*) se trataron de ideas que emergieron y fueron producidas en su totalidad por la productora durante la presente etapa. En este sentido, se observa un incremento de las realizaciones por encargo, ya que en la etapa anterior casi la mitad de los proyectos se trataron de realizaciones de este tipo.

A su vez, nuevamente en las obras en las cuales la idea emerge de la productora, se observa que se trató de documentales realmente ambiciosos para la realidad uruguaya, de elevados costos y con un fuerte grado de innovación. En términos económicos, siguiendo las tipologías de Stolovich et al (2004), los costos de producción de las obras de *Imágenes* en esta segunda etapa se desglosan de la siguiente manera:

Presupuesto	Obras
Inferior a 10 mil	2
Entre 10 y 25 mil	5
Entre 25 y 50 mil	5
Entre 50 y 150 mil	2
Superior a 150 mil	0

Tabla 10. *Costos de producción de las obras (1992-1994)*
[Elaboración propia]

Como se puede observar, el grueso de la producción se desarrolló en torno a proyectos de un costo inferior a los 50 mil dólares. Sin embargo, si se realiza un desglose, se aprecia que nuevamente en el terreno documental, incluso en el caso de trabajos realizados por encargo, la obra se situó en los márgenes de un tipo de producción costosa y de gran riesgo económico para la realidad local (Tipo 1B o 1C, véase

apéndice B) alcanzando cifras cercanas a los 50 mil dólares de presupuesto o superando dicha cifra en el caso de los emprendimientos que emergieron de la productora (Tipo 2).

La complejidad de las producciones en el terreno documental, pueden apreciarse en torno a las temáticas abordadas, con gran incursión en la problemática del medio ambiente y con rodajes casi exclusivos en el interior del país. En rigor, de los 7 documentales producidos, 6 fueron producidos íntegramente o en su casi totalidad fuera de las órbitas de la capital metropolitana.

A su vez, si se analiza el único caso en donde esto no ocurre (*La rambla montevideana*), se observa que se trató de un proyecto complejo y de varias jornadas de rodaje. El registro incluye lapsos temporales de distintos momentos, en el día y en la noche, en espacios locativos que cubren la totalidad de la rambla montevideana y, por ende, de gran parte de Montevideo, incursionando en un método de registro que no recurre ni a la locución, ni a las entrevistas, apelando únicamente al registro visual y sonoro que incluye desde planos detalle hasta imágenes aéreas de la zona.

La misma complejidad puede observarse en varios de los videos musicales producidos, que denotan una producción compleja, que en algunos casos se acerca a una narración de tipo de ficción (*Cuantas veces más*), que en otros apela a material de archivo rodado en fílmico para montarlo de forma narrativa (*Break it all*), o a material previamente producido por la productora, al cual se agregan registros en exteriores realizados especialmente (*Nada vale más*) y que en otros casos se acerca a un formato más clásico, como el de registrar a los músicos en estudio o en espacios acondicionados para la realización (*Adiviná, Kin tin tan, Todo lo que quiero*). Incluso en este último tipo de casos, se trató de producciones ambiciosas para el contexto nacional. Observar los créditos de *Todo lo que quiero*, por ejemplo, puede llegar a brindar un panorama de la cantidad de técnicos implicados en el proceso (véase apéndice A).

Finalmente, en términos de financiación, se observa una continuidad de apoyos de la cooperación internacional (IAF, NOVIB, DIAKONÍA, entre otros) y una financiación permanente en torno a apoyos de organizaciones nacionales (en su mayoría no gubernamentales), que encargan realizaciones a la productora, así como también una consolidación de la colaboración con organizaciones como PLEMUU o AGUAS. El voluntariado, al menos en esta etapa, parecería desaparecer como mecanismo de financiamiento (solo haciéndose visible en el caso de los videos musicales), aunque es indudable el aporte de *Imágenes* en todas sus producciones en términos de equipamiento, lo que ayuda a explicar el tipo de propuestas desarrolladas gracias a una reducción de los costos producto de su infraestructura.

El siguiente recuadro presenta el global de las obras producidas entre 1992 y 1994 de acuerdo con el grado de participación, presupuesto y financiación de cada producción y permite visualizar en detalle lo descripto.

AÑO	TÍTULO	GRADO DE PARTICIPACIÓN	PRESUPUESTO	FINANCIACIÓN
1992	Adiviná	Producción	CF Tipo 1	Imágenes
1992	Arrinconados	Producción (por encargo)	D Tipo 1C	Centro de Participación Popular (CPP) Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
1992	Cuántas veces más	Coproducción (PLEMUU)	CF Tipo 2A	DIAKONÍA (Suecia)
1992	India Muerta	Producción	D Tipo 2	DOEN (Holanda)
1992	La rambla montevideana	Coproducción (G° 85 Arq.)	D Tipo 1B	Sociedad de Arquitectos del Uruguay
1992	Nada vale más	Producción (para AGUAS)	CF Tipo 2A	Imágenes – AGUAS
1992	Todo lo que quiero	Coproducción (CACTUS)	CF Tipo 2A	CACTUS – Imágenes
1993	A new start for Arevalo	Servicio de producción (IDRC)	D Tipo 1B	International Development Research Centre (Canadá)
1993	Distracción fatal	Coproducción (PLEMUU)	CF Tipo2A	DIAKONÍA (Suecia) NOVIB (Holanda)
1993	Gente en obra	Coproducción (MCPS)	D Tipo 1B	Mesa de Centros de Promoción Social
1993	La quimera de la costa	Producción	D Tipo 2	Inter-American Foundation (EEUU)
1994	Break it all	Producción	CF Tipo 1	Imágenes
1994	El camino de la madera	Servicio de producción (CJPB)	D Tipo 1B	Caja de Jubilaciones y Pensiones Bancarias
1994	Kin Tin Tan	Producción	CF Tipo 2A	Imágenes

Tabla 11. *Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1992-1994)*
[Elaboración propia]

6.5 La crisis institucional desde una perspectiva externa (1994)

La situación de este período que va de 1992 a 1994 se podría caracterizar como de una continua inestabilidad que plantea un panorama poco claro sobre el futuro de la institución. Las diferencias del tipo de trabajo desarrollado por *Imágenes* y *Etcétera*, genera grandes conflictos a la interna que quiebran la unidad del grupo. Dentro de este contexto de tensión, el sector más debilitado parece ser el que a su vez plantea mayores desafíos de producción: el departamento de animación.

Como se pudo apreciar, no existieron producciones de animación durante esta etapa. Esto podría explicarse en términos de tiempos de producción (las animaciones suelen ser de las producciones que llevan más tiempo de rodaje) pero sobretudo se explica en términos de costos. Producciones como *Los escondites del sol* o *Madre Tierra* no hubieran sido posibles sin la conjunción de al menos tres factores: el voluntariado de muchas de las personas implicadas en el proceso de las distintas producciones, el aporte de *Imágenes* en términos de infraestructura y la inyección económica de *Etcétera* para asumir gastos o solventar las deudas ocasionadas.

Por otro lado, existen datos de que el departamento desarrolló proyectos importantes durante este período que no pudieron concretarse. Se trabajó, por ejemplo, en los guiones de una serie de 25 capítulos de un minuto cada uno sobre el descubrimiento y la conquista de América que contó con el apoyo del Statens Film Central de Dinamarca para su investigación. También se trabajó en un estudio de factibilidad de 13 programas de 26 minutos de dibujos animados con contenido educativo destinados a la televisión de habla hispana, trabajo de investigación financiado por el IDRC de Canadá (Jacob, 1992c; Maisonnave, 1994).

Las dificultades financieras en términos de producción se vieron agravadas por el escaso retorno económico que generaron las producciones producidas y por cierto clima de inestabilidad de los integrantes del departamento. Hay que tener en cuenta que, si bien percibieron ingresos por producciones realizadas en el ámbito publicitario para *Etcétera*, las mismas eran intermitentes o poco estables, lo que generó una situación de natural inestabilidad económica entre sus integrantes.

En este contexto es que Walter Tournier decide dejar la institución, generando no solo un indudable debilitamiento dentro de *Imágenes* sino también sentimientos de “culpa” entre muchos de sus integrantes. En palabras de uno de ellos: “*con el Flaco hay una responsabilidad grupal: él metió y dejó una productora funcionando*” (Ferrando, 1994a, p. 6).

Producto de la situación económica y de tensión entre los integrantes, que ya han sido abordados y que aquí serán profundizados, la productora se encontraba en un momento de crisis institucional que hacía peligrar su continuidad. Por este motivo, a mediados de julio de 1994 contratan un asesor externo (el psicólogo Jorge Ferrando) con el objetivo de mejorar la relación entre sus integrantes y generar cambios estructurales que permitieran la viabilidad del proyecto. Durante el trabajo de campo desarrollado para la presente tesis se tuvo acceso a tres detallados informes realizados por el psicólogo, que serán abordados a continuación.

El primer informe (Ferrando, 1994a) brinda un diagnóstico de la institución a partir de entrevistas individuales con sus integrantes y del análisis de una extensa jornada de reflexión institucional favorecida por el psicólogo, que contó con la participación de la mayoría de los integrantes de la productora y se llevó a cabo dentro del Parador Salus en el departamento de Minas.

En el informe se hacen explícitas las diferencias entre sus distintos integrantes. Uno de los problemas centrales pasaba por el tema del dinero. *Etcétera* dio resultados económicos, aportó al presupuesto de la institución, ayudó a mejorar el equipamiento y también generó puestos de trabajo estables permitiendo mayor experiencia. Sin embargo, *Imágenes* se debilitó y perdió gente y energía para la elaboración y creación de proyectos. Por otro lado, generó una diferencia económica entre la remuneración

obtenida por los trabajos realizados en publicidad y lo que se cobraba por los otros trabajos, a lo que se agregaba el esfuerzo acumulado de los primeros años que algunos integrantes entendían no estaba siendo valorado. En este sentido, la creación y consolidación de *Etcétera* habría generado una brecha y “ya IMÁGENES no sería un todo” (Ferrando, 1994a, p. 4).

Otro de los elementos centrales del informe tiene su fundamento en los elementos organizativos de la institución, que no son claros o al menos son poco eficaces por falta de una dirección definida. Según Ferrando (1994a) *Imágenes* tenía un sistema democrático-cooperativo, donde todos podían incidir en las decisiones, pero en los hechos no todos decidían y las responsabilidades se diluían, además de que el medio exigía una estructura ejecutiva que se veía obstruida por el mismo sistema. Desde su perspectiva, la institución funcionaba en algunos casos incluso como banco al cual se recurría con un proyecto y se pedía que la institución lo financie, lo que además generaba prejuicios económicos. “La falta de reglas de juego claras, la cierta inestructura, ayuda a que cada uno se mueva con lo suyo, y se apoye en lo institucional en la medida en que esto pueda darles cosas” (Ferrando, 1994a, pp. 7-8).

Respecto a la desvinculación de Tournier, quién además igualmente fue invitado y participó de la jornada de reflexión, el informe deja claro que se trató de un problema que tuvo componentes personales pero también institucionales, ya que los proyectos de animación emprendidos si bien no lograron generar buenos resultados económicos, también fueron una apuesta de *Imágenes* por crear una imagen diferente a las de otras productoras y les permitió consolidar al grupo. En palabras de Ferrando (1994a): “su ida se ve como parte de una carencia colectiva, y dentro de un proceso de desmembramiento de IMÁGENES. Con él se pierde una ‘cabeza’; alguien capaz de generar ideas, propuestas, que puede ser vital para el futuro.” (p. 6)

A partir de estos elementos centrales: económicos, organizativos y de tensión entre los distintos componentes, el primer informe de Ferrando (1994a) diagnostica una situación de indudable crisis institucional que le impiden a la productora proyectarse a futuro y que necesita revertirse. En sus palabras:

Desde mi percepción, la institución está viviendo un momento de crisis de sus fundamentos que le impiden seguir trabajando sobre las bases en que lo viene haciendo. La creación de *Etcétera* (que no en vano fue tan discutida) marcaría una fractura respecto al proyecto de origen, a partir de la cual se genera una nueva dinámica que tiende a funcionar en caminos paralelos, con algunos tramos de confluencia. Esta nueva dinámica se fue gestando en los hechos, manteniéndose un discurso que no coincide con la realidad, y que por lo tanto, no puede dar cuenta adecuadamente de ella. (p. 9)

Una vez realizado el diagnóstico, el segundo informe de Ferrando (1994c) propone su visión, como asesor externo, de la situación de crisis institucional de la institución a

partir del trabajo realizado como observador y facilitador de nueve instancias (reuniones quincenales) de trabajo colectivo desarrolladas entre agosto y noviembre de 1994, tendientes a brindar aportes que sirvan de insumo para mejorar la relación entre sus integrantes y proyectar el futuro de la organización⁵⁰.

El informe se divide en tres apartados, que abordan distintas temáticas y que se titulan de la siguiente manera: 1) Hipótesis básica, 2) Nudos conflictivos y 3) El proceso de diagnóstico y análisis institucional. El primer apartado plantea la hipótesis desarrollada por Ferrando para su trabajo emergente del diagnóstico institucional y que ha sido un aporte fundamental en el desarrollo de la presente tesis para la identificación de distintas etapas en el desarrollo de la productora. La hipótesis podría sintetizarse en que *Imágenes* vivía un proceso de crisis y transición hacia un nuevo proyecto institucional durante el período aquí analizado.

La segunda parte del informe propone un análisis fundamentado en algunos “nudos conflictivos” existentes en la relación establecida entre *Etcétera* e *Imágenes*. Ferrando habla de una fractura producida entre sus integrantes, que instaló sentimientos de traición y de culpa con respecto a los ideales de origen del proyecto y una desigualdad económica significativa, entre unos y otros, además de un visible desplazamiento de liderazgos internos que generó una situación de tensión permanente.

Una referencia constante en el análisis de Ferrando, es observar como el colectivo iba perdiendo unidad y se fragmentaba. En este sentido, parecía existir una *Imágenes* (que tenía su espacio físico, sus recursos, su organización) pero a su vez 12 *Imágenes* diferentes según la representación mental que cada integrante se hacía de lo que era o debía ser la institución al punto de que la noción colectiva se volvía si no imposible, al menos difusa. A su vez, los cambios procesados en el mercado, que dificultaban cada vez más el financiamiento de la institución, llevan a Ferrando a concluir que se debía procesar un “cambio de mentalidad” en la autoconcepción de *Imágenes*, mediante el pasaje de un grupo hacia una empresa, para permitir su viabilidad.

En términos organizativos, Ferrando distinguió 5 núcleos operativos o sectores y 4 categorías dentro de las personas que trabajaban (ya sea como integrantes o como contratados eventuales de las producciones). Dentro de la estructura organizativa de la productora y del conjunto, las personas se relacionaban con *Imágenes*, de acuerdo con Ferrando, en las siguientes categorías: 1) los que trabajaban y decidían de modo estable, 2) los que trabajaban de modo estable y no decidían, 3) los que decidían y trabajan irregularmente y 4) los contratados.

⁵⁰ Los integrantes de la institución en ese momento eran 11: Mario Jacob, Victoria Pérez, Daniel Márquez, Kico Márquez, Tato Ariosa, Marcela Fontana, Hilary Sandison, José María Ciganda, Maida Moubayed, Vasco Elola y Walter Tournier, quien ya se había desvinculado.

Los núcleos operativos, por su parte, eran 5 sectores: 1) *Imágenes*, 2) *Etcétera*, 3) El *Sótano*, 4) La isla y 5) Secretaría y Administración. El primero era una institución audiovisual independiente no publicitaria. El segundo era una empresa comercial de publicidad. El tercero era un departamento de animación y los dos últimos estaban al servicio del conjunto, uno en términos de infraestructura y el otro en términos de recursos humanos.

El departamento de animación (*Sótano*), como se puede apreciar, tenía el lugar más confuso dentro de la institución. Era autónomo en algunos aspectos y dependiente en otros. Hay que tener en cuenta que, si bien nació y permaneció dentro de *Imágenes*, rápidamente logró contar con independencia locativa lo que le brindó cierta autonomía creativa y de producción. Sin embargo, los elevados costos hicieron que siempre fuera dependiente en términos económicos de la gestión del resto de la estructura. A su vez, también participaba de las producciones de *Etcétera* brindando servicios de gráfica o animación. En palabras de Ferrando (1994c):

El Sótano tiene cierta autonomía para investigar, proponer, crear, pero tiene poco mercado para una producción propia (...) Su funcionamiento depende de los trabajos que provienen de la publicidad, en una relación que ha resultado conflictiva, y donde se expresa un sentimiento de poca valoración de lo que el Sótano produce. (pp. 5-6)

En síntesis, el informe plantea un todo fracturado, dividido y sin reglas claras de organización ni de objetivos comunes. *Imágenes* y *Etcétera* tenían dinámicas distintas y se diferenciaban no solo por los ingresos que generaban (uno daba pérdidas, el otro ganancias) sino también por el tipo de trabajo que producían (uno creativo, el otro comercial) y por el mercado al que se dirigían sus producciones (uno lo tenía y el otro debía crearlo); lo que a su vez planteaba desequilibrios entre sus integrantes (remuneraciones y relaciones laborales distintas) y sentimientos de “culpa y dependencia” en ambas direcciones: *Etcétera* no hubiera existido sin *Imágenes*, pero *Imágenes* no hubiera podido ser sostenible sin *Etcétera*. “Todo esto conlleva mentalidades distintas, que pueden coincidir en el discurso, pero descoinciden en la práctica” (Ferrando, 1994c, p. 5).

La división se observa también entre las personas que participaban de las distintas producciones. Había técnicos contratados que no formaban parte de *Imágenes* y que sin embargo trabajaban más en los proyectos que algunos de sus integrantes. Por otro lado, integrantes de *Imágenes* eran contratados para producciones de *Etcétera*, en una situación que lejos de ayudar a la unidad del colectivo planteaba claramente una división estructural dentro del conjunto, con departamentos ambiguos como el *Sótano* o áreas de servicios que colaboraban para el desarrollo de ambos tipos de producción: publicitaria y no publicitaria.

El último informe al cuál se tuvo acceso (Ferrando, 1994b) es una síntesis de una jornada de reunión institucional desarrollada por el psicólogo, que se planteó justamente determinar en conjunto los lineamientos para un nuevo proyecto institucional.

De la lectura del informe, lo que emerge es una dificultad extrema para pactar procesos de cambio y una gran tensión entre los integrantes por los motivos ya expresados y analizados. Si bien, el intercambio propone líneas de trabajo y medidas concretas para desarrollar a futuro, algunas de ellas vinculadas a la organización y otras al mercado, el principal problema era la falta de unidad entre sus integrantes que llevaban a un continuo conflicto intelectual con diferencias tangibles tanto a nivel material como ideológico, respecto al proyecto de origen, que dificultaban proyectar el futuro.

En este sentido, sobre el final del informe, Ferrando es un poco ambiguo al expresar que el tema central no giraba en torno al tema organizativo sino en base a la adaptación del conjunto a los nuevos mercados y a un enfoque más empresarial que garantice la viabilidad de la institución. En sus palabras:

Si bien en un momento se habló de que el problema central era el organizativo, desde mi perspectiva éste no es el núcleo. Sin duda que hay problemas organizativos a resolver, pero en una situación de tránsito hacia algo aún no definido, los nudos pasan por la inserción en nuevos mercados, lo que supone una mentalidad más empresarial (y por lo tanto una creciente renuncia “al grupo”, y un cuestionamiento de los principios ideológicos y profesionales que se sustentan), y una “reconversión” institucional para tener viabilidad. (Ferrando, 1994b, p. 5).

En rigor, *Imágenes* intentó adaptarse continuamente a los mercados, con aciertos y errores, para garantizar su viabilidad, tal como pudo ser observado a lo largo de la presente investigación por lo que el hecho en sí no era nuevo ni tampoco explica el núcleo central de su crisis institucional. Lo que Ferrando insinúa a lo largo de todos sus informes, lo que sus integrantes sabían, y lo que vuelve complejo el pasaje hacia una nueva etapa, era la imposibilidad de continuar al largo plazo en base a dos proyectos con fines y dinámicas de trabajo distintas y en algunos casos opuestas.

Finalmente, esto llevó a que el cambio se procesara con la inminente separación de *Imágenes* y *Etcétera*. Esta última trabajó en el mismo espacio locativo y con el mismo nombre por un tiempo, hasta que finalmente se creó un nuevo proyecto (fundado por Vasco Elola y Ricardo Fleiss) que culminó siendo una casa productora de publicidad exitosa dentro del Uruguay: *Paris Texas*.

Imágenes, por su parte, intentó adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado y a un nuevo contexto nacional en términos de políticas públicas, emprendiendo diversos proyectos y utilizando la isla de edición para brindar servicios de posproducción que

permitieran su subsistencia, elementos que serán abordados y profundizados en el siguiente capítulo.

6.6 Segunda aproximación al modo de producción de *Imágenes*

Hasta aquí se ha desarrollado una descripción y sistematización de la producción y financiación de la obra de *Imágenes* en esta segunda etapa que va de 1992 a 1994. En el primer apartado (6.1), tomando como base del análisis el informe final del proyecto de consolidación entregado a la IAF (Jacob, 1992c), se profundizó en la debilidad económica de la productora que la llevó a crear un proyecto paralelo de producción publicitaria (*Etcétera*) que indudablemente repercutió en la modalidad de trabajo y en las relaciones dentro de la institución.

Luego se describió y sistematizó la obra producida entre 1992 y 1994, una producción por demás prolífica pero que, a diferencia del período anterior, no incursionó en animación y se desarrolló fundamentalmente en el terreno documental en base a producciones por encargo, aunque con dos producciones independientes de relevancia en torno a la temática del medio ambiente. Posteriormente se describieron los mecanismos de financiación y los costos de producción de las obras, lo que permitió advertir líneas de continuidad y otras de divergencia con respecto a la etapa anterior.

En términos de continuidad, se pudo apreciar una financiación por vías de cooperación internacional y en torno a trabajos por encargo para distintas organizaciones a nivel local, así como también una producción costosa y compleja para el contexto local. En términos de divergencia, salvo un caso (*A new start for Arevalo*) no se produjo para el exterior ni se buscó financiar los proyectos a través de la participación de la televisión local o a través de acuerdos con productoras internacionales, al menos, en las realizaciones efectivamente producidas. Lo mismo parece ocurrir con el voluntariado, que fue frecuente en la etapa anterior y que, en la presente, no aparece como mecanismo visible de financiación de las obras. A su vez, se advirtieron cambios en su estructura organizativa y en el trabajo particular de sus integrantes.

Los cambios producidos a la interna de la organización, caracterizados por una situación dual y un clima de inestabilidad y tensión creciente, tanto en torno al futuro financiero y productivo del proyecto, como al tipo de relación establecida entre sus distintos componentes, fueron profundizados en el anterior apartado (6.5) en donde se abordó la crisis institucional, desde una mirada externa, que culminó con la separación de *Imágenes* y *Etcétera*.

La exploración y descripción del modo de producción de *Imágenes*, durante estas dos primeras etapas, permite advertir cambios y permanencias dentro de la organización,

partiendo desde el proyecto fundacional hasta la desvinculación del anexo comercial de la institución.

En términos de fuerza de trabajo, se observa una progresiva segmentación dentro de la organización, que a mediados de la década del noventa se dividía en cinco sectores, dos de ellos, los más importantes, con objetivos por momentos opuestos: *Imágenes* y *Etcétera*. A su vez, las distintas personas que trabajan o colaboran para el desarrollo de las producciones (tanto integrantes de la institución como colaboradores o contratados), mantienen relaciones dentro de la estructura global de *Imágenes*, muy disímiles dentro de las cuales Ferrando (1994c) distingue al menos cuatro.

Las dos líneas de producción más importantes desarrolladas en la etapa anterior, se debilitan. El departamento de animación pierde a su fundador (Walter Tournier) y no logra desarrollar proyectos independientes. En el terreno documental, la producción es continua, pero se incrementa la producción por encargo y a nivel de organización, pocos integrantes tienen actividad permanente. Además, aparecen divergencias en torno al tipo de proyectos a ser desarrollados y en términos de roles, si bien sigue existiendo una clara línea de división del trabajo, se incorporan varios técnicos externos a la productora para suplir la inactividad dentro de la producción no publicitaria de algunos de sus integrantes. Eso hace que, por ejemplo, aspectos formativos o de cooperación constante entre los distintos integrantes de la organización para el desarrollo de proyectos, comiencen también a diluirse.

Los medios de producción, por su parte, crecen y se fortalecen brindando soluciones, pero también trayendo problemas. La tecnología necesita de una adaptación constante para hacer frente a los requerimientos del mercado y el crecimiento de *Etcétera* hace posible la sustentabilidad económica de la productora, pero genera tensiones y problemas dentro de la organización condicionando, en términos creativos y de fuerza de trabajo, a la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes*.

Así, esta segunda etapa de la productora, que va de 1992 a 1994, puede ser caracterizada como un momento de crisis dentro de la institución, aventurando que es también una etapa de transición de un modo de producción a otro, que será explorado en el próximo capítulo y cuyo hito más importante se encuentra en la separación del anexo comercial que lleva a una refundación de *Imágenes*.

7. TERCERA ETAPA DE IMÁGENES (1995-2001): REFUNDACIÓN Y CIERRE

El presente capítulo desarrolla la tercera etapa identificada en la historia institucional de *Imágenes*. Abarca un proceso extenso, que se inicia con la reestructuración de la productora a partir de la pérdida de su anexo comercial, y culmina con su cierre, que en rigor ocurre en el año 2003 pero que por el enfoque propuesto en la tesis (producción audiovisual no publicitaria) aquí será desarrollado hasta el año 2001.

En la primera parte del capítulo (7.1) se describe la nueva estructura de *Imágenes* luego de la desvinculación de *Etcétera*, aportando datos que marcan las líneas estratégicas desarrolladas a nivel de producción en el período y la nueva gestión organizativa y de autofinanciamiento que contextualizan la producción efectivamente producida. Ésta es descrita posteriormente en detalle (7.2); una obra prolífica desarrollada fundamentalmente en el terreno documental, pero que incursiona nuevamente en la animación y cuenta con la novedad de participar en proyectos de largometraje de ficción.

