



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: ¿Una década ganada?: Estado, políticas públicas y cine argentino (2002-2012)

Autores (en el caso de tesis y directores):

Emiliana Cortona

Juan Cruz Lapenna

Santiago Marino, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2013

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





TESINA DE GRADO

CARRERA: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES – UBA

¿UNA DÉCADA GANADA?

ESTADO, POLÍTICAS PÚBLICAS Y CINE ARGENTINO

(2002-2012)

Autores:

Cortona, Emiliana. DNI: 32.234.554

Lapenna, Juan Cruz. DNI: 31.576.614

Tutor:

Dr. Santiago Marino

Año 2013

Lapenna, Juan Cruz

¿Una década ganada? : estado, políticas públicas y cine argentino : 2002-2012 / Juan Cruz Lapenna y Emiliana Cortona. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires, 2013.

E-Book.

ISBN 978-950-29-1463-3

1. Industrias Culturales. 2. Políticas Públicas. 3. Cine Nacional . I. Cortona, Emiliana II. Título
CDD 320.6

Fecha de catalogación: 29/10/2013

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de Juan Cruz Lapenna y Emiliana Cortona (2013) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes. Para más información ver aquí: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

//AGRADECIMIENTOS//

A Caro, Euge, Pauli, Pocho, Santi, Gerar, Nico, Bata, Mary, Fer, Lu, Dino, Merche, Rebe y
Marce. A nuestros amigos y amigas eternos, los mismos de siempre.
A Santiago Marino por acompañarnos y por su valioso aporte.

//ÍNDICE//

RECORRIDO	7
CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN	10
Recorte temporal	15
Cuadro sinóptico. Capítulo 1: Presentación.....	18
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO – METODOLÓGICO	20
MARCO TEÓRICO.....	21
Inscripción en la Economía política de la comunicación.....	22
Los cambios en el capitalismo monopolístico.....	23
La cultura como área central de acumulación capitalista.....	25
El rol del Estado y las políticas públicas	28
El Estado en acción.....	29
Políticas públicas, de comunicación y de cine.....	30
La presencia permanente del Estado	33
MARCO METODOLÓGICO.....	35
Cuadro sinóptico. Capítulo 2: Marco teórico – metodológico.....	40
CAPÍTULO 3: LA NECESIDAD DEL ESTADO EN EL MERCADO DEL CINE Y LA POLÍTICA DE CINE PREVIA A 2002	44
PARTE I: LA NECESIDAD DEL ESTADO.....	46
Sin Estado, (casi) no habría cine.....	48
La escala de la inversión.....	49
El tamaño del mercado	51

Cine criollo y cine de Hollywood en nuestro mercado	53
PARTE II: LOS 90 ´, EL 2001 Y LA RECUPERACIÓN DE LA AUTARQUÍA.....	55
Una excepción para el cine	57
Estallido: el 2001 y post 2001.....	62
Recuperación de la autarquía	63
CAPÍTULO 4: LA POLÍTICA DE CINE EN EL PERÍODO 2002-2012	67
Los <i>Kirchner</i> :	68
2003.....	70
MEDIDAS Y ACCIONES	71
BALANCE DE MERCADO	78
2004.....	86
MEDIDAS Y ACCIONES	87
BALANCE DE MERCADO	105
2005.....	115
MEDIDAS Y ACCIONES	116
BALANCE DE MERCADO	120
2006.....	129
MEDIDAS Y ACCIONES	130
BALANCE DE MERCADO	142
2007.....	149
MEDIDAS Y ACCIONES	150
BALANCE DE MERCADO	157
2008.....	164
MEDIDAS Y ACCIONES	166
BALANCE DE MERCADO	172

2009.....	180
MEDIDAS Y ACCIONES.....	181
BALANCE DE MERCADO	191
2010.....	198
MEDIDAS Y ACCIONES.....	200
BALANCE DE MERCADO	208
2011.....	212
MEDIDAS Y ACCIONES.....	213
BALANCE DE MERCADO	220
2012.....	227
MEDIDAS Y ACCIONES.....	228
BALANCE DE MERCADO	240
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	245
PRODUCCIÓN	246
EXHIBICIÓN.....	252
DISTRIBUCIÓN	256
MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:	261
BIBLIOGRAFÍA.....	265

//RECORRIDO//

La tesis aborda el estudio de las políticas públicas dirigidas a la industria cinematográfica nacional en el período 2002-2012. Tiene como premisa la desigual atención que el Estado nacional le ha prestado a los diferentes sectores que componen la actividad (producción, distribución y exhibición). Y paralelamente busca analizar la política de cine y su posibilidad de cambiar la estructura del mercado vigente.

