

# EXPERIENCIAS INTERNACIONALES DEL AUDIOVISUAL

## **La experiencia exitosa de las políticas públicas audiovisuales en Corea del Sur: una revisión de 20 años.**

*Un estudio basado en la Tesis Doctoral de Luana Maira Rufino Alves da Silva Zubelli [Zubelli; 2017]*



Brasília, 13 de junho de 2023.


***la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y el Ministerio de Cultura del Brasil***

Dr<sup>a</sup>. Luana Rufino, ANCINE  
PhD, MPP, ME



- La **trayectoria surcoreana** de la industria creativa audiovisual ofrece importantes aportes al análisis de la elaboración de políticas industriales enfocadas al sector. Su **gran y rápido éxito** se explica por las políticas explícitas formuladas por el gobierno a partir de la década de 1990.
- En el espacio de **20 años**, Corea ha pasado de una ínfima **cuota de mercado nacional** del **2,1 %** en 1994 a alcanzar la significativa marca del **57 %** en 2014, es decir, una cuota de mercado nacional **superior a países que invierten mucho en cultura**, como Francia que obtuvo el 36,8% en ese mismo año.
- Esto demuestra que **las políticas públicas adecuadas a las especificidades nacionales**, que consideran ampliamente a **todos los actores** de la **cadena productiva**, elevaron a Corea al nivel de consumo nacional de sus obras audiovisuales solo alcanzado por dos países: Estados Unidos e India, los únicos con más de la mitad de la cuota de mercado nacional para el mismo año, por ejemplo.

- En 1994 se dio el llamado “caso Parque Jurásico”, en el que durante casi **tres meses solo este título ocupó todos los cines de Corea del Sur**, es decir, no se estuvo exhibiendo ninguna otra película además de él. Este **hecho emblemático** llamó la atención de las autoridades y **hacedores de políticas** de Corea del Sur, no solo por la dominación cultural masiva, sino también por el volumen de divisas perdidas al mercado estadounidense, que equivalía a 1,5 millones de autos Hyundai.
- En el mismo año (1994), la Junta Asesora Presidencial de Ciencia y Tecnología de Corea del Sur presentó un **informe al presidente** proponiendo “La Junta Asesora Presidencial de Ciencia y Tecnología de Corea del Sur”.
- Después de la presentación del informe, en 1995, el gobierno coreano modificó la MPL (**Ley Audiovisual de Corea del Sur**), que cambió el nombre a “*Ley de Promoción de Películas*”, con el fin de **atraer capital** para el establecimiento de un sector de fondos y también para crear incentivos fiscales para el sector audiovisual. Esta política de promoción se denominó “*Learning from Hollywood*” (Aprendiendo de Hollywood).

- 
- Tras el **caso emblemático** de Jurassic Park, el **débil desempeño económico de Corea del Sur** en ese momento fue el segundo factor que **estimuló al gobierno** en la búsqueda de una **estrategia industrial** que rejuveneciera la **economía nacional**.
  - Así, cuando el **gobierno coreano anunció esta industria como el nuevo catalizador del crecimiento económico**, las grandes corporaciones familiares (Chaebols) del país –como Hyundai, Samsung, Daewoo, entre otras– recurrieron al sector en busca de los beneficios de la política y ingresados en toda la cadena: producción, distribución, exhibición e importación.
  - Tras la **crisis financiera asiática**, el gobierno volvió a **orientar las políticas de exportación audiovisual de Corea del Sur** como una **nueva iniciativa económica**.
  - Para ello, hubo una **articulación de políticas públicas** para **involucrar** a otras empresas surcoreanas que alcanzaron **no solo a los conglomerados** (chaebols), sino también a la industria independiente de estas grandes empresas, en el sentido de darle **mayor estabilidad al crecimiento de la sector**.

