

EVALUACIÓN DEL PROGRAMA URUGUAY AUDIOVISUAL DE LA ACAU Entre las industrias culturales y creativas

Gustavo Buquet

Universidad de la República, Departamento de Ciencias Humanas y Sociales, Facultad de Información y Comunicación, Uruguay

gustavo.buquet@fic.edu.uy - <https://orcid.org/0000-0002-2512-2624>

Recibido: 20 de julio de 2025

Aceptado: 25 de octubre de 2025

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark://bb50wdvra>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10742>

Resumen

Este artículo analiza los primeros resultados del Programa Uruguay Audiovisual (PUA), implementado, desde el año 2019, por la Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU). El programa tiene un doble objetivo: por un lado, incentivar la llegada de capitales de plataformas SVOD multinacionales, lo que ha impulsado un salto cualitativo en la exportación de servicios de producción uruguayos; y por otro, fortalecer los fondos de apoyo a la cinematografía nacional. En este marco, se examinan los resultados de sus dos componentes —PUA Internacional y PUA Nacional—, problematizando el carácter de la política a la luz del concepto británico de industrias creativas y, en contraste, del enfoque de la Economía Política de la Comunicación sobre las industrias culturales. A partir del análisis de una base de datos cuantitativa, se indaga sobre qué dimensiones de su diseño responden a una lógica de política cultural y cuáles a una lógica de política industrial. Estos hallazgos permiten discutir tanto la concentración empresarial en la asignación de fondos como el vínculo de la política con el fortalecimiento del tejido industrial del sector. Los resultados muestran que el PUA Internacional genera una mayor concentración en la asignación de fondos que el PUA Nacional. Sin embargo, en conjunto, el programa ha contribuido al fortalecimiento de las principales empresas y a la consolidación del entramado industrial de la producción cinematográfica uruguaya.

Palabras Clave: política audiovisual, Programa Uruguay Audiovisual, industrias creativas, industrias culturales, concentración empresarial



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



EVALUATION OF THE ACAU'S URUGUAY AUDIOVISUAL PROGRAM Between cultural and creative industries

Abstract

This article examines the initial outcomes of the Uruguay Audiovisual Program (PUA), implemented since 2019 by the Uruguayan Film and Audiovisual Agency (ACAU). The program pursues a dual objective: on the one hand, to encourage the inflow of capital from multinational SVOD platforms, which has driven a qualitative leap in the export of Uruguayan production services; and on the other, to strengthen funding for national filmmaking. Within this framework, the results of its two components—PUA International and PUA National—are analyzed, questioning the nature of the policy in light of the British concept of the creative industries and, in contrast, the Political Economy of Communication's approach to cultural industries. Drawing on a quantitative database, the analysis explores which aspects of its design correspond to a cultural policy logic and which to an industrial policy logic. These findings provide a basis for discussing both business concentration in the allocation of funds and the policy's impact on strengthening the sector's industrial fabric. The results show that PUA International generates greater concentration in the allocation of resources than PUA National. Nevertheless, overall, the program has contributed to the strengthening of leading companies and to the consolidation of the industrial fabric of Uruguay's film production sector.

Keywords: audiovisual policy, Uruguay Audiovisual Program, creative industries, cultural industries, business concentration

Introducción

La política dirigida al sector de la producción audiovisual en Uruguay a escala nacional inició hace relativamente poco tiempo, y su fundación se puede situar con la creación del Instituto Nacional Audiovisual INA en 1994. Poco tiempo después, en el año 1997, Uruguay pasó a formar parte del Programa Ibermedia, apareciendo las primeras obras audiovisuales con cierta regularidad (Stolovich, Barreiro, y Stolovich, 2004). Con la Ley 18.284 del 2008 el INA se sustituyó por Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ICAU), y por esa misma Ley se creó el Fondo de Fomento, con un monto aproximado de un millón de dólares por año. Se diseñaron los primeros mecanismos a escala nacional de apoyo a la cinematografía, con lo que se aumentaron la cantidad de obras terminadas y estrenadas, y se amplió asimismo la participación de películas uruguayas en festivales internacionales de cine (Dufuur, 2014; Uruguay Audiovisual, 2012). Independientemente de algunas otras ayudas a escala nacional y otras departamentales, el siguiente gran cambio cualitativo fue, relativo a los fondos, la creación del PUA en 2019, y desde el punto de vista institucional la transformación del ICAU en la Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU), organismo con

mayor autonomía y con la capacidad de centralizar la administración del PUA. Como se verá más adelante, este programa cambió radicalmente el panorama de apoyo a la producción nacional, multiplicando por cinco el nivel de ayudas a las obras cinematográficas nacionales; y modificando sustancialmente la exportación de servicios de producción audiovisual (Munyo, 2021).

La proliferación de producciones audiovisuales de las plataformas de streaming SVOD multinacionales, como Netflix, HBO, Prime, etc., fue uno de los elementos clave para que el incentivo para la realización de obras audiovisuales en Uruguay tuviera éxito. El otro, la llegada de la pandemia de COVID - 19. Uruguay fue de los pocos países de la región que creó un protocolo a partir del cual se dejaba realizar obras audiovisuales desde el inicio de la pandemia en el año 2020 hasta que terminó en el año 2022. Esto generó una gran demanda externa por realizar obras audiovisuales en Uruguay, lo que consolidó rápidamente el funcionamiento del PUA Internacional (Secco, 2021; En perspectiva, 3 de octubre de 2023).

Ya pasados los primeros 5 años desde el origen del Programa, y contando con información de calidad sobre este período, se pueden analizar los primeros resultados que ha tenido el mismo sobre distintas variables del sector cinematográfico y audiovisual en el Uruguay.

En ese mismo sentido, el objetivo de este artículo es analizar, desde una perspectiva económica, el Programa Uruguay Audiovisual (PUA) en sus dos modalidades –PUA Internacional (PUAI) y el PUA Nacional (PUAN) durante el período 2019– puesta en marcha del Programa con un plan piloto, hasta el 2024 (último año del que se disponen datos).

Con respecto al PUAI, las variables que se discuten son la relación entre el desempeño económico del Programa vinculado a los objetivos que se plantea; así como el nivel de concentración en la asignación de fondos por empresa. Finalmente, se da una discusión sobre el diseño de esta modalidad del Programa en relación a su incidencia en el fortalecimiento del tejido industrial del sector, enfocada especialmente en las empresas que ofrecen servicios de producción audiovisual.

Con respecto al PUAN, en primer lugar, se analiza el fuerte crecimiento de los fondos destinados a la producción y postproducción de cine nacional, vinculando el nuevo aporte que realiza el PUAN al ya existente Fondo de Fomento. Al incorporar el Fondo de Fomento en el análisis, el espacio temporal del estudio se extiende a todo el período del que se disponen datos, esto es, desde el año 2013 al año 2024.

Con los datos disponibles se discute la posible influencia que ha tenido el PUAN en incrementar la cantidad de obras terminadas y, en esa dirección, si puede contribuir a disminuir los años promedio que una empresa productora destina a terminar una película. También, si este Programa puede tener o no efectos sobre la cantidad de espectadores que obtiene el cine uruguayo. Por su parte, se vuelve a discutir la concentración en la asignación de fondos, tanto para el Fondo de Fomento como para el PUAN. Un dato importante en ese contexto es la cantidad de películas por empresa estrenadas en el período analizado. Con estos datos, a su vez se puede analizar en

perspectiva qué influencia han tenido los fondos en relación al fortalecimiento del tejido industrial. Como los resultados de ambas modalidades del PUA tienen vínculos inseparables, se discute también la articulación y los resultados generados entre el PUAN y el PUAI.

En este contexto, el marco teórico utilizado tiene que ver con la discusión que se ha dado entre políticas culturales, políticas industriales, y las definiciones de industrias creativas e industrias culturales. El PUA es un excelente ejemplo para discutir estos conceptos, ya que el PUAI es una típica política industrial, mientras que el PUAN es una típica política cultural; aunque el vínculo entre estas dos modalidades del PUA es insoslayable y, por lo tanto, estos diferentes tipos de diseño en un mismo programa articulan y se pueden fortalecer entre sí.