La investigación está estructurada en 5 capítulos:

En el Capítulo 1 se desarrollará la presentación de la problemática desde la cual partimos para analizar la política de cine en el período 2002-2012. También se justificará el recorte temporal del cual se ocupará este trabajo y la hipótesis desde la que parte esta investigación.

En el Capítulo 2 se presentará el marco teórico, se desarrollarán conceptos como Industria Cultural, Estado, Políticas públicas, etc. Además, en este capítulo se presentará una definición de “Política de Cine” elaborada por los autores de esta investigación. La definición será presentada de modo operativo a fin de poder analizar con mayor precisión el objeto de investigación.

El Capítulo 3 consta de un apartado donde se explica la necesidad de la intervención del Estado en la industria del cine. Es decir, la dependencia que tiene la industria cinematográfica respecto a la financiación del Estado. Además se presentará un recorrido por las distintas medidas (acciones y omisiones) llevadas adelante por los gobiernos de Menem, De La Rúa y Duhalde. Dicho periodo nos permite analizar las condiciones sociales, políticas y económicas previas al surgimiento del kirchnerismo, así como también en materia de política de cine.

En el Capítulo 4 se presentará un análisis exhaustivo de las medidas y acciones llevadas a cabo en el marco de la política de cine durante la última década. Allí se tejen lazos de continuidad y ruptura entre este período y el que lo precede. Las iniciativas llevadas adelante por el INCAA serán presentadas año tras año y diferenciadas de acuerdo al sector al que fueron dirigidas (producción, distribución y exhibición).

En el último Capítulo se presentarán las conclusiones a las que se arribó en el análisis, tomando en cuenta la hipótesis que motorizó la investigación. Por último, se consignará la bibliografía utilizada.

//CAPÍTULO 1:

PRESENTACIÓN//

El tema que estudiaremos es la relación que se da entre Estado argentino y la industria cinematográfica nacional. Es decir, buscaremos vislumbrar el grado y el tipo de incidencia de las políticas públicas en la industria del cine en nuestro país.

Los símbolos, los modos de vida y de organización, las identidades, los valores y las costumbres se producen, se transmiten y se intercambian desde que el hombre nace y vive en comunidad. Con el surgimiento del modo de producción capitalista, una parte de la producción cultural se ha industrializado.

Nuestro consumo cultural es en gran medida de productos industriales, y es por ello que adquiere notable importancia el estudio de las industrias culturales.

La industrialización de la cultura conlleva a la búsqueda de la rentabilidad en la producción de bienes culturales. Es decir, las industrias culturales, al igual que cualquier otra industria, como la automotriz o la manufacturera, busca generar ganancia y rentabilidad. No obstante se diferencia de ellas por el tipo de bienes que produce, los bienes simbólicos. Las industrias culturales unen dos lógicas: la lógica de la producción simbólica y la de producción de capital.

El cine, como industria cultural, se caracteriza por la producción, distribución, circulación y reproducción de bienes simbólicos; por lo tanto, la política pública destinada a esta industria resulta de gran relevancia, pues ésta es productora de identidades, valores y símbolos propios de la cultura argentina.

El Estado ha cumplido un rol central en el sostenimiento de la industria cinematográfica argentina, pero tiene diversos grados de incidencia y de capacidad de acción en los distintos sectores de la industria.

En esta investigación nos proponemos estudiar la política pública del Estado nacional orientada a la industria cinematográfica argentina en la última década. Es decir, abarcaremos desde la recuperación de la autarquía financiera y administrativa por parte del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) en 2002 (principal organismo público ejecutor de dicha política) hasta el decreto presidencial que, en agosto de 2012, otorgó a la actividad cinematográfica el rango de industria nacional.

Por políticas públicas desde el Estado nacional entendemos al “conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil” (OSZLACK y O ´DONNELL, 1984).

Dentro de esta clasificación general de política pública se encuentra la política de cine. Es por ello que en esta investigación definiremos a la política de cine de modo operativo como el conjunto de acciones (leyes, decretos, resoluciones y gestiones gubernamentales y estatales) y omisiones por parte de un organismo del Estado, destinadas a incidir sobre todos o alguno de los tres sectores que componen la actividad cinematográfica: producción, distribución y exhibición. La política de cine puede atender demandas de actores de la industria o bien promover iniciativas surgidas desde el mismo Estado. En cualquier caso, si bien pueden existir acciones aisladas, de lo que se trata es de analizar el conjunto de iniciativas y respuestas que lleva adelante el Estado con relación a la industria del cine. Este conjunto de acciones dará cuenta de la toma de posición del Estado argentino, en la última década, respecto a las problemáticas -o las “cuestiones” (OSZLACK y O ´DONNELL, 1984)- que atañen al sector cinematográfico.

