

PERVANCHE

Boletín informativo de [ASOPROD](#)

Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay.

Nº 12

Febrero 2005

SUMARIO

[Noticias](#)

[Y al final cantó...](#)

["Whisky" recibió el Goya a mejor película extranjera](#)

[Fond Sud también](#)

["Whisky", la multipremiada película uruguaya se estrena en Buenos Aires](#)

[Concurso de cortometrajes de ASOPROD](#)

[El cine nacional logró imponerse entre los espectadores. los realizadores reclaman políticas de protección](#)

[El MERCOSUR audiovisual en cifras](#)

[Un Instituto que mira al futuro y al presente](#)

[El Ministerio de Economía de Argentina realizó un análisis sobre la Industria del Cine](#)

[Nueva Ley de Radio y Televisión mexicana, un reclamo de más de 30 años](#)

[Brasil y Alemania firman acuerdo de incentivo a la industria audiovisual](#)

[VI Reunión de Antropología del MERCOSUR](#)

Noticias

Dos noticias marcan esta nueva época del Uruguay y del cine uruguayo. La primera, que una de las 27 leyes consideradas prioritarias por el gobierno electo es la Ley de Cine, presentada una y mil veces en el Parlamento.

La otra, es que Eva Piwowarski se acaba de instalar en Montevideo y con ella la Secretaría Técnica de la RECAM (Reunión de Autoridades Audiovisuales del MERCOSUR) órgano regional que en menos de un año de haber sido creado oficialmente ya tiene una oficina permanente funcionando, y en nuestro país.

Esto no es casualidad ni obra de iluminados, es fruto de mucho trabajo previo y de una industria/arte/entretenimiento que ha sabido ganarse un espacio en el país y la región.

Un grupo de la directiva de ASOPROD tuvo reuniones; primero, con Belela Herrera (madre de César Charlone), Subsecretaria de Relaciones Exteriores, en la cual pudimos confirmar una continuidad en el trabajo de complementación con ese Ministerio, así como una ventana útil en la Dirección de Asuntos Culturales, con su nuevo director, Omar Mesa.

Luego, con Felipe Michelini, Subsecretario de Educación y Cultura, intentando encontrar espacios de entendimiento para un trabajo efectivo del Instituto Nacional del Audiovisual, que se concretó en una reunión posterior con Luis Mardones, Director de Cultura del Ministerio, quién nos aseguró una comunicación fluída para el futuro del cine uruguayo.

Ahora está todo por concretarse, pero un contacto ya iniciado y muchas expectativas hacia este sector, tan postergado de la vida nacional, nos permiten una mirada esperanzada "al otro lado del río".

Y al final cantó...

La Academia de Hollywood nominó a nuestro compatriota Jorge Drexler como uno de los cinco candidatos al Oscar por Mejor Canción Original, pero los organizadores de la Ceremonia consideraron que el compositor no era el más indicado para cantar su tema en el glamoroso Teatro Kodak. Antonio Banderas es más conocido y Santana es músico, además de famoso.

La versión malagueña y roquera no respetó ni el estilo ni el sentido de Drexler, aunque el voto ya estaba dado y "Al otro lado del río" se llevó el Oscar, primer tema cantado en español en la historia del Premio y primer uruguayo que compite en este rubro.

El sentimiento de Maracaná floreció nuevamente en todos los uruguayos, tres millones y medio de almas que temblaron de emoción y alegría en un momento histórico muy especial.

Jorge Drexler era el héroe trágico, solo en la última fila de la platea, solo de toda protección y contención estatal uruguaya, solo en medio del ambiente más competitivo del mundo, y ganó. Pero lo más interesante de la noche no fue el discurso destemplado de Drexler al recibir el Oscar de manos de Prince, todo lo contrario, el músico uruguayo se limitó a cantar una estrofa de la canción, a capela, ante un público tan sorprendido como curioso hacia ese desconocido que daba una lección de inteligencia y cultura a la mayor industria del mundo.

¡¡Bravo Jorge y gracias por tan sana alegría!!

"Whisky" recibió el Goya a mejor película extranjera

El largometraje "Whisky" de Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll fue galardonado con el Goya a la mejor película extranjera de habla hispana, durante la XIX ceremonia de entrega del Premio en cuestión.