- 
- El **principal factor impulsor** de las políticas públicas en el sector fue la **percepción**, por parte del presidente surcoreano, de la **importancia de la industria audiovisual creativa** en el nuevo ciclo de innovación que lideraría la economía nacional tras la crisis asiática de 1997.
  - En el sector de la economía cultural, el foco se ha puesto en la llamada **industria audiovisual creativa** o **economía creativa** como líder de la próxima generación de crecimiento económico nacional.
  - El **presidente** Kim Dae-jung estaba tan **convencido** de que la industria creativa, especialmente la **industria audiovisual y del entretenimiento**, tendría un **impacto excepcionalmente positivo** en la **economía** del país que se le conoció como el "Presidente de la Cultura", dado el énfasis que puso en las políticas públicas para el sector.

## Corea del Sur: Datos generales (2009-2022)

### Población

207,7 Milhões

### Área

8 515 767 km<sup>2</sup>

### Complejos Cinematográficos

782

### Salas de Cine

3.206

### Audiencia Total (2022):

95,1 milhões

### Público per capita

0,9

### PIB

U\$ 3,1 trilhões

### PIB per capita

U\$ 15.153



### Market Share

#### Médio

14,8%

(Antes: 3%)



### Market Share

#### Médio

57,6%

2%)

### Población

51,5 Milhões

### Área

100,210 km<sup>2</sup>

### Complejos Cinematográficos

484

### Salas de Cine

2.575

### Audiencia Total (2022):

146,2 milhões

### Público per capita:

4,3

### PIB

U\$ 2,0 trilhões


### PIB per capita

U\$ 39.446



## Períodos audiovisuales de Corea del Sur

---

- 
- *1910 a 1944 - Ocupación Japonesa*
  - *1945 a 1950 - Liberalismo Norteamericano*
  - *1951 a 1953 - Modernización del Parque Audiovisual*
  - *1954 a 1969 – Edad de Oro de Corea del Sur*
  - *1970 a 1990 - Decadencia del Audiovisual Nacional*
  - *1991 até 2014 - Reestructuración de las Políticas Audiovisuales de Corea y Expansión del Sector*

# Reestructuración de las Políticas Audiovisuales de Corea y Expansión del Sector

1994 - "**Caso Jurassic Park**": Durante casi tres meses solo este título ocupó todos los cines de Corea del Sur.

Pérdida de divisas en el mercado estadounidense equivalente a 1,5 millones de automóviles Hyundai.

1995 - **Motion Picture Promotion Law** ("*Learning from Hollywood*"): captar capitales para la constitución de un fondo sectorial y para la creación de incentivos fiscales para el sector audiovisual.

1996 - Inicio de políticas regulatorias: aumento de cuota de pantalla en cines de 30 a 73 días al año.

1997 - Creación de cuotas de pantalla para televisión (TV abierta y TV paga).



## Cuota para programación de horas nacionales en Corea del Sur

CATEGORIA	TIPO DE AV	SEGMENTO	CUOTA MENSUAL
<b>Porcentaje de Programación Nacional en Total</b>		Televisión Abierta	80%
		TV de Pago	50%
<b>Porcentaje de Programación Nacional por tipo de Obra</b>	Obras seriadas y no seriadas	Televisión Abierta	25%
		TV de Pago	30%
	Dibujos animados (Animaciones)	Televisión Abierta	8%
		TV de Pago	40%
<b>Limite Máximo por País (One-country regulation)</b>	60% del total de horas de programación mensual destinado a obras extranjeras		

## Política de desarrollo dirigida a la industria audiovisual en Corea del Sur

- **Incentivos fiscales a la infraestructura** de la industria, sólo otorgados por el uso de **tecnología nacional**;
- **Préstamos/Crédito a empresas** para inversión en producción audiovisual, con condiciones especiales para pequeñas y medianas empresas;
- **Subvenciones** dirigidas **directamente a productores**, producción de contenidos;
- **Subvenciones** dirigidas a **infraestructuras y canales de distribución de contenidos**: exhibidores/cines y distribuidores.

## Política de desarrollo dirigida a la industria audiovisual en Corea del Sur

Programa de internacionalización de la producción (*International Exhibition Program*), financiación a:

- participación en festivales;
- operación y administración de producciones fuera del país;
- adaptar los programas nacionales a un idioma extranjero;
- producción de obras audiovisuales con efectos de sonido y música (M&E) grabados por separado de los diálogos, para adaptarse mejor al doblaje para la exportación;
- subsidio a la exportación de productos nacionales.