Dentro de la actividad cinematográfica podemos distinguir tres sectores o etapas: la producción, la distribución y la exhibición. Cada sector, a su vez, está integrado por actores con distintos intereses y diferente grado de poder. El Estado nacional, fundamentalmente a través del INCAA, interviene en cada uno de ellos a través de medidas, omisiones y acciones políticas concretas. Naturalmente, no nos ocuparemos de las políticas llevadas adelante por gobiernos provinciales o municipales con relación al cine en este período.

En este marco, uno de los problemas centrales que indagaremos en esta investigación es el desfasaje que existe entre la financiación por parte del INCAA a películas nacionales y las dificultades que éstas poseen a la hora de ser comercializadas. El INCAA destina dinero para producir películas pero éstas no tienen, en su gran mayoría, la posibilidad de tener un desempeño redituable en el circuito de exhibición. Algunas de ellas, un vez producidas, no tienen siquiera la posibilidad de ingresar en la fase de

comercialización. Sólo pocas películas llegan a ser exitosas económica y socialmente; generalmente son las que poseen personajes del “Star System” argentino y una importante estructura de publicidad y comercialización.

El INCAA dirige medidas efectivas para financiar proyectos, pero no ha tomado medidas trascendentales en virtud de lograr que dichas películas ocupen un lugar destacado en el circuito de la distribución y exhibición. Las gestiones desarrolladas por el INCAA en la última década no han logrado cambiar la estructura de la comercialización, ni equilibrar el peso de los actores que participan en el mercado cinematográfico, donde la producción local ocupa un lugar marginal. Por el contrario, las medidas tomadas por el Instituto -tanto como las omisiones- tendieron a seguir manteniendo el status quo del cine nacional, reproduciendo los mismos problemas que intentaban solucionar.

La política de cine desarrollada por el Estado en la última década ha tendido a resolver demandas puntuales y coyunturales de los actores del cine, sin tener una planificación a largo plazo. Con ello, por no pensar en resolver los problemas de fondo, se consiguió la permanencia y una prolongación de las relaciones de poder dentro del mercado cinematográfico argentino.

La estructura de agentes que interviene en las distintas etapas de la industria del cine (producción, distribución y exhibición) es afectada por medidas, acciones y omisiones desde el Estado que han sido insuficientes para transformar dicha estructura en favor de un mejoramiento del posicionamiento de las películas argentinas en el mercado (con los beneficios que ello implicaría en términos económicos y culturales). El Estado, a través del INCAA ha privilegiado exclusivamente, con acciones y omisiones, el fomento a la producción, y no la fase de comercialización de los productos nacionales en el mercado.

La hipótesis central de nuestro análisis es que el Estado, durante la última década, en pos de responder a las demandas de los distintos sectores de la cinematografía nacional, ha tomado medidas que tendieron a preservar una estructura de mercado profundamente desigual. Aún cuando muchas de estas iniciativas fueron producto de un diagnóstico acertado por parte del Estado, acerca de los principales problemas del mercado local.

La incapacidad de la política de cine de transformar la estructura de mercado vigente, conforma el principal obstáculo para la creación de una industria cinematográfica nacional, que tenga al Estado ya no como el único sostén, sino como uno más de sus actores.

Las preguntas que guían esta investigación pueden entonces formularse del siguiente modo: ¿las medidas tomadas por el Estado en los últimos diez años, a pesar de estar basadas en diagnósticos correctos acerca de los problemas del cine, han contribuido a transformar el mercado en virtud de favorecer la comercialización de productos argentinos? ¿Existe, en el marco de la política de cine, un desequilibrio en favor de medidas y acciones que procuran fomentar la producción de películas argentinas, en detrimento de aquellas orientadas a resolver las dificultades de dicha producción para acceder a los circuitos de distribución y exhibición? ¿Puede hablarse de una fuerte presencia del Estado en virtud de asegurar la producción y al mismo tiempo de cierta debilidad o incapacidad para promover acciones que garanticen su acceso al mercado? ¿Se ha profundizado este proceso en los últimos diez años? En consecuencia, ¿es posible mantener un alto nivel de producción al mismo tiempo que se asegura la inserción de los productos en el circuito comercial? ¿En qué modifica la estructura económica las medidas tomadas por el INCAA? ¿Qué demandas de actores privilegia el INCAA?