Pues bien, en general, los conceptos de industrias culturales e industrias creativas se les ha dado el mismo significado (UNESCO, 2023), cuando en realidad son conceptos que se acuñaron en diferentes períodos y contextos. Garnham (1987) plantea que las industrias culturales son sectores que producen bienes simbólicos y funcionan en la órbita del mercado, y las políticas desarrolladas por el Estado deberían tener como objetivo potenciar a las empresas con mayores dificultades económicas, como micro y pequeñas empresas, para incrementar la diversidad y fortalecer la democracia (Garnham, 1987); por el contrario, cuando el Department of Culture, Media and Sport realizó el mapa de las industrias creativas del Reino Unido, las definió como industrias con un componente creativo, protegidas por el derecho de autor, y con potencial exportador (DCMS, 1998); y las políticas que propuso para desarrollar estas industrias fueron de corte netamente industrial.

De hecho, varios autores han discutido este problema ya que la definición de industrias culturales entraña la posibilidad de desarrollar políticas públicas sin importar si el sector se rentabilizará o no en el futuro; es decir una política cultural tiene como objetivo en sí mismo incrementar la diversidad, la identidad, y fortalecer la democracia en una comunidad; mientras que la definición de industrias creativas se traduce, en términos de política pública, en apoyos económicos a industrias seleccionadas. El objetivo de esta política es promover la competitividad de estos sectores, en particular en los mercados internacionales (Garnham & Bustamante, 2011). Estas políticas económicas no sólo se aplican a las industrias creativas, sino a cualquier tipo de industria que cumpla con ser un sector potencialmente rentable en el futuro, sea o no cultural. En tal caso, como se verá más adelante, el PUA surgió de Transforma Uruguay junto con otros sectores, ninguno de ellos perteneciente al ámbito de la cultura (Presidencia Uruguay, 8 de noviembre de 2018).

Y esta discusión no es menor a los efectos del análisis del Programa Uruguay Audiovisual. El Estado uruguayo, al crear el PUA como política pública, no sólo veló por potenciar la competitividad del sector de los servicios de producción audiovisual, realizando exclusivamente un programa con características típicamente de política industrial; Con el PUAN el Estado uruguayo apostó con igual cuantía por una política cultural, desarrollando un sector que, como sistema, según la experiencia constatada de

las políticas cinematográficas de, por ejemplo, los países europeos o de América Latina, no es rentable, y sólo es sostenible con políticas públicas persistentes (OBS, 2023; Getino, 2012; Buquet, 2005).

Cuando se trata de apoyos públicos dirigidos a las industrias culturales, también las políticas culturales cuentan indefectiblemente con elementos de política industrial, por ejemplo, si estas políticas se proponen fortalecer el tejido industrial a través del apoyo a las pequeñas y medianas empresa –y con ellas la diversidad creativa, se convierten, de forma indirecta, en políticas industriales. Por lo tanto, esto es lo que se hará en parte de este artículo, discutir la articulación de las dos modalidades del PUA, y sus posibles efectos virtuosos.

Este trabajo es una investigación realizada desde una perspectiva económica que se basó, fundamentalmente, en el análisis de información cuantitativa. Con la sistematización de la base de datos utilizada, se aplicó la metodología comparativa, fundamentalmente los índices de concentración –como el CR4, provenientes de la economía industrial (Tirole, 1988). La mayor parte de la información cuantitativa se tomó de la base de datos generada por el Observatorio de la Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU), disponible en la página oficial del gobierno uruguayo Catálogo de datos abiertos (ACAU, 11 de abril de 2025). Todas las tablas y gráficos que aparecen en el artículo proceden de esta fuente de datos. El período temporal que abarca la base de datos, como ya se adelantó, se encuentra entre los años 2013 y 2024. Para el Fondo de Fomento se consideró todo el período abarcado en la base, para el PUA, el período de análisis se restringió a los años 2019 y 2024 que son los años de existencia del programa.

Con respecto al PUA, se tomaron las ayudas recibidas por las empresas concedidas por todo tipo de proyectos, donde el centro de interés se puso en los resultados económicos del Programa y en las ayudas recibidas por empresa. En relación al PUAN y el Fondo de Fomento, el campo se restringió a la información de proyectos de largometrajes, sean de ficción o documentales; incluyendo todos los títulos sean obras enteramente nacionales o coproducciones internacionales mayoritarias o minoritarias (ACAU, 2024). La discusión aquí se torna más amplia permitiendo relacionar las variables que se plantearon en los primeros párrafos de esta introducción (cantidad producida, tiempo de culminación de una obra, público, etc.). En la base de datos los valores de los fondos otorgados están expresados en pesos uruguayos. Se entendió más conveniente en términos expositivos convertir dichos montos a dólares norteamericanos¹.

También se consideró la información cuantitativa brindada por la consultora CPA – Ferrere relativa al valor agregado, contribución impositiva, semanas de rodaje, etc. (Capurro, 2025). Relativo a datos de las cinematografías de países europeos, se utilizó el Anuario Audiovisual Europeo (OBS, 2023). Se realizó también una importante revisión bibliográfica, y de documentos vinculados a los programas de apoyo audiovisual en el Uruguay, además de notas de prensa.

¹ Se tomó la cotización del dólar pizarra BROU comprador al 31 de diciembre de cada año.

Origen y diseño del Programa Uruguay Audiovisual

En el año 2016 se creó el Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad -Transforma Uruguay; con la finalidad de detectar posibles sectores que potenciaran el desarrollo económico en Uruguay. Con estudios prospectivos se determinaron ocho diferentes sectores, entre los cuales se ubicaban las industrias creativas haciendo especial hincapié en la industria audiovisual. El 18 de diciembre del año 2018 se presentó la Hoja de Ruta Industrias Creativas, Sector Audiovisual, con el objetivo de internacionalizar y profesionalizar el sector audiovisual, además de fortalecer el sector nacional de la producción (Transforma Uruguay, 2018).

Finalmente, entre mayo y agosto del 2019, la implementación tomó su forma y nombre definitivos, Programa Uruguay Audiovisual (PUA), aunque todavía como experiencia piloto, con sendas bases, realizando un llamando a empresas a postular al PUA con dos millones de dólares, PUAN Línea A producción, con otros dos millones de dólares, y PUAN línea B desarrollo, con doscientos quince mil dólares.

El Programa se consolidó en 2020 con un desembolso del Estado que casi triplicó el programa piloto con 12 millones de dólares (ACAU, 8 de marzo de 2021). Según las bases de la convocatoria 2025 los totales quedaron establecidos en cuatro millones, un millón quinientos mil, y cuatro millones de dólares para producción internacional de contenidos, servicios de producción publicitaria, y coproducciones internacionales de gran porte para producción o post producción respectivamente. A estos nueve millones y medio de dólares, habría que sumarle fondos destinados al desarrollo de obras y posicionamiento internacional (ACAU, 21 de febrero de 2025).

A partir del nacimiento del Programa y su evolución durante estos años se pueden poner en discusión algunos elementos. Por una parte, aquellos vinculados a la implementación del programa. Por otro, la relación entre el PUA Internacional y el PUA Nacional como la articulación de dos diseños diferentes de una misma política.

En primer lugar, se puede afirmar que, con el PUA, el Estado uruguayo, a nivel de la administración central, realizó una gran apuesta por la producción audiovisual como sector económico y cultural.

Con el PUA se incorporó una nueva modalidad para incentivar la inversión de empresas extranjeras, mayoritariamente plataformas multinacionales como HBO, Disney+, Netflix, etc. (MIEM, 7 de junio de 2022). Al mismo tiempo, este mecanismo exige que las plataformas contraten empresas uruguayas para la prestación de servicios vinculados a la producción audiovisual (Secco, 2021).

Por su parte, con el PUAN se multiplicaron casi por cuatro los fondos del Estado central destinados a la producción o coproducciones internacionales donde participen productoras nacionales. Sumando el Fondo de Fomento y el PUA Nacional hoy la producción nacional cuenta con fondos en torno a los cinco millones de dólares².