"Whisky", basada en un cuento de Rebella y Stoll, que anteriormente dirigieron la premiada "25 Watts", se impuso a las otras tres candidateadas: "Luna de Avellaneda", del argentino Juan José Campanella; "El rey", del colombiano

Antonio Dorado y "*Machuca*", del chileno Andrés Wood.

"*Whisky*" fue una de las buenas sorpresas del Festival de Cannes 2004, donde recibió dos menciones en la sección "Una Cierta Mirada".

Además, la crítica local la consideró "la mejor película uruguaya" y ha recibido amplio apoyo del público en todo el país.

"*Les agradezco a todos, es un gran equipo (...) esta película es uruguaya*", dijo Pablo Stoll al recibir el pequeño busto de Goya que simboliza estos premios del cine español.

Fond Sud también

El film uruguayo "El baño del Papa", de Enrique Fernández, producción de Elena Roux y fotografía de César Charlone, en su primera convocatoria de Fond Sud, en 2004, salió finalista con un premio a la rescritura. Se trata de un proyecto que ya ha sido premiado en el FONA y en IBERMEDIA, contando con el respaldo de MVD Socio Audiovisual.

Se presentó en la segunda convocatoria del 2004 y quedó entre 14 finalistas, para luego ganar el premio mayor, de 120 mil euros. El comienzo de rodaje está previsto para el 15 de marzo.

Tiene un co-productor francés, que lo hizo posible: Serge Catoire de Chaya Films, quien vino a Uruguay en ocasión de la realización del film "Transatlántico", hace 9 años atrás.

"Whisky", la multipremiada película uruguaya se estrena en Buenos Aires

El largo "*Whisky*" llega a Buenos Aires el 3 de marzo. Esta co-producción argentino uruguaya, está co-dirigido por Pablo Stoll y Juan Pablo Rebella.

Hasta el momento recibió, entre otros premios, el Goya al mejor film extranjero de lengua hispana; el premio de la sección 'Una Cierta Mirada' del Festival de Cannes y el FIPRESCI, que otorga la Federación Internacional de Críticos de Cine.

La película, interpretada por Andrés Pazos, Mirella Pascual, Jorge Bolani, Ana Katz y Daniel Hendler, cuenta la historia de un gris fabricante de ropa que quiebra su monótona vida al recibir el anuncio de la visita de su hermano.

Más información y ficha técnica completa de "*Whisky*":

www.cinenacional.com/peliculas/index.php?pelicula=3189

Fuente: Gacetilla TEA IMAGEN <http://www.gacemail.com.ar>

Concurso de cortometrajes de ASOPROD

La semana pasada cerró el período de presentación de proyectos para el Concurso de Cortometrajes que organiza la ASOPROD, contando con 36 obras recibidas de manos de sus futuros realizadores.

Ahora el jurado tendrá que seleccionar tres de ellas, las que podrán ser realizadas con las ayudas en material virgen, equipamiento y laboratorio 16 mm que otorga la Asociación.

Estamos muy conformes con la convocatoria y su respuesta, teniendo en cuenta que no hay una tradición de cortometrajes en cine en el país y, la prueba es ésta, hay una gran necesidad de filmar, experimentar y expresarse en el Uruguay.