La financiación de la producción es abordada en el siguiente apartado (7.3), marcando como aspectos más relevantes, un retroceso marcado de la financiación por vías de agencias de cooperación internacional y la novedad de un financiamiento público, a través de contratos directos o premios. Aquí también se describe una profundización de aspectos ya observados en la anterior etapa (1992-1994) en términos de organización productiva y de roles, con menor presencia activa (o nula) de la mayoría de los integrantes de la productora y mayor presencia de colaboradores o contratados.

El grado de participación de la productora en todos los proyectos emprendidos durante la presente etapa, así como también el presupuesto y financiación específico de cada obra, es abordado en el apartado 7.4. Por un lado, se observa una profundización de aspectos ya analizados en la etapa anterior, ya que la mayoría de la obra de la presente etapa es realizada por encargo. Por el otro, se profundiza en las líneas de divergencia en torno a la financiación de la obra descrita en el apartado 7.3 y se analiza la producción a nivel de costos, marcando que la mayoría de la obra se situó dentro de un tipo de producción de bajo presupuesto y de menor complejidad respecto a las etapas anteriores.

El apartado 7.5 desarrolla un breve análisis comparativo del mercado audiovisual proyectado por los integrantes de *Imágenes*, sustentado en los informes de Ferrando (1994a, 1994b, 1994c), en contraposición a la obra producida en el período para ensayar hipótesis que expliquen el cierre de la productora. Finalmente, se resume lo abordado en el capítulo y se cierra la aproximación al modo de producción de *Imágenes*, identificando dos modos distintos en su historia institucional.

7.1 La reestructura de *Imágenes*

La desvinculación de *Imágenes-Etcétera* generó una nueva dinámica de trabajo y una reestructura del proyecto fundacional que tuvo consecuencias en términos económicos y productivos. En el primer caso, la partida del anexo comercial de la institución significó la pérdida de la principal fuente de ingresos lo que llevó a generar nuevas dinámicas de autofinanciamiento. En el segundo caso, la pérdida de parte de sus integrantes (Aránzazu Elola), a lo que se sumó la previa desvinculación de Walter Tournier y la posterior salida de Victoria Pérez, redundó en una nueva estructura de producción con cambios visibles en cuanto a roles y dinámicas de realización.

Uno de los cambios más visibles, se aprecia en el progresivo desmembramiento de los integrantes de la organización, en algunos casos de manera formal (como los mencionados) y en otros de forma indirecta a partir de una menor participación como sucede con Maida Moubayed -quién solo participa en la dirección de dos proyectos durante la presente etapa- o José María Ciganda, con participación intermitente y aislada como técnico en las obras producidas. De hecho, del análisis emerge que los únicos integrantes activos de *Imágenes* durante toda la etapa son Mario Jacob, Daniel Márquez, Carlos *Tato* Ariosa y Marcela Fontana.

En este sentido, a partir de la documentación analizada, se deduce una nueva estructura dentro de la institución durante este período, conformada por tres grandes núcleos: a) la producción ejecutiva de proyectos, b) las islas de edición y c) el departamento de animación. Es decir, de tener cinco sectores operativos, se pasó a tres.

En términos de autofinanciamiento, *Imágenes* intentó amortiguar la salida de *Etcétera* a partir de un trabajo sostenido hasta el cierre de la productora brindando servicios de edición y de posproducción de imagen para piezas publicitarias y proyectos audiovisuales. Hay que tener en cuenta que, a mediados de la década del noventa, *Imágenes* ya contaba con la primera isla de edición no lineal del país que utilizaba el sistema *AVID Media Composer* y con la desvinculación de *Etcétera* la isla quedó en

manos de la institución⁵¹. A su vez, en la presente etapa se compró una nueva isla AVID⁵².

Esto les permitió seguir trabajando para publicidad brindando servicios de edición no lineal y posproducción de imagen. A su vez, la infraestructura de las islas de edición fue utilizada para brindar los mismos servicios a varios proyectos cinematográficos. En rigor, la amplia mayoría de los largometrajes producidos en Uruguay entre 1995 y 2002, fueron editados en *Imágenes*. En términos de estructura, las islas de edición (AVID), eran gestionadas y trabajadas por Daniel Márquez. Posteriormente, dado el volumen de trabajo, se incorporaron varios editores para trabajar en ambos AVID: Álvaro Zinno, Sebastián Rodríguez y Fernando Epstein, quién a posteriori se convertiría en uno de los fundadores de la productora Control Z Films y en uno de los principales editores y fundamentalmente productores del país⁵³.

El departamento de animación, por su parte, era gestionado por Carlos *Tato* Ariosa con la colaboración de Marcela Fontana, a quienes se sumaban de forma circunstancial técnicos como José (*Pepe*) Infantozi o Pablo Fernández. Además de brindar servicios gráficos y de animación, por lo general, para producciones publicitarias, el departamento desarrolló dos series de animación electrónica durante el período: *Tabaré* (1995) y *El diccionario del disparate* (1999). Es importante destacar que las series emergen para dar continuidad a una línea estratégica de producción dentro de la productora, adecuándose a la nueva realidad tecnológica y de mercado, teniendo en cuenta la llegada al Uruguay de la televisión para abonados y un nuevo marco institucional y de fomento al audiovisual dentro del país que será analizado más adelante (capítulo 8).

A modo de ejemplo, durante la producción de *El diccionario del disparate*, Ariosa se encontraba desarrollando paralelamente otras tres series de animación: una sobre viñetas de personajes de *Peloduro*, otra de humor absurdo (*El Service*) en base a guiones y personajes creados por Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, y otro proyecto basado en una historieta de la revista *El sapo Ruperto* denominada *Ultrachán: héroe*

⁵¹ Los términos de *edición lineal* y *edición no lineal*, comenzaron a utilizarse con la llegada de nuevos mecanismos de edición electrónica y digital. Una de las particularidades de la *edición lineal* es que el material debe ser editado cronológicamente, sin poder volver atrás. La edición de video digital *no lineal*, por su parte, permite el acceso a la información de forma aleatoria, sin tener que trabajar secuencialmente, además de no degradar el material por tratarse de información digital. El AVID *Media Composer* fue uno de los sistemas de edición no lineal pioneros y que tuvo una enorme repercusión en el mercado mundial cinematográfico durante la década del noventa. Para profundizar en estos aspectos véanse los términos técnicos aquí esbozados en Konigsberg (2004) y para adentrarse en los cambios producidos por la edición digital desde la perspectiva de un montajista, véase Murch (2003).

⁵² De acuerdo con la información brindada por Mario Jacob y Daniel Márquez, la primera isla AVID fue comprada en el año 1993 y la segunda en 1997.

⁵³ Fernando Epstein es productor, entre otros, de los siguientes largometrajes: *25 Watts* (2001), *Whisky* (2004), *La perrera* (2006), *El custodio* (2006), *Acné* (2007), *Gigante* (2009), *Hiroshima* (2009), *3* (2012), *Tanta Agua* (2013), *El 5 de Talleres* (2014), *Mi amiga del parque* (2015), *Las herederas* (2018) y *Monos* (2019).

por accidente (“Peloduro y sus amigos a la Tevé”, 1999). La magra recuperación de la inversión realizada en los proyectos producidos, así como también un fomento a la producción nacional distante del imaginado, hizo que dicha línea de trabajo no pudiera consolidarse y que los mencionados proyectos, entre otros tantos, no pudieran concretarse.

A nivel global, la gestión de *Imágenes* y la producción ejecutiva de proyectos no publicitarios durante su última etapa, estuvo a cargo de Mario Jacob. De acuerdo con el análisis, las líneas desarrolladas por la productora fueron tres en términos de desarrollo de proyectos: producción de documentales, series de animación y participación en largometrajes de ficción. La novedad, respecto a las etapas anteriores, estuvo en el último caso.

En este sentido, *Imágenes* ensayó una línea de producción que intentó adaptarse al contexto emergente de fomento a la producción audiovisual nacional, participando en términos de coproducción en distintos proyectos de largometrajes nacionales e internacionales. A nivel internacional, el foco estuvo puesto en la integración regional, aprovechando un contexto socioeconómico que tuvo el nacimiento del MERCOSUR como principal novedad. Conforme a la documentación recabada, se ensayaron proyectos en conjunto con productoras de Brasil y Argentina.

En la mayoría de los casos la vinculación se dio en una etapa incipiente de investigación y desarrollo que por distintos motivos no prosperaron, como fue el caso de los proyectos: *Un crisantemo estalla en cinco esquinas* (1998), *El astillero* (2000) y *Netto perde sua alma* [Netto pierde su alma] (2001). Dentro de este tipo de experiencias de intentos de coproducción regional, destaca el caso de *Lua de outubro* [Luna de octubre] (1997), por tratarse del único caso en donde *Imágenes* llegó a firmar un contrato de coproducción.

El proyecto, promocionado en Brasil como el primer largometraje del MERCOSUR, preveía una producción conjunta con Brasil (Cinematográfica Pampeana) y Argentina (Amauta Producciones), en donde el principal productor era la parte brasileña. El guión se basó en tres cuentos del escritor uruguayo Mario Arregui y su rodaje se realizó en los territorios de Santana do Livramento (Brasil) y Rivera (Uruguay). La participación de *Imágenes* incluía la labor de Mario Jacob como uno de los productores ejecutivos del proyecto y aportes en términos de infraestructura para la edición en AVID del largometraje (Pampeana, Amauta e Imágenes, 1995).

El trabajo desarrollado en *Luna de octubre* incluyó la gestión de locaciones, búsqueda de técnicos y equipamiento a nivel local, así como también la búsqueda de financiación local e internacional para que el proyecto pudiera concretarse. En esos términos, *Imágenes* trabajó por un lapso aproximado de dos años en el proyecto, pero ante la decisión de la contraparte brasileña de realizar la edición del largometraje en

Argentina, se decidió la desvinculación del proyecto por entender que se rompía el acuerdo realizado entre las partes y que la participación de *Imágenes* en ese contexto terminaría siendo simplemente nominal (Jacob, 1997b; 1997c).

Por otro lado, a nivel nacional, además de brindar servicios de posproducción, *Imágenes* participó activamente en la producción de dos largometrajes que se convirtieron en hitos de la cinematografía nacional reciente: *25 Watts* (2001) y *En la puta vida* (2001). En ambos casos, la participación de la productora consistió en el aporte de la infraestructura necesaria para realizar la edición de los proyectos en AVID, tomando dicha participación como aporte de *Imágenes* dentro de las mencionadas producciones.

En síntesis, a partir de la desvinculación de *Imágenes-Etcétera*, la productora debió reestructurarse generando nuevos mecanismos de producción y subsistencia que permitieran su continuidad. En términos económicos, la viabilidad financiera de la productora estuvo centrada en brindar servicios de posproducción para proyectos audiovisuales, fundamentalmente publicitarios, aprovechando para ello las islas de edición AVID.

En términos productivos, la estrategia consistió en aprovechar el nuevo contexto de fomento al audiovisual y la llegada de televisión para abonados, para producir documentales, series de animación y participar en régimen de coproducción en largometrajes de ficción nacionales e internacionales, utilizando a su infraestructura como principal aporte.

A su vez, del análisis de la etapa emerge como una de las principales características, el progresivo desmembramiento de los integrantes de la organización. En este sentido, se observa una nueva estructura organizativa que pasa de cinco núcleos operativos a tres: las islas de edición AVID, el departamento de animación y la gestión ejecutiva de proyectos; que cuentan, a su vez, con básicamente tres individuos para la gestión de dichos núcleos. El primero es gestionado por Daniel Márquez, el segundo por Tato Ariosa y el tercero por Mario Jacob.

Finalmente, la etapa se caracteriza por un nuevo marco institucional de fomento al audiovisual a nivel local que intentó ser aprovechado por *Imágenes*. En términos productivos, la institución desarrolla fundamentalmente producciones de tipo documental y retoma la producción en el terreno de animación, así como también incursiona en la participación de proyectos de largometraje de ficción.

Sin embargo, aspectos financieros y económicos como el repliegue y la dificultad de acceso a financiamiento de agencias de cooperación internacional, el escaso o nulo retorno económico de los proyectos emprendidos, la constante necesidad de adecuación tecnológica y un fomento escaso a nivel local en términos económicos

más allá de aspectos institucionales, sumados a una situación contextual de crisis económica, llevan a que *Imágenes* finalmente cierre. Dentro de este marco, que va desde la refundación de la productora hasta su cierre, es que se produce la obra que se describe a continuación.

7.2 La obra de *Imágenes* (1995-2001)

En 1995 *Imágenes* produce *Tabaré*, dirección de Tato Ariosa, serie de animación de 50 capítulos de 30 segundos cada uno. La obra se basa en las caricaturas del humorista uruguayo Tabaré Gómez Laborde, de reconocida trayectoria en Argentina y creador de personajes como *Eustaquio*, *Diógenes* y *el Linyera* y *Paja Brava*. Con un tono satírico y poco sutil, entre lo ingenuo y lo burdo, *Tabaré* impacta por lo conciso de cada capítulo y por el conjunto, conformando una serie de anécdotas irónicas y absurdas sobre el ser rioplatense.

Cuatro documentales se realizan en 1996: *Juan Manuel Blanes*, *Amalia Nieto: Retrospectiva*, *La (otra) Paloma* y *Los indios de los cerritos*. Los dos primeros son retratos biográficos de destacados artistas plásticos nacionales. En el caso de Blanes, dirección de Álvaro Zinno, la narración da cuenta en breves minutos de la vida y obra del artista a partir de una locución ilustrada con detalles de su obra más representativa. El documental de Amalia Nieto, dirección de Juan José Mugni, se trata de un trabajo más extenso que da cuenta cronológicamente del derrotero de la artista y de su vínculo con otros creadores (Joaquín Torres García, Felisberto Hernández) que influyeron en su búsqueda artística. Lo interesante del registro es que la narración se centra en una extensa entrevista a Nieto que permite, en primera persona, profundizar sobre aspectos formales relativos a su obra.

La (otra) Paloma, dirección de Tato Ariosa, es un documental de claro corte institucional realizado para la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ), en donde a partir de diversos registros de actividades y testimonios de habitantes del pueblo de La Paloma, ubicado en el noroeste del departamento de Durazno, se da cuenta de la promoción brindada por la ACJ a distintas iniciativas y emprendimientos para mitigar la escasez de trabajo de la zona.

Los indios de los cerritos, por su parte, se trató de la tercera entrega de Hilary Sandison sobre los humedales del Este. El título refiere a los lugares de enterramiento de las poblaciones prehistóricas del Uruguay, elevaciones de tierra de entre cuatro y cinco mil años de antigüedad, que se encuentran desperdigadas por el territorio nacional. El registro profundiza en el trabajo de recuperación realizado por arqueólogos, biólogos y guardaparques en la zona del Potrerillo de Santa Teresa, área silvestre administrada por el Programa de Conservación de la Biodiversidad y Desarrollo Sustentable (PROBIDES), quién solicitó la realización del trabajo.

Otros cuatro documentales se estrenan en 1997: *Dieste, la conciencia de la forma, Idea, Señal de alarma y Planeta energía*. En rigor, el primero de ellos es una extensa entrevista a Eladio Dieste realizada por el arquitecto Mariano Arana (intendente de Montevideo en dos oportunidades). El valor del documento reside en ser uno de los únicos registros en donde el mundialmente reconocido ingeniero habla de su obra y lo hace de forma sencilla a partir de preguntas concretas sobre su método. En palabras de Jorge Ruffinelli:

Si escuchar a una persona –un artista, un creador- de ideas nuevas y originales, y que sabe relacionar la estética con la ética y con la vida cotidiana, produce un enorme placer en cualquier audiencia más o menos educada, en este caso el placer es doble, porque las preguntas y comentarios de Arana son agudas y enfilan por lo general al núcleo problemático de la arquitectura y su función en la vida. (2015, p. 410)

Idea, dirección de Mario Jacob, es un documental más ambicioso. Comparte con el anterior la particularidad de contar con el testimonio de su protagonista (Idea Vilariño) quién narra y aborda distintos momentos de su obra y vida, profundizando en aspectos poco abordados como su relación con el tango y la corriente de música popular uruguaya. Desde un punto de vista narrativo la obra se encuentra dividida por distintos bloques temáticos sustentados en la palabra de Vilariño, pero que son complementados con distintas interpretaciones de sus poemas y retratados con abundante material de archivo audiovisual. El valor del documento, al igual que con *Dieste*, es innegable por tratarse de uno de los pocos registros audiovisuales en donde Vilariño aceptó ser entrevistada sobre su vida. En palabras de Alicia Migdal:

La poeta se ha negado sistemáticamente a contar su vida (...) De manera que se vuelve superlativo el interés y la importancia de este primer documento sobre una de las escritoras más originales y conocidas (extraña combinación) del Uruguay y de la literatura hispanoamericana. (1997, p. 22)

Señal de alarma y Planeta energía, por su parte, se trataron de cortometrajes institucionales. El primero, realizado en la ciudad de Dolores -departamento de Soriano- es un trabajo de extensión realizado por la Facultad de Ingeniería (FING) y el Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes (IENBA) de la Udelar que busca concientizar a la población sobre la contaminación existente en las aguas subterráneas producto del uso de fertilizantes, herbicidas y pesticidas en una localidad predominantemente agrícola. *Planeta energía*, dirección de Horacio Santos, fue realizado para UTE. El cortometraje, desde una perspectiva didáctica, explica distintos modos de ahorrar energía en el plano doméstico. A nivel formal, el proyecto presenta un híbrido entre el documental y la animación, integrando personajes animados que interactúan con un niño mientras se brinda la información.

Por otro lado, en 1997 *Imágenes* produjo su proyecto documental más ambicioso, una serie de cuatro capítulos titulada *Pantanal: las aguas de la vida*. La serie, dirigida por

Hilary Sandison y filmada en regiones de Brasil, Bolivia, Paraguay, Argentina y Uruguay, expone la problemática ambiental que supone la realización del proyecto dentro de la hidrovía Paraguay-Paraná, un sistema navegable que abarca unos 3.500 kilómetros desde el nacimiento del río Paraguay en el Mato Grosso (Brasil) hasta Nueva Palmira (Uruguay) donde el río Paraná se une con el Río de la Plata. La serie significó la última producción de Hilary Sandison dentro de *Imágenes* y de alguna forma sirve de síntesis de un trabajo acumulado en torno a la problemática medioambiental.

Desde un punto de vista formal, el registro recorre el trayecto de la hidrovía filmando comunidades, pobladores, activistas y trabajadores, así como también se documenta la geografía abarcando aspectos de la naturaleza, pero también del desarrollo impulsado (fabricas, industrias, represas). La narración es guiada por una locución informativa mientras se contrastan testimonios de los promotores del proyecto con las de los lugareños, ambientalistas y científicos. Las temáticas abordadas se presentan en cuatro capítulos que se resumen a continuación.

El primero presenta la inversión del megaproyecto, que implica la modificación de los ríos para facilitar y bajar el costo del transporte de la producción agrícola y minera de los países involucrados. El segundo se focaliza en el trabajo de concientización desplegado por activistas de la agrupación RÍOS VIVOS -un conjunto de 300 ONG's- y en la negativa perspectiva de los lugareños respecto al proyecto. El tercero profundiza en el impacto ambiental y social de las megaobras realizadas y proyectadas, y el último capítulo, plantea la paradoja del modelo de desarrollo llevado a cabo y enfatiza el valor de los ríos y sus humedales como fuente natural de alimento y subsistencia del cual dependen (directa o indirectamente) toda la flora y fauna de la zona y unos 40 millones de seres humanos.

Tres documentales por encargo se producen en 1998: *Una larga marcha, Al margen...* y *Las lágrimas de Eros*. El primero de ellos es un extenso institucional de CALAGUA, que tiene la particularidad de haber sido filmado en 1989 y editado y estrenado recién en 1998 para conmemorar los 30 años de existencia de la cooperativa. El documento presenta variados testimonios y fotografía en detalle la infraestructura y las actividades que se desarrollan a lo largo de toda la cadena productiva.

Al margen..., dirigido por Claude Frison, es un trabajo elaborado con el fin de ser destinado a cursos de capacitación en derechos humanos impulsados por el Instituto de Estudios Legales y Sociales del Uruguay (IELSUR). El video pone foco en las poblaciones vulnerables de los asentamientos irregulares afincados en la capital montevideana, centrándose en la población adolescente. A partir de testimonios, narra en primera persona las perspectivas futuras de una población pobre y estigmatizada,

cuya educación parece estar destinada a la “escuela de la calle” o la formación de oficios dentro de su entorno o en centros de rehabilitación como La Tablada.

Por último, Maida Moubayed realiza el guion y la dirección del largometraje *Las lágrimas de Eros*, dando continuidad a su obra previa intentando iluminar sobre el rol que ocupa la mujer en la sociedad. En este caso, la temática se centra en el modelo católico de la sexualidad femenina. Testimonios en primera persona que narran en algunos casos insatisfacción sexual prolongada, homosexualidad y prácticas frecuentes de aborto, así como también la utilización de recursos audiovisuales como la inclusión de interpretaciones líricas de canciones religiosas, ilustraciones animadas o un ballet de una pareja al desnudo, hacen que la obra transite caminos poco abordados por la filmografía nacional previa.

Tres producciones distintas tienen lugar en 1999: un documental biográfico y otras dos series (una de animación y otra documental). *Figari*, guión de Gabriel Peluffo Linari y dirección de Álvaro Zinno, es un cortometraje de carácter informativo producido para la Asociación de Amigos del Museo Juan Manuel Blanes que expone en breves minutos las ideas filosóficas y artísticas del creador Pedro Figari, uno de los principales artistas plásticos del Uruguay. La locución narra el derrotero del artista en forma cronológica, ilustrando la información con material fotográfico de época y detalles de su obra.

Por otro lado, la serie denominada *Diccionario del disparate* es un conjunto de 30 breves animaciones dirigidas por Tato Ariosa basadas en la publicación del mismo nombre del humorista Julio Emilio Suárez, más conocido como *Peloduro*. La obra utiliza las definiciones irónicas creadas por el humorista y las ilustra con los famosos personajes del creador: *Peloduro*, *La Porota* y *El Pulga*, entre otros. La serie, producida para Tevé Ciudad, significó la última creación de *Imágenes* en animación.

El recurso de la memoria, por su parte, retoma el tema de la denominada Ley de Caducidad y la lucha por verdad y justicia a diez años del referéndum popular que confirmó la vigencia de la norma. El primer capítulo explica sus postulados y desarrolla la cronología de los hechos desde su establecimiento hasta el camino que llevó al referéndum. El segundo profundiza en el rol de los medios masivos de comunicación durante la campaña y en el de los representantes legislativos mientras expone los argumentos a favor y en contra. El último capítulo, titulado *La ley y su deuda*, resume lo abordado en los anteriores y luego profundiza en el caso de los detenidos desaparecidos durante el proceso cívico militar, cuya investigación ha sido escasa o nula, aun siendo posible en el marco de la ley vigente.

Más allá de lo temático, es importante destacar el trabajo dirigido por Jacob en términos del material que expone en los tres capítulos. Más de veinte entrevistas realizadas a líderes políticos de primer orden y figuras destacadas de la sociedad

brindan sus argumentos sobre episodios de la historia reciente del Uruguay. La serie además trabaja en base a un material de archivo de relevancia, en muchos casos inédito y registrado por la propia productora o por sus integrantes, en donde se documentan episodios relevantes en el plano político y social durante un lapso de más de 30 años.

Un año más tarde la productora estrena dos obras de ficción de distinto tipo: *¿Puedo llamarte Carlitos?* (2000) y *Contra las cuerdas* (2000). La primera, dirigida y coproducida por Danilo Iglesias, es un mediometraje que tiene la particularidad de haber sido filmado casi en su totalidad en EEUU. En rigor, es un trabajo de escuela para The New School for Social Research en donde el director hizo sus estudios y narra la anécdota de unos jóvenes latinoamericanos que se ven envueltos en conflictos con narcotraficantes de Boston. La segunda, último proyecto dirigido por Maida Moubayed dentro de *Imágenes* y producido para la Asociación Nacional en Beneficio de la Niñez (ANIMA), aborda el tema de la separación dentro de un núcleo familiar de clase media exponiendo la situación del niño en esas circunstancias. El texto que da cierre al cortometraje es ilustrativo del mensaje: “Rehén: Persona retenida como garantía para obligar a otro a cumplir determinadas condiciones” (*Imágenes* y Moubayed, 2000, 13:15).

En el año 2001 se estrenan dos largometrajes de ficción, coproducidos por *Imágenes*, que se convirtieron en hitos de la filmografía nacional: *25 Watts* y *En la puta vida*. El primero, producido por Control Z Films y dirigido por Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, narra un lapso de veinticuatro horas en la vida de tres jóvenes montevideanos. Nada memorable ocurre en ese lapso temporal, más que el transitar de una juventud con vagos problemas existenciales. Ese transcurrir es narrado formalmente en blanco y negro y en planos generales, por lo común fijos, que potencian el tedio o cierta “poética de la quietud” en términos de Carrero Castro (2013).

La película de Beatriz Flores Silva es de alguna forma la antítesis de *25 Watts*. Se basa en investigaciones realizadas por la periodista María Urruzola para el semanario *Brecha* -ampliadas luego en el libro *El huevo de la serpiente* (1992)- en donde se expuso la existencia de una organización mafiosa en Uruguay dedicada al tráfico de mujeres con fines de explotación sexual en Europa. La obra, filmada en Montevideo y Barcelona, toma la anécdota y desarrolla una ficción de difícil clasificación, que empieza como comedia, sigue como policial y culmina como un drama. Es importante destacar que *En la puta vida* (2001), aún en la actualidad, sigue siendo la película uruguaya que obtuvo el mayor número de espectadores en las salas de estreno comercial nacional, alcanzando cifras superiores a los 145.000 espectadores (Stolovich et al, 2004; Rodríguez Brites, 2018).

Finalmente, al igual que en las etapas anteriores, *Imágenes* colaboró durante este período en la producción de casi una decena de videos musicales producidos para

reconocidos grupos de la escena local como: Nikel, Los Shakers, Exilio Psíquico, Sordromo, Cursi o Plátano Macho, así como también facilitó su infraestructura para la posproducción de cortometrajes realizados por instituciones o por realizadores independientes, en su mayoría jóvenes, como el caso de Juan Pablo Rebella, Pablo Stoll, Arauco Hernández, Diego Fernández y Daniel Hendler, entre otros.