² El gobierno departamental de Montevideo tiene una política de fomento a la producción audiovisual importante con cuatro diferentes modalidades con un monto total aproximado de 1 millón de dólares

El segundo elemento a considerar es que el PUA tiene dos modalidades intrínsecas de política pública sustantivamente diferentes, aunque con matices. El PUA I corresponde a una típica política industrial; y la segunda, el PUA nacional, a una típica política cultural, aunque las dos articulan entre sí.

En síntesis, se puede definir una política industrial como la promoción por parte del Estado de un sector económico estratégico con potencial exportador. Esta política tiene como objetivo que la industria seleccionada sea competitiva en el mercado internacional, y pueda apropiarse de beneficios externos (Krugman et al., 2012). Muy similar a la definición de los objetivos establecidos por el Programa Uruguay Audiovisual (ACAU, 21 de febrero de 2025).

Bayardo (2008), haciendo una síntesis de los distintos encuentros de UNESCO sobre políticas culturales y diversidad cultural³, establece que las políticas culturales son mecanismos desarrollados por el Estado que favorecen la diversidad, el fomento de industrias culturales y de medios de comunicación que den cuenta de la pluralidad (Bayardo, 2008).

La primera política está orientada a sectores económicos con proyección de crecimiento, especialmente aquellos vinculados a industrias exportadoras. Su enfoque excluye consideraciones culturales, ya que se centra exclusivamente en la competitividad del mercado y la rentabilidad. Estas son las características - sumadas a la creatividad; que los británicos en su famoso trabajo del año 1998 encontraron en lo que denominaron industrias creativas (DCMS, 1998)⁴. Las políticas culturales en cambio están dirigidas fundamentalmente a incrementar la diversidad, la identidad, el sentido de pertenencia de una comunidad. Se preocupan de la expansión de la cultura en todas sus formas, sea o no rentable o competitiva en el mercado. Las políticas culturales se preocupan más por su sustentabilidad que por su rentabilidad (Tremblay, 2011; Schlesinger, 2011).

Naturalmente que existen puentes, o articulaciones entre estos dos tipos de políticas; particularmente si la política está dirigida a una industria cultural. El PUA es un buen ejemplo de ello. Un efecto directo podría ser que lo recaudado por el Estado en impuestos directos e indirectos a través del mecanismo PUA I (Capurro, 2025) se utilizara para recuperar parte de las subvenciones que reciben las producciones nacionales. Pero, además, hay efectos articuladores indirectos muy importantes entre el PUA I y el PUAN.

(<https://mydaudiovisual.montevideo.gub.uy/es/fondos>); otros gobiernos departamentales apoyan también la producción audiovisual pero con menores cuantías.

³ Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo (Estocolmo, 1998); Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (Paris, 2001); Convención sobre la Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Paris, 2005).

⁴ En realidad, el concepto de Creative Industries fue acuñado en 1994 por el Department of Communications and the Arts de Australia en Creative nation: Commonwealth cultural policy (Moore, 2014).

El primero, y más importante, es que el PUAJ aumenta y promueve en el sector la demanda de empleo y la formación de recursos humanos en un espiral virtuoso que termina reforzando la producción cinematográfica nacional. El segundo, que algunas de las obras internacionales acogidas por el programa contratan importantes recursos humanos creativos en lugares destacados detrás y delante de cámaras. Todo este dinamismo promueve un posicionamiento del Uruguay como plaza internacional para la producción audiovisual, generando y estrechando vínculos entre empresas productoras nacionales e internacionales; posicionando también en el exterior el cine nacional. Por último, en algunas excepciones, obras internacionales atraídas por el apoyo del Estado, cuentan historias identitarias propiamente uruguayas como en el caso de la película *La sociedad de la nieve*.

Resultados

PUA Internacional

La primera modalidad, el PUAJ, consiste en incentivar que producciones extranjeras o parte de ellas se realicen en Uruguay. Uno de los principales requisitos para las empresas extranjeras es que contraten una empresa de servicios de producción uruguaya. A cambio, el Estado le devuelve a la empresa extranjera un porcentaje con un tope máximo del 25% sobre el total invertido.

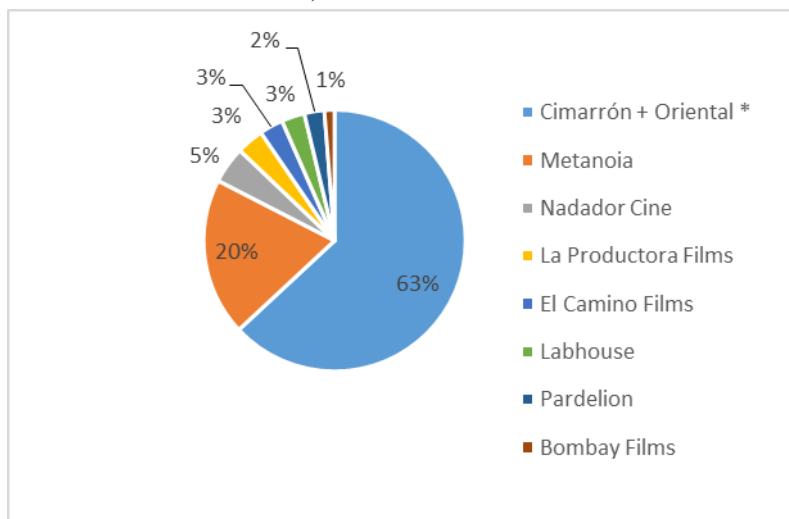
Los resultados de esta política han sido incontestables; las exportaciones de servicios de producción audiovisual pasaron de 27 a 84 millones de dólares entre el año 2020 y 2021 (ACAU, 17 de enero de 2022); pasó de tener 24 a más de 100 semanas de rodaje por año entre el 2020 y el 2023 (Cardozo, 12 de marzo de 2024); multiplicó por cuatro las jornadas de trabajo en la industria audiovisual; e incrementó por tres el valor agregado bruto de producción hasta llevarlo a 90 millones de dólares por año. Según las cifras manejadas por CPA- Ferrere, los impuestos recibidos por el estado por proyectos del PUAJ, superan a las subvenciones otorgadas por el Estado en un porcentaje que oscila entre el 140% y el 30% (Capurro, 2025). Este proceso sumamente exitoso, cumple con todos los requisitos que establece una política industrial.

Sin embargo, el PUAJ que se propone objetivos específicos en relación a fortalecer el tejido industrial del sector de servicios de producción audiovisual o el sector publicitario (ACAU, 11 de abril de 2025), sólo derrama cuando las grandes empresas contratan micro o pequeñas empresas para brindar los servicios de producción, o cuando la inversión extranjera en servicios tensa la demanda de trabajo.

La ausencia de mecanismos que restrinjan los fondos por empresa ha permitido una gran concentración del sector, estimulando, por la vía de los hechos, la conformación de, prácticamente, un duopolio. Como se puede ver en el Gráfico 1, dos empresas, concentraron en 2024 más del 80% de la asignación de fondos del PUAJ⁵.

⁵ Cuando dos o más empresas tengan a la misma persona física como responsable legal, en el texto se les considerará como una única empresa. En tablas y gráficos se especifican sus nombres y el motivo por el que se les agrupa en una sola unidad económica.

Gráfico 1. Concentración de fondos PUA Internacional por empresa
(en % sobre el total de fondos, año 2024)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base a datos abiertos del Observatorio ACAU.

* La misma persona física aparece como responsable legal de las dos empresas

La Tabla 1 corresponde a la asignación acumulada de fondos PUA Internacional entre 2019 y 2024 por empresa, tanto en términos absolutos como relativos. Como se observa en dicha tabla, las empresas Cimarrón⁶ y Oriental Films, ambas con el mismo responsable legal, obtuvieron entre el año 2019 y el 2024 más de 13 millones de dólares, concentrando una cifra mayor al 60% de los fondos. Las tres empresas que le siguen obtienen de forma conjunta el 31,1%. Es decir, cuatro empresas (CR4) reciben el 92% de los fondos proporcionados por el Estado. El restante 8% de los fondos lo recibieron 10 empresas. En total, 14 empresas recibieron fondos entre los años 2019 y 2024.