## Política de desarrollo dirigida a la industria audiovisual en Corea del Sur

**Premisa** de que el **sector audiovisual** (y del entretenimiento) era **estratégico** y representaba el nuevo motor del ciclo de crecimiento de la economía.

Construcción de políticas dirigidas al sector con énfasis en:

- en los canales de transmisión (distribución y exhibición/cines) de la producción nacional;
- desarrollo tecnológico interno;
- promoción directa de la producción;
- internacionalización de la producción.

# Estructura de Apoyo de Políticas Públicas al Sector Audiovisual en Corea del Sur



# Principales medidas de impulso del sector audiovisual en Corea del Sur por el Ministerio de Cultura

## **Producción:**

- Equipar salas/cines y estudios de exhibición, así como promover la producción en formato digital para su transmisión en televisión;
- Subvención del 80% de la producción presupuestada, 20% de patrimonio.

## **Distribución y Exhibición:**

- Proporcionar instalaciones de producción para apoyar una sola planificación, producción y comercialización de videos de transmisión digital;
- Proporcionar subsidios para inversiones de alto valor agregado para cine y televisión;
- Cuota de Pantalla para Exhibición de Obras Nacionales en Televisión (Abierta y Cerrada) y Cine;
- Financiamiento para gastos de distribución de obras audiovisuales coreanas al mercado internacional;
- Fondo de Fomento Audiovisual, hasta un máximo del 6% de los ingresos de las grandes distribuidoras y operadoras, definido cada año;
- Financiamiento para adaptación (*remake*) a doblaje o grabación separada de M&E para mejor colocación de la obra en el mercado exterior

## **Cualificación/Educación:**

- Financiamiento de programas de formación, becas, titulaciones, especializaciones dentro de centros técnicos o centros de formación, colegios, escuelas de negocios, cursos de posgrado e investigación (Alianza con el Ministerio de Educación).

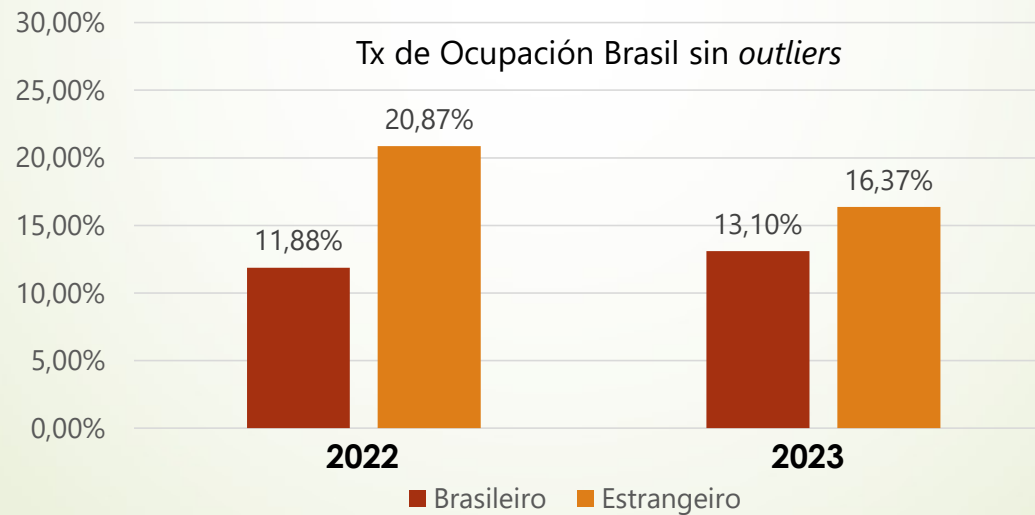
## Número de lanzamientos Corea del Sur y Brasil en 2022