Es importante destacar también, el aporte de *Imágenes* en términos de servicios de posproducción, ya que participó en la edición y/o posproducción de gran parte de los largometrajes producidos en el territorio nacional durante el período. En este sentido, una lista incompleta, incluye los siguientes títulos: *Otario* (1997), *Luis Batlle Berres* (1998), *El Viñedo* (1999), *Ácratas* (2000), *Llamada para un cartero* (2000), *Mala Racha* (2000), *Los desconocidos* (2000), *Aparte* (2002), *A pesar de Treblinka* (2002) y *Corazón de fuego* (2002).

Retomando la producción de *Imágenes*, es decir, aquellos proyectos en los cuales la productora participó activamente como productor, coproductor, productor asociado y/o brindando servicios específicos de producción y dejando de lado los servicios de posproducción de imagen o sonido que ameritarían otro tipo de estudio, la obra producida entre 1995 y 2001, ya descripta, se detalla en el siguiente cuadro:

AÑO	TÍTULO	CONTENIDO	FORMATO / DURACIÓN
1995	Tabaré	Animación	U-Matic HB / 50 x 30''
1996	Amalia Nieto: Retrospectiva	Documental	U-Matic HB / 21' 08''
1996	Danza Primitiva	Videoclip	Betacam SP / 6' 22''
1996	Juan Manuel Blanes	Documental	U-Matic HB / 11' 21''
1996	La (otra) Paloma	Documental	Betacam SP / 14' 10''
1996	Los indios de Los Cerritos	Documental	Betacam SP / 21' 44''
1996	Milonga hey	Videoclip	s/d / 3' 51''
1997	Dieste, la conciencia de la forma	Documental	Betacam SP / 49' 07''
1997	Idea	Documental	Betacam SP / 35' 51''
1997	Pantanal: las aguas de la vida	Documental	Betacam SP / 4 x 17'
1997	Planeta energía	Documental	Betacam SP / 13' 22''
1997	Señal de alarma	Documental	Betacam SP / 8' 42''
1998	Al margen...	Documental	Betacam SP / 27' 20''
1998	Las lágrimas de Eros	Documental	Betacam SP / 56' 51''
1998	Never, never	Videoclip	16 mm 8 mm / 2' 03''
1998	Nico	Videoclip	Betacam SP / 4' 13''
1998	Pendeja	Videoclip	Betacam SP / 4' 50''
1998	Una larga marcha	Documental	Betacam SP / 15' 22''
1999	Diccionario del disparate	Animación	Betacam SP / 30 x 40''
1999	Dónde vas	Videoclip	Betacam SP / 5' 19''
1999	El recurso de la memoria	Documental	Betacam SP / 3 x 30''

1999	Figari	Documental	Betacam SP / 9' 42''
1999	Life in hell	Videoclip	Betacam SP / 4' 54''
1999	Llegó la tromba	Videoclip	Betacam SP / 3' 21''
2000	¿Puedo llamarte Carlitos?	Ficción	Betacam SP / 34' 06''
2000	Contra las cuerdas	Ficción	Betacam SP / 14' 05''
2001	25 Watts	Ficción	16 mm / 92'
2001	En la puta vida	Ficción	35 mm / 100'

Tabla 12. *Producción de Imágenes (1995-2001)*
[Elaboración propia]

En síntesis, entre 1995 y 2001, *Imágenes* produjo 2 series de animación (80 piezas en total), 12 documentales y 2 series documentales (una de 3 capítulos sobre la historia reciente y otra de 4 sobre problemas medioambientales filmada en el exterior), 4 obras de ficción (2 largometrajes, un medimetraje y un corto) y 8 videos musicales. Lo que genera un total de casi 13 horas de producción audiovisual que se dividen de la siguiente manera:

Tipo de contenido	Obras	Minutos (aprox.)
Animación	80 (2)	45
Documental	12 + 7 (2)	443
Ficción	4	240
Videoclip	8	35
Videoarte	0	0
Total	115	763

Tabla 13. *Desglose de obras por tipo de contenido y duración (1995-2001)*
[Elaboración propia]

7.3 Financiación y estructura de realización (1995-2001)

A partir del análisis emergente de las obras producidas durante su última etapa, se observa que la producción más regular y continuada dentro de la institución sigue siendo el documental. Sin embargo, a diferencia de la etapa anterior (1992-1994), *Imágenes* incursiona nuevamente en la animación y profundiza el trabajo realizado en el terreno de la ficción participando en dos largometrajes uruguayos de relevancia. A continuación, se aborda el tema del financiamiento de la obra producida en los tres terrenos: documental, animación y ficción.

En el terreno documental *Imágenes* realizó 14 proyectos de los cuales solamente 3 fueron ideas que emergieron de la productora: *Dieste, la conciencia de la forma, Idea y Pantanal, las aguas de la vida*, lo que permite aventurar una profundización en aspectos ya observados en la anterior etapa en donde el grueso de la producción se

trató de proyectos por encargo. Significativamente, las tres obras fueron estrenadas el mismo año: 1997.

El primero de ellos, de escaso presupuesto, fue financiado con aportes de la productora. El registro data de 1990 y fue realizado a partir del contacto de los integrantes de la productora con Eladio Dieste para la realización de un trabajo de registro sobre la construcción de sus bóvedas de cerámica⁵⁴. La entrevista realizada por Mariano Arana se produce en ese contexto y fue guardada en el archivo de *Imágenes* hasta su edición en 1997, realizada para acompañar las proyecciones de *Idea* en las salas cinematográficas.

Idea fue un proyecto financiado con fondos públicos, recibiendo apoyos a través de dos premios otorgados por la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) en 1996: el Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA) y el Fondo Capital. Ambos mecanismos, que serán analizados más adelante (véase capítulo 8), formaron parte de una serie de medidas desarrolladas por el Departamento de Cultura de la IMM para incentivar la producción audiovisual nacional.

Pantanal, las aguas de la vida, fue financiado por un apoyo de una agencia internacional holandesa al que se sumarían otras colaboraciones internacionales y también nacionales como de la IMM (Tevé Ciudad). En total, se consiguió una financiación cercana a los 100 mil dólares de los cuales la Fundación DOEN de Holanda puso el principal aporte (DOEN, 1996).

El resto de los documentales fueron realizados por encargo y cuatro de ellos gracias a apoyos internacionales. *Juan Manuel Blanes* (1996) surge a pedido de la Asociación de Amigos del Museo Juan Manuel Blanes y fue financiado por la fundación Americas Society (EEUU) además de un aporte económico personal de Pedro Nicolas Baridón. *La (otra) Paloma* (1996), realizado para la ACJ, recibió financiamiento de WK Kellog Foundation de EEUU. Un apoyo financiero de la Comisión Europea conseguido por IELSUR, posibilitó la realización de *Al margen...* (1998) y otra importante obra, *Las lágrimas de Eros*, pudo realizarse el mismo año para CDD (Católicas por el Derecho a Decidir) gracias al apoyo de IWHC (International Women Health Coalition).

En cuanto a los proyectos documentales financiados a nivel local, la gran mayoría, se realizaron gracias a apoyos o contratos con entes estatales. El Ministerio de Educación y Cultura (MEC) financió *Los indios de los Cerritos* (1996) y la retrospectiva de Amalia Nieto con fondos del Museo Nacional de Artes Visuales, que en rigor fue un

⁵⁴ El trabajo de registro realizado por *Imágenes* para la empresa Dieste & Montañez en 1989 puede observarse en <https://youtu.be/FJ8vTsSKIU>

servicio de producción. *Señal de alarma* (1997) fue realizado gracias a un apoyo de la CSEAM de la Universidad de la República y *Planeta energía* (1997) fue financiado por UTE. *Figari* (1999) obtuvo financiamiento del Fondo Capital y de la Fundación Bank Boston. *Una larga marcha* (1998), finalmente, fue financiado por la propia institución que solicitó la realización: CALAGUA.

En resumen, la producción documental consistió en 14 proyectos, dentro de los cuales solamente 5 obtuvieron apoyos de agencias de cooperación internacional. El resto de los proyectos (9) fueron financiados a nivel local: 7 de ellos gracias a premios u apoyos de entes públicos. Los 2 restantes fueron realizados por los aportes de la propia institución que solicitó la producción en un caso y en el otro por aportes íntegros de *Imágenes*.

Por otro lado, en el terreno de la animación se realizaron dos proyectos. La serie *Tabaré* (1995) fue financiada en base a aportes propios de la productora y al trabajo de voluntariado de los técnicos participantes en la producción. *Diccionario del disparate* (1999), por su parte, recibió un apoyo de Tevé Ciudad en el marco de un convenio de colaboración con la productora. En ambos casos se debió pagar derechos de autor por la utilización de material preexistente (historietas) y tuvieron una distribución dispar que imposibilitó recuperar la inversión realizada.

Así se cierra la incursión de *Imágenes* en el terreno de la animación, que tuvo en su primera etapa (1985-1991) una explosión productiva que luego no pudo sostenerse por los altos costos inherentes a la actividad y a la escasa recuperación que obtuvo la inversión realizada. A nivel formativo se trató de una experiencia inédita en el campo que permitió la producción de una obra sólida y reconocida a nivel internacional (*Madre Tierra*). A escala nacional, se incursionó en un campo poco transitado y que por lo tanto posicionó a la productora de una forma diferencial respecto a otras experiencias similares emergentes en el período.

Por otro lado, *Imágenes* participó como productor de cuatro obras de ficción durante la presente etapa: un corto, un medio y dos largometrajes. *Contra las cuerdas* (2000), cortometraje dirigido por Maida Moubayed, fue financiado por la propia institución que solicitó la realización del trabajo: ANIMA. *¿Puedo llamarte Carlitos?* (2000), medietraje dirigido por Danilo Iglesias y producido por Tambora Films, fue financiado en régimen de cooperativa, en donde técnicos y artistas brindaron su trabajo para posibilitar la realización. A nivel financiero o de servicios, se obtuvo apoyos de empresas y fundaciones como The Boston Film and Video Foundation. La participación de *Imágenes* incluyó la realización de toda la posproducción del trabajo (edición, imagen, sonido y gráficas) y también colaboración técnica para el rodaje realizado en Uruguay.

Los dos largometrajes en los cuales tuvo participación como productor *Imágenes* fueron los ya mencionados *25 Watts* y *En la puta vida*. El primer caso se trató de una realización de la productora Control Z Films, que contó con la coproducción uruguaya de Taxi Films e *Imágenes* y la producción asociada de Ana Resnizky, Ronald Meltzer y Patricia Boero. En términos financieros la película obtuvo apoyos del Huber Bals Fund (Holanda) y a nivel nacional del Fondo Capital, de la Fundación Bank Boston y del Instituto Nacional del Audiovisual (INA). El presupuesto de la obra se estimó en unos 200 mil dólares pero lograron filmarla por aproximadamente 25 mil, financiando el resto mediante colaboración en régimen de cooperativa⁵⁵. El aporte de *Imágenes*, dentro de este esquema, consistió en un valor estimado en 11.760 dólares por concepto de uso de la isla de edición y servicios gráficos (Imágenes, Epstein, Rebella y Stoll, 2000).

En la puta vida, por su parte, se trató de una coproducción internacional entre Uruguay, Cuba, España y Bélgica que tuvo un presupuesto cercano a los dos millones de dólares. La obra logró financiarse gracias a fondos nacionales (FONA y Fondo Capital) e internacionales (Ibermedia, CCA⁵⁶), entre otros, además de los aportes de los coproductores, tanto económicos como de servicios (ICAIC, Canal 10, Vía Digital). Dentro de este contexto, *Imágenes* participó como coproductor, incluyendo como aporte la infraestructura necesaria para la edición en AVID de la obra, cuyo cifra se estimó en unos 20.150 dólares obteniendo como contrapartida el 1,06% de los ingresos generados por la misma una vez recuperada la inversión total realizada en el proyecto y en su difusión (Imágenes y BFS, 2000).

En términos de otro tipo de obras, al igual que en etapas anteriores, la productora apoyó la producción de varios videos musicales. Por lo general, el aporte de *Imágenes* se situó en términos de apoyo a la posproducción de estos. A su vez, también ofició de productor principal en algunos casos, facilitando, en términos legales, la participación de integrantes de la productora o de jóvenes creadores en los escasos concursos oficiados por el INA para este tipo de proyectos, para permitir su financiación.

A modo de ejemplo, en el “Concurso Nacional de Videoclips y cortos musicales” del año 1997, *Imágenes* resultó beneficiario con tres obras dentro de las que se destaca el primer premio a *Nico*, dirección de Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, por un valor de 5.000 dólares (INA, 1997). Como se puede apreciar, la financiación de obras menores (en costo) como las de este tipo, generalmente eran financiadas a partir del voluntariado, ya que incluso obteniendo premios inusuales como el mencionado, difícilmente el premio alcanzara para financiar el presupuesto total de la obra.

⁵⁵ El método cooperativo de financiamiento de *25 Watts*, puede encontrarse narrado de forma esquemática y amena por Juan Pablo Rebella (codirector de la obra) en Ruffinelli (2015, pp. 31-32).

⁵⁶ Cinéma et de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique et des télédistributeurs wallons.

En términos de roles, en el terreno documental se observa en la presente etapa una nueva estructura de realización que ya se advertía en la anterior etapa. La participación continua de los integrantes solo se observa en Mario Jacob, principal productor, pero también director de la obra producida en el terreno, con presencia en dichos roles en 11 de los 14 proyectos emprendidos. Dejando de lado a Jacob, la participación del resto de los integrantes es dispar.

De acuerdo con el análisis de los créditos de las obras, el integrante más activo luego de Jacob es Ariosa, quién no solo aparece como el responsable del sector de animación, sino que también participa como editor o brindando servicios de posproducción en varias obras documentales, de las cuales incluso dirige una: *La (otra) Paloma* (1996).

Hilary Sandison, por su parte, participa de dos importantes proyectos vinculados a la temática del medio ambiente, los cuales dirige: *Los indios de los cerritos* (1996) y la serie *Pantanal, las aguas de la vida* (1997), de la cual también es productora. Pero su presencia es nula en el resto de las producciones. Lo mismo ocurre con Maida Moubayed, quien solo participa en un proyecto documental dirigido por ella: *Las lágrimas de Eros* (1998). Lo observado en la anterior etapa, se profundiza en la presente, con participación escasa de las dos únicas directoras de la institución, quienes dejan de colaborar en proyectos de la productora por fuera de los aquí mencionados.

José María Ciganda participa en la fotografía de tres proyectos estrenados en el período: *Los indios de los cerritos* (1996), *Dieste, la conciencia de la forma* (1997) y la serie *El recurso de la memoria* (1999). Teniendo en cuenta que el documental sobre Eladio Dieste fue filmado en 1990 y que la serie cuenta con basto material de archivo, se podría advertir que su participación en esta etapa fue escasa, teniendo en cuenta su trabajo previo como principal camarógrafo y fotógrafo de la productora.

Daniel Márquez, por su parte, si bien desarrolló una tarea sostenida y fundamental en la productora para la subsistencia económica de la misma a partir de su labor en servicios de montaje y posproducción de proyectos, participó escasamente en la producción no publicitaria de la organización, realizando la edición de solo tres documentales y sin participación en el rubro sonido.

En este sentido, fotógrafos y sonidistas externos cumplieron la labor como Javier Martincorena, Daniel Rodríguez Maseda, Bárbara Álvarez o Diego Varela en la fotografía. Dentro de ellos, destaca la participación de Claude Frison, quién además participa en la dirección de *Al margen...* (1998). El sonido directo del rubro documental fue desarrollado por Fabián Oliver con presencia estable en la mayoría de los proyectos de la presente etapa. En términos de banda sonora, Carlos da Silveira y Leonardo Croatto aparecen como principales colaboradores dentro del rubro.

Retomando los integrantes de *Imágenes*, Marcela Fontana colaboró en rubros de animación y gráficas en varios proyectos y Carlos Márquez siguió colaborando en roles de asistencia de producción y fotografía, aunque sin una presencia tan activa como en anteriores etapas. Victoria Pérez, finalmente, no aparece en ninguno de los créditos de las obras producidas durante el período.

Es importante destacar, llegado este punto, que del análisis de los créditos se desprende un desmembramiento de sus integrantes fundacionales y una nueva forma de funcionamiento que se intensifica a medida que va pasando el tiempo, dejando de trabajar en función a un proyecto colectivo y empezando a funcionar en base a proyectos particulares con mayor participación de técnicos externos que de los propios integrantes de la institución.

7.4 Grado de participación, presupuesto y financiación de cada obra (1995-2001)

Según el grado de participación de la productora en las distintas obras de esta tercera etapa, *Imágenes* participó como productor en 15, como coproductor en 5 y brindó servicios de producción en 5. Además, realizó servicios de posproducción en cortometrajes, videos musicales y en al menos 10 largometrajes.

Dejando de lado los videos musicales, *Imágenes* fue productor de 11 proyectos de los cuales 9 son documentales, a los que habría que sumar la serie de animación *Tabaré* (1995) y el cortometraje de ficción *Contra las cuerdas* (2000). A su vez, de los 11 proyectos producidos, solo cuatro emergen de la productora, ya que el resto se trató de realizaciones por encargo.

Esto se ve incrementado en torno a las coproducciones, producciones asociadas y servicios de producción, en donde las únicas producciones ideadas por la productora fueron la realización de las series *Diccionario del disparate* (1999) y *El recurso de la memoria* (1999), ambas producidas para Tevé Ciudad. En este sentido, se observa una continuidad respecto a la etapa anterior (1992-1994): la gran mayoría de las obras producidas por *Imágenes*, son realizaciones por encargo o proyectos en los cuales colabora.

Por otro lado, detenerse en los proyectos emprendidos por la productora por iniciativa propia, permite visualizar una línea de producción que se encuentra en concordancia con la primera etapa de la productora (1985-1991), ya que se trató de seis proyectos riesgosos y complejos que incursionaron en temáticas y formatos poco transitados por la cinematografía nacional. Ellos fueron cuatro series (dos documentales y dos de animación) y dos unitarios documentales.

Lo riesgoso y complejo de los emprendimientos, se desprende de varios factores. En algunos casos por el tipo de audiovisual realizado, como es el caso de las series de animación. En el terreno documental, las series *Pantanal: las aguas de la vida* (1997) y *El recurso de la memoria* (1999), también son proyectos complejos, que, además, como ya fuera señalado, de alguna forma sintetizan el trabajo previo realizado por la institución.

En este sentido, un proyecto como *El recurso de la memoria*, con material de archivo que documenta un lapso histórico de más de 30 años, solo se explica a partir del riguroso trabajo de registro y de realización de sus integrantes en términos históricos y productivos. El caso de la serie sobre el proyecto de hidrovía Paraguay-Paraná, por su parte, condensa un interés temático de la productora por la problemática medioambiental, comandado por Hilary Sandison, que tiene en la serie el proyecto documental más ambicioso, en términos económicos, pero también de realización. A modo de ejemplo, valgan las siguientes notas de producción de Sandison:

Filmar PANTANAL: LAS AGUAS DE LA VIDA fue una compleja operación para nuestro equipo inicial de 3 personas. Las 3 primeras semanas de rodaje incluyeron alcanzar lugares inaccesibles del pantanal brasileño en una pequeña avioneta o bote para filmar a los indios Guató, cargados con nuestros 215 quilos de equipamiento. Por suerte, nuestro productor ejecutivo americano, Glen Switkes, de *Rivers International Network*, es un experimentado cineasta y nos ayudó bastante. Desde Corumbá, navegamos por el Río Paraguay con los activistas de RÍOS VIVOS en una flotilla de tres barcos, registrando un inolvidable encuentro con una comunidad de indios Chamacoco en Paraguay. Algunos accidentes ocurrieron: uno de los barcos se rompió y tuvo que ser remolcado por un barco gemelo por un día y poco. Tres hombres terminaron con sus piernas en yeso, incluyendo nuestro primer sonidista que quedó incapacitado para los 3 días finales de filmación. [Traducción propia] (Sandison, 1997)

Vale destacar que incluso aquellos proyectos que en términos económicos resultan a simple vista más modestos, como en el caso de los unitarios de *Dieste, la conciencia de la forma* (1997) e *Idea* (1997), también fueron proyectos complejos y riesgosos, por trabajar en torno a personalidades que hasta el momento se habían mostrado reacios a dejar testimonio sobre aspectos personales o incluso vinculados a su obra. De hecho, el proyecto de Vilariño, aún luego de haber logrado la financiación para realizarse, se encontró en riesgo de poder difundirse por expresa voluntad de la autora, quién permitió realizar un documental sobre su persona, siempre y cuando, el resultado le satisficiera de acuerdo con la cesión de imagen otorgada al proyecto, que se muestra a continuación por su indudable valor histórico.

Montevideo, marzo 18 de 1996

Por la presente autorizo al Sr. Mario Jacob a realizar un documental sobre aspectos de mi vida y de mi obra, a condición de que el resultado final sea aprobado por mí.

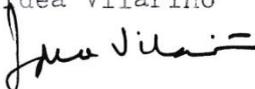
Idea Vilariño


Figura 5. Correspondencia de Idea Vilariño a Mario Jacob.

Retomando el grueso de la producción, en términos económicos, siguiendo las tipologías de Stolovich et al (2004), los costos de producción de las obras de *Imágenes* en la presente etapa (al igual que las anteriores) fueron en su amplia mayoría inferiores a los cincuenta mil dólares, como se puede apreciar en el siguiente desglose:

Presupuesto	Obras
Inferior a 10 mil	3
Entre 10 y 25 mil	13
Entre 25 y 50 mil	6
Entre 50 y 150 mil	2
Superior a 150 mil	4

Tabla 14. *Costos de producción de las obras (1995-2001)*
[Elaboración propia]

Si se observa la producción global, dividida por tipos: documental, animación, ficción y videos musicales, se observan líneas de continuidad y también de divergencia respecto a la complejidad del tipo de obra producida y a su financiación.

En el terreno documental, por ejemplo, en las anteriores etapas el grueso de la producción se situó en los límites de un tipo de producción costosa para la realidad local y además se llevó a cabo predominantemente en el interior del país. No es lo que ocurre en la presente etapa. Por un lado, si bien se realizaron proyectos complejos y costosos como los ya mencionados, a los que se podrían sumar obras como *Los indios de los cerritos* (1996) o *Las lágrimas de Eros* (1998), el grueso de la obra documental fue de escaso presupuesto y, a su vez, el visionado del tipo de obra realizada en este terreno no demuestra grandes complejidades. De hecho, la obra realizada en torno a la temática cultural, con biografías o retrospectivas de artistas nacionales, se reduce al testimonio y/o a la narración en torno a registros de la obra de los respectivos artistas.

En el terreno de la animación ocurre algo similar. Aprovechando los avances tecnológicos, la obra se despliega en torno a dos proyectos con animación computarizada en base a material previo existente (viñetas, textos y personajes), en donde cobra vital importancia la posproducción pero que no transitan por experiencias de rodaje. *Tabaré* (1995) y *El diccionario del disparate* (1999), se alejan bastante en términos de producción a las experiencias previas desarrolladas en *Madre Tierra* (1991), *Los escondites del sol* (1990) o incluso *Los cuentos de Don Verídico* (1987).

La novedad se da en el terreno de la ficción. Recordemos que al momento *Imágenes* había producido dos cortometrajes: *La jeringa* (1987) y *Distracción fatal* (1993). En este período participa como productor de cuatro proyectos: *¿Puedo llamarte Carlitos?* (2000), *Contra las cuerdas* (2000), *25 Watts* (2001) y *En la puta vida* (2001). Si bien es cierto que salvo en el cortometraje dirigido por Maida Moubayed, en el resto de las producciones su participación fue menor, también lo es que la participación de *Imágenes* en el terreno de la ficción durante la presente etapa fue importante y sostenida a nivel local, y que marcó una línea estratégica de proyección de la productora (a nivel nacional pero también regional) que por diversos motivos no pudo consolidarse.

En términos de financiación, la cooperación internacional se repliega. Si bien se obtienen apoyos específicos como el caso de la Fundación DOEN y otras agencias de cooperación para la serie medioambiental, así como también el apoyo por intermedio de otras instituciones internacionales para obras específicas realizadas por encargo que consiguieron la financiación por esta vía, el apoyo de agencias como IAF, NOVIB o DIAKONÍA, con las cuales existió una línea de trabajo sostenida a lo largo del tiempo, desapareció.

La novedad en términos de financiamiento se observa en los apoyos recibidos a partir de entes estatales y/o municipales, ya sea a partir de la contratación directa o a través de la obtención de premios (FONA, Fondo Capital, entre otros). Los magros fondos o aportes de este tipo quizás expliquen la reducción de costos en la obra emprendida.

El voluntariado aparece nuevamente como mecanismo de financiación, aunque en menor medida que en la primera etapa (1985-1991) y siendo visible básicamente en el terreno de la animación, de los videos musicales y de la ficción. El único proyecto financiado por *Imágenes* por esta vía en el terreno documental es *Dieste, la conciencia de la forma* (1997) que, en los hechos, fue producido en 1990. En el terreno de la ficción, tanto *25 Watts* (2001) como *¿Puedo llamarte Carlitos?* (2000), fueron financiados en régimen cooperativo. A su vez, los aportes de *Imágenes* en los videos musicales y en el largometraje *En la puta vida* (2001), fueron colaboraciones que no lograron recuperar la inversión, en el primer caso por el tipo de proyecto, y en el segundo por el elevado presupuesto global de la obra.

En síntesis, si bien la presente etapa es la que presenta el mayor volumen de producción, se observa un incremento de las realizaciones por encargo, ya visible en la etapa anterior (1992-1994) pero profundizada en la aquí analizada (1995-2001).

En términos de costos, se visualiza, por un lado, que el grueso de la obra producida muestra un presupuesto inferior a las obras producidas en las anteriores etapas, en donde la gran parte de los proyectos son inferiores a los 50 mil dólares e incluso a los 25 mil.

Sin embargo, los proyectos en donde la idea de la realización emerge de la productora, demuestran una línea de continuidad con las etapas anteriores, con proyectos complejos y riesgosos. A su vez, se observa una participación intensa en el terreno de la ficción, incursionando en la coproducción de dos largometrajes uruguayos y brindando servicios de posproducción para una decena de proyectos, lo que presenta una novedad respecto a las etapas previas.

Finalmente, en términos de financiación, la cooperación de agencias internacionales se reduce y aparece como principal novedad, el financiamiento a través de entes estatales, ya sea a partir de acuerdos o la obtención de premios.