Tabla 1. Concentración de fondos PUA Internacional por empresa (en USD, acumulado entre los años 2019 y 2024)

Empresa	Total general	En %
Cimarrón + Oriental *	13.261.781	60,9%
Salado Media	3.386.015	15,5%
Metanoia	2.046.634	9,4%
La Productora Films	1.370.096	6,3%
The Boat	308.549	1,4%

⁶ Cimarrón de propiedad argentina y uruguaya, fue comprada en 2023 por The Mediapro Studio, compañía española con sede en más de 50 ciudades y tuvo unos ingresos anuales de 1.200 millones de USD durante 2024 (GPS Audiovisual, 24 de setiembre de 2023; Catá Figuls, 31 de marzo de 2025).

MediaPro	270.521	1,2%
Labhouse	270.464	1,2%
El Camino Films	250.577	1,2%
Nadador Cine	164.496	0,8%
Montelona	136.662	0,6%
Pardelion	128.092	0,6%
Bombay Films	96.720	0,4%
Metrópolis Films	95.065	0,4%
Total general	21.785.672	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base a datos abiertos del Observatorio ACAU.

* La misma persona física aparece como responsable legal de las dos empresas

Si se compara la Tabla 1 con el Gráfico 1, en el proceso de asignación de fondos, se puede constatar que la concentración entre los años 2019 y 2024 se incrementó. En la Tabla 1, las dos primeras empresas concentran un poco menos del 77%. En el año 2024 (Gráfico 1) las dos primeras empresas concentraron el 83% de la asignación de los fondos. En este mismo proceso se constata también que, en el año 2024, recibieron fondos menos empresas (8 en el año 2024; 13 en el total del período analizado). Se podría concluir que esta dinámica genera una mayor concentración en el sector servicios de producción audiovisual. Las empresas más grandes acumulan mayores ingresos, pueden realizar proyectos más grandes, cuentan con mayor capital y tienen mejor aceitados los mecanismos para presentarse a los fondos, obtienen cada vez mayor cantidad de fondos y, con el paso del tiempo, las empresas grandes generan una brecha cada vez mayor con las empresas medianas y pequeñas. Este proceso es representativo de la dinámica de acumulación capitalista; aunque en este caso, estas empresas concentran capital no como empresas eficientes que compiten en el mercado, concentran capital a partir de las subvenciones que se reciben del Estado.

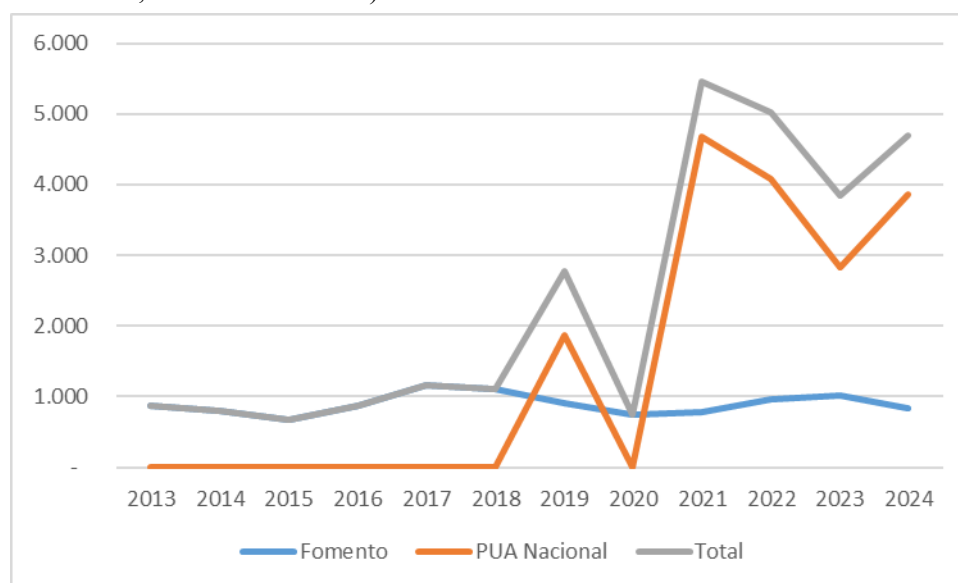
Si bien, el PUAJ puede fortalecer el tejido industrial en general, la pregunta a plantearse es si una o dos empresas garantizan la competitividad internacional del sector; o por el contrario sería mejor contar con un tejido de varias empresas fuertes capaces de proveer servicios a producciones audiovisuales extranjeras. Otra forma de verlo es preguntarse si Uruguay está generando capacidades para poder seguir creciendo al ritmo que lo ha hecho en estos primeros cinco años del PUAJ. Si el objetivo es seguir creciendo, necesitará de otras empresas con capacidades similares a las que hoy han generado Cimarrón, Oriental Films, Salado o Metanoia.

Si este fuera el objetivo, la única manera de lograrlo es establecer límites en la cantidad de fondos PUA internacional a la que puede acceder cada empresa –mejor dicho, cada responsable legal.

PUA Nacional

Previo al PUAN, el principal apoyo a la producción a escala nacional era el Fondo de Fomento que está establecido en 55 millones de pesos uruguayos -según Ley 2.075 artículo 442 (aproximadamente un millón 300 mil dólares al año 2025). Sin embargo, según se observa en Gráfico 1, el Fondo de Fomento destinó a la producción de largometrajes en torno a un millón de dólares por año. Por su parte, el PUAN destinó –también a largometrajes, en torno a los cuatro millones de dólares por año. Como se planteó anteriormente, con el PUA nacional los fondos de la administración central destinados a la producción de largometrajes se multiplicaron por cinco.

Gráfico 2. Evolución del Fondo de Fomento y el PUA Nacional asignados a largometrajes (años 2013 - 2024; en USD corrientes)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base a datos abiertos del Observatorio ACAU.

La pregunta a realizar es cuál es el objetivo del incremento de las ayudas a la producción audiovisual nacional. Las posibilidades de las industrias culturales, están vinculadas al tamaño del mercado. Uruguay como país chico, tiene mayores dificultades para prosperar en estas industrias (Stolovich, 2001). La falta de rentabilidad del sector cinematográfico genera para los productores un alto riesgo de mercado y, de evaluarse como necesario producir cine para el país, ese riesgo debe ser mitigado por el estado a través de apoyos económicos. Estos apoyos son siempre escasos y su crecimiento puede fortalecer a las empresas en varios aspectos (Buquet, 2005).

Un objetivo podría ser incrementar la cantidad de obras producidas; otro podría ser aumentar el éxito comercial a través del incremento de los presupuestos de las obras; otro objetivo podría ser disminuir el tiempo que a una empresa le lleva empezar y

terminar una película. Todo esto, a su vez, podría fortalecer a las micro y pequeñas empresas productoras que constituyen el tejido industrial del sector.

Quizás no ha pasado el tiempo suficiente para evaluar el PUAN en algunos aspectos y poder sacar conclusiones determinantes. Sin embargo, hay algunos datos que pueden adelantar algunas relaciones entre las diferentes variables.

En este último sentido, se puede afirmar que durante el período 2002 – 2016, hubo avances importantes, en la consolidación del tejido industrial. Según el relevamiento del FONA en 2002 existían un total de 177 empresas micro y pequeñas, y muy pocas medianas, de las cuales sólo 66 producían cine (Stolovich, Barreiro, y Stolovich, 2004). Álvarez (2008) planteó que la articulación de fondos públicos, consolidación de empresas productoras, y formación de recursos humanos apuntaban también en esta dirección. Luego de 6 años de creación de la Ley de Cine y del Fondo de Fomento, en el año 2016 había 400 empresas vinculadas al sector, la mayoría microempresas, con una media de 5 empleados por empresa (EGEDA, 2016). A partir de la aparición del PUA, según Musitelli Film y Reducto, son más de 500 empresas trabajando en el sector, la mayoría de ellas en producción y posproducción (Cardozo, 12 de marzo de 2024).