### Coreia del Sur

Estrangeiros: 904  
Nacionais: 772  
Salas: 2.575

### Brasil

Estrangeiros: 212  
Nacionais: 173  
Salas: 3.206

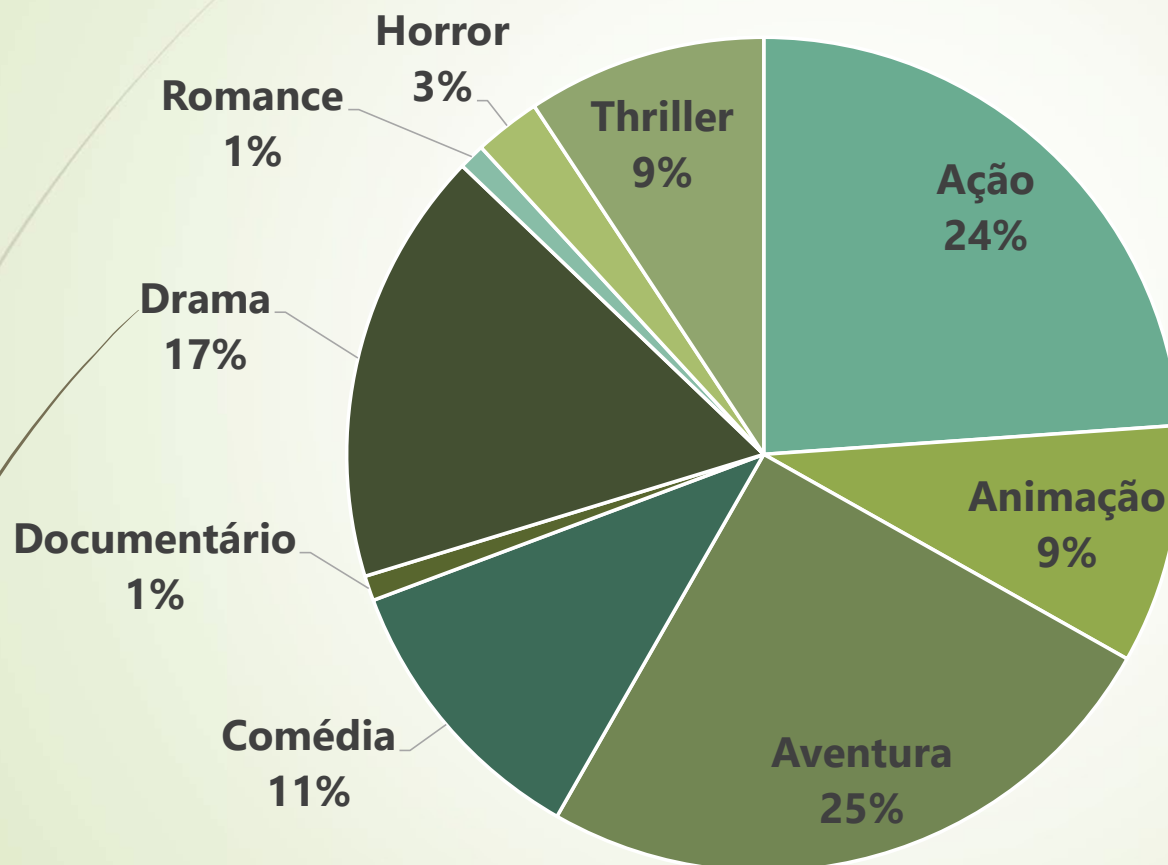


## Cuota de audiencia de películas coreanas por género cinematográfico (2009-2022)

	% Participación en el número de Títulos/Películas	% Participación de la Audiencia (publico)
<b>Acción</b>	14,4%	<b>68,4%</b>
<b>Animación</b>	8,1%	6,2%
<b>Aventura</b>	7,3%	16,4%
<b>Comedia</b>	26,8%	<b>85,9%</b>
<b>Documental</b>	51,4%	<b>70,1%</b>
<b>Drama</b>	30,7%	<b>83,9%</b>
<b>Romance</b>	46,3%	58,5%
<b>Terror</b>	12,4%	49,6%
<b>Thriller/Suspense</b>	28,8%	<b>86,9%</b>
<b>neTotal Geral</b>	24,5%	<b>55,3%</b>