TÍTULO DEL PROYECTO	DIRECTOR
Hobby Metal	Maximiliano Contenti
Uno de ustedes	Maya Landesman
Uno, dos, tres	Gonzalo Torrens
La última noche en la tierra de Ester Piscore	Carlos Morelli
Como una caricia	Carlos Morelli
Rellenos de jamón	Santiago Turell
El despido	Silvana Tomeo
El reloj	Flavio Servetto
Hubertius (Adaptación del cuento "Hubertus", de Juan Grompone)	Andrés Rodríguez Colombo
Matrioshka	Germán Tejeira
Mamá	Andrés Nicola
Cordones sueltos	Luis González Zaffaroni
La niña de los ojos raros	Diego Blanco
Fotocopias	Juan Manuel Fodde
Mesa 1	Daniel Roggero
Un punto amarillo	Adrián Massa
Kill all blondes	Rodrigo Duarte y Alan Goldman
Y todo lo demás	Natalie Fernández
El cuarto del fondo	Ana Guevara y Leticia Jorge
Dios los crea y no se responsabiliza	Muhamed Salomón
Paula sale al almacén	Ma. José Molla
Geiser	Cecilia Panizza
El lápiz	Victoria Rodríguez y José Pedro Vitarella
Esta noche	Fernando Vallarino
A cara de perro	Lucía Sánchez
Yo nunca voy a los velorios	Guillermo Rocamora y Javier Palleiro
Demasiado pronto	Nicolás Ciganda
Me gustaría bailar	Juan Fernández y Matías Paparamborda
Entre algodones	Javier Hayrabetian
El bouquet	Max Muller
El colega de Van Gogh	Mauro Scarone
El sueño ruso	Gustavo Riet Sapriza
El ascensorista	Carolina Barranguet
Por siempre mía	Pablo Viera
Santi, tu vieja	Ignacio García
La trágica historia de dos chicos bien	Ignacio García

El cine nacional logró imponerse entre los espectadores. Los realizadores reclaman políticas de protección

El Primer Encuentro del Sector Audiovisual Uruguayo se realizó el 16 de diciembre en el Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM).

La producción nacional cinematográfica tiene un alto nivel de recordación entre los montevideanos y eso se debe a la referencia del lugar, el idioma y la temática local, que le dan un valor agregado a esos productos. Estas conclusiones fueron presentadas en el Primer Encuentro del Sector Audiovisual Uruguayo, que se realizó el 16 de diciembre en el Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM). Participaron del encuentro realizadores de cine, productores ejecutivos, distribuidores, críticos, guionistas y profesores de comunicación audiovisual.

El informe "Cuando el cine se pone la celeste", realizado por la consultora Research para la Universidad fue presentado por Pablo Regent, decano del IEEM. Entre las principales conclusiones explicó que las películas uruguayas son muy recordadas por los espectadores, y que se conocen en gran medida por la televisión. Por otra parte, señaló que la principal crítica recae sobre los actores a quienes se les achaca su origen teatral. Las conclusiones provienen de una encuesta telefónica realizada a 400 montevideanos durante la segunda semana de noviembre. El estudio demuestra que dos de tres encuestados recuerda haber visto una película de producción nacional. Las más mencionadas son *En la puta vida* y *25 Watts*. Además, seis de diez recuerda producciones uruguayas hechas para televisión. Las más nombradas fueron: *Constructores*, *Uruguayos Campeones* y *Ocho por Ocho*. Entre los encuestados hay consenso en que el cine uruguayo está mejorando y en que el lugar elegido para ver cine es en los shopping. Asimismo, el público no comparte la opinión de los críticos sobre las películas ni la opinión de sus amigos. En cuánto al tipo de público que asiste al cine, la encuesta arrojó que se trata de jóvenes mayoritariamente, que el 79% de quienes lo hacen son de nivel socioeconómico alto y medio alto, y que no hay diferencias en cuanto al sexo: hombres y mujeres van por igual. El informe recogió algunas de las opiniones de los encuestados que afirmaron que les gusta el cine nacional "*porque veo cosas nuestras*", "*tendría que haber más porque hay tanto argentino y el contenido no es bueno, acá siempre hay cosas interesantes*". Otros fundamentan el éxito de las producciones en que "*han ganado premios*" o en que "*para los pocos recursos que tienen, son buenos*". No faltaron tampoco opiniones de que el cine uruguayo "*le falta crecer mucho*" o que "*es espantoso*". Luego del informe, Eileen Hudson, decana de la Facultad de Comunicación expuso sobre las películas más recordadas (*En la Puta Vida*, *Pepita la Pistolera*, *Corazón de Fuego*, *El Viñedo* y *25 Watts*) y su relación con la prensa, los premios y la taquilla. En su exposición explicó que esas películas, menos *Pepita la Pistolera* que es de 1993, recibieron el premio

FONA y el apoyo de Ibermedia. También recibieron premios internacionales con excepción de *El Viñedo*. El premio FONA (Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional) lo entrega la Intendencia, el Ministerio de Educación, los canales de televisión y la Asociación de Productores y Realizadores de Cine.