El siguiente recuadro presenta el global de las obras producidas entre 1995 y 2001 de acuerdo con el grado de participación, presupuesto y financiación de cada producción y permite visualizar en detalle lo descripto. Vale destacar que los proyectos de los largometrajes en los cuales *Imágenes* brindó servicios de posproducción fueron descartados del análisis, por tratarse de servicios conexos que no implican participación o acuerdos como productor de las obras.

AÑO	TÍTULO	GRADO DE PARTICIPACIÓN	PRESUPUESTO	FINANCIACIÓN
1995	Tabaré	Producción	A	Imágenes
1996	Amalia Nieto: Retrospectiva	Servicio de producción	D Tipo 1A	Museo Nacional de Artes Visuales
1996	Danza primitiva	Producción	CF Tipo 1	Imágenes
1996	Juan Manuel Blanes	Coproducción	D Tipo 1A	Americas Society (EEUU) Pedro Nicolas Baridon
1996	La (otra) Paloma	Producción	D Tipo 1A	WK Kellogg Foundation (EEUU)
1996	Los indios de Los Cerritos	Producción	D Tipo 1C	PROBIDES MEC
1996	Milonga hey	Servicio de posproducción	CF Tipo 1	s/d
1997	Dieste	Producción	D Tipo 1A	Imágenes
1997	Idea	Producción	D Tipo 1C	FONA Fondo Capital
1997	Pantanal: las aguas de la vida	Producción	D Tipo 2	DOEN (Holanda) Charles Stewart Mott Foundation (EEUU) ABP (Alemania) TV Ciudad
1997	Planeta energía	Servicio de producción	D Tipo 1B	UTE
1997	Señal de alarma	Servicio de producción	D Tipo 1A	CSEAM (Udelar)
1998	Al margen...	Producción	D Tipo 1B	Fondo de la Comisión Europea
1998	Las lágrimas de Eros	Producción	D Tipo 1C	International Women Health Coalition (EEUU)
1998	Never, never	Producción	CF Tipo 1	Fondo anual de videoclips (MEC-INA)
1998	Nico	Producción	CF Tipo 2B	Fondo anual de videoclips (MEC-INA)
1998	Pendeja	Servicio de posproducción	CF Tipo 2A	s/d
1998	Una larga marcha	Producción	D Tipo 1B	CALAGUA
1999	Diccionario del disparate	Servicio de producción	A	TV Ciudad
1999	Dónde vas	Servicio de posproducción	CF Tipo 2B	Groovin films
1999	El recurso de la memoria	Servicio de producción	D Tipo 2	TV Ciudad
1999	Figari	Producción	D Tipo 1A	Fundación Bank Boston Fondo Capital
1999	Life in hell	Coproducción	CF Tipo 1A	Cooperativa
1999	Llegó la tromba	Producción	CF Tipo 1A	Imágenes
2000	¿Puedo llamarte Carlitos?	Producción Asociada	CF Tipo 2B	Cooperativa
2000	Contra las cuerdas	Producción	CF Tipo 2A	ANIMA
2001	25 Watts	Producción Asociada	LF Tipo 2A	Huber Bals Fund (Holanda) Fundación Bank Boston Fondo Capital
2001	En la puta vida	Producción Asociada	LF Tipo 3	CCA (Bélgica) Ibermedia FONA Fondo Capital

Tabla 15. Desglose de obras por grado de participación, presupuesto y apoyos financieros (1995-2001)
[Elaboración propia]

7.5 El cierre de *Imágenes*

El presente apartado realiza una comparación entre el análisis del mercado audiovisual proyectado por los integrantes de la productora (escenario imaginado) y la producción efectivamente producida por *Imágenes* entre 1995 y 2001 (escenario real), lo que permitirá ensayar algunas conclusiones respecto a la situación que llevó al cierre de la productora.

El análisis, desde la perspectiva de sus integrantes, se sustenta en los informes de Ferrando (1994a, 1994b, 1994c) que aportan información relevante que permite contrastar la proyección imaginada por *Imágenes* con lo que efectivamente ocurrió. En este sentido, los integrantes identificaron y analizaron colectivamente tres escenarios que nombraron de la siguiente manera: a) Nacional, b) Regional y c) Primer Mundo.

El escenario nacional (a) fue valorado a lo largo de los tres informes (1994a, 1994b, 1994c) como reducido e insuficiente para producciones de tipo no publicitario. Sin embargo, se observaba con expectativas un fondo para producciones nacionales que se crearía por medio de un impuesto (Ferrando, 1994b). A su vez, se identificaba un nuevo campo a explorar que tenía que ver con la llegada de la televisión por cable, así como también algunos financiamientos que podrían obtenerse a través del Estado.

Observando la producción efectivamente producida, los tres escenarios dentro del nacional (a) fueron aprovechados por la productora. En primer lugar, el fondo terminó siendo el FONA, e *Imágenes* fue el colectivo o productor (entre los años 1995 y 2001) que resultó beneficiario del premio en más oportunidades. El resultado del primer concurso (1995), que fue un premio a obras ya producidas y no a proyectos, resulta ilustrativo, ya que la productora obtuvo premios en las tres categorías del concurso por *Distracción fatal* (ficción), *India muerta* (documental) y *Madre Tierra* (animación). A las obras beneficiarias del fondo ya mencionadas durante la presente investigación, habría que sumar el proyecto *El álbum*, proyecto documental de Mario Jacob premiado por el FONA en el año 2001 que no se realizó (véase IM, 2015).

Los otros escenarios proyectados a nivel nacional (televisión para abonados y financiamientos a través del Estado), también fueron aprovechados. Además de generar colaboraciones con el canal público municipal (Tevé Ciudad), *Imágenes* obtuvo financiamiento para otras obras producidas durante el período mediante los escasos concursos propiciados por el INA (videos musicales) y a través del Fondo Capital (IMM), a los que habría que sumar los proyectos producidos a través de financiamientos directos de entes estatales (MEC, Udelar, UTE).

Retomando la proyección de sus integrantes (Ferrando, 1994b), el escenario regional (b), se observaba como factible en términos de realización de coproducciones

dirigidas a salas de cine, estableciendo acuerdos con otras productoras (nacionales, pero fundamentalmente regionales) para el desarrollo de propuestas conjuntas en una línea de producción centrada en la ficción, a partir de proyectos que estuvieran dentro del interés y las posibilidades de *Imágenes*.

Como ya fuera señalado en el primer apartado del presente capítulo (7.1), *Imágenes* intentó vincularse a distintos proyectos de Brasil y Argentina como coproductor minoritario, siendo el caso más emblemático el de *Luna de octubre* (1997) aprovechando para ello la infraestructura de edición AVID con la que contaba. La falta de fondos públicos a nivel local, y la inexistencia de un marco institucional claro, quizás expliquen el fracaso de *Imágenes* en este escenario y las dificultades para desarrollar este tipo de propuestas a nivel general, ya que la parte uruguaya solo podía brindar como contrapartida aportes en términos de infraestructura y/o trabajo a nivel técnico.

Más allá de aspectos económicos, la falta de una institucionalidad y normativa para el fomento, también dificultaba aspectos cruciales para la inserción a nivel internacional de la producción. A modo de ejemplo, Tadeo Fuica (2017) narra la anécdota de Mariela Besuiewsky como productora de *El Dirigible* (1994), quién, ante la falta de un instituto de cine que le permitiera acceder a un certificado de nacionalidad de la película, debió contactarse e improvisar la redacción de un certificado en conjunto con el Ministro de Cultura (Antonio Mercader), para que la película pudiera ingresar en el Festival de Cannes (Francia).

Dentro de ese contexto, de escasos o nulos recursos y de pobre institucionalidad, la participación uruguaya siempre quedó supeditada a un porcentaje menor y de difícil recuperación, lo que insumía un enorme riesgo. Estos son algunos de los factores que explican el motivo por el cual de acuerdo con documentación recabada por la Film Commission & Promotion Office de Uruguay (2010, 2012), solo tres producciones de países extranjeros contaron con participación uruguaya minoritaria durante el período aquí analizado: *Patrón* (1995), *Plata quemada* (1999) y *Corazones rotos* (2001)⁵⁷.

El último escenario analizado por los integrantes de *Imágenes* (Ferrando, 1994b) fue el denominado como Primer Mundo (c) y fue valorado como competitivo y complejo, aunque factible a menor escala. En este sentido, si bien las perspectivas de los componentes eran dispares, planteaban la necesidad de adaptarse tecnológicamente para dar continuidad al trabajo desarrollado con ONG's, así como también generar

⁵⁷ El primer caso es una producción argentina coproducida por CEMA y rodada en Uruguay. *Plata Quemada* (1999) es una coproducción entre Argentina, España y Francia, parcialmente filmada en el país y que contó con la asociación de la empresa publicitaria local Taxi Films. Finalmente, *Corazones Rotos* (2001) es un largometraje mejicano coproducido por Brasil y que contó con la colaboración uruguaya de la productora Guazú Media.

propuestas que pudieran ser de interés para los canales de televisión internacionales con los cuales ya existía una relación.

El análisis de la obra producida durante la presente etapa (1995-2001) permite concluir que este escenario fue el que presentó el mayor retroceso, ya que el único apoyo significativo que percibió *Imágenes* por esta vía, en términos financieros, se produjo con la serie *Pantanal, las aguas de la vida* (1997). El resto de los apoyos de agencias de cooperación internacional surgen a través de terceros para la realización de trabajos por encargo.

Tampoco emerge de la documentación analizada inserción favorable de su producción a escala internacional, más allá de acuerdos de distribución y ventas por la serie *Tabaré* (1995) y ventas de la serie *Pantanal, las aguas de la vida* (1997) para televisoras y organizaciones abocadas a la temática medioambiental⁵⁸. De todos modos, la recuperación por esta vía resulta lenta y escasa, por no decir nula, ya que de acuerdo con la documentación a la que se tuvo acceso, los contratos y ventas realizadas varían entre montos que van de los 200 a los 1000 dólares.

Hecha la descripción del mercado mediante la comparación entre la proyección de sus integrantes (escenario imaginado), sustentada en los aportes de Ferrando (1994a, 1994b, 1994c), y la producción producida por *Imágenes* entre 1995 y 2001 (escenario real), se pueden ensayar algunas hipótesis que ayuden a explicar la situación que llevó al cierre de la productora.

En primer lugar, el desmembramiento de su estructura. El proyecto colectivo de producción audiovisual global, observado durante la primera etapa de la productora (1985-1991), se fue desintegrando hasta llegar a la presente etapa (1995-2001) sin una clara visión de conjunto, trabajando cada vez más en base a trabajos por encargo y/o esfuerzos y proyectos individuales a nivel creativo, perdiendo cierta organización y unidad de grupo, lo que llevó a la pérdida de gran parte de la base material de *Imágenes* y la desvinculación o inactividad de la mayoría de sus integrantes.

En segundo lugar, el fracaso del éxito del autofinanciamiento. La ambigüedad de la hipótesis se justifica por la estrategia de financiación llevada a cabo por *Imágenes*. En rigor, la creación del anexo comercial (*Etcétera*) fue un éxito en términos económicos y de sustentabilidad del colectivo. No solo se convirtió en una empresa productora de publicidad exitosa durante su existencia, sino que también le permitió a *Imágenes* (y a sus integrantes), contar con una infraestructura técnica que facilitara el desarrollo de proyectos, así como también solventar gastos y/o deudas ocasionadas.

⁵⁸ De acuerdo con el proyecto de *Imágenes* presentado ante ICAU (Jacob, 2018), los derechos de *Tabaré* fueron adquiridos por televisoras de Alemania, Suiza, Austria, Luxemburgo, Taiwán, Canadá y Rusia.

Por otro lado, como ya fuera ampliamente abordado en la descripción de la segunda etapa (1992-1994), su creación generó al mismo tiempo una divergencia del proyecto original, que llevó a un clima de tensión constante entre sus integrantes, que desgastó a la institución y que culminó por fracturarla, llegando a la presente etapa (1995-2001) teniendo que improvisar nuevas estrategias de producción y autofinanciamiento, con un grupo disminuido y con la pérdida del principal sostén económico. En este sentido, en términos de autofinanciamiento, *Imágenes* pasó de contar con una empresa de publicidad a tener, durante la presente etapa, dos islas de edición AVID que brindaban servicios de posproducción.

En tercer lugar, el contexto del mercado audiovisual y la constante necesidad de adaptación tecnológica. El segundo de ellos hace mención a una de las características fundamentales de *Imágenes*, que fue la de ser reconocida por introducir tecnologías de avanzada que no se encontraban en el país: cámaras de video e islas de edición U-Matic High Band (primera etapa) e islas de edición no lineal AVID (segunda etapa), por destacar los ejemplos más notorios. Sin embargo, la tecnología quedaba rápidamente obsoleta teniendo que actualizarla constantemente, llevando a una dinámica de inversiones constantes que endeudan a la institución y, una vez saldadas, debiendo incurrir nuevamente en inversiones para adaptarse a los cambios tecnológicos. En esta etapa (1995-2001), además, los ingresos en términos de posproducción disminuían a medida que se hicieron más accesibles nuevos equipos y *software* de posproducción no lineal con la llegada del nuevo siglo (Final Cut Pro y Adobe Premier Pro, entre otros).

El análisis del mercado audiovisual (escenarios) desarrollado anteriormente, por su parte, también brinda datos que ayudan a explicar el cierre, ya que en el único escenario que fue exitosa su participación, fue en el nacional. El regional no pudo consolidarse y el denominado Primer Mundo se desplomó. Por otro lado, aunque a nivel nacional se tuvo éxito, con varios proyectos premiados a través de concursos (FONA, Fondo Capital, INA) y se accedió a financiamientos y apoyos directos a través de entes estatales, los mismos resultaban insuficientes por lo que nuevamente, la enorme productividad de *Imágenes* en términos cuantitativos solo se explica a partir de su infraestructura y en gran medida al voluntariado de sus integrantes para llevar los proyectos a cabo.

Finalmente, si bien no se profundizó en aspectos socioeconómicos e históricos contextuales de la sociedad uruguaya por motivos justificados en el capítulo 4 (véase 4.4), la política neoliberal llevada a cabo por los sucesivos gobiernos luego de la restauración democrática, decantó en el año 2002, en la que ha sido calificada como “la más grande crisis económico-financiera de la historia del país” (Departamento de

Historia del Uruguay, 2008), lo que indudablemente repercutió en la productora, llevando a que la misma finalmente dejara de funcionar en el año 2003⁵⁹.

En síntesis, el cierre de la productora podría encuadrarse dentro del cruzamiento de los siguientes aspectos: el desmembramiento de su estructura, el fracaso del éxito de su estrategia de autofinanciamiento, el contexto desfavorable del mercado audiovisual, los cambios tecnológicos procesados y la crisis del año 2002. En concordancia con lo aquí expresado, Martínez Carril resume el proceso que llevó al cierre de la productora más prolífica de la década del noventa de la siguiente manera:

Con un mercado inexistente y fondos nacionales de fomento decididamente exiguos, *Imágenes* se fractura progresivamente, atrapada por un esquema de supervivencia: estar al día tecnológicamente y vender servicios para financiar producciones propias de calidad (...) pero la revolución tecnológica y el abaratamiento de los equipos, desploma la estrategia de supervivencia. La crisis bancaria que derriba la economía nacional, destruye a *Imágenes*, tras cinco años de agonía. (Martínez Carril, 2007 citado en Jacob, 2018)

7.6 El modo de producción de *Imágenes*, una aproximación

En el primer apartado (7.1) se realizó una descripción de la reestructura de *Imágenes* a partir de la desvinculación de *Etcétera*. En términos de estructura organizativa se detalló como desde cinco núcleos operativos, se pasó a una estructura sustentada en tres núcleos: las islas de edición AVID (gestionadas por Daniel Márquez), el departamento de animación (gestionado por Tato Ariosa con la colaboración de Marcela Fontana) y la gestión de proyectos no publicitarios sustentados por la actividad de Mario Jacob.

A su vez, se distinguió como una de las principales características de la etapa el progresivo desmembramiento de sus integrantes. En términos de autofinanciamiento, se señaló que la principal apuesta estuvo sustentada en el aprovechamiento de las islas AVID, brindando servicios de posproducción para publicidad y proyectos audiovisuales. Dicha infraestructura, a su vez, les permitió incursionar en coproducciones nacionales e internacionales de largometrajes de ficción, aprovechando el nuevo contexto institucional de fomento al audiovisual nacional, lo que presentó una novedad en la historia productiva de la institución pero que no logró consolidarse.

En el segundo apartado (7.2), se describió la obra efectivamente producida entre 1995 y 2001, una prolífica obra que ensayó distintos tipos de producción (animación, documental, ficción y videos musicales) pero que en términos cuantitativos se

⁵⁹ Si bien la productora siguió funcionando hasta el año 2003 e incluso aparece en los créditos de obras producidas con posterioridad a esa fecha como *Whisky* (2004), los últimos proyectos en los cuales *Imágenes* participa como productor son del 2001, por lo que la presente investigación va hasta ese año.

desarrolló fundamentalmente en el terreno documental a partir de realizaciones por encargo. Luego, en los apartados (7.4 y 7.5) se describieron los cambios procesados en la producción a nivel económico, organizativo y financiero.

A nivel organizativo, o de roles, se detalló una profundización en aspectos ya observados en la anterior etapa (1992-1994), con una extrema actividad de algunos integrantes (Mario Jacob como el caso más visible) y una escasa o nula participación de otros, lo que llevó a un esquema de trabajo que propició la profundización de un esquema de producción a partir de la incorporación de técnicos, externos a la institución, pero con actividad continua dentro de los distintos proyectos emprendidos.

A nivel de costos de producción, se explicitó que la mayoría de la obra se situó dentro de un tipo de producción de bajo presupuesto y de menor complejidad en términos productivos con respecto a las etapas anteriores, sobre todo si se observa el grueso de lo producido en el terreno documental y de animación. En términos del grado de participación de la productora en los distintos proyectos, se observó una profundización de aspectos ya analizados en la etapa anterior (1992-1994), ya que la gran mayoría de los proyectos fueron realizados por encargo.

La financiación de la obra producida, por su parte, presentó aspectos divergentes con las etapas anteriores. La financiación internacional se diluyó, al igual que la financiación a través de organizaciones nacionales no gubernamentales y la principal novedad se encontró en el aumento de una financiación local, pública, a través de premios o acuerdos con entes gubernamentales o municipales, insuficientes para el desarrollo de una actividad sostenida.

La exploración y descripción en profundidad de esta última etapa en la historia institucional de *Imágenes*, que culmina con su cierre, permite identificar un modo de producción muy diferente al ensayado en su primera etapa. Del análisis global se desprende que lo constante, en su modo de producción, fue un intento permanente de adaptación al medio y de búsqueda de alternativas que hicieran viable la producción continua y la autofinanciación, dentro de un país sin condiciones básicas para la producción independiente. También otra constante, fue el progresivo debilitamiento de su fuerza de trabajo y de los medios de producción disponibles.

En términos de fuerza de trabajo, siguiendo una línea cronológica, la institución se debilita a medida que pasan los años. En un primer momento, se trató de un colectivo organizado en torno a dos líneas de producción importantes: una de animación y otra documental, con estructuras de producción distintas pero sustentadas en base a una fuerte impronta colaborativa que aprovecha la experiencia previa de sus integrantes y el voluntarismo de realizadores que experimentaron con técnicas y tecnologías novedosas para el contexto nacional. A su vez, el trabajo se organizó en base a departamentos y roles específicos, con diferentes grados de jerarquía, pero en una

dinámica cooperativa en donde todos los integrantes participaron de forma estable y sostenida.

A nivel general, los medios de producción también se debilitaron, volviéndose notoria la disminución de infraestructura disponible en esta última etapa. En términos comparativos, *Imágenes* pasa de tener equipamiento tecnológico de avanzada (para producción y posproducción), además de un anexo comercial para el desarrollo de producciones publicitarias durante sus dos primeras etapas, a contar con tecnología actualizada en términos de edición que solo le permite brindar servicios de posproducción audiovisual como principal apuesta de autofinanciamiento. A su vez, los rápidos ciclos de renovación tecnológica impidieron sustentar la supervivencia por esta vía generando problemas económicos.

Finalmente, la financiación, que fue explorada y descrita en detalle, tanto en términos institucionales como a la hora de abordar los apoyos que hicieron posible cada obra específica, muestran líneas de continuidad y de divergencia. A grandes rasgos, en la primera etapa, *Imágenes* logró sustentar su proyecto y producción en base a las siguientes líneas de financiación: a) trabajos por encargo, b) cooperación internacional, c) infraestructura, d) voluntariado y e) venta de servicios a partir de *Etcétera*. Por su parte, la financiación en su última etapa muestra que: la cooperación internacional se retrae o elimina, la infraestructura disminuye, el voluntariado se aprecia únicamente en los proyectos de animación, *Etcétera* ya no forma parte de la institución y los servicios que se brindan se dan fundamentalmente en la etapa de posproducción. A su vez, la novedad, que consistió en un financiamiento a partir de apoyos y/o acuerdos directos con entes estatales son escasos y de poco monto.

Así, pueden ser identificados dos modos de producción distintos desarrollados por *Imágenes*: uno que va desde su fundación hasta inicios de los años 1990 (primera etapa) y otro que se desarrolla desde mediados de 1990 hasta el cierre de la institución (última etapa). En el medio (segunda etapa) se dan quiebres y tensiones dentro de la institución, llevando a una progresiva transformación de su modo de producción. Por tratarse de un primer acercamiento al caso (*Imágenes*) la presente tesis se limita a identificar tres etapas dentro de su historia institucional y dos modos de producción distintos, que han sido explorados y descritos en términos de una primera aproximación al tema.

8. POLÍTICAS CULTURALES DESTINADAS AL SECTOR AUDIOVISUAL NO PUBLICITARIO (1985-2001)

En el presente capítulo se realiza una sistematización de las políticas públicas destinadas al sector audiovisual no publicitario desarrolladas durante el período objeto de estudio (1985-2001), con especial énfasis en el último quinquenio de la década del 90, por ser el momento en el cual se comienza a trazar un marco institucional y las primeras políticas culturales destinadas al sector.

El capítulo inicia con una revisión de antecedentes (8.1) marcando que los intentos por promover una normativa en torno a la promoción del sector datan de la década del 50 y afirmando que durante la dictadura (1973-1984) el sector audiovisual uruguayo contó con una política audiovisual clara y autoritaria por parte del Estado (Marchesi, 2001; Wschebor, 2014; Secco, 2018). Posteriormente (8.2) se menciona que los primeros diez años de retorno a la democracia (1985-1994) se destacaron por la nula intervención del Estado en la materia.

Los siguientes apartados sistematizan las políticas públicas culturales destinadas al sector audiovisual no publicitario, entre 1994 y 2001, tanto a nivel del gobierno nacional (8.3) como del gobierno municipal de Montevideo (8.4). A su vez, el apartado 8.3 analiza brevemente el primer informe de gestión del Instituto Nacional del Audiovisual (Álvarez, 1997) por entender que aporta datos importantes en torno a líneas programáticas que parecen haber tenido continuidad a posteriori. El apartado 8.5 se detiene en el rol que cumplieron otros actores u organizaciones, algunos de los cuales emergen en el mismo período. El capítulo finaliza (8.6) con una línea de tiempo que grafica las políticas más importantes brindando una mínima caracterización de cada una.

8.1 Antecedentes (1950-1984)

Los primeros intentos de proyectos de ley para promover el cine nacional datan de la década del 50, teniendo como dato anecdótico que entre 1950 y 1973 se redactaron más de 15 proyectos de los cuales ninguno fue aprobado (Jerusalmi et al, 2009). Dentro de ellos, en 1952 existieron dos paralelos, uno de los cuales recibió la aprobación del Poder Ejecutivo pero no superó las discusiones parlamentarias. Ambos, sin embargo, proponían criterios de apoyo similares: la creación de un fondo (mediante distintos impuestos) y la asistencia económica a productores y exhibidores. Por su parte, las diferencias radicaban en el tipo de propuestas que debían apoyar. Uno proponía el 60% de los fondos al apoyo de noticieros. La otra propuesta, distinguía la producción de “calidad”, fijaba porcentajes de exhibición y creaba una comisión honoraria para su implementación⁶⁰. En palabras de Martínez Carril (1978):

⁶⁰ Para un acercamiento a los proyectos, véase Thevenet, H. A. (1952).

Nunca se supo bien por qué ambos proyectos murieron pero vale suponer que la forma de financiación del fondo de ayuda provocaron resistencias múltiples: el primero echaba mano a las entradas de los cines, el segundo gravaba los pasajes al exterior, considerados más bien suntuarios. (p. 19)

Sin embargo, ese fue el momento (inicios de la década del 50) en que se estuvo más cerca de tener una ley que promoviera el audiovisual uruguayo. La historia posterior marca, a grandes rasgos, una exoneración de impuestos al material fílmico virgen a mediados de 1950, que dada la escasa producción cinematográfica, terminó favoreciendo a los noticieros comerciales (*Emelco* y *Uruguay al Día*, por ejemplo), y algunas instancias durante las décadas del 60 y 70 en donde productores y empresarios se asociaron para promover discusiones sobre el cine nacional.

Dejando a un lado los proyectos de ley para el fomento de la producción, existieron, al menos, dos momentos en los cuales el Estado se preocupó por fomentar la producción audiovisual. El primer momento, siguiendo la línea de Amieva (2012; 2014), se encuadra en torno a las políticas desarrolladas por el departamento de Cine Arte del SODRE⁶¹ entre la década del 50 e inicios de los 60. Si bien la expresión más conocida del departamento se enmarca en la creación del Festival de Cine Documental y Experimental, que tuvo ocho ediciones, el departamento propició también el fomento de la producción. En este sentido, a partir de premiaciones y concursos específicos para realizadores locales, se promovió la realización de cortometrajes referidos principalmente a las actividades industriales o sociales de diferentes Entes Autónomos del país.

Un segundo momento, se encuentra en el largo período de dictadura cívico militar (1973-1984), que marca un punto de inflexión, cuando en 1975, durante la presidencia de José María Bordaberry, se crea la Dirección Nacional de Relaciones Públicas (DINARP). La misma, según Marchesi (2001), cumplía principalmente dos funciones: por un lado, producía información y actividades que luego distribuía a través de los medios tradicionales, y por el otro, oficiaba de organismo censor sobre los medios y sus contenidos.