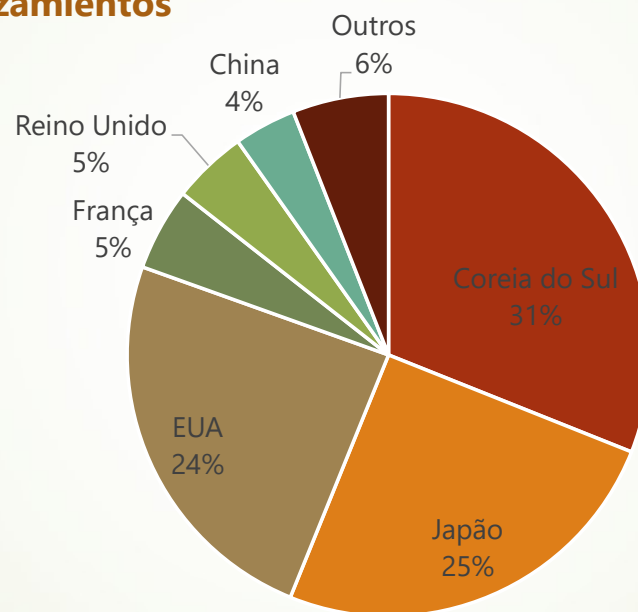


## Cuota total de audiencia coreanas por género cinematográfico (2009-2022)



## Ingresos y número de películas estrenadas en Corea del Sur por país de origen (2022)

### Lanzamientos



# Políticas para promover la economía creativa audiovisual en Corea del Sur

	<i>Política de Promoção e Regulação</i>	<i>Esboços e objetivos das medidas de apoio</i>	<i>Orçamento para o Programa e Desempenho Real/Resultado</i>	<i>Ano de Início</i>
<i>Produção</i>	Sistema de Apoio à Produção Digital	Equipar as salas de exibição e estúdios, assim como promover a produção no formato digital para transmissão na televisão	\$12.5 bilhões de won. 536 obras 1.776 horas	2001
	Programa de Suporte a sistemas pilotos	Subsídio para 80% do orçado para produção	\$810 milhões de won. 17 programas	2002
<i>Distribuição e Exibição</i>	Digital Magic Space (DMS)	Fornecer instalações de produção para atender a um único planejamento, produção e comercialização de vídeos de transmissão digital	\$48.4 bilhões de won	2006
	Apoio para infraestrutura de distribuição e exibição	Fornecer subsídios para investimentos de alto valor agregado para cinema e televisão	\$53 bilhões de won. 91 projetos	2002
	Sistema de Cota de Tela	Cota de Tela para Exibição de Obras Nacionais na Televisão (Aberta e Fechada) e no Cinema	Exibição de obras sul-coreanas na grade televisiva e nos cinemas	1991
	Financiamento para Exportação de Obras Nacionais	Financiamento para os gastos na distribuição de obras audiovisuais coreanas para o mercado internacional	\$400 milhões de won gastos. \$26.4 bilhões de won de retorno com exportação	1999
	Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual	Até no máximo 6% das receitas das grandes distribuidoras e operadoras, definida a cada ano	\$115 million won para o Fundo	2002
	Programa de Adaptação das Obras para Exportação	Financiamento para adaptação ( <i>remaking</i> ) à dublagem ou gravação separada de M&E para melhor colocação da obra no mercado externo	\$880 milhões. 2.651 obras audiovisuais exportadas.	2003
<i>Qualificação</i>	Programa de Desenvolvimento Pessoal (Parceria com o Ministério da Educação)	Financiamento a programas de treinamento, bolsas de estudo, qualificações, especializações dentro de centros técnicos ou centros de treinamento, faculdades, escolas de negócios, pós-graduação e pesquisas	\$1.1 bilhão de won	2001

**Política sistémica con acción en todos los segmentos del mercado y con énfasis en los canales/ plataformas de distribución.**