En este sentido, si bien no se cuenta con un censo riguroso del sector; con la información disponible se podría establecer una relación entre el incremento de fondos y el crecimiento en la cantidad de empresas. En la medida que estas empresas se encuentran en la producción audiovisual y de servicios, y también las hay en sectores como proveedores de equipos, sonido, postproducción, se puede evaluar que en este proceso se ha fortalecido la cadena de valor. Este es uno de los objetivos planteados por el PUA.

Otro problema que surge, es si el incremento de los apoyos económicos al cine podría mejorar la performance del público que obtienen las películas uruguayas en salas de exhibición cinematográfica; o más en general, el público que reciben estas películas en todos los dispositivos. De esto hay información y discusión tanto en el ámbito profesional como en el académico. El hecho objetivo es que el cine uruguayo ha tenido en promedio el 2.56% de cuota de pantalla entre los años 2013 y 2024 (ACAU, 2025). La Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales percibió como un hecho positivo que la cuota de público uruguayo se hubiera duplicado entre los años 2016 y 2017 llegando al 3,2% (EGEDA, 2016); Radakovich (2015) encontró una respuesta positiva en el público nacional relativa a la legitimación y el valor social del cine uruguayo; Andrade cuestionó los espacios habituales de distribución comercial, proponiendo como alternativa la distribución por campaña de impacto social (Andrade, 2024); Massa analizó el problema del público nacional en streaming, y dio una posible respuesta del fracaso de la plataforma de cine uruguayo alojada en Vera TV de ANTEL, Cine UY (Pritsch, 2024); en esta misma dirección el informe de ACAU (2025), emite una visión optimista del canal de ACAU en YouTube. Aunque en general, la academia considera la participación del público nacional en salas de cine como un deber para el fortalecimiento del cine uruguayo (Mosca, 2019, Dufuur, 2014, Radakovich, 2014)

Es cierto que la cuota de cine uruguayo en salas de exhibición es particularmente baja, pero, en cualquier caso, es un problema estructural en general de todas las filmografías de países de América Latina y, aunque en menor escala, de Europa. Es verdad que países que invierten más obtienen mayor cuota de pantalla a escala nacional; como ejemplo de países con poblaciones relativamente bajas, y altas inversiones públicas en producción cinematográfica, se pueden poner a Dinamarca y Suecia con 6 y 10 millones de habitantes respectivamente y una inversión en torno a los 500 millones de dólares por año cada uno de los países, que obtuvieron durante el año 2022 cuotas de mercado del cine nacional en torno al 20%; o con altos niveles de población, como el Reino Unido y Francia que, con apoyos públicos anuales al cine que superan los 1.200 millones de dólares, ostentan cuotas para ese mismo año casi del 40%. Estos cuatro países invirtieron, sólo en subvenciones al cine, entre 20 y 60 dólares per cápita al año (OBS, 2024). Uruguay, contabilizando el PUA, el Fondo de Fomento, y los apoyos de los gobiernos departamentales, no alcanza a los 2 dólares per cápita al año. En América Latina, exceptuando Argentina, Brasil y México, las cuotas de mercado del cine nacional en salas de exhibición cinematográfica también son bajas, comparables a las de Uruguay (Getino, 2012). Como se planteó en el párrafo anterior, el problema es más complejo que las ayudas, la estructura económica, etc. Pero, tomando en cuenta la experiencia europea, sí se sabe que existe una tendencia: cuanto mayor cantidad de años acumulados tiene la política, y mayores los recursos destinados al audiovisual, los espectadores del cine nacional aumentan (OBS, 2024).

En esta compleja discusión, no se puede esperar del PUAN que resuelva el problema estructural que tiene el cine uruguayo con su público. Quizás, siendo optimistas, se pueda esperar en el futuro un incremento de la cuota del cine nacional, o un mayor público en el conjunto de pantallas. Si el PUAN logra mejorar la calidad, la cantidad, y la fluidez en la producción, probablemente pueda obtener una respuesta a mediano y largo plazo más activa del público uruguayo.

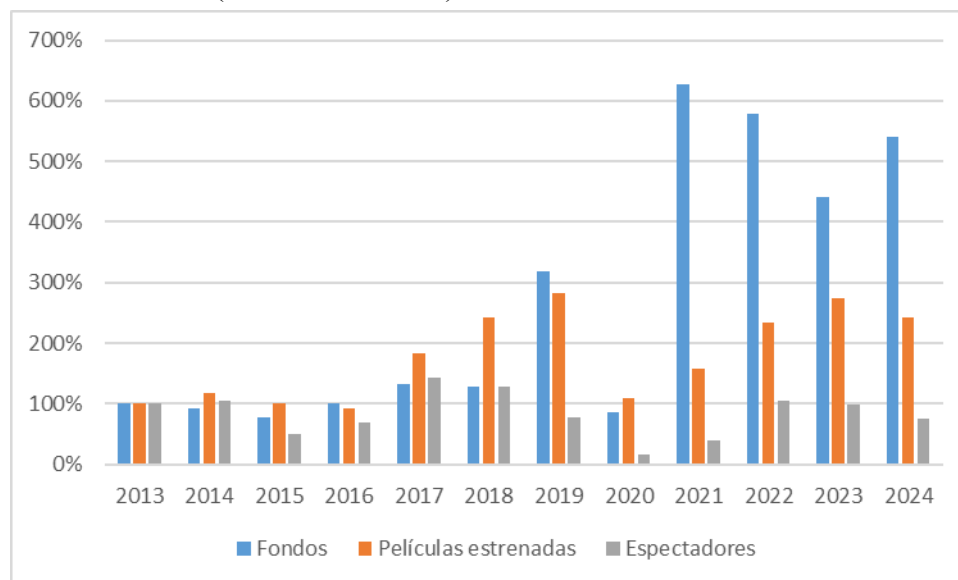
Acompañando la discusión sobre el público de cine uruguayo; observando el Gráfico 3, la evolución del incremento de fondos destinados a la producción cinematográfica no estaría apoyando el crecimiento de la cuota de cine uruguayo en salas de exhibición. En cualquier caso, el período de funcionamiento del PUAN es extremadamente corto para evaluar el desempeño de esta variable

Por otra parte, retomando objetivos posibles del PUAN, como aumentar la cantidad de obras, y reducir el tiempo que lleva el proceso de realización hasta la culminación de un largometraje se puede ver la otra variable del Gráfico 3. Como se puede observar en dicho gráfico, junto con el incremento de los fondos, se registra un aumento de las películas estrenadas. Si el PUAN cumpliera este objetivo, que se insinúa en estos primeros años, sería una gran contribución al fortalecimiento del sector. Actualmente, las empresas, desde que reciben la primera ayuda hasta que estrenan la obra, tardan entre cinco y seis años⁷. Uno de los objetivos a perseguir por este fondo sería facilitar y

⁷ El cálculo fue realizado a partir de la base de datos abiertos del Observatorio de la ACAU.

acelerar el tiempo promedio que las empresas productoras tardan en realizar una película.

Gráfico 3. Evolución de fondos, largometrajes estrenados y espectadores de cine uruguayo según índice 2013=100 (años 2013 - 2024)



Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU.

En la tabla 2, este proceso se puede observar con mayor precisión. En primer lugar, para analizar el efecto PUAN, sólo se tomaron obras que hayan recibido fondos entre los años 2018 y 2024, de manera que todas estas películas hubieran tenido oportunidad de presentarse a la ventanilla del PUAN. Por su parte, las películas que recibieron Fondo de Fomento, se podrían haber iniciado en años anteriores.

Películas que habían recibido Fondo de Fomento y obtuvieron apoyo del PUAN alcanzaron a estrenarse en un 47%. Aquellas que recibieron solo apoyo del PUAN, se estrenaron en un 32%. Y aquellas que recibieron apoyo solo del Fondo de Fomento, se estrenaron en un 10%. Esta información estadística estaría apoyando la hipótesis de que el PUAN, por su propia estructura facilita la culminación y estreno de películas que habían recibido previamente el apoyo del Fondo de Fomento, pero que no llegaban a completar el presupuesto para su culminación.