De acuerdo a Wschebor (2014) y Secco (2018), el régimen militar puso énfasis en los medios audiovisuales como método de propaganda, tanto para crear adhesión dentro del país como para mejorar su imagen internacional, mediante imágenes en movimiento que podían ser ampliamente difundidas y sirvieran para promocionar las políticas de la dictadura, así como también intentar generar cierto consenso dentro de la opinión pública sobre la nueva realidad del país.

⁶¹ Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica.

Con la creación de la DINARP, por su parte, se podría aventurar que por primera vez el sector audiovisual uruguayo contó con una política cultural específica por parte del Estado destinada a los medios audiovisuales. Dentro de esta política, la línea más clara consistió en la financiación de una producción audiovisual propia que construyó una abundante producción fílmica que abarcó diferentes tipos de contenido. La apuesta más importante consistió en la realización de los informativos cinematográficos *Panorama* (cuatro ediciones) y *Uruguay Hoy* (más de 80), pero también se realizaron institucionales, documentales e incluso un largometraje: *Gurí* (1980) dirigido por Eduardo Darino (Marchesi, 2001).

Sobre las dificultades del desarrollo de una producción cinematográfica nacional, el presidente del momento (Aparicio Méndez), pensaba: “No creo que aquí, salvo esfuerzos aislados de esta índole [por *Gurí*] con apoyo del gobierno, pueda tener andamio una industria cinematográfica” (“El cine nacional”, 1980). Por otro lado, los militares no solo se limitaron a producir y financiar diversos proyectos, sino que también desarrollaron medidas que podrían tomarse como intentos de promover formas de proteccionismo cultural en el sector. Uno de esos ejemplos se encuentra en el decreto (Uruguay, 1979) que imponía cuotas de publicidad nacional (80%) en todos los espacios de radiodifusión nacional⁶².

En resumen, desde el punto de vista de las políticas culturales se produjeron cambios importantes en este período. De acuerdo a Marchesi (2001), este intento intervencionista se sustentó en una concepción autoritaria de la comunicación y una visión fundamentalista de la cultura nacional que se tradujo en intentos proteccionistas de la industria cultural. Sin embargo, cuando volvió la democracia este accionar no se discutió públicamente, ni generó la promoción del audiovisual al largo plazo. En palabras del autor:

¿Cuál fue el resultado de esta política audiovisual? Aparentemente ninguno. La experiencia terminó con la dictadura. Toda la experiencia quedó asimilada con la del proyecto autoritario. Después que la Dinarp desapareció se anuló toda posibilidad de fomento de la industria audiovisual desde el Estado. No existió ninguna reflexión sobre esta experiencia. (pp. 23-24)

8.2 Ausencia total de políticas públicas (1985-1994)

En contraposición a un Estado que intervenía en la producción audiovisual desde una perspectiva autoritaria, los primeros diez años de retorno a la democracia se destacaron por la nula intervención del Estado en la materia. En otras palabras, entre

⁶² En cuanto a la publicidad televisiva, Schroeder y Lescano (2002) aseguran que la reglamentación nunca se cumplió, pero en los hechos (a medida que fueron pasando los años) la mayoría de los avisos publicitarios pasaron a ser nacionales, no por la ley, sino porque las productoras locales se volvieron competitivas.

1985 y 1994 no existió ningún tipo de política pública que acompañara a la actividad⁶³.

A inicios de los noventa, esta situación de no política por parte del Estado era diagnosticada por Claudio Rama y Gustavo Delgado (1992), quienes mencionan la carencia casi absoluta de iniciativas públicas destinadas al sector audiovisual, en el entendido de que nunca existió un conjunto de políticas económicas, financieras o fiscales que lo promovieran:

El Uruguay ni tuvo una política que aprovechara el boom cinematográfico para conformar una industria cultural, ni tampoco la tuvo durante las sucesivas caídas que sufrió el mercado cinematográfico, a inicios del sesenta cuando la irrupción de la televisión blanco y negro; a inicios del setenta con la aparición de la televisión color; ni a fines del ochenta con la masificación de los clubes de video; ni parece tampoco que fuera a tenerla cuando a mediados del noventa se popularice en el Uruguay la televisión por cable video (p. 40)⁶⁴.

En este contexto, hasta 1994, siguiendo a Oxandabarat (2014), se podría afirmar que la producción audiovisual nacional no publicitaria, salvo contadas excepciones, respondió exclusivamente a voluntades e iniciativas de los propios realizadores y “nada indicaba que al Estado le interesaba la existencia de un cine nacional” (p. 13). Esta situación comienza a revertirse recién a mediados de los noventa cuando el sector comienza a contar con algunas iniciativas gubernamentales de fomento, en las cuales, vale destacar, la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) tuvo un marcado protagonismo.

8.3 Iniciativas públicas del gobierno nacional (1994-2001)

En primera instancia, en junio de 1994, el Poder Ejecutivo al ver “la necesidad de impulsar y promover la actividad de producción audiovisual nacional”, dispuso mediante decreto (Uruguay, 1994), la creación del Instituto Nacional del Audiovisual (INA). Si bien, como fuera señalado, existieron en Uruguay numerosos proyectos de ley para el fomento de la cinematografía, la creación del INA fue la primera concreción institucional de intervención pública.

El mismo era un instituto técnico que dependía “directamente del Ministerio de Educación y Cultura con autonomía e independencia técnica” (art. 2º) y sus objetivos

⁶³ En rigor, en 1991, a pedido del Centro Cinematográfico del Uruguay (CCU), se declaró de interés nacional la actividad cinematográfica (Uruguay, 1991). El CCU agrupa a distribuidores y exhibidores, por lo que el formalismo, debe encuadrarse no en términos de fomento a la producción, sino de protección a las empresas que desarrollan dicha actividad y que poco tienen que ver con la producción audiovisual independiente.

⁶⁴ Rama y Delgado se refieren al impulso, promoción o estímulo del sector privado, ya que, como fuera mencionado, sí existió una clara y articulada política dirigida al sector durante el período de la dictadura cívico militar.

fueron delimitados de la siguiente manera: por un lado, “fomentar el desarrollo de la industria audiovisual, entendiendo por esta la producción cinematográfica, televisiva y videográfica, con exclusión de la producción publicitaria” (art. 5º), y por el otro, “coordinar con organismos públicos y privados todas las acciones que faciliten la realización de iniciativas de producción nacional y desarrollar políticas de coproducción regional e internacional”. A su vez, se estipulaba como uno de sus objetivos principales la elaboración de un “anteproyecto de Ley de Fomento a la producción audiovisual nacional” (Uruguay, 1994).

Paralelamente, a nivel regional, existieron en el período algunos intentos por articular políticas, legislaciones y acciones gubernamentales de fomento al cine y al audiovisual. El primer paso importante se dio en 1989 en Caracas (Venezuela) con la firma de tres tratados trascendentes: el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica y el Acuerdo para la creación de un Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. Además, de estos convenios y acuerdos surge la creación de la Conferencia Iberoamericana de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales de Iberoamérica (CAACI), cuyos principales objetivos se encuentran en “el desarrollo de la cinematografía dentro del espacio audiovisual de los países iberoamericanos y la integración mediante una participación equitativa en la actividad cinematográfica regional”, conformándose, de esta forma, en el órgano político de decisión sobre las políticas culturales destinadas a la actividad audiovisual en Iberoamérica (González, 2012).

Años más tarde, y como resultado de este proceso, surge por intermedio de la aprobación dentro de la VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Gobierno en la isla Margarita de Venezuela en 1997 el programa Ibermedia para el estímulo de la coproducción de películas. Su objetivo principal era promover, a través de ayudas financieras, la creación de un “espacio audiovisual iberoamericano” y sus actividades se desarrollaron (y desarrollan) en cuatro grandes áreas: 1) formación (5% del fondo), 2) desarrollo (5%), 3) producción (60%) y 4) distribución-exhibición (30%). Los recursos económicos provienen de las contribuciones que realizan los Estados miembros del Fondo y del reembolso de los préstamos concedidos. España financia casi el 50% del programa, le sigue México que contribuye al fondo con 500 mil dólares al año y 200 mil aportados por Brasil, Argentina y Portugal. Uruguay participó desde su primera convocatoria (1998) aportando anualmente 100 mil dólares (Schroeder y Lescano, 2002; Jerusalmi et al, 2009).

Por último, y en esta misma línea, en el año 2000 fue enmendado el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica de 1989 por parte de la CAACI incluyendo ahora a los países iberoamericanos, y en el 2001, Argentina y Uruguay firmaron un convenio, transformándose así, en el primer acuerdo uruguayo de coproducción con un país de la región (Uruguay, 2001). Vale destacar que, de acuerdo

a Radakovich et al (2014) y Rodríguez Brites (2018), los fondos internacionales han constituido, junto a las coproducciones y con especial incidencia del programa Ibermedia, las fuentes más importantes de financiación para los largometrajes nacionales de ficción de las últimas décadas.

En síntesis, las acciones más relevantes llevadas a cabo por el gobierno para impulsar el sector fueron tres: la creación del INA, la participación en Ibermedia y la firma de un acuerdo de coproducción con Argentina.

A modo de complemento de las acciones, resulta interesante leer el primer informe de gestión del instituto (Álvarez, 1997), ya que, de alguna forma, allí se establecen de forma clara y concisa, las líneas programáticas a seguir y los fines y objetivos del INA que, en gran medida, fueron desarrolladas a posteriori. Un análisis detallado del documento excede los objetivos del presente trabajo, sin embargo, se podrían mencionar algunos aspectos importantes.

El objetivo principal que planteaba el documento era la “profesionalización del sector” a través de: a) fomento de una política de acuerdos de coproducción, b) promoción de la formación profesional y c) el impulso de la creación audiovisual por medio de pequeños fondos. A su vez, estos objetivos, pensaban instrumentarse a partir de tres programas: a) Observatorio, b) Banco de intervención y c) Programa de servicios fílmicos (Álvarez, 1997).

El Observatorio (a) nunca pudo concretarse, al menos en la estructura que plantea el documento. Sin embargo, es importante señalar que en el año 2008, se crea el Observatorio Iberoamericano Audiovisual, un organismo de análisis, sistematización y divulgación de información sobre el sector audiovisual de los estados miembros de la CACI (ex CAACI), tomando como referencia al Observatorio Europeo del Audiovisual. Por su parte, el proyecto de Observatorio Nacional, se proponía funcionar como centro de análisis, recopilación y consultoría. En este sentido, ante la inexistencia de una Ley de cine y un escaso desarrollo de la producción, un espacio de análisis para la legislación internacional y de apoyo a las autoridades y productores nacionales en la interpretación de documentos para la toma de decisiones resulta, al menos en el papel, un objetivo pertinente.

Los denominados Bancos de intervención (b) proponían varias líneas de apoyo (directo e indirecto). Estas intervenciones sí se llevaron a cabo, aunque de forma muy precaria y discontinua (recordemos que el INA no tenía fondos propios ya que dependía del MEC). Sin embargo, la mayoría de sus líneas de incentivo a la producción fueron retomadas cuando finalmente se crea la Ley de cine (Uruguay, 2008) y se sustituye al INA por el ICAU (Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay), ahora sí, con independencia técnica y presupuesto. Algunas de las líneas de incentivo que se marcaban eran, por un lado, apoyos directos, como la participación

en el FONA (ya en 1997 el MEC aportaba 20 mil dólares al fondo), apoyo al lanzamiento de las producciones audiovisuales (hoy el lanzamiento a las producciones es apoyado por fondos directos del ICAU⁶⁵), programa de becas (hoy, por ejemplo, existen las becas FEFCA⁶⁶) o concurso de guiones y de proyectos (el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual del ICAU es el resultado más visible dentro de esta línea⁶⁷), y por otro lado, apoyos indirectos. Esta línea de incentivos planificaba la intervención del Estado a través de apoyos de tipo fiscal (mecenazgo), actualmente existen los Fondos de Incentivo Cultural (FI)⁶⁸, que en alguna medida, terminan siendo la concreción de esta propuesta.

En última instancia, el Programa de servicios fílmicos (c) buscaba, en coordinación con el Ministerio de Turismo, la futura creación de una oficina de *Film Commission* para la promoción de locaciones uruguayas en el exterior además de funcionar como instrumento de posicionamiento internacional del audiovisual nacional, por ejemplo, mediante la participación en diversos eventos internacionales. Entre el 2009 y el 2014 existió en nuestro país una oficina de estas características⁶⁹.

En resumen, el INA significó no solo una primera concreción institucional de intervención pública que permitió, por ejemplo, la firma de acuerdos regionales e internacionales, sino también y fundamentalmente, una línea política desde el Estado (aunque con participación activa de diversos sectores) que marcó las directrices en el proceso de transición hacia la creación de una futura Ley de cine (Uruguay, 2008) con un instituto descentralizado (ICAU). Proceso de transición, valga la mención, que llevó más de una década.

8.4 Iniciativas públicas del gobierno municipal de Montevideo (1994-2001)

A principios de los noventa, durante la presidencia de Luis Alberto Lacalle (1990-1995), se adjudican los permisos para operar televisión para abonados en el país. En este proceso, la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) negocia: en lugar del pago del cableado en la capital por parte de los adjudicatarios, la posibilidad de emitir una señal desde dichas empresas y la creación de un fondo para promover la creación audiovisual nacional. De este acuerdo surge Tevé Ciudad, un nuevo canal público

⁶⁵ Vale destacar que entre 2010 y 2015, existió un convenio entre BROU e ICAU para lanzamiento de producciones. Véase https://icaucmec.gub.uy/innovaportal/file/3381/1/convenio_brou_icauc.pdf

⁶⁶ El Fondo de Estímulo a la Formación y Creación Artística (FEFCA) es un programa que destina fondos públicos al estímulo de la formación y creación artística a través de mecanismos concursables. Fue creado a instancias de la Ley 18.719, artículo 507 (Uruguay, 2010).

⁶⁷ El Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual del ICAU fue creado por la Ley de Cine (Uruguay, 2008). El mismo cuenta con distintas y variadas modalidades de apoyo por vías de concurso que pueden ser observadas consultando las bases del fondo en la página institucional del ICAU www.icaucmec.gub.uy

⁶⁸ Por mayor información, véase el sitio institucional de los Fondos de Incentivo Cultural <http://fondosdeincentivocultural.gub.uy/>

⁶⁹ Uruguay Film Commission and Promotion Office <http://www.uruguayfilmcommission.com.uy/>

estatal, y el Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA) (Radakovich, 2004; García Rubio, 1998)⁷⁰.

La creación del FONA en el año 1995, durante la administración departamental del arquitecto Mariano Arana, marcó un punto de inflexión en la realidad del sector, ya que, hasta ese momento, nunca había existido un fondo de estímulo de estas características y hasta la sanción de la Ley de cine (Uruguay, 2008), fue el principal instrumento del fomento al audiovisual no publicitario existente en Uruguay por parte del Estado. Su funcionamiento estuvo integrado por la intendencia, los canales privados de televisión de aire y de cable, la Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay (ASOPROD) y el INA –este último comenzó a formar parte de la Comisión Administradora a partir del año 1997, cuando el MEC comenzó a aportar recursos- (González, 2012).

El FONA otorgó 25 premios por un total de 1.049.000 dólares entre 1995 y 2000. Anualmente premiaba entre cuatro y cinco proyectos que en total, a inicios de la década del 2000, rondaban los 250 mil dólares. Vale destacar que si bien los canales privados hacen los aportes más significativos, los aportes del FONA se consideran aportes del Estado y el municipio, ya que, como fuera mencionado, lo que aportan los canales no es más que la sustitución de un canon por el uso del espacio urbano para la televisión por cable. Además del apoyo económico, el fondo funcionó también como fuente de estímulo para la profesionalización del sector, en el entendido de que la modalidad de concurso genera la necesidad de preparación para la presentación de los proyectos (tanto de la forma estética como económica). Por último, si bien el apoyo fue pensado para la concreción de productos televisivos, en los hechos, se transformó en la principal fuente de financiamiento de los proyectos cinematográficos (Nario et al, 2009; Saegaert, 2007).

A su vez, el FONA no fue el único fondo que creó la IMM en el período para la promoción del sector, también en 1995 crea el Fondo Capital y en el año 2000 un programa de apoyo a la coproducción de películas nacionales. El primero de ellos, destinaba 200 mil dólares anuales mediante concurso a proyectos culturales de distintas disciplinas artísticas, una de las cuales estaba referida al cine y el audiovisual. El Fondo Capital otorgó, de esta forma, entre 1995 y 1999 (su último

⁷⁰ Si bien no se profundiza en las características de este proceso, es importante mencionar que las críticas a dicha decisión fueron múltiples, sobre todo en términos económicos, teniendo en cuenta que el costo estimado de recaudación para la IMM sería de casi trece millones de dólares por año (García Rubio, 1998). Además, el acuerdo no incluía la financiación de la señal de televisión e impedía la utilización de publicidad para solventar su funcionamiento, teniendo que recurrir a fondos públicos de carácter municipal para garantizar la viabilidad del proyecto.

año⁷¹) entre 34 y 38 mil dólares anuales repartidos en 34 proyectos audiovisuales (Jerusalmi et al, 2009).

Por su parte, el Programa de Apoyo a la Coproducción (PROCOPRO), destinaba aportes a la etapa de finalización (posproducción), mediante el pago de artistas y técnicos residentes en Uruguay. En este caso, la IMM participaba como coproductor del proyecto, lo que significaba que, en caso de existir retorno de la inversión, la intendencia obtenía un porcentaje sobre dicho retorno. Entre 2000 y 2002 se asistieron 6 proyectos con un aporte en efectivo de 195 mil dólares y de 60 mil dólares en recursos y servicios (Radakovich et al, 2014). Vale destacar que si bien este programa ya no existe, en 2004 la intendencia creó el Programa Montevideo Socio Audiovisual (IMM, 2004), cuyos recursos provienen, principalmente, de los impuestos a los espectáculos públicos realizados en la ciudad de Montevideo (incluidas las exhibiciones cinematográficas) y también de los fondos que ingresan por la utilización del espacio público en rodajes publicitarios. Montevideo Socio Audiovisual es, en varios sentidos, una ampliación del PROCOPRO.

Por último, en 1996, siguiendo ejemplos internacionales y como consecuencia del aumento de producciones, la intendencia crea la oficina de Locaciones Montevideanas⁷², un espacio de gestión que se encarga de tramitar y coordinar los permisos de filmación para rodajes de cine, televisión y publicidad que se desarrollan en Montevideo. Dentro de sus servicios se encuentra el asesoramiento en la búsqueda de locaciones, la coordinación con otras unidades y servicios departamentales de la IM (tránsito, espacios públicos, limpieza) y la facilitación de los procedimientos pertinentes, tanto para producciones nacionales como internacionales.

Martin Papich estuvo al frente de la oficina desde su creación y fue luego designado (en la primer presidencia del doctor Tabaré Vázquez) director del INA, formando parte del proceso que concretó la Ley de cine (Uruguay, 2008). Por su parte, la oficina de Locaciones Montevideanas, compartió edificio con el ICAU durante una década. Estos datos, que pueden resultar anecdóticos, también demuestran que existe un intento por coordinar esfuerzos institucionales entre el gobierno nacional y el municipal para el desarrollo del sector.

En resumen, en el período analizado, además de contar con un canal (Tevé Ciudad), el gobierno municipal desarrolla cuatro líneas de trabajo que pueden tomarse como claros ejemplos de políticas culturales destinadas al sector audiovisual: FONCA, Fondo Capital, PROCOPRO y la oficina de Locaciones Montevideanas.

⁷¹ Actualmente existen los Fondos Concursables para la Cultura (MEC), un proyecto de estímulo de similares características. Véase <http://www.fondoconcursoable.mec.gub.uy/>

⁷² Véase <http://locaciones.montevideo.gub.uy/>

8.5 Otros actores de importante incidencia

Por fuera del Estado, las organizaciones de la sociedad civil conforman de hecho “el entramado de una institucionalidad perteneciente a la esfera privada que antecede a las iniciativas públicas y con las que estas últimas deben estar en diálogo permanente” (Duarte, 2014, p. 7). En este sentido, el país cuenta con una rica historia de organizaciones civiles destinadas al abordaje del fenómeno cinematográfico desde distintos puntos de vista. Esto puede observarse, por ejemplo, en que en la década del 50 el país ya contaba con una Asociación de Críticos de Cine (ACCU) y con una importante red de cineclubes (Cine Club, Cine Universitario, Cinemateca Uruguaya, entre otros).

Vale destacar que en Uruguay los cineclubes cumplieron un rol fundamental, ya que, a la ya de por sí clásica e importante promoción y difusión de películas de difícil (o imposible) acceso en las salas comerciales, en mayor o menor medida, sumaron otros emprendimientos: revistas y libros, conservación de documentos y películas, creación de bibliotecas especializadas, organización de festivales cinematográficos, presentación de visitantes extranjeros, e incluso, producción y distribución de películas.

Estos emprendimientos, que tuvieron su auge durante las décadas del 50 y 60, se desvanecen con la llegada del gobierno de facto (algunos incluso desaparecen). Sin embargo, en el mismo período se consolida Cinemateca Uruguaya como el principal espacio de difusión del denominado “cine de autor” agregando, además, la docencia e incluso la producción cinematográfica: *Mataron a Venancio Flores* (1982). Los esfuerzos por crear un espacio de formación (desde 1977 ofreció cursos de cine y en el mismo año abrió una escuela que no pudo continuar) culminan cuando en 1995, finalmente se funda la Escuela de Cine del Uruguay (ECU).

Sin embargo, con la llegada de la democracia, por factores diversos que exceden los objetivos del presente estudio, siguiendo a Amieva (2016), tanto Cinemateca Uruguaya como la crítica de cine del país comienza a fracturarse⁷³. Hay que tener en cuenta que parte importante de la crítica de cine en Uruguay tuvo un lugar central por décadas, otorgada por los mismos actores, haciendo suya y expandiendo la idea de que en Uruguay nunca hubo una producción cinematográfica valorable y que lo único a destacar dentro del sector cultural afín al campo audiovisual era la misma crítica cinematográfica. Valga, a modo de ejemplo, la siguiente cita de Jellineck (2011):

⁷³ Amieva (2016) menciona, entre otros factores que explican los problemas de Cinemateca Uruguaya en particular, y de la crítica en general, la progresiva ausencia del público en las salas (lo que repercute en su economía) y la sospecha de que cada vez son menos los que siguen leyendo los textos que producen. Ambas, herramientas fundamentales para basar su legitimidad como actor privilegiado e interlocutor válido en la toma de decisiones.

En primer lugar, Uruguay fue durante el siglo XX un país “sin cine” (...) Sin embargo, fue paradójicamente un país con una rica tradición de cultura cinematográfica. En medio de un panorama social desarrollado (Uruguay era “la Suiza de América”) surgió en la década del treinta una crítica cinematográfica rigurosa, con nombres como José María Podestá, Arturo Despouey (creador en 1936 de la revista pionera *Cine Actualidad*) y más tarde Homero Alsina Thevenet, Hugo Alfaro, Emir Rodríguez Monegal, Antonio Larreta y José Carlos Álvarez, entre otros, que generó toda una corriente de pensamiento que aún hoy se conserva. (p. 66)

En esta misma línea, seguramente influenciados por un contexto de crisis institucional y económica, se podría aventurar que el rol cumplido por Cinemateca Uruguay desde la llegada de la democracia hasta inicios del nuevo siglo, comandado por Manuel Martínez Carril, salvo contadas excepciones, fue el de la negación de toda producción audiovisual uruguaya y el de una férrea crítica al proceso de discusión llevado a cabo durante la década del 90 sobre las políticas públicas a implementar en el sector. Desde su perspectiva, en un país sin una industria audiovisual viable, más que solventar a la producción había que apoyar al circuito alternativo de exhibición porque “el fomento a la producción, salvo excepciones, solo logra generar «calamidades». Pero igualmente, si se llegaran a producir filmes serios y de calidad artística, estos están condenados al fracaso porque nadie podría verlos” (Amieva, 2016, p. 196).

Por lo tanto, si bien es indudable el apoyo y la importancia, tanto de la crítica como de organizaciones culturales como Cinemateca Uruguay a nivel social e histórico, la presión y el impulso para lograr las primeras iniciativas de fomento al sector, deben encontrarse, al menos durante el período objeto de estudio, en otros actores.

Sobre este aspecto, una de las hipótesis viables, es que el trabajo desarrollado por las productoras no publicitarias independientes, dentro de las cuales se ubica *Imágenes*, fue vital, tanto para dar visibilidad al sector como para incidir en torno a las políticas a ser desarrolladas.

Respecto al primer aspecto (visibilidad), datos cuantitativos extraídos de Casas y Dacosta (1996) y Stolovich et al (2004), marcan que entre 1986 y 1994 la producción nacional de cine y video fue de 328 obras en total (36 en promedio anual) y entre 1995 y 2001 de 440 obras (63 en promedio anual). Lo que demuestra una producción constante y ascendente durante todo el período.

En torno al segundo aspecto (incidencia), es importante mencionar que las productoras independientes no se limitaron a producir, sino que también se caracterizaron, siguiendo a Álvarez (2008), Tadeo Fuica y Balás (2016) y como se ha podido observar a lo largo de la presente investigación, por conformar espacios de difusión, intercambio y formación técnica (muestras, cursos, festivales), además de utilizar nuevas tecnologías, implementar circuitos alternativos de distribución, generar encuentros y publicaciones, entre otros.

Paralelamente al desarrollo individual de las productoras, se fueron gestando espacios colectivos de discusión e incidencia en el medio. Así, en 1987 se creó la Cámara Uruguaya de Productores de Cine y Video, fundada por *Imágenes*, CEMA, Estudio Imagen y SUA con el cometido de organizar a todos los colectivos o productores nacionales involucrados en la producción de cine y video para conseguir fundamentalmente dos objetivos: 1) generar mecanismos que faciliten la regularidad de una producción estable y profesional (en cine y video) y 2) encontrar soluciones y alternativas de comercialización y difusión del material producido. Para ello, como se puede apreciar en la siguiente cita del documento fundacional, entendían como fundamental un marco normativo que los ampare.