## Esta es la comparación de Políticas en los 20 años de la Investigación entre Brasil y Corea del Sur

	<i>CONTEXTO NACIONAL</i>	<i>VISÃO</i>	<i>TIPOS DE POLÍTICA</i>	<i>OBJETIVOS</i>	<i>INSTRUMENTOS</i>
<b>BRASIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sucateamento da produção nacional em face à ruptura provocada pelo fim da Embrafilme e da "Escuridão Collorida" provocada pelo pensamento neoliberal do governo Collor</li> <li>- Movimentos dos Estados Unidos e Japão para liberalização do mercado audiovisual internacional</li> </ul>	<p>Necessidade de retomada da produção do setor através da formulação de políticas voltadas à produção de conteúdo por isenção fiscal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomento</li> <li>- Regulação</li> <li>- Isenção Fiscal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ocupação da produção audiovisual nacional nas diferentes janelas de exibição</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Fomento Indireto</b> Lei Rouanet; Art.1º, Art.1º-A, Art.3º, Art. 3º-A da Lei do Audiovisual; Art. 39 e FUNCINEs da MP 2.221-8/01</li> <li>- <b>Fomento Direto</b> PRODECINES: 01, 02, 03, 04, 05, 06; PRODAVs: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12; 13</li> <li>- <b>Infraestrutura de exibição</b> PCPV: Linha de Crédito e Investimento; RECINE, PAR Exibição</li> <li>- <b>Cota de Tela</b> Cinematográfica para Cinema; de Programação e de Empacotamento para TV Paga</li> </ul>
<b>COREIA DO SUL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificuldade de transmissão do produto audiovisual nacional na TV e no cinema, efeito das políticas liberalizantes do setor à época: ruptura do sistema de Cota de Tela, das políticas de reserva de mercado e fim do 'Quality-based reward System'</li> <li>- Crise Financeira Asiática</li> <li>- Ocupação massiva do audiovisual americano e japonês no cinema e na TV</li> </ul>	<p>Percepção do presidente sul-coreano da importância da <b>indústria criativa</b> no novo ciclo de inovação que iria liderar a economia nacional: "<i>Learning from Jurassic Park</i>"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomento</li> <li>- Regulação</li> <li>- Isenção Fiscal</li> <li>- Internacionalização da produção</li> <li>- Desenvolvimento e Difusão da Tecnologia nacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retomar o crescimento nacional através dessa nova indústria centro do novo ciclo de inovação</li> <li>- Internacionalização da produção nacional</li> <li>- Ocupação da produção nacional nas diferentes janelas de exibição</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Internacionalização da produção</b> Financiamento para exportação de obras nacionais; Programa de Adaptação das Obras para Exportação</li> <li>- <b>Fomento Direto</b> Sistema de apoio à produção digital; Programa de suporte a sistemas pilotos</li> <li>- <b>Infraestrutura de distribuição</b> <i>Digital Magic Space</i>; Programa de apoio à infraestrutura de distribuição e exibição</li> <li>- <b>Cota de Tela</b> Cinematográfica; de Programação para TV Aberta e TV Paga</li> <li>- <b>Qualificação</b> Programas de Treinamento; P&amp;D junto às universidades e centros técnicos; escola de negócios</li> </ul>

**Importancia de la industria creativa y audiovisual en el nuevo ciclo de innovación que conduciría la economía nacional**