Tabla 2. Largometrajes que recibieron PUA Nacional, Fondo de Fomento o ambos fondos (2018 - 2024; en USD corrientes)

Fondos recibidos	Cantidad de Películas	Monto asignado	Promedio por película	Estrenas	% PE/CP
PUA N + Fomento*	68	11.544.397	169.771	32	47%
PUA N	65	8.767.641	134.887	21	32%
Fomento*	21	1.423.287	67.776	2	10%
Total	154	20.312.038	152.722	53	34%

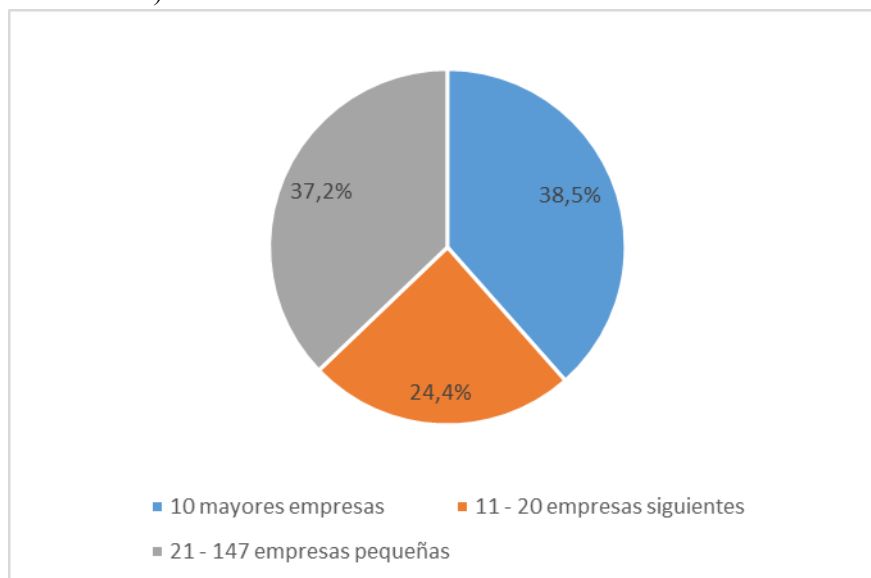
Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU.

*Se tomaron en cuenta sólo los largometrajes que recibieron más de 30.000 USD en el período

Volviendo a analizar el nivel de concentración, ahora relativo a los fondos nacionales, se pueden observar la cantidad de apoyos económicos que reciben las empresas según sea el fondo de fomento, el PUAN o la suma de ambos.

Según se registra en el Gráfico 4, relativo al Fondo de Fomento, entre los años 2013 y 2024, las diez principales empresas recibieron el 38.5% de los fondos, las 10 que le siguen en captación de fondos, recibieron 24.4%, y las 127 empresas restantes recibieron el 37,2% de los fondos.

Gráfico 4. Fondo de Fomento por empresa (fondos acumulados años 2013 - 2024; en % sobre el total de fondos)



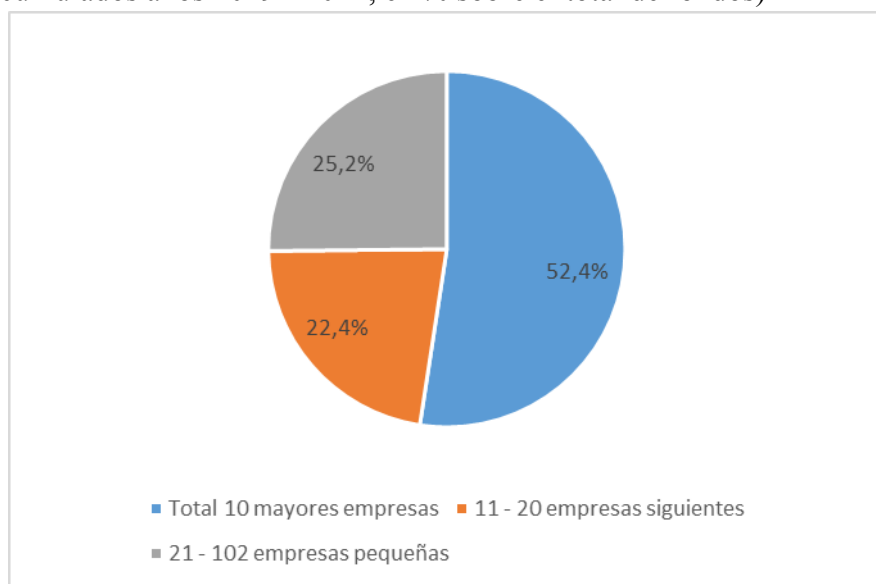
Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU.

Con respecto al PUAN existe un mayor nivel de concentración que en el Fondo de Fomento. La lógica de esta relación se puede explicar por el diseño del programa. En primer lugar, para acceder al PUAN hay que tener por lo menos el 50% de la obra financiada. Por otra parte, y según la modalidad y el rubro a financiar, el programa otorga entre el 50% y el 80% del total del proyecto; en el caso de coproducciones internacionales de gran porte –también dirigido a películas uruguayas, el programa aporta como máximo un 27% del proyecto (ACAU, 21 de febrero de 2025). En conclusión, productoras que no disponen de un mínimo de capital no se pueden presentar a los llamados. Está pensado para fortalecer empresas medianas y grandes, donde las micro y pequeñas empresas tienen más dificultades para acceder a esta financiación.

Como se puede apreciar en el Gráfico 5, en total se han presentado, en los 5 años de funcionamiento del fondo, 102 empresas; mientras que al fondo de fomento fueron 147 las empresas que se presentaron (Gráfica 5). La mayor concentración de este fondo se puede observar en los montos asignados. Las 10 mayores empresas concentran el 52.4% de la asignación de fondos, las siguientes 10 el 22,4%, y las restantes 82 empresas el 25,2% del total de los fondos PUAN asignados.

Gráfico 5. Fondo PUA Nacional obtenidos por empresa

(fondos acumulados años 2019 - 2024, en % sobre el total de fondos)



Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU

Por último, en la Tabla3 se detallan los apoyos que han recibido las empresas del PUAN y del Fondo de Fomento entre los años 2013 y 2024. Sumados estos dos fondos, las diez empresas que recibieron más apoyos obtuvieron el 47,06% del total. Las 137 empresas

restantes obtuvieron el 52,94%. De las diez empresas que han recibidos más fondos del PUAN, se registran cuatro empresas que aparecen entre las diez primeras en la asignación de fondos del PUAI. Los mecanismos de acumulación de capital que han registrado estas empresas para el PUAI, lo utilizan en un proceso virtuoso para sus dos áreas de trabajo: los servicios de producción audiovisual y la producción cinematográfica. Si bien la consolidación de un conjunto importante de empresas producto del desarrollo de estas políticas ha fortalecido el tejido industrial del sector, sigue habiendo decenas de empresas débiles y rezagadas las que deberían llegar a tener un papel más relevante.

Tabla 3. Fondo de Fomento y PUA Nacional obtenidos por empresa (fondos acumulados años 2013 - 2024, en USD corrientes)

Empresas	Fomento	PUA Nacional	Total Fondos	TF en %
Montelona	841.808	1.229.418	2.071.226	6,33%
Mutante C+ Bocacha F + Control Z *	1.023.198	784.891	1.808.089	5,52%
Coral + S. Bednarik *	327.463	1.441.012	1.768.475	5,40%
Mother Superior Films	348.211	1.413.192	1.761.403	5,38%
Oriental F + Cimarrón *	626.697	975.218	1.601.915	4,89%
U Films	440.968	1.014.459	1.455.427	4,45%
Cordón Films	701.617	713.682	1.415.299	4,32%
Nadador Cine	326.424	985.222	1.311.646	4,01%
Ipsilon Films	5.452	1.132.032	1.137.484	3,47%
Lavorágine Films	202.852	873.459	1.076.311	3,29%
Total 10 mayores empresas	4.844.690	10.562.585	15.407.275	47,06%
Total 137 menores empresas	7.745.238	9.584.866	17.330.104	52,94%
TOTAL FONDOS	12.589.928	20.147.451	32.737.379	100,00%

Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU.