Eileen Hudson explicó que otros factores que contribuyeron a darle difusión a estas producciones fueron la prensa, el apoyo de los exhibidores, el aumento de los asistentes a las salas de cine y también la calidad de los guiones.

En cuanto a la inversión en producción y el número de espectadores, hay diferencias. La más vista fue *En la puta vida* con 145.000 espectadores y una inversión de un millón de dólares, le siguió *El Viñedo* con 80.000 espectadores y 150.000 dólares de costo, *Corazón de Fuego* con 54.000 espectadores pero 1.350.000 dólares de producción y *25 Watts* vista por 45.000 personas y una inversión de 250.000 dólares. No hay datos sobre *Pepita la Pistolera*, que se estrenó en 1993.

En dos mesas redondas que se llevaron a cabo en el encuentro, los productores reclamaron políticas claras para lograr un mayor apoyo en su trabajo. Una de las mesas, integrada por Francisco Armas (gerente general del Movie Center), Pablo Garfinkel (gerente general de Hoyts Cinema), Mario Bonanata (director de Grupocine), Álvaro Caso (director de ENEC, distribuidora de cine) y Humberto Ortolani (director de Cines de Película), abordó temas relativos al negocio cinematográfico. En la otra estuvieron presentes Natacha López, productora de *El viaje hacia el mar*, Martín Papich, miembro de la Oficina de Locaciones de la IMM, Jackie Rodríguez Stratta, periodista cinematográfico de Canal 10, y Gervasio Reyes, presidente del Centro Cinematográfico del Uruguay.

Los expositores de las mesas redondas señalaron que sería bueno valorar el cine por lo que es. *"Somos reflejo del mercado en Argentina, somos un 7% del mercado en Argentina. Saliendo de la crisis viene teniendo un crecimiento del 30% mientras que en Uruguay no llegamos a 10% en crecimiento del 2004"*, explicó Francisco Armas.

Para hacer el cine más profesional, Natacha López explicó que cuando se comienza a hacer una película debe ponerse en la balanza la taquilla. Consideraron que una película por ser uruguaya, lleva a la gente a verla pero tiene que estar acompañado por plata y mucho trabajo. *"Pienso que la cosa está en pensar en la taquilla"*, insistió.

Otro de los expositores afirmó que la producción nacional es cada vez más importante. *"La película nacional tiene un valor agregado que de alguna manera está reflejado en la encuesta, existen pactos de hecho entre los distintos actores que van funcionando, pero no existen políticas de*

protección a la industria del cine audiovisual". Señaló que hay que repasar derechos sobre bases más concretas que generan certezas para el productor, para los empresarios, la tendencia es que se armonicen las legislaciones y se avance en procesos de protección.

Jackie Rodríguez Stratta explicó que la televisión ha tenido una política de acercamiento y difusión y también de seguimiento. Dijo que desde su trabajo se ha preocupado del cine nacional y el canal ha dedicado minutos del noticiero central.

Los presentes coincidieron en el papel fundamental que desempeña la televisión para apoyar la producción nacional aunque *"hasta ahora esta excluida del complejo audiovisual, es necesario que esté dentro y que sea un socio permanente. Existen éxitos a nivel cinematográfico, premios internacionales, taquillas a nivel nacional, existen éxitos en la producción publicitaria, pero no puede haber éxitos en la televisión uruguaya"*, afirmó Gervasio Reyes.

Fuente: <http://www.um.edu.uy/Noticias/117.aspx>

El MERCOSUR audiovisual en cifras *

228 millones de habitantes

Superficie: 11.861.821 km²

PBI: U\$S 1.032.858.000

PEA: 109.566

Complejo audiovisual de 10 mil millones de dólares

300 producciones anuales

3.000 salas de cine

140 millones de espectadores

295 millones de dólares de taquilla

53 millones de dólares de recaudación de los cines nacionales

350 canales de TV abierta (y 3.000 repetidoras)

2.000 canales de TV paga

10.000 videoclubes

60 millones de hogares con TV

20 millones de aparatos de video

* Cifras correspondientes a los cuatro países miembros.