## Esta es la comparación de Políticas en los 20 años de la Investigación entre Brasil y Corea del Sur

	<i>ELO PRINCIPAL DA CADEIA ATINGIDO</i>	<i>ABORDAGEM TEÓRICA</i>	<i>ARRANJO INSTITUCIONAL</i>	<i>ENVOLVIMENTO COM EMPRESAS PRIVADAS</i>	<i>REGIME MACROECONÔMICO</i>
<b>BRASIL</b>	<p><b>Produção:</b> 26 instrumentos voltados à produção do total de 32 (81,3% do total)</p>	<p><b>- Política Cultural</b> - <i>Na concepção do setor:</i> modelo linear da cadeia de valor; - <i>Na formulação de política:</i> modelo neoclássico de Economia da Cultura de Baumol e Bowen</p>	<p>Criação da ANCINE e sua articulação com a SAvt do MinC e com o CSC</p>	<p><b>- Fomento Indireto</b> Pouco envolvimento com as empresas que utilizam os mecanismos pelos seus benefícios fiscais <b>- Fomento Direto</b> Pagamento de CONDECINE que acumula recursos para o Fsa <b>- Infraestrutura de exibição</b> Busca de benefício fiscal e colocação de recursos a depender da classificação do projeto. <b>- Cota de Tela</b> Busca de produtos nacionais para cumprimento da obrigação regulatória</p>	<p><b>Maligno*:</b> - Taxa de Juros Alta (11,25% a.a.) - Taxa de Câmbio Sobvalorizada (R\$ 3,19/US\$1)</p>
<b>COREIA DO SUL</b>	<p><b>Distribuição:</b> 10 instrumentos que envolvem a Distribuição (nacional e internacional) do total de 15 iniciativas (apenas 2 iniciativas para produção)</p>	<p><b>- Política Industrial</b> - <i>Na concepção do setor:</i> modelo hierárquico de organização da indústria, onde as grandes corporações estruturam e organizam a demanda por conteúdo produtivo; - <i>Na formulação de política:</i> sistema integrado que tem como foco da roda inovativa a distribuição e internacionalização da produção</p>	<p>Criação do KMPPC, KOFIC e do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo para formulação e acompanhamento das políticas</p>	<p><b>- Internacionalização da produção</b> A geração de subsidiárias dentro das grandes companhias de distribuição e exibição para dar conta das cotas de tela gerou sinergias para exportação de produto nacional que não tinha seu conteúdo limitado à exibição externamente ao país. <b>- Fomento Direto</b> 6% das receitas das grandes empresas do setor (algumas <i>Chaebols</i>) para o Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual. <b>- Infraestrutura de distribuição</b> Por conta da rigorosa cota nacional as próprias empresas tiveram que investir na tecnologia de distribuição e programação para garantia de cumprimento da obrigação regulatória.</p>	<p><b>Benigno*:</b> - Taxa de Juros Baixa (1,25% a.a.) - Taxa de Câmbio Subvalorizada (KRW 1.128,58/1US\$)</p>

**Régimen macro coreano con bajas tasas de interés y tipo de cambio devaluado.**

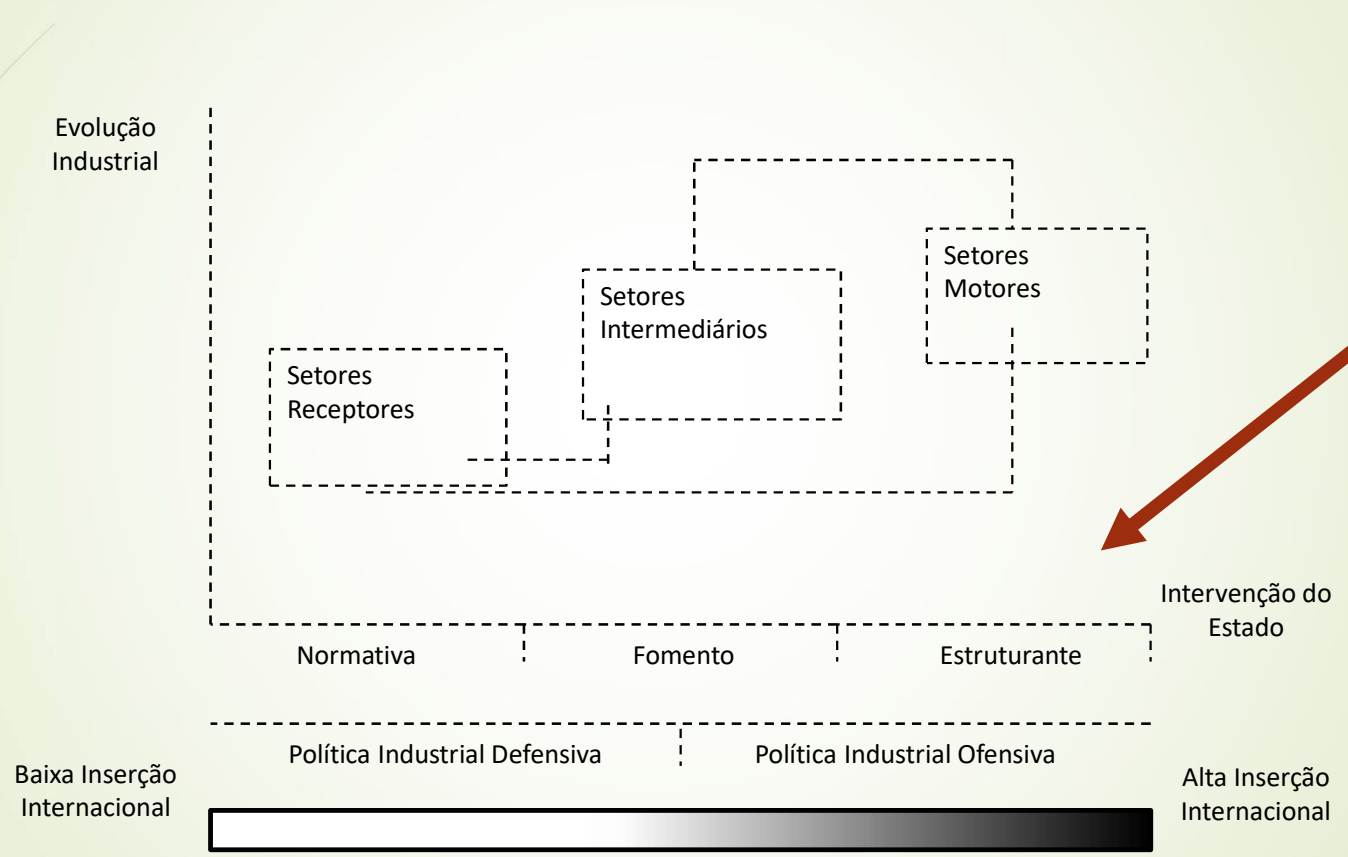
**Política reguladora de las cuotas de pantalla.**