*Cuando aparecen más de una empresa sumada significa que figuran con la misma persona física como responsable legal.

La asignación de fondos, como se observa en la Tabla 4, tiene relación directa con la finalización y el estreno de las obras. Nueve de las 10 empresas con mayor cantidad de fondos recibidos, son las empresas con mayor cantidad de largometrajes terminados y estrenados.

Para este caso, se tomaron como mayores empresas las que terminaron por lo menos cinco películas en un lapso de 12 años. Estas 19 empresas estrenaron 137 películas entre los años 2013 y 2024, a razón en promedio por productora de 1,2 películas cada dos años; esta cantidad de obras representan el 55% del total de las películas estrenadas en el período.

Se registraron 15 empresas que estrenaron entre tres o cuatro películas en todo el período analizado, 18 empresas estrenaron 2, y 64 empresas que durante esos 12 años estrenaron una sola película.

También es un dato interesante que las empresas que estrenaron por lo menos un largometraje en esos doce años, son en total 116. Se podría tomar como dato relevante. No hay censo, pero se sabe que 116 empresas estrenaron por lo menos un largometraje, documental o ficción, en los últimos doce años. Estas 116 empresas vendrían a ser el tejido industrial del sector de la producción cinematográfica.

También se podría decir que, de las 116, hay 64 empresas que en doce años estrenaron sólo un largometraje (varios de ellos en coproducciones), y 18 empresas con dos películas estrenadas en todo el período analizado. Dentro de estas empresas posiblemente haya algunas que ya no existan, sea por el ciclo natural de nacimiento y desaparición de empresas, o por el hecho de que una empresa surge para la realización de un solo proyecto. Sin embargo, varias de estas empresas, a pesar de las dificultades, se han mantenido en el tiempo. Uno de los elementos a reflexionar es cómo se pueden apoyar a estas productoras a los efectos de que acorten el proceso de culminación de las obras, que tengan una mayor capacidad de producción, y que finalmente se conviertan en empresas con una participación más dinámica para con el fortalecimiento del sector.

De estos mismos datos se desprende que, durante los 12 años del período analizado, una productora tarda en promedio entre cinco y seis años desde que empieza la obra hasta que la estrena. Por lo tanto, las empresas que produjeron y estrenaron por lo menos tres largometrajes durante el período analizado, están por encima de esta media. Mientras las empresas que realizaron una o dos películas en los doce años, sus tiempos para culminar un largometraje son extremadamente largos; el resto de las productoras tienen un promedio de una película estrenada cada dos años.

Dicho de otra manera, mientras algunas productoras tienen un sistema aceitado de producción que les permite mantener el trabajo y la producción con fluidez; para otras empresas, el tiempo que pasa desde que empiezan el proyecto hasta que lo terminan se puede convertir en un suplicio.

Tabla 4. Total largometrajes estrenados por productora entre los años 2013 -2024 (en unidades y en % sobre el total de películas)

Productora	Películas	Películas en %
Mutante C + Bocacha + Control Z *	18	7,2 %
Guazú M	13	5,2 %
Oriental Films + Cimarrón *	13	5,2 %
Coral	12	4,8 %
Cordoón	12	4,8 %
U Films	11	4,4 %
Mother Superior Films	9	3,6 %
Salado Media	7	2,8 %
Lavorágines F	6	2,4 %
Montelona	6	2,4 %
Gabriel Damián	5	2,0 %
Irina R	5	2,0 %
La suma	5	2,0 %
Medio y Medio F	5	2,0 %
MJ P	5	2,0 %
Nadador Cine	5	2,0 %
19 empresas con 5 películas o más	137	55,0 %
15 empresas con 3 o 4 películas	43	17,3 %
18 empresas con 2 películas	27	10,8 %
64 empresas con 1 película	42	16,9 %
Total Películas	249	100,0 %
Total Empresas**	116	n/c

Fuente: Elaboración propia en base a datos abiertos Observatorio ACAU.

*Empresas que figuran con la misma persona física como responsable legal.

** Se detectaron 38 coproducciones entre empresas uruguayas. Esto explica que en el último tramo haya menor cantidad de películas que productoras.

En cualquier caso, en el año 2002 existían 66 empresas de producción cinematográfica, la mayor parte de ellas en video, y con una producción sumamente esporádica (Stolovich, Barreiro, y Stolovich, 2004). Hoy se puede hablar de un núcleo de 34 empresas con una producción promedio de más de cinco largometrajes, y de 116 empresas que por lo menos han terminado 1 película en el período analizado. El tejido industrial ha crecido y se ha fortalecido, aunque las políticas audiovisuales uruguayas deberían seguir trabajando en esa misma dirección.

Conclusiones

La creación del PUA fue un espaldarazo para la producción audiovisual nacional, articulando dos tipos de políticas, una industrial y otra cultural. Esta discusión es relevante esencialmente para defender la política pública que apoya tanto el sector industrial de servicios de producción, como la producción cinematográfica nacional.

El PUA cumplió sus objetivos económicos, incrementando de forma sustantiva variables del sector como exportaciones, demanda de empleo, generación de valor agregado.

Justamente el desarrollo de estas variables, típicamente de una política industrial eficiente; generaron un espiral virtuoso entre el PUA y PUAN. El primero apoyando al segundo con externalidades positivas en generación de empleo, formación de recursos humanos y posicionamiento internacional; así como el PUAN proveyó al primero de un tejido industrial y de recursos creativos y técnicos ya formados para las obras internacionales.

Sin embargo, el PUA generó una concentración desmedida en la asignación de fondos en particular a una empresa, y en su conjunto, dos empresas, concentraron más del 80% en la obtención de los fondos. En la medida que el propio programa plantea en sus objetivos el fortalecimiento de las empresas pequeñas y medianas, el diseño del PUA debería ser evaluado.

Relativo al PUAN se observó la dificultad de que este Programa pueda incidir en la cuota de público nacional en la gran pantalla. La expectativa de crecimiento del público uruguayo viendo cine nacional se debería esperar para el mediano y largo plazo, incluyendo además la multiplicidad de pantallas para atraer a los espectadores desde diferentes plataformas.

Sin embargo, el PUAN permitió culminar obras nacionales que se encontraban sin posibilidades de terminarse sólo con apoyos provenientes del Fondo de Fomento. Además, se observó que películas que obtuvieron apoyo del PUAN lograron un mayor porcentaje de estrenos que aquellas películas que no obtuvieron estos fondos; todo lo cual indica que estos nuevos fondos podrían estar disminuyendo el tiempo promedio que se invierte en la culminación de un largometraje.

También se observa que en la producción nacional de cine existen procesos de concentración de fondos en pocas empresas, aunque en menor escala que lo observado en el PUA. A su vez, la concentración por empresa de los Fondos de Fomento es menor a la observada en los fondos asignados en el PUAN. Como se vio, esto es producto de las características de acceso al fondo, dirigido a empresas más consolidadas.

Esto se reproduce también en la cantidad de películas terminadas y estrenadas por empresa. Las empresas que más fondos reciben, son las que más películas han estrenado en el correr del período analizado. El tejido de empresas vinculadas a la producción nacional es más fuerte, pero igualmente pocas empresas concentran la mayoría de las obras estrenadas.

En cualquier caso, incorporando otra información que se ha manejado en el artículo, desde el año 2002 hasta el año 2025 han crecido en número y se han fortalecido una gran cantidad de empresas, reforzando la cadena de valor y en última instancia permitiendo el crecimiento explosivo del sector. Es claro también que este fortalecimiento del tejido industrial tiene que ver con una política persistente e incremental de apoyo del Estado uruguayo a la producción audiovisual.