Un Instituto que mira al futuro y al presente

Hace pocos días se creó una nueva página web, que no es una de las tantas que nos bombardean cotidianamente sino todo lo contrario. Se trata de la difusión de un Instituto que atiende una de nuestras asignaturas pendientes: cómo los medios

de comunicación tratan a los niños de nuestro país.

Se trata de IMAN (Instituto de Medios Audiovisuales para Niños y Jóvenes), creado a fines de 2003, básicamente para mejorar las calidades de los medios de comunicación para este importante grupo de ciudadanos y ciudadanas de Uruguay.

Y todo lo que usted quería saber sobre IMAN lo podrá encontrar en: <http://www.iman.com.uy>

El Ministerio de Economía de Argentina realizó un análisis sobre la Industria del Cine. El informe analiza el presente y el futuro de esta industria cultural

En diciembre último, el Ministerio de Economía y Producción, en el marco de los Foros Nacionales de Competitividad Industrial de las Cadenas Productivas, difundió (incluso en su sitio de Internet) el Plan de Acción 2005-2007, referido a la importancia de las industrias de base cultural en la economía, presentado por su coordinador Martín Raposo, Pablo Perelman y Paulina Seivach (estos últimos, consultores del BID).

De sus más de trescientas páginas, entre una sucesión de diagnósticos FODA actualizados (acerca de fortalezas y debilidades en diversas áreas), sobresale uno muy exhaustivo dedicado a cine.

En el sector fortalezas se hace hincapié en la larga trayectoria exportadora del cine nacional (especialmente en América latina, al que define como el "*espacio del idioma*"), la alta calidad de las producciones, la presencia en festivales internacionales, la creciente profesionalización del sector y la irrupción de una nueva generación de realizadores. Más adelante destaca que, a diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, en la TV, existe una tradición asociativa dentro del sector, que la competencia internacional a precios convenientes es favorable, la importancia de una ley de cine en funcionamiento, de la multiplicación de las salas de exhibición en la segunda mitad de la década del 90 (del piso de 300 al que se cayó en la década del 80 ya alcanza a más de 1000) y que desde lo ocurrido en diciembre de 2001 se abarataron sensiblemente las entradas de cine mediante una diversidad de promociones, lo que hizo crecer al sector en contraste con las caídas en las ventas de discos y libros.

Entre las oportunidades del cine, se mencionan la devaluación, que entre otras cosas permite a algunas productoras ofrecer servicios de cine publicitario para el exterior; la excelente formación de los trabajadores del sector; la venta de producciones al exterior, lo que hace que las películas no dependan tanto de la taquilla interna. También habla de la multiplicación de los fondos internacionales que llegan a muchos de los títulos locales, como consecuencia de la diferencia cambiaria, y cita los casos de "*Nueve reinas*" y "*El hijo de la novia*", cuyos guiones

fueron comprados por Hollywood, un fenómeno que, subraya, podría reproducirse en el futuro. El informe destaca la importancia de la apertura de salas por parte del INCAA en todo el país y en el extranjero y que se está buscando que se parezcan a las ubicadas en complejos (el INCAA estaría a punto de anunciar el reciclaje del Gaumont). Pero también alerta sobre la posibilidad de estigmatización de algunas y sugiere que en esos casos se siga una política de programación que, como viene ocurriendo, incluya producciones extranjeras.

El trabajo también dedica algunos párrafos a la recuperación de la autarquía para el ente oficial. Se indica que, a consecuencia del incremento de los espacios publicitarios de la TV (abierta y por cable), el fondo de fomento del INCAA podría contar en 2005 con un presupuesto de hasta 70 millones de pesos. Los especialistas impulsan una estrecha alianza entre el INCAA y la AFIP con el fin de *"terminar con la subdeclaración que hacen las empresas"* del sector y así incrementar los recursos genuinos.

Al mismo tiempo, señala que *"en el seno del INCAA se está dando un debate para redireccionar los fondos disponibles para el fomento del cine argentino"* y que *"se plantea la necesidad de destinar más recursos a otros eslabones de la cadena de valor más allá de la producción"*. Sugiere, como posibilidad, que el INCAA subsidie a salas para bajar el precio de las entradas de las producciones locales (como ocurre en Francia) y culmina este segundo bloque con una reflexión: *"En la medida en que haya una recomposición en los ingresos, especialmente en los sectores medios, habrá un significativo aumento en la concurrencia del público a las salas, pues la asistencia tiene una alta elasticidad al ingreso"*.