Hay que aunar esfuerzos para dotar al país de una legislación que proteja o incentive la producción de video profesional y de cine, legislación que viene siendo postergada desde décadas y que hace que el Uruguay sea uno de los cuatro países del continente americano carente de todo tipo de estímulos para estas actividades. (Cámara Uruguaya de Productores de Cine y Video, 1987)

Al mismo tiempo, otros gremios vinculados a la actividad emergieron en el período. En 1987, por ejemplo, obtiene personería jurídica la Asociación Uruguaya de Cineastas-Técnicos de Cine y Video con el objetivo de respaldar en el entorno laboral a los técnicos de cine y video del medio y unificar aranceles, condiciones de trabajo, derechos y atribuciones en torno a la realización de producciones publicitarias (Raimondo, 2010). Hay que tener en cuenta que es también en este período que se consolidan varias productoras publicitarias independientes de las agencias de publicidad generando una producción continua y estable, que alcanza gran desarrollo, primero a nivel local y luego extranjero (véase 3.4.4.1)⁷⁴.

Aquí se encuentran los cimientos de las iniciativas de agremiación posteriores que siguen funcionando en la actualidad, AUC-Gremiocine a nivel de técnicos y profesionales del medio⁷⁵, y en particular, la creación en 1994 de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay (ASOPROD), cuyo objetivo principal es coordinar e impulsar acciones tendientes a la defensa y promoción de la producción cinematográfica y audiovisual en el país.

ASOPROD, que por ejemplo, integra desde su creación la Comisión Administrativa del FONA, ha participado, ya sea como gremio o mediante representación directa de sus miembros, en las instancias más relevantes de toma de decisiones respecto a las acciones destinadas al sector audiovisual llevadas a cabo por el Estado. En estos casos, si bien no funciona como ejecutor de políticas, sí lo hace como consultor y en rigor, su nacimiento está muy vinculado al trabajo fundacional de la Cámara y

⁷⁴ Algunos de los ejemplos más importantes: *Metrópolis Films*, *Taxi Films*, *Mojo Films*, *Salado Films* y *Paris Texas* (heredera de *Etcétera*), surgen todas en la década del 90.

⁷⁵ Véase AUC-Gremiocine (2008).

posteriormente al debate entre los canales privados y la IMM por el cableado de Montevideo que culminaría con un acuerdo que permitió la creación del FONA (Radakovich, 2004; ASOPROD, 2002).

Finalmente, habría que mencionar que hasta la década del 80 (salvo la corta experiencia de Cinemateca Uruguaya) nuestro país no contó con centros educativos públicos o privados para la formación de técnicos y profesionales, y en este período, comienzan a surgir espacios en donde se estudia el fenómeno. Si bien la única escuela de cine que se crea es la ECU, tanto la Universidad de la República (Udelar) como la Universidad del Trabajo del Uruguay (UTU) comienzan a incluir en algunas carreras del área social y artística espacios importantes para el estudio del audiovisual. Por su parte, en el ámbito privado experiencias similares se desarrollan en la Universidad Católica (UCUDAL) primero y en la Universidad ORT después.

8.6 Cronología y breve caracterización de las intervenciones

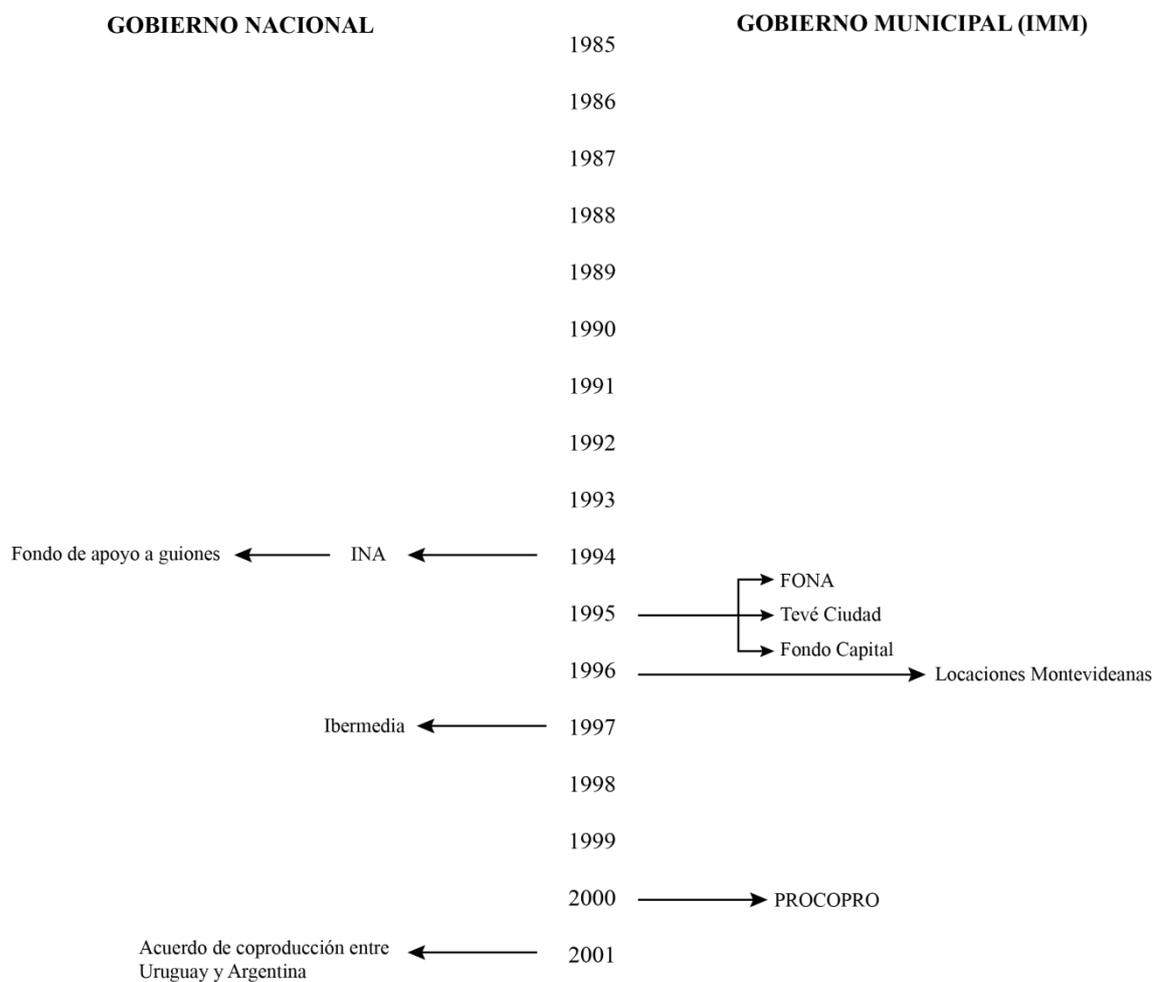


Figura 6. Iniciativas de fomento al sector audiovisual no publicitario. [Elaboración propia]

INA: Primer organismo nacional encargado de legislar, promocionar y fomentar la producción audiovisual uruguaya. Precursor del ICAU.

FONA: Primer fondo anual concursable existente en Uruguay para promover la producción audiovisual no publicitaria. Otorga premios a proyectos audiovisuales inéditos.

Tevé Ciudad: Canal abierto y público de la Intendencia de Montevideo.

Locaciones Montevideanas: Espacio de gestión que se encarga de tramitar y coordinar permisos de filmación para rodajes de cine, televisión y publicidad que se desarrollan en Montevideo.

Fondo Capital: Fondo concursable destinado a proyectos culturales de distintas disciplinas artísticas. Funcionó entre 1995 y 1999. Fondo precursor de los actuales Fondos Concursables.

PROCOPRO: Programa de apoyo financiero a producciones audiovisuales en etapa de posproducción de la Intendencia Municipal de Montevideo. Funcionó entre el año 2000 y el 2002. Programa precursor de Montevideo Socio Audiovisual.

Ibermedia: Programa de apoyo financiero destinado a la coproducción internacional entre países iberoamericanos.

Acuerdo de coproducción entre Uruguay y Argentina: Primer convenio de coproducción internacional desarrollado en el país para la promoción cinematográfica.

9. DISCUSIÓN

Luego de presentado el recorte temático e histórico, la tesis propuso un recorrido panorámico que fue de lo macro a lo micro, donde en la primera parte se intentó contextualizar el estudio a partir de definiciones conceptuales y definiciones relativas al criterio de periodización propuesto. En primer lugar, se presentaron tres momentos en torno al concepto de industria(s) cultural(es), que podríamos sintetizar como de génesis, institucionalización y diversificación del concepto. Identificadas las transformaciones se procedió a definir el concepto, en términos operativos, teniendo en cuenta las dos corrientes teóricas más influyentes a nivel regional y nacional, en base a los estudios realizados sobre las industrias culturales en términos económicos durante el período de referencia, la economía de la cultura y la Economía Política de la Comunicación (EPC).

Definidas las industrias culturales como aquellas conformadas por un conjunto de ramas, segmentos y actividades que se dedican a la producción, distribución y comercialización de contenidos simbólicos, se procedió a presentar los rasgos distintivos de las industrias culturales desde una perspectiva económica y de mercado a nivel general, para luego delimitar rasgos distintivos de la industria cinematográfica. Sin pretensión de exhaustividad, se explicitó que es una industria de enorme riesgo económico y con mercados poco previsibles que llevan a un enorme grado de concentración (empresarial y productiva) favoreciendo las economías de escala que generan situaciones de oligopolio o monopolio empresarial a nivel mundial. En consecuencia, se señaló la importancia de las políticas culturales como mecanismo de defensa y también como instrumento que asegure la continuidad productiva para no depender de las leyes del mercado.

En segundo lugar, la tesis propuso un recorrido histórico (en términos teóricos y conceptuales) poniendo foco en el sistema económico de la industria cinematográfica. Nuevamente, yendo de lo macro a lo micro, se partió de la identificación de los sectores más importantes de la actividad: producción, distribución y exhibición, para luego describir los elementos prioritarios del funcionamiento del mercado cinematográfico en un primer momento que se denominó clásico. Posteriormente, partiendo de la tesis de Lipovetsky y Serroy (2009), que identifican cuatro grandes etapas históricas en donde el cine revolucionó sus principios, se profundizó en la última etapa, iniciada en la década de los 80. Allí se actualizó el funcionamiento del sistema económico en base a la caracterización de Jacoste (2004) y se profundizó en los cambios procesados en el mercado cinematográfico a partir de la tesis de Del Teso (2008), identificando un cambio que lleva a la industria a transformarse en un mercado global de entretenimiento audiovisual, impactando de forma indudable en todos los sectores de la actividad.

Una vez descripto y caracterizado el sistema económico de la industria cinematográfica a nivel global, con especial énfasis en sus distintos mercados (audiovisual, auxiliar y externo), se abordó el concepto de espacio audiovisual latinoamericano y la experiencia emergente en los años 80 de la apropiación tecnológica del video, especie de contracara del mercado del entretenimiento audiovisual. Allí se cuestionó la utilización del término industria, que escapó a la realidad histórica de la producción dentro de la inmensa mayoría de los países latinoamericanos y también, a la realidad contextual de los grupos o colectivos que desarrollaron su actividad dentro del movimiento del video latinoamericano existente en el período.

Luego se puso foco en el sector audiovisual uruguayo entre los años 1985 y 2001, identificando y describiendo a todos sus sectores y subsectores de actividad. La revisión bibliográfica del período permitió identificar cambios notorios en todos los sectores y subsectores.

En el sector de exhibición y distribución, se postuló que una de las principales transformaciones estuvo vinculada a una mayor concentración empresarial que tuvo su correlato en el tipo de contenidos distribuidos. Aquí se identificaron un grupo muy pequeño de empresas, en muchos casos fusionadas y funcionando en régimen de oligopolios, que concentraron el mercado del cine, del video y la televisión, distribuyendo contenidos extranjeros.

Por otro lado, se identificaron cambios importantes en los subsectores de producción publicitaria y actividades conexas, que crecieron exponencialmente, pasando de la casi inexistencia a un momento de auge en el segundo quinquenio de la década del 90, en donde las productoras publicitarias más importantes no solo acapararon el mercado local sino que también se expandieron al extranjero. En este caso, la irrupción de la tecnología de video analógico es uno de los factores que explica su crecimiento, dado el abaratamiento de costos y la excelencia del trabajo realizado con el soporte magnético.

Por tratarse de un estudio enfocado en el subsector específico de producción audiovisual no publicitario, éste fue descripto en último término, identificando, a su vez, dos momentos históricos distintos: uno que va de 1985 a mediados de la década del 90 y otro que corresponde con el segundo quinquenio hasta mediados los años 2000, que muestran continuidades y divergencias. En términos de continuidad, se constató un progresivo y ascendente número de obras producidas y una predominancia de la utilización del video analógico para su realización. A su vez, en ambos momentos, se fundamentó que el principal obstáculo que debió afrontar el sector audiovisual no publicitario fue el del financiamiento y la inserción de su obra en el mercado.

El encuadre conceptual y contextual desarrollado en la primera parte de la tesis, y la sistematización de la experiencia de *Imágenes* realizada en la segunda parte, habilita el desarrollo de algunas conclusiones (parciales), que aquí serán explicitadas en forma de hipótesis emergentes que ameritarían el desarrollo de futuras investigaciones.

La primera de ellas tiene que ver con el propio concepto de industria(s) cultural(es). La revisión bibliográfica realizada para el estudio, permite aventurar la hipótesis de que el término dejó de ser un elemento para la interpretación crítica y filosófica de un fenómeno social, para pasar a constituirse en una categoría de clasificación y análisis de los procesos económicos dentro del ámbito de la cultura.

Si bien la tesis no ha profundizado en el tema, la investigación expresa preocupaciones intelectuales del autor en una discusión constante entre el recorrido profesional como productor audiovisual independiente y el recorrido académico dentro de la Universidad de la República, en donde, el concepto de industria(s) cultural(es) reviste vital importancia, más si se tiene en cuenta que la decisión de encuadrar el estudio dentro de las industrias culturales, responde, en parte, a los lineamientos de investigación propuestas por la Facultad de Información y Comunicación (Udelar) dentro de la Maestría en Información y Comunicación para su segunda cohorte. A saber: a) Sociedad de la Información e Industrias Creativas y b) Políticas de Información, Comunicación y Cultura.

Se decidió encuadrar la tesis dentro de las industrias culturales y no dentro de las industrias creativas, por entender que el concepto emerge y se consolida luego del período objeto de estudio. Sin embargo, las tensiones teóricas en torno al concepto, que pueden servir de fundamento a posteriores indagaciones, evidencian un entramado de definiciones confusas y tipologías variables, que no solo complejizan el abordaje empírico sino que también encubren valores en torno a componentes ideológicos dentro del ámbito científico.

En este sentido, existe un correlato de abordaje en relación a los conceptos de cine e industria, que si bien no han sido explicitados permean todo el recorrido trazado en el estudio. En relación al primer concepto (cine), se ha detectado cierta estrechez ontológica al momento de abordar el fenómeno en las reflexiones emergentes desde parte de la crítica cinematográfica, que presentan la mayor acumulación de antecedentes respecto a la historia del cine uruguayo.

El cine, desde esta perspectiva, es sinónimo de largometrajes de ficción en soporte fílmico estrenados en salas de exhibición cinematográfica⁷⁶. Dicha reducción conceptual en torno al concepto o definición material de lo que el cine es, valga la

⁷⁶ Aquí se hace referencia al *soporte* fílmico en distintos *pasos* pero en *formato* “clásico” de 35mm para su exhibición.

aclaración, no es una particularidad teórica de abordaje nacional y suele ser la forma generalizada en la que, tanto intelectuales (de distinto tipo) como el público general, entienden por cine. A modo de ejemplo, véase la siguiente cita de Laurent Jullier en su introducción al ensayo *¿Qué es una buena película?* (2006): “el sustantivo «película» en «¿Qué es una buena película?» apunta implícitamente al largometraje de ficción, excluyendo los cortometrajes y el cine documental” (p. 17).

Este criterio reduccionista de abordaje del fenómeno, que fundamenta los cimientos del cine uruguayo y su continuo nacimiento, pudo haber llevado al descuido de grandes zonas de la producción audiovisual nacional, permaneciendo en la sombra fenómenos importantes e inexplorados de su cinematografía, dentro de los cuales, el caso de *Imágenes* es solo un ejemplo. También ha llevado a consideraciones, al menos, reduccionistas, en torno al valor de la producción audiovisual nacional. A modo de ejemplo, Luciano Álvarez escribía en 1993, antes de la denominada explosión del cine uruguayo de larga duración en el siglo XXI e incluso antes del estreno de obras como *El Dirigible* (1994):

El hecho contundente es que ningún largometraje uruguayo superó jamás el umbral de un mínimo decoro. Si alguno figura en las historias del cine es porque al existir taxativamente un capítulo titulado <<Uruguay>>, algo hay que poner. (Álvarez, 1993, p.22)

Más allá de lo lapidario de la cita, lo indudable es que reducir la noción de cine, anclándose en aspectos de tipo de contenido, soporte, duración y distribución, solo puede llevar a la pérdida de gran parte del patrimonio audiovisual de un país. No en vano Álvarez, solo una página después de la cita anterior, en el mismo tono, expresa que uno de los momentos más interesantes de la cinematografía nacional se encuentra en las décadas del 50 y 60 en torno a “documentales breves, turísticos o experimentales, y en obras de agitación política que han dejado, al menos, trazos de la realidad y un enfoque del país de aquellos años” (1993, p. 23).

La hipótesis emergente es que la noción de cine debería adaptarse y estar en concordancia con el contexto en donde la obra se desarrolla, poniendo en relieve las características de la propia producción audiovisual del país y la región. Siguiendo a Paranguá (2003), hay que tener en cuenta que en América Latina la ficción fue históricamente la excepción y no la regla. Por lo que, por ejemplo, omitir el interés por el cine documental privilegiando la ficción, sería dejar de lado la producción más estable, expresiva y característica del continente.

La hipótesis que postulo tampoco es propia, y tiene antecedentes en investigadores contemporáneos del cine local, muchos de ellos integrantes de GEstA, pero también se fundamenta en corrientes de pensamiento nacional que han intentado impulsar otro tipo de cine en diferentes momentos históricos. A modo de ejemplo ilustrativo, valga

la siguiente cita de un documento institucional del departamento de Cine Arte del SODRE:

Las circunstancias industriales y financieras que condicionan la producción y la exhibición de películas han propiciado el desmesurado crecimiento del cine comercial –los Films de ficción de largo metraje, los cortos de complemento – a expensas de otras formas de creación fílmica. Para mucha gente, tanto para los que hacen del cine su entretenimiento preferido como para los intelectuales que lo desdeñan, el cine es eso y nada más que eso. Lo cual equivale a calificar como literatura únicamente a las novelas populares y a los cuentos e historietas que se publican en diarios y revistas. (SODRE, 1956 citado en Amieva, 2012).

En este sentido, la presente investigación enfatiza la importancia de ampliar la definición de cine, como estrategia metodológica, no solo para evitar descartar, quizás, parte de la obra más interesante de la producción audiovisual nacional, sino también para comprender mejor los antecedentes que llevaron al auge de la producción contemporánea, así como también para permitir la exploración de producciones que han quedado relegadas y que forman parte del patrimonio audiovisual uruguayo.

Lo mismo ocurre con el concepto de industria. En la primera parte de la tesis, se han evidenciado las transformaciones profundas ocurridas en la industria cinematográfica para luego contextualizar lo ocurrido en América Latina a nivel general y en Uruguay en particular. La hipótesis emergente es que el término industria en Uruguay, para el período objeto de este estudio, no aplica.

Los estudios más sistemáticos sobre la industria cinematográfica a nivel regional cuestionan incluso su uso para el caso latinoamericano (Getino, 1987; 1998; 2005), afirmando que debería hablarse simplemente de la existencia de actividades productivas en materia audiovisual. Lo mismo ocurre en los estudios pioneros a cargo de Luis Stolovich y su equipo realizados sobre el caso uruguayo. De hecho, una de las conclusiones del trabajo específico del sector estipula que “no es conveniente plantearse el desarrollo de una ‘industria’ audiovisual en nuestro país, sino la producción de ciertos tipos de audiovisual” (2004, p. 219).

La afirmación se sustenta en que el tipo de empresas que expresan la existencia de una industria (o proyecto industrial) son las de un modelo de producción estable (o simultánea). Es decir, empresas de carácter privado o estatal, dedicadas a producir periódicamente y de forma simultánea varias obras, con equipamiento e infraestructura propia. Este tipo de modelo solo se vio en el caso latinoamericano en décadas anteriores y en países específicos (México, Brasil, Argentina y Cuba). En todos los casos, además, existió una fuerte presencia estatal directa y/o indirecta. Ambas circunstancias, existencia de grandes empresas de producción no publicitaria

estables y un fuerte proteccionismo estatal resultan lejanos al caso uruguayo durante el período considerado, como ha quedado demostrado en la presente investigación.

Por otro lado, el mercado uruguayo, por su pequeña escala, no garantiza la recuperación de lo invertido por lo que debe ser considerado como uno de los factores más limitantes para el desarrollo de una posible industria. A modo de ejemplo, la película nacional más taquillera fue *En la puta vida* (2001), que tuvo la cifra record de 145.000 espectadores. Sin embargo, los ingresos generados en el mercado interno no amortizaron ni el 17% de los costos de la producción (Stolovich et al, 2004).

De hecho, estudios recientes como el de Rodríguez Brites (2018), afirman que los ingresos generados por las producciones uruguayas en el mercado son insuficientes para hacer los proyectos económicamente viables dentro del sistema económico de la industria cinematográfica y que, la continuidad y consolidación de una producción audiovisual en Uruguay, si bien se encuentra mejor posicionada que en décadas anteriores, está lejos de consolidarse.

Finalmente, una última consideración, refiere a la aplicación del término *transición* para el período abordado ya que distintas investigaciones locales aplican el término para caracterizar el momento histórico. Desde una perspectiva historiográfica, el término aplica por tratarse de un momento social y político que puede ser delimitado entre la apertura democrática y la crisis del año 2002, marcando además, una transición de la dictadura hacia la democracia con transiciones importantes en términos políticos, económicos y culturales.

Pero el término ha sido resignificado, vinculándolo al menos a dos aspectos: las tecnologías audiovisuales y las políticas culturales, adquiriendo implícitamente una postura positiva respecto a los cambios procesados en ambos terrenos dentro del contexto local. Tadeo Fuica (2017) es categórica al respecto, afirmando que los dos cambios más importantes para la promoción de la producción audiovisual entre 1985 y 2000, fueron la llegada del video y la creación del FONA.

Lejos de cuestionar estos estudios precedentes, la presente tesis propone matizar algunos aspectos. En primer lugar, el trabajo desarrollado en la presente investigación muestra que otros aspectos también deben ser tenidos en cuenta y que quizás hayan tenido mayor impacto para la promoción audiovisual durante el período objeto de estudio, y también para su posterior desarrollo.

No por obvio, debe ser desatendido el factor humano: los colectivos, realizadores y productores independientes desarrollaron su actividad, a pesar de las limitaciones tecnológicas y del inexistente marco institucional y de fomento, generando las condiciones necesarias para la introducción de nuevas tecnologías y favoreciendo o presionando para la gestación de un incipiente apoyo a nivel de políticas públicas y no

a la inversa. Además, como quedó demostrado en el caso de *Imágenes*, aspectos como la colaboración o voluntariado, favorecieron la creación de obras que de otra forma no hubieran podido ser producidas.

A su vez, subsectores de la producción audiovisual, como la producción publicitaria y los servicios conexos a la producción, parecen haber tenido mayor impacto para el desarrollo y la profesionalización del sector audiovisual uruguayo en general y del sector de producción no publicitario en particular. En el caso de *Imágenes* esto es notoriamente visible en términos de autofinanciamiento, ya sea a partir de la creación de *Etcétera* o a partir de los servicios brindados en términos de posproducción de contenidos audiovisuales.

Por otro lado, retomando el concepto de *transición*, si se tiene en cuenta el aspecto tecnológico del video⁷⁷ en el largo plazo, como ha quedado evidenciado con *Imágenes*, las transiciones fueron muchas en el soporte magnético y debieron ser acompañadas en una dinámica algo perversa que, lejos de servir a la promoción de la producción terminó por limitarla, dados los recurrentes ciclos de renovación tecnológica que llevaron a una rápida obsolescencia de la infraestructura tecnológica disponible. Por tanto habría que matizar el aspecto positivo de los cambios tecnológicos que además fueron varios. En una reciente entrevista, Pablo Stoll (director de *25 Watts* y *Whisky*, entre otros) plantea un claro panorama de las transformaciones procesadas en el período y el impacto que tuvo en las distintas generaciones:

Nosotros vivimos ese cambio, del paso del cine al video y del video (analógico) al video de alta definición digital, fue todo muy rápido y lo vivimos toda la generación que ahora tenemos 40 y algo (...) Lo vivimos en nuestra vida estudiantil y laboral. No nos vino ya armado, como a la gente que vino después, ni tuvimos que sufrirlo como los que estaban antes, que de repente un día les cambió todo; lo fuimos surfeando. (Mantarás, 2019)

Además de estos cambios reseñados, se dieron otros, involucrando a todos los sectores. El sector de distribución y exhibición cambia (véase 3.4.1 y 3.4.2), siendo notoria la transformación a partir de mediados de la década del 90. A su vez, ninguno de los cambios producidos a nivel de mercado en términos tecnológicos y de infraestructura (popularización del VHS, salas múltiples o multicines, introducción de

⁷⁷ Sobre este aspecto, una importante observación sobre el video analógico que amerita ser introducida y que tuvo su impacto a posteriori continuando vigente en la actualidad, refiere a la fragilidad del soporte. Balás (2015; 2020) y Secco (2016), abordan el problema advirtiendo sobre la problemática que conlleva que gran parte de la producción audiovisual del período esté guardada en formatos magnéticos. En términos de preservación, el soporte es muy frágil, llevando a la pérdida del material audiovisual rápidamente, ya que es un material muy sensible además de que pierde calidad cada vez que se reproduce. Esto llevó a que gran parte de la obra producida sea actualmente inaccesible para las nuevas generaciones, planteando la interrogante de si el material podrá recuperarse en el futuro o si definitivamente se ha perdido parte de nuestro reciente patrimonio audiovisual.

la televisión por abonados) parece haber tenido un impacto positivo en términos de diversificación de la oferta o de apertura para la incursión dentro del mercado de productores independientes o de difusión de contenidos nacionales. Lo que se observa, es más bien lo contrario, mayor concentración empresarial y mayor distribución de contenidos extranjeros. Por otro lado, tampoco parece haber existido un quiebre a posteriori, por lo que, si fuera una transición, la misma continuaría en el siglo XXI.