Referencia bibliográfica

- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (11 de abril de 2025). *Apoyos y reembolsos a proyectos audiovisuales*. Montevideo: ACAU.
<https://catalogodatos.gub.uy/organization/acau>
- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (21 de febrero de 2025). *Ya están disponibles las bases de las convocatorias Cash Rebate del Programa Uruguay Audiovisual*. Montevideo: ACAU.
<https://www.acau.gub.uy/innovaportal/v/381/1/acau/ya-estan-disponibles-las-bases-de-las-convocatorias-cash-rebate-internacional-2025-del-programa-uruguay-audiovisual.html>
- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (2025). *Informe de exhibición de cine uruguayo 2013–2024*. Montevideo: ACAU.
<https://www.acau.gub.uy/innovaportal/file/97/1/observatorio-acau.-informe-de-exhibicion-de-peliculas-en-uruguay-2024.pdf>
- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (2024). *Informe de ejecución de fondos 2013–2023*. Montevideo: ACAU.
<https://www.acau.gub.uy/innovaportal/v/333/1/acau/presentacion.html>
- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (17 de enero de 2022). *Datos del sector audiovisual 2021*. Montevideo: ACAU.
<https://icaui.mec.gub.uy/innovaportal/v/126710/3/mecweb/datos-sector-audiovisual-2021?parentid=111724>
- Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay. (8 de marzo de 2021). *PUA Nacional: Publicación de bases*. Montevideo: ACAU.
<https://www.mna.gub.uy/innovaportal/v/125012/3/mec/pua-nacional-2021%7C-publicacion-de-bases?parentid=0>
- Álvarez, L. (2008). Tiempo de crecer: La industria cinematográfica en Uruguay. *Dixit*, (6), 30-34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5682215>
- Andrade, P. (2024). La distribución por campaña de impacto como alternativa para el cine latinoamericano. (Tesis de Maestría). Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República.
<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/46638>
- Bayardo, R. (2008). Políticas culturales: Derroteros y perspectivas contemporáneas. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 7(1), 17–29.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38070103>



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



- Buquet, G. (2005). *El poder de Hollywood: un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*. Fundación Autor.
- Capurro, F. (2025). *Desafíos para potenciar el crecimiento del sector audiovisual: Una mirada económica al impacto del PUA*. En Presentación del documento síntesis de Ágora producción audiovisual. CPA Ferrere.
- Cardozo, F. (12 de marzo de 2024). ¿Qué está haciendo el Uruguay para desarrollar su industria audiovisual? *Ámbito*.
<https://www.ambito.com/uruguay/que-esta-haciendo-el-desarrollar-su-industria-audiovisual-n5963651>
- Catà Figuls, J. (31 de marzo de 2025). Mediapro se acostumbra a vivir sin Roures. *El País*.
<https://elpais.com/economia/negocios/2025-03-31/mediapro-se-acostumbra-a-vivir-sin-roures.html>
- Department of Culture, Media and Sport. (1998). Creative industries mapping document. Reino Unido: DCMS.
<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Dufuur, L. (2014). El cine uruguayo y su aspecto (in) visible. *Toma Uno*, (3), 49-58.
<https://doi.org/10.55442/tomauno.n3.2014.9290>.
- EGEDA. (2016). *Fotografía del sector de la producción cinematográfica*. Montevideo: EGEDA.
<https://www.egeda.org.uy/documentos/EGEDA%20URUGUAY-%20Fotograf%C3%ADa%20del%20sector%20de%20la%20producci%C3%B3n%20cinematogr%C3%A1fica%20uruguaya.pdf>
- En Perspectiva. (3 de octubre de 2023). Últimos informes y planes sobre la industria audiovisual en Uruguay. *En Perspectiva*.
<https://enperspectiva.uy/documentos/ultimos-informes-y-planes-sobre-la-industria-audiovisual-en-uruguay/>
- Garnham, N. (1987). Concepts of culture: Public policy and the cultural industries. *Cultural Studies*, 1(1), 23–37. <https://doi.org/10.1080/09502388700490021>
- Garnham, N. y Bustamante, E. (2011). *Industrias creativas: Amenazas sobre la cultura digital*. Gedisa.
- Getino, O. (2012). *Cine latinoamericano: Producción y mercados en la primera década del siglo XXI*. Fundación Nuevo Cine Latinoamericano.
- GPS Audiovisual. (24 de septiembre de 2023). La productora Cimarrón fue adquirida por la española The Mediapro Studio.
<https://gpsaudiovisual.com/2023/09/24/la-productora-cimarron-fue-adquirida-por-la-espanola-the-mediapro-studio/>
- Krugman, P., Obstfeld, M., y Melitz, M. J. (2012). *Economía internacional*. Pearson.

- Ley N.º 20.075. (3 de noviembre de 2022). Aprobación de rendición de cuentas y balance de ejecución presupuestal. Ejercicio 2021. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/20075-2022>
- Ministerio de Industria, Energía y Minería. (7 de junio de 2022). Paganini se reunió con Netflix y Amazon con el objetivo de profundizar inversión en sector audiovisual local. Uruguay: MIEM. <https://www.gub.uy/ministerio-industria-energia-mineria/comunicacion/noticias/paganini-se-reunio-netflix-amazon-objetivo-profundizar-inversion-sector>
- Moore, I. (2014). Cultural and creative industries concept: A historical perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (110), 738–746. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918>
- Mosca, A. L. (2019). El (nuevo) cine en Uruguay: la coproducción. *Archivos de la Filmoteca*, (77), 111-124. <https://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/664>
- Munyo, I. (2021). Industria audiovisual: sector con futuro. *Hacer Empresa*, (115), 90-91. <https://www.hacerempresa.uy/industria-audiovisual-sector-con-futuro/>
- OBS (2023). *Yearbook 2023: Key trends in the European audiovisual market*. European Audiovisual Observatory.
- Presidencia Uruguay. (8 de noviembre de 2018). García y la reforma del Estado: Transforma Uruguay es uno de los cambios más grandes del Estado para apoyar al sector innovador y productivo. <https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/noticias/transforma-uruguay-es-cambios-grandes-del-estado-para-apoyar-sector-innovador>
- Pritsch, F. (2024). Hacer visible el cine uruguayo: Las encrucijadas de la distribución ante las plataformas streaming. *Dixit*, 38, 1-7. <http://www.scielo.edu.uy/pdf/dix/v38/0797-3691-dix-38-e3701.pdf>
- Radakovich, R. (2015). Consumo cinematográfico en Uruguay: Sobre gustos y valoración social del cine nacional. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (36), 100–112. <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/616/612>
- Radakovich, R. (Coord.) (2014). *Industrias creativas innovadoras. El cine nacional de la década*. Universidad de la República/Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay.
- Schlesinger, P. (2011). Intelectuales y políticas culturales: La política británica de industrias creativas. En E. Bustamante (Ed.), *Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital* (pp. 93-108). Gedisa.
- Secco, M. (2021) El PUA es una marca país y un símbolo de apoyo del gobierno a la industria audiovisual. *Hacer Empresa*, (112), 44. <https://www.hacerempresa.uy/mano-a-mano-con-mariana-secco/>

- Stolovich, L. (2001). Diversidad creativa y restricciones económicas: La perspectiva desde un pequeño país. *Revista Electrónica Internacional de Economía de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, (5).
- Stolovich, L., Barreiro, S. y Stolovich, V. (2004). *La industria audiovisual uruguaya: ¿Realidad o ficción?: Su impacto sobre las PYMES*. Ediciones Ideas.
- Tirole, J. (1988). *The theory of industrial organization*. MIT Press.
- Transforma Uruguay. (2018). *Hoja de ruta industrias creativas: Sector audiovisual*. <https://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/114598/1/sector-audiovisual.pdf>
- Tremblay, G. (2011). Desde la teoría de las industrias culturales: Evaluación crítica de la teoría de la creatividad. En E. Bustamante (Ed.), *Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital* (pp. 49-80). Gedisa.
- UNESCO. (2023). *Cultural and creative industries in the face of COVID-19*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863_spa
- Uruguay Audiovisual. (2012). *Hacia un sistema nacional audiovisual*. https://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/79984/1/hacia_un_sistema_nacional_audiovisual.pdf



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.