"El mercado cinematográfico en el país es pequeño", reconoce con resignación en el bloque de las debilidades, y pasa a enumerar el deterioro económico de las últimas tres décadas en los ingresos, la escasez de salas (antes mencionada) y la pérdida del hábito de ir al cine (consecuencia del consumo de TV y formatos de reproducción casera), así como el alto desinterés por la mayoría de las producciones nacionales (no obstante *"Patoruzito"* superó en 2004 los 2.150.000 espectadores (más público que *"El señor de los anillos"*). En la Argentina, en promedio, asegura, cada habitante va a ver cine argentino una vez cada ocho años. También agrega que si bien la ley de cine es una de las mejores del mundo, hay fallas en los controles. Asimismo, dedica algunas líneas a la evasión que realizan los canales de TV subdeclarando sus ingresos publicitarios, impuesto que conforma el 40% del fondo de fomento, y a la comercialización de registros videográficos "en negro".

Entre sus considerandos explica que el ingreso de las películas extranjeras en el país se hace como importación temporaria, pagando nada más que por los soportes y no por el producto. Todo lo contrario ocurre con el material virgen que necesitan las producciones locales, productos forzados a pagar altos aranceles aduaneros.

Los investigadores aseguran que el canal de cable "Volver" (dedicado

principalmente a cine argentino) ha dejado de comprar material desde 2001, y que por el momento no figura entre sus planes volver a hacerlo.

En cuanto a "hecha la ley hecha la trampa", destaca el vicio de "sobredimensionamiento de costos" de algunos productores de cine (sin dar nombres), para obtener mayores ingresos por subsidios del INCAA (tras su edición en video, por ejemplo).

Por Claudio D. Minghetti

Fuente: diario La Nación

Más información: <http://www.lanacion.com.ar>

Para acceder al informe completo: <http://www.mecon.gov.ar>

Brasil y Alemania firman un acuerdo de incentivo a la industria audiovisual

Brasil y Alemania han firmado un nuevo acuerdo de Cooperación Cinematográfica y Audiovisual que reemplaza a uno anterior que databa de 1974.

El acuerdo fue anunciado durante la última Berlinale y extiende los incentivos a ciudadanos de la Unión Europea y del MERCOSUR.

El programa está destinado al incentivo no solo de largometrajes de ficción sino también a producciones audiovisuales de diferentes formatos como documentales para televisión, cortometrajes y hasta juegos electrónicos.

Además de recursos financieros para las producciones, que adquieren el estatuto de doble nacionalidad, la ley ofrece condiciones necesarias para el rodaje como permiso de entrada y residencia, visa de trabajo para el elenco y el equipo técnico y facilidades para importación y reexportación del material necesario.

El programa prevé una participación de por lo menos el 20 % en el costo total de la producción.

Orlando Senna, secretario de Audiovisual del Ministerio de Cultura de Brasil, declaró que el acuerdo *"abre perspectivas sustanciales para lo que considero el punto fuerte de la política cultural de Lula, que por primera vez tenemos una política cultural de Estado"*.

Para el embajador de Brasil en Alemania, José Artur Denot Medeiros, se trata de un instrumento innovador no solo en las relaciones culturales entre estos dos países sino que intensificará las relaciones globales de estos dos socios tradicionales, ya que tanto en Brasil como en Alemania hay un florecimiento del cine como expresión cultural.

El representante alemán, Knut Nevermann, a su vez declaró: *"queremos que nuestra propia cultura cinematográfica tenga la chance de divulgar su producción"*.

Por Rodrigo Rimón

Fuente: diario "Folha de Sao Paulo" www.folha.uol.com.br

Nueva Ley de Radio y Televisión mexicana, un reclamo de más de 30 años

ORGANIZACIONES INDÍGENAS, COMUNITARIAS, UNIVERSITARIAS Y ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES MEXICANOS MANIFESTARON SU APOYO A LA NUEVA LEY, POR CONSIDERAR QUE ACABARÁ CON LA DISCRECIONALIDAD EN EL OTORGAMIENTO DE CONCESIONES.