Algo similar ocurriría en términos de políticas públicas. Si bien es cierto que las primeras intervenciones tienen lugar a partir del segundo quinquenio de la década del 90, dichas intervenciones continuaron a posteriori, por lo que, la transición seguiría en el nuevo siglo, al menos, hasta el año 2008 en donde se crea el ICAU, marcando un punto de quiebre respecto al grado de intervención por parte del Estado. Aun así, la presente investigación presenta la hipótesis de que las líneas programáticas de intervención pública (tanto a nivel nacional como municipal), nacen a mediados de la década del 90, pero siguen una línea coherente a posteriori. El primer informe del INA (Álvarez, 1997) analizado en la tesis, puede ser iluminador en este sentido.

Por tanto, en lugar de denominar al período como un momento de *transición*, la tesis propone la caracterización del período como un momento de *transformación y expansión*. A nivel global, siguiendo la tesis de Lipovetsky y Serroy (2009) y Del Teso (2008), la transformación se inicia en la década del 80 y continúa vigente en la actualidad, llevando a la industria cinematográfica a transformarse en una industria del entretenimiento. Siguiendo a Jacoste (2004) y Del Teso (2008), la transformación dentro del mercado lleva a una expansión del sistema económico, dividido en tres grandes sistemas (clásico, atípico y nuevo), que a su vez genera ganancias a partir de tres mercados (audiovisual, externo y auxiliar).

Esta transformación y expansión, quizás tenga su metáfora más visible en el propio término (cine) que se transforma y expande hacia el polisémico término de audiovisual, popularizándose su uso a nivel global, regional y local. A modo de ejemplo, a nivel local, siguiendo la línea de Tadeo Fuica (2016; 2017) que las obras hayan sido producidas en video no significó que no fueran apreciadas como obras de cine. Además, a nivel institucional, el término se legitima a partir del nombre de su primer instituto, INA (Instituto Nacional del Audiovisual) o del primer fondo específico destinado al fomento de la producción, FONA (Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional). En palabras de Román Gubern (2016):

El resumen de este nuevo estado de cosas es que si el cine ha mudado la piel a lo largo de un siglo, es porque ha sido reemplazado por la actividad audiovisual, por este magma de prácticas técnicas, comunicativas o estéticas, utilitarias, perversas o triviales, extremadamente heterogéneas, sobre soportes y formatos tan diversificados. (p. 545)

RESULTADOS

A modo de cierre de la tesis, se retoman los objetivos trazados al inicio de la investigación. El objetivo general proponía describir a partir de un caso emblemático la producción del sector audiovisual uruguayo no publicitario entre los años 1985 y 2001, sistematizando la experiencia de la productora *Imágenes*, explorando y describiendo las características de su modelo de producción y los cambios procesados en el sector a nivel institucional a partir de la sistematización de las políticas públicas desarrolladas durante el período. Para ello, fueron trazados cuatro objetivos específicos:

- 1) Sistematizar la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes* para identificar y describir el modelo de producción desarrollado por la misma.
- 2) Reconstruir la historia de *Imágenes* de forma cronológica intentando identificar momentos de cambio en su modo de producción.
- 3) Sistematizar las fuentes de financiamiento utilizadas por la productora identificando permanencias o cambios que ayuden a explicar su continuidad productiva.
- 4) Sistematizar y describir las políticas públicas destinadas al sector durante la década del noventa, para caracterizar las modalidades de apoyo a la producción y el nuevo marco institucional creado.

Los resultados de los objetivos propuestos se presentan a continuación. La primera parte (a) detalla los resultados de la sistematización realizada en base a los objetivos específicos. La segunda parte (b y c) brinda los resultados de la identificación del modelo de producción de *Imágenes* y la identificación de dos modos distintos de producción en su historia institucional, además de resumir las etapas identificadas que sirvieron de base para la presentación, exploración y descripción del caso. La tercera parte (c) resume los resultados de la unidad de análisis incrustada y finalmente se menciona otro resultado no planificado al inicio de la investigación (d).

a) Resultados de los objetivos específicos

La producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes* ha sido sistematizada en su totalidad (objetivo específico 1). La sistematización incluye datos cuantitativos que han sido resumidos en cuadros específicos incorporados al análisis (Tablas 1, 2, 7, 8, 12 y 13) que desglosan la producción en torno al tipo de contenido producido (ficción, documental, animación, videoclip, videoarte), además de desglosar la duración de cada obra y el año de producción, así como también se han realizado cuadros específicos que distribuyen el grueso de la producción en torno a sus contenidos. A su

vez, los capítulos dedicados a *Imágenes* incluyen apartados en donde la obra se presenta y describe (5.2, 6.2 y 7.2) brindando un primer acercamiento a los contenidos presentes en cada obra. Finalmente, un catálogo completo de la obra no publicitaria producida por *Imágenes* entre 1985 y 2001 se adjunta al estudio (véase apéndice A).

Los capítulos 5, 6 y 7, también reconstruyen la historia de *Imágenes* de forma cronológica (objetivo específico 2), desde su fundación hasta su cierre, tomando como punto de partida el proyecto fundacional de la productora (*Imágenes*, 1985b; 1986a) que ha sido analizado y que se anexa para permitir el desarrollo de futuras investigaciones. El recorrido propuesto incluye sesgos y limitaciones, que han sido explicitados. La tesis reconstruye la historia de *Imágenes* desde una perspectiva interpretativa del autor, en base a la recopilación documental realizada, haciendo foco en la producción audiovisual no publicitaria y sin explorar la producción publicitaria de *Etcétera*, ni profundizar en aspectos de distribución y exhibición de la obra (difusión) que en la presente tesis se limita a ser abordada en un único apartado (5.5). Tampoco se aborda la actividad desarrollada en torno a los servicios conexos a la producción, más que a nivel contextual, que conforman una parte importante del desarrollo audiovisual e institucional de *Imágenes*. A su vez, la periodización por la que se optó, pone foco en un momento de crisis institucional que ha sido abordado en profundidad (capítulo 6).

Las fuentes de financiamiento utilizadas por la productora también fueron sistematizadas (objetivo específico 3). Nuevamente, la sistematización incluye cuadros especialmente elaborados para la tesis (Tablas 4, 5, 10, 11, 14 y 15) que brindan datos específicos de los apoyos financieros conseguidos por cada obra, además de apartados particulares desarrollados en cada capítulo que identifican y describen el financiamiento institucional y de las obras (5.3, 5.4, 6.3, 6.4, 7.3 y 7.4). A su vez, la tesis aplicó las tipologías creadas por Stolovich et al (2004), véase apéndice B, para complementar la información estimando los costos de producción de cada pieza. También se anexa a la investigación el proyecto de consolidación institucional (*Imágenes*, 1987), lo que permitirá profundizar en el financiamiento institucional más importante que recibió la institución posibilitando la compra de una isla de edición U-Matic High Band.

La sistematización y descripción de las políticas públicas destinadas al sector durante el período considerado (objetivo específico 4) ha sido realizada en un capítulo específico (8). El capítulo incluye una descripción pormenorizada de las iniciativas implementadas por el gobierno nacional (8.3) y el gobierno municipal de Montevideo (8.4), además de un análisis del primer informe de gestión del INA (Álvarez, 1997) y del rol desarrollado por las organizaciones de la sociedad civil. Finalmente, se elaboró una figura (6) que grafica las intervenciones más importantes en una línea de tiempo y se brinda una breve caracterización de cada una.

b) Identificación del modelo de producción de *Imágenes*

La adaptación de las tipologías de Dadek (1962), Giannelli (1965) y Jacoste (2004), realizadas por Octavio Getino (1987) al contexto latinoamericano (modelos estable, independiente y circunstancial) y de Stolovich et al (2004) al contexto uruguayo, posibilitaron la identificación y caracterización de *Imágenes* como un modelo de producción independiente (continua, en términos de Jacoste, 2004).

La investigación permite constatar que *Imágenes* fue una sociedad de producción audiovisual, con cierta capacidad financiera, que tuvo una importante dosis de experimentación y riesgo comercial en el desarrollo de proyectos. Contó con un equipo estable de producción en todas sus etapas y también con medios de producción básicos (en cine y video), aunque novedosos para la realidad local, que coadyuvaron a lograr una producción estable y continua a lo largo del tiempo (la más cuantiosa y duradera dentro del período objeto de estudio) con obras que incursionaron en distintos tipos de contenido (ficción, documental, animación, entre otros) de diferente duración (cortometraje, medimetraje, largometraje) y complejidad en términos de financiación y producción.

En este sentido, *Imágenes* escapa al modelo de producción circunstancial, modelo predominante en términos históricos a nivel nacional (Stolovich et al, 2004; Nario et al, 2009), caracterizado por desarrollar producciones accidentales, en el entendido de que la obra producida es llevada a cabo por productores, realizadores o empresas pequeñas, que nacen para producir un proyecto y mueren o permanecen inactivas hasta la realización de uno nuevo, sin contar con medios de producción ni con un equipo de producción estable.

c) Resultados de la exploración y descripción del modelo de producción de *Imágenes*

Para profundizar en las características del modelo de producción independiente desarrollado por *Imágenes*, el estudio se propuso indagar en el modo de producción de la productora, en los términos que proponen Bordwell, Staiger y Thompson (1997). En este sentido, se ordenaron los datos recolectados durante el trabajo de campo y luego fueron analizados en torno a tres categorías globales: fuerza de trabajo, medios de producción y financiación.

El resultado de este trabajo fue presentado en tres capítulos que exploraron y describieron el modelo de producción de *Imágenes* y, en concordancia con los objetivos específicos de la investigación: se sistematizó la producción audiovisual no publicitaria de la productora, se reconstruyó de forma cronológica la historia de su institución y se sistematizaron las distintas fuentes de financiamiento, mientras se

identificaron permanencias y cambios que ayudaron a explicar su continuidad productiva.

El diseño propuesto para el estudio y los aportes metodológicos de Stake (1999) permitieron identificar tres etapas distintas en la historia de *Imágenes*, que a su vez, fueron utilizadas para presentar, explorar y describir el caso. La identificación y delimitación de tres etapas distintas en la historia institucional de *Imágenes*, es uno de los aportes más importantes de la tesis, por lo que se resumen brevemente a continuación.

La primera etapa de *Imágenes* (fundación y consolidación) permitió el desarrollo de una modalidad de trabajo y producción que sustentó las bases de la institución y le permitió explorar, producir y nuclear gente. En términos de producción se destacaron dos líneas de trabajo: una de animación y otra documental, con distintas improntas pero con una sólida base de cooperación y colaboración a nivel interno y externo, que permitieron la construcción de una obra destacada en ambos tipos de contenido. La cooperación internacional, a través de dos apoyos institucionales, aunque parciales, permitieron la compra de medios de producción inéditos a nivel local que a su vez fueron utilizados para lograr el autofinanciamiento de la institución, reduciendo costos de producción y creando un anexo comercial (*Etcétera*) que brindó trabajo estable a muchos de sus integrantes y coadyuvó al mantenimiento de la infraestructura global de *Imágenes*, así como también permitió afrontar compromisos económicos o solventar deudas ocasionadas por algunas producciones. En términos de objetivos iniciales y logros, teniendo en cuenta el proyecto fundacional de la productora, se trató del período más exitoso.

La segunda etapa (crisis institucional) se caracterizó por ser un momento de tensión en la historia de la productora que llevó a una progresiva transformación dentro de la institución. *Etcétera* creció y generó una nueva dinámica de trabajo que se tradujo en una fractura dentro de la unidad del conjunto: insumió gran parte de la energía creativa y productiva de sus integrantes y estableció diferencias indudables entre ellos. A su vez, la inexistencia de políticas públicas para el fomento del sector a nivel nacional y las transformaciones del mercado, llevaron a una necesidad de adaptación tecnológica constante. Todos estos factores terminaron por debilitar a *Imágenes*, llevando a la partida de algunos de sus integrantes, a la intermitencia de actividad en otros y finalmente a la desvinculación de *Etcétera* e *Imágenes*.

La última etapa que va, desde la refundación hasta el cierre, se inició con la reestructuración de la institución a partir de la pérdida de su anexo comercial. La etapa se caracterizó por la búsqueda constante de alternativas de producción que se adecuaban al nuevo contexto nacional y regional. A nivel regional, se intentó aprovechar el impulso de la incipiente base institucional del sector dentro del país, integrando coproducciones con Brasil y Argentina, que no lograron consolidarse. A

nivel nacional, se desarrollaron proyectos independientes originales que lograron financiarse y llevarse a cabo con escaso financiamiento público sobre todo en el terreno documental. De forma paralela, se brindaron servicios de edición y posproducción para publicidad como estrategia de autofinanciamiento y se produjeron, en régimen de producción asociada, dos largometrajes a nivel nacional. Finalmente, el debilitamiento institucional de la productora en sus últimos años, sumado a un contexto desfavorable del mercado audiovisual y una situación socioeconómica de crisis nacional, conducen al cierre de la organización.

La exploración y descripción en profundidad de estas tres etapas, permitió la identificación de dos modos de producción desarrollados por *Imágenes*: uno que va desde su fundación hasta inicios de la década del 90 y otro que se desarrolla desde mediados del 90 hasta el cierre de la institución. La segunda etapa de *Imágenes* (crisis institucional) es en rigor un período de transición de un modo de producción a otro.

Por tratarse de un primer acercamiento a la producción de *Imágenes* y, teniendo en cuenta el objetivo general de la investigación, el enfoque, la metodología utilizada y las limitaciones al alcance de la investigación, el presente estudio se limita a identificar dos modos de producción dentro de la historia de *Imágenes*, que han sido explorados para intentar delimitar cambios y permanencias que ayudaran a identificarlos. Lograda la identificación de dos modos de producción en su historia institucional la tesis abre paso a nuevas investigaciones que permitan caracterizarlos y explicarlos con mayor profundidad.

d) Resultados de la unidad de análisis incrustada en el estudio de caso

La sistematización de las políticas públicas destinadas al sector durante el período objeto de estudio realizado en la investigación, permite aventurar algunas hipótesis.

En primer lugar, desde 1985 hasta 1994, la producción audiovisual no publicitaria llevada a cabo en el país, respondió exclusivamente a iniciativas de colectivos, productores o realizadores independientes, ya que no existió ningún tipo de marco institucional o legal por parte del Estado que posibilitara su desarrollo. En este sentido, el crecimiento cuantitativo de la producción audiovisual uruguaya no publicitaria no puede explicarse en términos de políticas públicas de promoción.

En segundo lugar, varios hitos ocurren a partir de 1994. El gobierno nacional crea el Instituto Nacional del Audiovisual (INA), primer organismo nacional encargado de legislar, promocionar y fomentar la producción audiovisual uruguaya, que a su vez, posibilitó la firma de acuerdos internacionales, como la participación en el programa Ibermedia y un convenio de coproducción con Argentina. Por su parte, el gobierno municipal (IMM), crea en el mismo período el Fondo para el Fomento y Desarrollo de

la Producción Audiovisual Nacional (FONA), un primer fondo anual de estímulo a la producción audiovisual no publicitaria. La IMM también creó el Fondo Capital, un programa de apoyo a la posproducción (PROCOPRO), un espacio de gestión para la tramitación y coordinación de permisos de filmación (Locaciones Montevideanas) y un canal público y abierto (Tevé Ciudad).

Estas políticas públicas desarrolladas desde la década del 90, inician la configuración de un amplio sistema estatal de promoción, desarrollo e institucionalización del sector audiovisual que se profundiza con la llegada del nuevo siglo y que quizás ayude a explicar lo que investigadores como Radakovich et al (2014) denominan como *boom* de la producción audiovisual nacional a partir de la primera década de los años 2000.

Sin embargo, el estudio del caso de *Imágenes*, deja planteada la interrogante de si dichas políticas ayudan a explicar el progresivo aumento de producción, incluso, en el segundo quinquenio de la década del 90, ya que no fueron determinantes dentro del financiamiento de la institución ni de su obra. Recordemos, por ejemplo, que *Imágenes* fue la productora y/o realizador independiente que ganó el FONA en más oportunidades, además de haber sido beneficiario del Fondo Capital y de haber realizado acuerdos con Tevé Ciudad, entre otros. Sin embargo, a nivel global, muy pocos proyectos pudieron ser financiados por esta vía y en la mayoría de los casos los aportes no cubrieron los costos de producción. A su vez, el incipiente marco institucional, tampoco parece haber favorecido el desarrollo de coproducciones durante el período objeto de estudio, ya que los instrumentos fueron escasos y llegaron sobre fines de la década. A modo de ejemplo, proyectos de *Imágenes* como *El Service* y *Merkoké* ganaron Ibermedia e igualmente no pudieron ser realizados.

En este sentido, se podría aventurar la hipótesis de que la producción audiovisual no publicitaria uruguaya desarrollada entre 1985 y 2001, favoreció la creación de un marco institucional y de políticas de fomento que fueron ensayadas durante el período y profundizadas posteriormente, pero que tuvieron poco impacto en el impulso de la producción audiovisual no publicitaria desarrollada durante todo el período de referencia.

e) Otros resultados de la investigación

A modo de cierre, es importante destacar que la producción audiovisual no publicitaria de *Imágenes* fue sistematizada en su globalidad. Los resultados de dicha sistematización llevaron, en un primer momento, a la confección de un catálogo (véase apéndice A) de toda la obra no publicitaria producida por *Imágenes* entre 1985 y 2001.

Uno de los resultados de la sistematización, y uno de los aportes más importantes de la tesis, se sustenta en la ampliación de la información existente sobre los materiales

audiovisuales producidos en el país. Así, el catálogo elaborado brinda una base fidedigna de datos que permite contar con una información certera con la cual se podrán iniciar nuevas investigaciones o ampliar las ya existentes.

Por otro lado, es indispensable mencionar que actualmente la obra íntegra de *Imágenes* se encuentra restaurada y digitalizada, siendo de acceso abierto el visionado de toda su obra no publicitaria, incluyendo además registros en bruto y otros materiales de importante valor histórico.

Si bien no fue un objetivo planteado al iniciar el estudio y no corresponde al investigador su autoría, la restauración y digitalización, que fue desarrollada paralelamente a la escritura de la tesis, habilitará el desarrollo de nuevas investigaciones y el acceso de la población general a un material que, parafraseando el proyecto fundacional de *Imágenes*, permite que el pueblo uruguayo se reconozca en su propia imagen recuperando parte de su memoria colectiva.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2003). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En Adorno, T. y Horkheimer, M. (Ed.), *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, (pp. 165-212). Madrid: Trotta. (Obra original publicada en 1944).
- Álvarez Castro, G. (1988) Imágenes: voces para una historia. *ZETA*, 33, pp. 58-59.
- Álvarez, L. (1993) *La casa sin espejos. Perspectivas de la industria audiovisual uruguaya*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.
- Álvarez, L. (1996) Diez años de progresos; apenas un comienzo. En Casas, R. y Dacosta, G. (Ed) *Diez años de video uruguayo*, (pp. 5-7). Montevideo: GEGA.
- Álvarez, L. (1997) Instituto Nacional del Audiovisual. Fines, objetivos, programas y proyectos. En MEC (Ed.) *¿Qué pasa con la cultura? Políticas culturales de la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura*, (pp. 51-56). Montevideo: FAS-MEC.
- Álvarez, L. (2008) Tiempo de crecer. La industria cinematográfica en Uruguay. *Revista Dixit*, 6, pp. 30-34. Recuperado de <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/236>
- Álvarez Montero, M. (1991, agosto 24) “La caja de pandora”: ¿otro video uruguayo que la TV no va a mostrar? *Suplemento Sábado Show, El País*, s/p.
- Ambiciosos proyectos emprendidos por “Imágenes” (1991, febrero 28) *Búsqueda*, p. 34.
- Amieva, M. (2012) Cine Arte del SODRE en la conformación de un campo audiovisual en Uruguay. Políticas públicas y acciones individuales. *Revista Cine Documental*, 6, [publicación en línea]. Recuperado de http://revista.cinedocumental.com.ar/6/articulos_01.html
- Amieva, M. (2014, marzo) Políticas públicas para los márgenes del cine: las propuestas del Cine Arte del SODRE (Uruguay) y del Fondo Nacional de las Artes (Argentina). En *Actas IV Congreso de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*. Universidad Nacional de Rosario, Rosario. Recuperado de <http://www.asaeca.org/aactas/amieva.pdf>

- Amieva, M. (2016) La crítica de cine y el movimiento cinéfilo en el Uruguay de la década del noventa: crisis y pérdida de hegemonía. *Cuadernos Del Claeh*, 35(104), pp. 187-208. Recuperado de <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/256>
- Arzaluz Solano, S. (2005) La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región y Sociedad*, 17(32), pp. 107-144. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v17n32/v17n32a4.pdf>
- ASOPROD (2002, julio) *Pervanche. Boletín informativo de ASOPROD n°4* [folleto digital] ASOPROD, Montevideo.
- AUC-Gremiocine (2008, enero 09) Qué es AUC-Gremiocine [Publicación en blog]. Recuperado de <http://gremiocine.blogspot.com/2008/01/que-es-auc-gremiocine.html>
- Aufderheide, P. (2000) Grassroots Video in Latin America. En Noriega, Ch. (Ed) *Visible Nations: Latin American Cinema and Video*, (pp. 219-238). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Augros, J. (2000) *El dinero de Hollywood: Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós.
- Balás, M. (2015, abril) Transiciones: diaporomontaje y video del Centro de Medios Audiovisuales. En *Seminario de investigación: a 30 años de la nueva democracia. 1985: actores, proyectos y expectativas*. Ponencia llevada a cabo en el Espacio Interdisciplinario de la Universidad de la República, Montevideo.
- Balás, M. (2016) El pasado desde el presente. En Tadeo Fuica, B. y Balás, M. (Ed.) *CEMA: archivo, video y restauración democrática*, (pp. 30-36). Montevideo: FIC-ICAU-Udelar.
- Balás, M. (2020) Uruguay, Chile y el rescate de memorias magnéticas. *Fotocinema. Revista Científica De Cine y Fotografía*, 20, pp. 271-291. Recuperado de <http://www.revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/7604>
- Barnow, E. (2005) *El documental: Historia y estilos*. Barcelona: Gedisa.
- Batthyány, K. y Cabrera, M. (Coord.) (2011) *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales*. Montevideo: CSE-Udelar.

- Baumol, W. J. y Bowen, W. G. (1966) *Performing arts, the economic dilemma: A study of problems common to theater, opera, music, and dance*. New York: Twentieth Century Fund.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009) *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios de la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- Benhamou, F. (1997) *La economía de la cultura*. Montevideo: Trilce.
- Bernal, C. (2010) *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson Educación.
- Birri, F. (1988) Los ojos del 2000. En Festival del Nuevo Cine Latinoamericano (Ed.) *El nuevo cine latinoamericano en el mundo de hoy*, (pp. 47-52). DF: Dirección de Actividades Cinematográficas-UNAM.
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1993) *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Bordwell, D., Staiger, J. y Thompson, K. (1997) *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*. Barcelona: Paidós.
- Bustamante, E. (1999) *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2009) De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. *Diálogos de la comunicación*, 78, pp. 1-25. Recuperado de <http://cinelatinoamericano.org/assets/docs/78BustamanteEnrique.pdf>
- Bustamante, E. (Ed.) (2011) *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2018) Las industrias culturales y creativas. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (18), pp. 88-117. Recuperado de <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178>
- Cajal, M. (2014) Constructor de fantasías. *Guía 50* [Publicación en línea]. Recuperado de <http://www.guia50.com.uy/walter-tournier/>
- Cámara Uruguaya de Productores de Cine y Video (1987) *Ideas para la formación de la Cámara Uruguaya de Productores de Cine y Video*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.

- Carámbula, G. (2011) La institucionalidad cultural pública como problema. En Arocena, F. (Ed.) *Regionalización Cultural del Uruguay*, (pp. 295-356). Montevideo: MEC-PNUD-Udelar.
- Carrasco, Á. y Saperas, E. (2011a, diciembre) La institucionalización de la cultura (1967-1972): la operacionalización del concepto de «cultura» en la Unesco y el Consejo de Europa. En *Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (CILCS)*. Universidad de La Laguna, Tenerife. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/174_Carrasco.pdf
- Carrasco, Á. y Saperas, E. (2011b) La institucionalización del concepto de industrias culturales en el proceso de debate sobre políticas culturales en la Unesco y el Consejo de Europa (1970- 1982). *adComunica*, 2, pp. 143-158. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/83011003.pdf>
- Carrasco, Á. y Saperas, E. (2012) La Unesco y la institucionalización de la cultura: hacia un nuevo estatuto de la cultura. *Razón y Palabra*, 80. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/09_CarrascoSaperas_M80.pdf
- Carrero Castro, C. (2013) 25 Watts: generaciones y genealogías fuera de cuadro. *33 cines*, 3, pp. 21-29.
- C. C., J. (1985, diciembre 13) Audiovisual de rica trama. *Brecha*, p. 22.
- Casas, R. y Dacosta, G. (1996) *Diez años de video uruguayo*. Montevideo: GEGA.
- CEMA-ICD (1990) *Experiencias en el espacio audiovisual: Argentina, Brasil, Chile, Uruguay*. Montevideo: FCU.
- Cerda Gutiérrez, H. (1993) *Los elementos de la investigación. Como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Editorial El Búho.
- Concari, H. (2012) *Mario Handler: retrato de un caminante*. Montevideo: Trilce.
- Consideraron no apto para menores de 12 años un film para niños hecho por niños de 8 años (1991, noviembre 19) *La República*, p. 37.
- Corbetta, P. (2007) *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.