## Esta es la comparación de Políticas en los 20 años de la Investigación entre Brasil y Corea del Sur

	<i>RESULTADO DA POLÍTICA</i>	<i>DIFERENCIAÇÃO DO CAPITAL (NACIONAL OU ESTRANGEIRO)</i>	<i>INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO</i>	<i>CLASSIFICAÇÃO DA POLÍTICA</i>
<b>BRASIL</b>	Média de 12% de <i>market share nacional</i> no cinema e 10% na TV Paga em 2016	Apenas no que envolve a produção de conteúdo: seja por política de cota de tela, seja por pagamento de Condecine ou mecanismo de incentivo	Não há políticas voltadas à comercialização das obras audiovisuais nacionais no exterior. O que há são iniciativas isoladas por acordos de coprodução que visam apenas a produção conjunta nacional e estrangeira por acordos bilaterais. Outras políticas estão voltadas à participação da produção nacional em festivais, novamente sem interesse por colocação comercial do produto nacional.	<b>Política Industrial Defensiva de fomento (de sobrevivência)</b> com ênfase na ECONOMIA CLÁSSICA
<b>COREIA DO SUL</b>	Média de 57% de <i>market share</i> no cinema e 82% na TV em 2016	Além da diferenciação da nacionalidade por origem da produção, há políticas que diferenciam a origem do capital por: - Isenção Fiscal (apenas feita para compra de conteúdo nacional); - Desenvolvimento Tecnológico (financiamento somente para produção de tecnologia nacional); - Internacionalização da produção nacional	Interesse real da política de colocação das obras nacionais no mercado estrangeiro, através de diferentes frentes: seja por incentivo às distribuidoras nacionais, por financiamento às exportações e por programas específicos voltados tanto à adaptação do produto nacional ao mercado externo, quanto à produção específica aos dois mercados (interno e externo)	<b>Política Industrial Ofensiva (estruturante)</b> com ênfase na ECONOMIA CRIATIVA

**Política Industrial Defensiva de promoção (de supervivencia) con énfasis en la ECONOMÍA CLÁSICA**

**Política Industrial Ofensiva (estructuración) con énfasis en ECONOMÍA CREATIVA**



**Política Industrial Ofensiva (estructuración) con énfasis en ECONOMÍA CREATIVA**





GRACIAS!

[luanarufinoalves@gmail.com](mailto:luanarufinoalves@gmail.com)

*Un estudio basado en la Tesis Doctoral de Luana Maíra Rufino Alves da Silva Zubelli [Zubelli; 2017]*

**UFRJ:**

<https://www.ie.ufrj.br/images/IE/PPGE/teses/2017/Luana%20Ma%C3%ADra%20Rufino%20Alves%20da%20%20Silva.pdf>