Los representantes de las agrupaciones se reunieron con Senadores de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, Gobernación y Estudios Legislativos, encargados de elaborar el dictamen definitivo de las reformas a la reglamentación.

Ante los legisladores solicitaron que en el proyecto de dictamen se incluya el término radio comunitaria «para que exista en la nomenclatura legal», algo por lo que han luchado durante 30 años diversas comunidades de ese país.

Sin embargo, integrantes del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión (STIRyT) pidieron ser tomados en cuenta en este proceso de análisis, pues no han sido consultados, y demandaron a las radios independientes trabajar en la legalidad.

En el encuentro, celebrado en la Torre del Caballito, integrantes de organismos como Radio Otomí, Radio UAS, CENCOS, así como de diversas estaciones comunitarias y agrupaciones de derechos humanos, solicitaron estos cambios. En cambio, sí respaldaron la creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión que propone la nueva disposición, pues entienden que permitirá transparentar el otorgamiento de concesiones y permisos, además de que «representa una oportunidad de cambiar el rumbo del país».

En su intervención, la dirigente de Espacio para el Diálogo, Clara Jusidman, sostuvo que la nueva ley es «parte fundamental para la reforma del Estado, para pasar de una democracia electoral formal a una democracia participativa».

En tanto, la integrante de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación Alma Rosa Alva de la Selva afirmó que la discrecionalidad gubernamental «se ha traducido en una relación de mutuos favores del gobierno en turno con los dueños de los medios electrónicos» lo que ha creado un ambiente de incertidumbre en la industria. Asimismo, aseguró que en el nuevo texto «los criterios son otros, totalmente diferentes a una vieja ley que ya no responde ni a las necesidades de los industriales ni del público en general». La investigadora aseguró que «esta situación de discrecionalidad y de incertidumbre jurídica para la industria permanece desde hace muchos años, y ha

sido un problema histórico y en el marco el proceso de democratización del país, es ya insostenible a todas luces».

Francisco González Garza, de la asociación «A Favor de lo Mejor», y Gerardo Soria, del Instituto del Derecho a las Telecomunicaciones, se pronunciaron contra el proyecto.

A fines del año pasado, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) denunció presiones de empresarios para evitar que el Gobierno autorizara nuevas licencias.

Fuente: revista "Radio y Televisión Americana" Más información: <http://www.rt-a.com>

VI Reunión de Antropología del MERCOSUR: identidad, fragmentación y diversidad, se realizará en Montevideo, Uruguay, con la consigna "Antropología de lo visual, la comunicación y los medios en el contexto actual de la región".

Hasta el próximo 31 de mayo pueden enviarse trabajos para la IV Reunión de Antropología del MERCOSUR que se llevará a cabo entre el 16 y el 18 de noviembre en Montevideo, Uruguay.

Serán aceptados trabajos relacionados con la investigación antropológica, sobre la multiplicidad de formas de expresión con imagen, desde la fotografía, el video y los medios de comunicación como la televisión y el cine, hasta aquellos medios donde la misma no es terminante, como la radio, prensa, publicidad o las nuevas tecnologías como cdrooms, sites u home pages.

El objetivo es reflexionar sobre las consecuencias metodológicas, teóricas, éticas y epistemológicas de los mismos, así como los aportes de la antropología en problemáticas sociales en un momento crítico de nuestras sociedades.

Los resúmenes deberán enviarse a los 3 coordinadores de la reunión:

L. Nicolás Guigou (Uruguay): avisual@adinet.com.uy

Susana Sel (Argentina): ssel@filo.uba.ar

Cornelia Eckert (Brasil): corneliaeckert@terra.com.br

Más información: www.fhuce.edu.uy/antrop/congreso/portada.html

Integran la Directiva de [ASOPROD](#): Walter Tournier (Presidente), Elena Roux (Secretaría General), Virginia Martínez; Mario Jacob; José Pedro Charlo; Enrique Fernández; Fernando Epstein; Pablo Arriola; Soledad García; Emiliano Mazza. En la Comisión Fiscal: Daniel Márquez y Danilo Iglesias. Secretaria Administrativa: Alejandra Francia. Redacción "Pervanche", Ricardo Casas.