- Corti, A. (1994, junio 03) La última viajera inglesa. *Brecha*, p. 26.
- Croatto, L. (1991, mayo 11) Los escondites de la animación. *Brecha*, p. 22.
- Dadek, W. (1962) *Economía cinematográfica*. Madrid: Rialp.
- Dei, D. (2006) *La tesis. Cómo orientarse en su elaboración*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Del Teso, P. (2008) *Marketing Audiovisual. El mercado del entretenimiento audiovisual*. Buenos Aires: Educa.
- Denevi, R. (2009) *Introducción a la cinematografía*. Buenos Aires: SICA.
- Departamento de Historia del Uruguay (2008) La crisis de la democracia neoliberal y la opción por la izquierda (1985-2005). En Frega, A. et al (Ed.) *Historia del Uruguay en el siglo XX (1890-2005)*, (pp. 211-250). Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- De Torres, M. (2009) Cultura, diseño institucional y prácticas democratizantes: algunas reflexiones. En Robaina, G. (Coord.) *Institucionalidad Cultural*, (pp. 179-192). Montevideo: MEC.
- De Torres, M. (2013) El Estado y las Musas. Los premios como instrumento de incentivo a la creación artística: un modelo a pequeña escala de las políticas culturales en el Uruguay entre 1925 y 1930. *Revista Encuentros Uruguayos*, 6(1), pp. 1-31.
- Dinamarca, H. (1990) *El Video en América Latina. Actor innovador del espacio audiovisual*. Montevideo: FCU.
- Di Tella, A. (1992) Video in Latin América. *Review: Latin American Literature and Arts*, 46, pp. 42-45.
- DOEN (1996, mayo 15) *Financing Contract N° 950885*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.

- Duarte, D. (2014) ¿Quién necesita cine? Políticas culturales y políticas cinematográficas en el Uruguay (1990-2010). *Imagofagia*, 10, s/p. Recuperado de <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/611>
- Dufuur, L. (2018). La Cinemateca del Tercer Mundo (Una Cinemateca poco conocida). *TOMA UNO*, 6(6), pp. 27-40. Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/20866>
- Edmondson, R. (1998) *Una filosofía de los archivos audiovisuales*. Paris: UNESCO.
- EGEDA (2018) *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2018*. Madrid: EGEDA. Recuperado de <https://www.egeda.com/Documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2018/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202018.pdf>
- EGEDA (2019) *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*. Madrid: EGEDA. Recuperado de <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>
- El cine nacional (1980) *Cinemateca Revista*, 21, pp. 7-8
- Estrenos (1991, octubre 25) *La República*, p. 42.
- Faraone, R. (1998) *Televisión y Estado*. Montevideo: Cal y Canto.
- Ferrando, J. (1994a) *Síntesis de la jornada de reflexión institucional de "IMÁGENES". Lunes 25 de julio. Parador Salus, Minas*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Ferrando, J. (1994b) *Síntesis de la jornada institucional de "Imágenes" Lunes 12 de diciembre de 1994*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Ferrando, J. (1994c) *Una visión sobre el proceso de análisis de "IMÁGENES". Agosto-Noviembre 1994*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Film Commission & Promotion Office de Uruguay (2010) *25 años de cine de ficción*. Montevideo: Uruguay Film Commission.

- Film Commission & Promotion Office de Uruguay (2012) *Documentales: 1985-2012*. Montevideo: Uruguay Film Commission.
- Frey, B. (2000) *La economía del arte*. Barcelona: La Caixa.
- Fuertes, M. y Mastrini, G. (2014) *Industria cinematográfica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- García Canclini, N. (1987) Políticas culturales y crisis de desarrollo. En García Canclini, N. (ed.) *Políticas culturales en América Latina*, (pp. 11-61). DF: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995) De lo público a lo privado: la “americanización” de los espectadores. En García Canclini, N. (Ed.) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, (pp. 131-148). DF: Grijalbo.
- García Miranda, N. (2013) *Cuando el cine era una fiesta: La producción de la Ley N° 19327*. Lima: Grupo Chaski.
- García Rubio, C. (1994) *Lo que el cable nos dejó. Televisión para abonados, comunicación y democracia en el Uruguay*. Montevideo: Ediciones de la Pluma.
- García Rubio, C. (1998) *El Uruguay cableado. Actualidad de la televisión de pago*. Montevideo: Zeitgeist.
- Garnham, N. (2011) De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido. En Bustamante, E. (Ed.) *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, (pp. 21-48). Barcelona: Gedisa.
- Getino, O. (1985) La importancia del video en el desarrollo nacional. En Fernández, F. et al (Eds.) *Video, cultura nacional y subdesarrollo*, (pp. 23-36). DF: Colección Documentos de Filmoteca-UNAM.
- Getino, O. (1987) *Cine latinoamericano: economía y nuevas tecnologías audiovisuales*. Buenos Aires: Legasa.
- Getino, O. (1990) *Introducción al Espacio Audiovisual Latinoamericano*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cinematografía.
- Getino, O. (1996) *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*. Buenos Aires: Paidós.

- Getino, O. (1998) *Cine y televisión en América Latina. Producción y Mercados*. Buenos Aires: LOM-Ciccus.
- Getino, O. (2005) *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo milenio*. Buenos Aires: INCAA-Ciccus.
- Getino, O. (2008) *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.
- Getino, O. (coord.) (2012) *Estudio de producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*. La Habana: FNCL.
- Giannelli, E. (1965) *Economía cinematográfica*. Roma: Reanda.
- Gómez de Castro, R. (2009) Los nombres del productor. En Marzal, J. y Gómez, F. (Ed.) *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, (pp. 359-372). Madrid: Editorial Complutense.
- Gómez, G. (2009) *TV Digital Terrestre en Uruguay. Políticas públicas, regulación y nueva institucionalidad para el desarrollo de la industria audiovisual en Uruguay: desafíos y oportunidades de la TV digital terrestre*. Montevideo: ICAU-MEC-Zona Editorial.
- González, R. (2012) Cine latinoamericano. Entre las pantallas de plata y las pantallas digitales. Producción y mercados en América del Sur y México. En Getino, O. (Coord.) *Estudio de producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*, (pp. 55-144). La Habana: FNCL.
- González, R. (2014) Industria cinematográfica uruguaya. En Fuertes, M. y Mastrini, G. (Ed.) *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital*, (pp. 249-273). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Gubern, R. (2016) *Historia del cine*. Barcelona: Anagrama.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2010) *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw Hill.
- Hullot-Kentor, R. (2011) El sentido exacto en que ya no existe la industria cultural. *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, 3, pp. 3-23. Recuperado de <http://constelaciones-rtc.net/article/view/747>

- IAF (1988, setiembre 30) *Grant N° UR-133*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- IAF (1992, setiembre 22) *Grant N° UR-161*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- ICAU (2010) *Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay. Objetivos cumplidos y apoyos 2010*. Montevideo: ICAU-MEC. Recuperado de https://icaucmec.gub.uy/innovaportal/file/3351/1/memo_icauc_2010_final.pdf
- IM (2015, junio 30) Ganadores FONAs – Ediciones anteriores [Publicación en línea]. Recuperado de <https://montevideo.gub.uy/areas-tematicas/cultura-y-tiempo-libre/fomento-audiovisual-fona/ganadores-fona-ediciones-anteriores>
- Imágenes (1985a) Cartas de apoyo. En Imágenes (Ed.) *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 02]
- Imágenes (1985b) *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 01]
- Imágenes (1986a) *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 04]
- Imágenes (1986b) Resume [en inglés]. En Imágenes (Ed.) *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 05]
- Imágenes (1987) *Proyecto de consolidación de Imágenes*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 06]
- Imágenes (1990a) *Carpeta de estreno: Los bañados de Rocha: el secreto de las aguas*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Imágenes (1990b) “*Los escondites del sol*” =Presupuesto=. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Imágenes (1991a) *5 años de Imágenes*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 07]

- Imágenes (1991b) *Informe gira “Bañados de Rocha”*. Manuscrito inédito. Imágenes, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Imágenes (1992, setiembre 03) Estreno uruguayo en Rincón de la Bolsa. ARRINCONADOS. (Comunicado de prensa).
- Imágenes, Epstein, F., Rebella, J.P. y Stoll, P. (2000, mayo 02) *Proyecto 25 Watts. Contrato de Producción Asociada*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Imágenes (productores) y Ciganda, J. M. (director). (1987) *La jeringa* [cinta de video]. Uruguay: Imágenes.
- Imágenes (productores) y Elola, A. y Urruzola, J. A. (directores). (1991) *Granja Pepita* [cinta de video]. Uruguay: Imágenes.
- Imágenes (productores) y Moubayed, M. (directora). (2000) *Contra las cuerdas* [cinta de video]. Uruguay: Imágenes.
- Imágenes (productores) y Sandison, H. (directora). (1992) *India muerta* [cinta de video]. Uruguay: Imágenes.
- Imágenes y BFS (2000, octubre 13) *Convention*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Imágenes y G85 (productores) y Tournier, W. (director). (1992) *La rambla montevideana* [cinta de video]. Uruguay: Imágenes-G85.
- IMM (2004, julio 07) Resolución n.º 3039/004: Promulgación del Decreto 30.820, por el cual se crea el Programa “Montevideo Socio Audiovisual” en la Intendencia Municipal de Montevideo. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/resoluciones-junta-depart-montevideo/3039-2004/1>
- INA (1997, agosto 12) *Acta del Concurso Nacional de Videoclips y cortos musicales*. MEC-INA, Montevideo.
- Iribarne, G. (1988, agosto 15) La posibilidad de hacer cine debería ser un derecho nacional. *La República*, p. 18.
- Jacob, L. (1997) *C3M: una experiencia singular* (Trabajo de grado inédito). Universidad ORT del Uruguay, Montevideo.

- Jacob, L. (2003) *Marcha: de un cineclub a la C3M*. En Moraña, M. y Machín, H. (Ed.) *Marcha y América Latina*, (pp. 399-432). Pittsburg: Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana - Universidad de Pittsburg.
- Jacob, M. (1992a, agosto 11). [Correspondencia a Chris Krueger]. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacob, M. (1992b) *Budget "País desconocido"*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacob, M. (1992c) *Informe final. Ref: Convenio UR-133*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacob, M. (1997b, febrero 24). [Correspondencia a Luciano Álvarez]. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacob, M. (1997c febrero 24). [Correspondencia a Mariangela Grando, Henrique de Freitas Lima y Carlos Piwowarsky]. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacob, M. (2018) *Digitalización y re-masterización del Archivo de IMÁGENES (1986-2003)*. Proyecto inédito. ICAU, Montevideo.
- Jacob, M. y Pérez, V. (1990) *Workshop "Madre Tierra". Entrevista*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Jacoste, J. (2004) *El productor cinematográfico*. Madrid: Síntesis.
- Jellinek, J. (2011) Una década prodigiosa. Los caminos del cine uruguayo. *Todavía*, 25, pp. 64-69. Recuperado de <http://www.revistatodavia.com.ar/>
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jerusalmi, C. et al (2009) *Estudio de caso: Cluster Audiovisual en Uruguay*. Montevideo: Instituto de Competitividad – UCUDAL.
- Jullier, L. (2006) *¿Qué es una buena película?* Barcelona: Paidós.
- Kamin, B. (1999) *Introducción a la producción cinematográfica: Presupuesto-Plan financiero*. Buenos Aires: CIC.

- Kaplún, M. (1992) TV en el Uruguay: agenda para un debate necesario. En Rama, C. (Coord.), *Industrias culturales en Uruguay*, (pp. 57-67). Montevideo: Arca.
- Keldejian, J. y Tadeo Fuica, B. (2016) El cine en los noventa: interacciones entre prácticas y soportes. *Cuadernos Del Claeh*, 35(104), pp. 131-141. Recuperado de <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/253>
- King, J. (1994) *El carrito mágico: una historia del cine latinoamericano*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Konigsberg, I. (2004) *Diccionario técnico Akal de cine*. Madrid: Akal Ediciones.
- Lanza, E. y Buquet, G. (2011) *La televisión privada comercial en Uruguay: Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación*. Montevideo: FESUR.
- Lema Mosca, Á. (2019, julio 23) Historia del cine en Uruguay: los jóvenes y el retorno de la democracia (1985-1995). *Revista Film* [Publicación en línea]. Recuperado de <https://www.revistafilm.com/historia-del-cine-en-uruguay-los-jovenes-y-el-retorno-de-la-democracia/>
- Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2009) *La pantalla global: Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- MacBride, S. et al (1993) *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*. DF: Fondo de Cultura Económica - UNESCO. (Obra original publicada en 1980)
- Maisonnave, L. (1994) *Informe final. Programa de seguimiento de proyectos SADES*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Mantarás, P. (2019, octubre 10) A 18 años de su estreno, 25 Watts vuelve al cine. *Revista Galería*. Recuperado de <https://galeria.montevideo.com.uy/Revista-Galeria/A-18-anos-de-su-estreno-25-Watts-vuelve-al-cine-uc732302>
- Marchesi, A. (2001) *El Uruguay inventado: La política audiovisual de la dictadura, reflexiones sobre su imaginario*. Montevideo: Trilce.
- Márquez, I. (2015) *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*. Barcelona: Anagrama.

- Martínez Carril, M. (1978). El cine nacional, sus frustraciones, proyectos y como obtener soluciones. *Cinemateca Revista*, N° 6, pp. 18-22.
- Martínez Carril, M. (2007) Imágenes. *Diccionario del cine español e iberoamericano*. Madrid: SGAC. [citado en Jacob, 2018]
- Marx, K. y Engels, F. (1968) *La ideología alemana. Crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner y del socialismo alemán en las de sus diferentes profetas*. Montevideo: Ediciones Pueblos Unidos.
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2006) *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Mastrini, G. (2014a) *Las industrias culturales en Argentina* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Mastrini, G. (2014b) Preámbulo. En Fuertes, M. y Mastrini, G. (Ed.) *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital*, (pp. 9-22). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Mastrini (2017) Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(5), pp. 139-147.
- Mattelart, A. y Piemme, J. M. (1982) Las industrias culturales: génesis de una idea. En UNESCO (Ed), *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, (pp. 62-75). DF: Fondo de Cultura Económica - UNESCO.
- Mazzei, A. y Tornarí, C. (1993) *Informe narrativo gira video "La caja de Pandora"*. Manuscrito inédito. PLEMUU, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Mejía Arango, J. (2009) Apuntes sobre las políticas culturales en América Latina, 1987-2009. *Pensamiento Iberoamericano*, 4, pp. 105-129. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7079772>
- Melzer, R. (2011). CEMA. En Casares, E., Heredero, C. F. y Rodríguez Merchán, E. (Eds.) *Diccionario de cine iberoamericano: España, Portugal y América*. Madrid: SGAE. [citado en Tadeo Fuica y Balás (2016)]
- Méndez, M. y Roberts, G. (1987) *Filmografía de uruguayos 1973-1985*. Montevideo: EUBCA.

- Miège, B. et al (1986) *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*. Paris: Aubier.
- Miège, B. (2006) La concentración en las industrias culturales mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *Cuadernos de información y comunicación*, 11, pp. 155-166. (Traducción de Eva Ladro) Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110155A/7280>
- Migdal, A. (1997, octubre 02) Para ver a Idea Vilariño. *El País*, p. 22.
- Moragas Spá, M. (2011) *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Muñoz Razo, C. (2011) *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson Educación.
- Murch, W. (2003) *En el momento del parpadeo. Un punto de vista sobre el montaje cinematográfico*. Madrid: Ocho y Medio.
- Musitelli, F. (2012) *Imágenes en la maleta*. Montevideo: Trilce.
- Nario, M., Negrín, J. y Rosales, P. (2009) *La producción cinematográfica en el marco de la industria cultural, descripción del negocio y contabilidad de gestión* (Tesis de grado). Universidad de la República, Montevideo. Recuperado de <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/110>
- Nocetti, A. (1993) *Informe económico gira video "La caja de Pandora"*. Manuscrito inédito. PLEMUU, Montevideo. Original en posesión de Mario Jacob.
- Orozco, M. y Taibo, C. (2014) *Manual básico de producción cinematográfica*. México: UNAM-CONACULTA.
- Oxandabarat, R. (2000, junio 02) Nuevas salas, nuevos hábitos. *Brecha*. Recuperado de <http://www.uruguaytotal.com/estrenos/brecha.htm>
- Oxandabarat, R. (2014) El cine uruguayo. En Kaplún y Oxandabarat (Ed.), *Cine y medios masivos*, (pp. 5-37). Nuestro Tiempo, N° 13. Montevideo: Comisión del Bicentenario – IMPO.
- Pallares, L. (1992, octubre 18) De las naranjas teñidas al agujero de la capa de ozono. *Suplemento La República de las Mujeres*, p. 10.

- Pampeana, Amauta e Imágenes (1995, noviembre 08) *Convenio particular de contrato de coproducción cinematográfica*. Contrato inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Paraguá, P. (2003) Orígenes, evolución y problemas. En Paraguá, P. (Ed.) *Cine documental en América Latina*, (pp. 13-78). Madrid: Cátedra.
- Pardo, A. (2014) *Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales*. Navarra: EUNSA.
- Peloduro y sus amigos a la Tevé (1999, julio 10) *El País*, p. 2.
- Pérez Da Cunha, A. (1990a, enero 12) Los uruguayos se empiezan a hacer ver. *El Día*, p. 19.
- Pérez Da Cunha, A. (1990b, mayo 04) Taller de Animación: un desafío múltiple. *El Día*, p. 18.
- Perroni, E. y Portillo, A. (2001) *El Uruguay de la pantalla chica. Quién te ha visto y quién te ve*. Montevideo: Patio Biarritz.
- Perú (1972, marzo 28) Decreto Ley N° 19.327: Ley de Fomento de la Industria Cinematográfica. Recuperado de <https://peru.justia.com/federales/decretos-leyes/19327-mar-28-1972/gdoc/>
- Quiroga, C. (2014) Perú. En Gumucio, D. (Coord.) *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*, (pp. 445-472). Bogotá: FES.
- Radakovich, R. (2004) *Territorios Televisivos. De ciudad imaginada a Tevé Ciudad*. Montevideo: Cal y Canto - FHCE.
- Radakovich, R. (coord.) (2013) *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay (Estudio de caso)*. Londres: Open Society Foundation.
- Radakovich, R. (coord.) (2014) *Industrias creativas innovadoras: el cine nacional de la década*. Montevideo: ICAU-CSIC-PRODIC-Udelar.
- Raimondo, M. (2010) *Una historia del cine en Uruguay. Memorias compartidas*. Montevideo: Planeta.
- Rama, C. y Delgado, G. (1992) *El Estado y la Cultura en el Uruguay. Análisis de las relaciones entre el Estado y la actividad privada en la producción de bienes y servicios*. Montevideo: FCU.

- Rama, C. (1994) *La economía del libro en el Mercosur*. Montevideo: Arca.
- Rama, C. (1999) *El capital cultural en la era de la globalización digital*. Montevideo: Arca.
- Rama, C. (2002) La globalización de la exhibición cinematográfica en América Latina. En Montiel, E. (Ed.) *Hacia una mundialización humanista*, (pp. 79-96). Paris: UNESCO.
- Rama, C. (2003). *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*. Buenos Aires: Eudeba.
- Remedi, G. (2001, octubre 05) El cine en casa. ¿Una historia condicionada y terminal? *Brecha*, pp. 12-13.
- Remedi, G. (2003) Montevideo en sus pliegues: mediaciones y mediadores en la ciudad. *Revista Iberoamericana*, 69 (202), pp. 65-84. Recuperado de <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5685/5832>
- Rey, M. y Soria, F. (2015) La distribución de cine en Uruguay. Concentrado de película. *Tercer Film*, 3, pp. 16-25.
- Richeri, G. (2011) Ambigüedades desde la economía. Las debilidades de la creatividad. En Bustamante, E. (Ed.) *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, (pp. 145-152). Barcelona: Gedisa.
- Rodríguez Brites, J. (2018) *Producción de largometrajes en Uruguay: un análisis desde la Teoría General del Costo* (Tesis de maestría inédita). Universidad de la República, Montevideo.
- Rúetalo, V. (2009) Industria cultural. En Szurmuk, M. y Mckee, R. (Coord.) *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, (pp. 154-158). DF: Siglo XXI.
- Ruffinelli, J. (2015) *Para verte mejor. El Nuevo cine uruguayo y todo lo anterior*. Montevideo: Trilce.
- Saegaert, J. (2007) *Informe de diagnóstico para el Conglomerado Audiovisual del Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas* (Informe de Consultoría). Montevideo, DIPRODE - OPP.

- Sandison, H. (1989) *The multi-coloured workshop*. Proyecto inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Sandison, H. (1997) *Pantanal: lifewaters synopsis*. Manuscrito inédito. Original en posesión de Mario Jacob.
- Sanjurjo Toucon, A. (1992) Las distribuidoras y el consumo de cine en Uruguay. En Rama, C. (Coord.), *Industrias culturales en Uruguay*, (pp. 193-215). Montevideo: Arca.
- Saratsola, O. (2005) *Función completa, por favor. Un siglo de cine en Montevideo*. Montevideo: Trilce.
- Segura, H. (1988, agosto 27) Entreacto. *El País*, p. 15.
- Segura, H. (1991a, enero 23) El Cine Hecho Acá. *El País*, s/p.
- Segura, H. (1991b, noviembre 10) Para Que Pase Algo. *El País*, p. 40.
- SICSUR (2012) *Los estados de la cultura: estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR*. Guarenas: Departamento de Estudios del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - Publicaciones de la Cultura.
- Schroeder, E. y Lescano, G. (2002) *Programa de Desarrollo de la Industria Audiovisual Nacional*. (Informe de Consultoría) Montevideo, BID.
- Secco, L. (2016) Rescate del archivo del CEMA: entre lo analógico y lo digital. En Tadeo Fuica, B. y Balás, M. (Ed.) (2016) *CEMA: archivo, video y restauración democrática*, (pp. 37-46). Montevideo: FIC-ICAU-Udelar.
- Secco, L. (2018) Proyecto Uruguay. Ejemplo del uso del documental en dictadura a partir de una serie para televisión de Televisión Educativa. En Torello, G. (Ed.) *Uruguay se filma. Prácticas documentales (1920-1990)*, (pp. 65-86). Montevideo: Irrupciones Grupo Editor.
- Stake, R. (1999) *Investigación con estudios de caso*. Madrid: Morata.
- Stolovich, L., Lescano, G. y Mourelle, J. (1997) *La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio. Economía y cultura en el Uruguay*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.

- Stolovich, L., Lescano, G., Mourelle, J. y Pessano, R. (2002) *La Cultura es Capital. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.
- Stolovich, L. (2003) *Mapa del poder económico de los medios de comunicación en el Uruguay*. Montevideo: FESUR.
- Stolovich, L., Lescano, G., Pessano, R. y Delgado, P. (2004) *La industria audiovisual uruguaya: ¿realidad o ficción? Su impacto sobre las PyMES*. Montevideo: Ediciones Ideas.
- Scolari, C. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Tadeo Fuica, B. (2017) *Uruguayan cinema, 1960-2010: Text, materiality, archive*. Woodbridge: Tamesis.
- Tadeo Fuica, B. (2016) Hechos, historias y video. En Tadeo Fuica, B. y Balás, M. (Ed.) *CEMA: archivo, video y restauración democrática*, (pp. 17-29). Montevideo, Uruguay: FIC-ICAU-Udelar.
- Tadeo Fuica, B. y Balás, M. (Ed.) (2016) *CEMA: archivo, video y restauración democrática*. Montevideo: FIC-ICAU-Udelar.
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1994) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Thevenet, H. A. (1952) Producción sobre cine nacional. *Revista de Cine Club*, 13, pp. 10-16.
- Throsby, D. (2001) *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge.
- Torello, G. (Ed.) (2018) *Uruguay se filma. Prácticas documentales (1920-1990)*. Montevideo: Irrupciones Grupo Editor.
- Tournier, W. (1985) Información complementaria. En Imágenes (Ed.) *Imágenes para la historia y la memoria histórica del pueblo uruguayo*. Proyecto inédito. Imágenes, Montevideo. [Véase anexo 03]
- Tremblay, G. (2011) Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad. En Bustamante, E. (Ed.) *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, (pp. 49-80). Barcelona: Gedisa.

- Ulive, U. (2007) *Memorias de teatro y cine*. Montevideo: Trilce.
- UNESCO (1982) *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. DF: Fondo de Cultura Económica – UNESCO.
- UNESCO (1987) *Latest statistics on radio and television broadcasting*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2000) *A survey on national cinematography*. Paris: UNESCO. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000122897>
- Uruguay (1979, enero 15) Decreto n.º 734/978: Reglamentación de la Ley 14.6670 relativo a la regulación de los Servicios de Radiodifusión. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/734-1978>
- Uruguay (1991, febrero 28) Resolución n.º 61/991: Declaración de interés nacional. Actividad cinematográfica. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/resoluciones/61-1991/1>
- Uruguay (1994, junio 20) Decreto n.º 270/994: Creación del Instituto Nacional del Audiovisual. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/270-1994>
- Uruguay (2001, junio 20) Ley n.º 17.350: Acuerdo de Coproducción Cinematográfica entre la República Oriental del Uruguay y la República Argentina. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/leyes-originales/17350-2001>
- Uruguay (2008, junio 02) Ley n.º 18284: Creación del Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay y del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18284-2008>
- Uruguay (2010, diciembre 27) Ley n.º 18719: Presupuesto Nacional de Sueldos, Gastos e Inversiones. Ejercicio 2010-2014. Recuperado de <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18719-2010>
- Velleggia, S. (1990) El Espacio Audiovisual argentino. En CEMA-ICD (Ed.) *Experiencias en el Espacio Audiovisual: Argentina, Brasil, Chile, Uruguay*, (pp. 11-22). Montevideo: FCU.
- Villaça, M. (2012) El cine y el avance autoritario en Uruguay. El “combativismo” de la Cinemateca del Tercer Mundo (1969-1973). *Contemporánea. Historia y problemas del siglo XX*, 3(3), pp. 243-264. Recuperado de

<http://www.iheal.univ-paris3.fr/sites/www.iheal.univ-paris3.fr/files/S6%20Lecture%201.pdf>

- Walton, J. (2012) *Manual de producción documental*. Santiago de Chile: Facultad de Comunicación UC.
- Wschebor, I. (2014) Cine, universidad y política audiovisual. El Departamento de Medios Técnicos de Comunicación de la Universidad de la República (1973-1980). *Revista Contemporánea*, 5(5), pp. 125-146. Recuperado de <http://www.geipar.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2015/09/wschebor.pdf>
- Yin, R. (1994) *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Yúdice, G. (2009) Política Cultural. En Szurmuk, M. y Mckee, R. (Coord.) *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, (pp. 214-219). DF: Siglo XXI.
- Zallo, R. (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.
- Zallo, R. (1992) *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Navarra: Tercera Prensa.
- Zapiola, G. y Melzer, R. (2015, agosto 01) Historia del cine uruguayo [Publicación en línea]. Recuperado de <http://pantallacaci.com/ibermedia-digital/contexto-historico/historia-del-cine-uruguayo/>