El objetivo general de la tesina es dar cuenta del conjunto de medidas y acciones que han conformado la política de cine en el período 2002-2012, con el propósito de verificar o rechazar la hipótesis del “desbalance” en la atención que el Estado le presta a los diferentes sectores.

Entre los objetivos específicos se encuentran los siguientes:

- 1) Releva la política de cine -normativas, resoluciones, etc.- (y en particular las ejecutadas a través del INCAA) en el período 2002 – 2012.
- 2) Dar cuenta del contexto político, social y económico de la última década en el que la política de cine surgió y se desarrolló.
- 3) Evaluar comparativamente el grado de incidencia de las medidas y acciones en cada uno de los sectores (producción, distribución, exhibición), en términos de sus

consecuencias en el mercado; y paralelamente el grado de incidencia que dichas iniciativas han tenido sobre la estructura del cine nacional.

Recorte temporal:

Es importante hacer algunas observaciones con relación al recorte temporal que se ha establecido. El año 2002 marca un punto de inflexión en la historia del cine nacional. El INCAA recuperó la autarquía financiera después de varios años sin contar con los recursos fijados por la ley de cine sancionada en 1994. Durante ese período, una parte de los ingresos del fondo de fomento que le correspondían por ley al Instituto fue destinada al Tesoro Nacional. En consecuencia, el envío de partidas al Instituto fue muy irregular, por lo cual se vio perjudicada, entre otras medidas, la política de créditos y subsidios a la producción.

Con la sanción del decreto 1536/02 por parte del gobierno de Duhalde, el INCAA volvió a disponer de sus recursos en forma directa y sin recortes. Según Octavio Getino, “esta decisión política del nuevo gobierno contribuyó sustancialmente a estimular la actividad productiva y la diversidad de contenidos del cine argentino” (GETINO, 2005). Efectivamente, la recuperación de la autarquía significó en los hechos la normalización (en tanto financiación) del funcionamiento del Instituto. El hecho de que el INCAA contara nuevamente con todos sus recursos económicos se tradujo en los años sucesivos en un aumento de la cantidad y la calidad de la producción cinematográfica. En consecuencia, ese año marcó el inicio de una nueva política de cine con características específicas, con continuidades y rupturas respecto de lo que ocurría años anteriores. Las continuidades pueden observarse en la financiación por parte del Estado a la producción audiovisual. Mientras que los cambios producidos respecto a la década anterior se observan en determinadas medidas y acciones que intentan promover la distribución y exhibición del conjunto de la producción local.

La recuperación de la autarquía por parte del INCAA se produjo meses antes de que, en mayo de 2003, Néstor Kirchner asumiera la presidencia de la Nación, lo que marcó

el inicio de una etapa política que continúa hasta nuestros días. La elección del período que analizamos puede ser comprendida como un intento de dar cuenta de la política de cine llevada adelante por los sucesivos gobiernos de la etapa kirchnerista (Néstor Kirchner entre 2003 y 2007 y Cristina Fernández de Kirchner desde 2007 hasta la actualidad). Aunque en este período hubo cambios sustanciales en el sector, de gestión al frente del Instituto (hubieron tres presidentes del INCAA en 10 años) la política de cine mantuvo, en gran medida, una unidad de criterio en sus medidas y acciones.

Nuestro recorte temporal finaliza en agosto de 2012, con el decreto presidencial 1528/12 que estableció que la actividad cinematográfica pase a ser considerada “actividad productiva industrial”. Esto implica aumento de recursos, nuevas ventanas de comercialización de productos en el exterior y por sobretodo categorizar al cine como una industria. En el mismo acto, Cristina Fernández de Kirchner anunció, mediante el decreto 1527/12, el aumento del monto total de subsidios y créditos a la producción, y la creación de un Polo de Producción de contenidos audiovisuales. Ese acto puede interpretarse como una buena síntesis de la cuestión que aquí planteamos: al mismo tiempo que se anuncia una medida que abre nuevos horizontes, al punto de establecer al cine como actividad industrial, se enfatizan medidas hacia el sector productivo que perpetua la omnipresencia del estado en el cine local.

Decíamos anteriormente que el desbalance entre la efectividad de las medidas destinadas a fortalecer la producción y las no tan efectivas destinadas a la distribución y la exhibición, configura un obstáculo importante para la construcción de una verdadera industria del cine, que logre sostenerse en el tiempo sin necesidad de una presencia omnipotente del Estado.

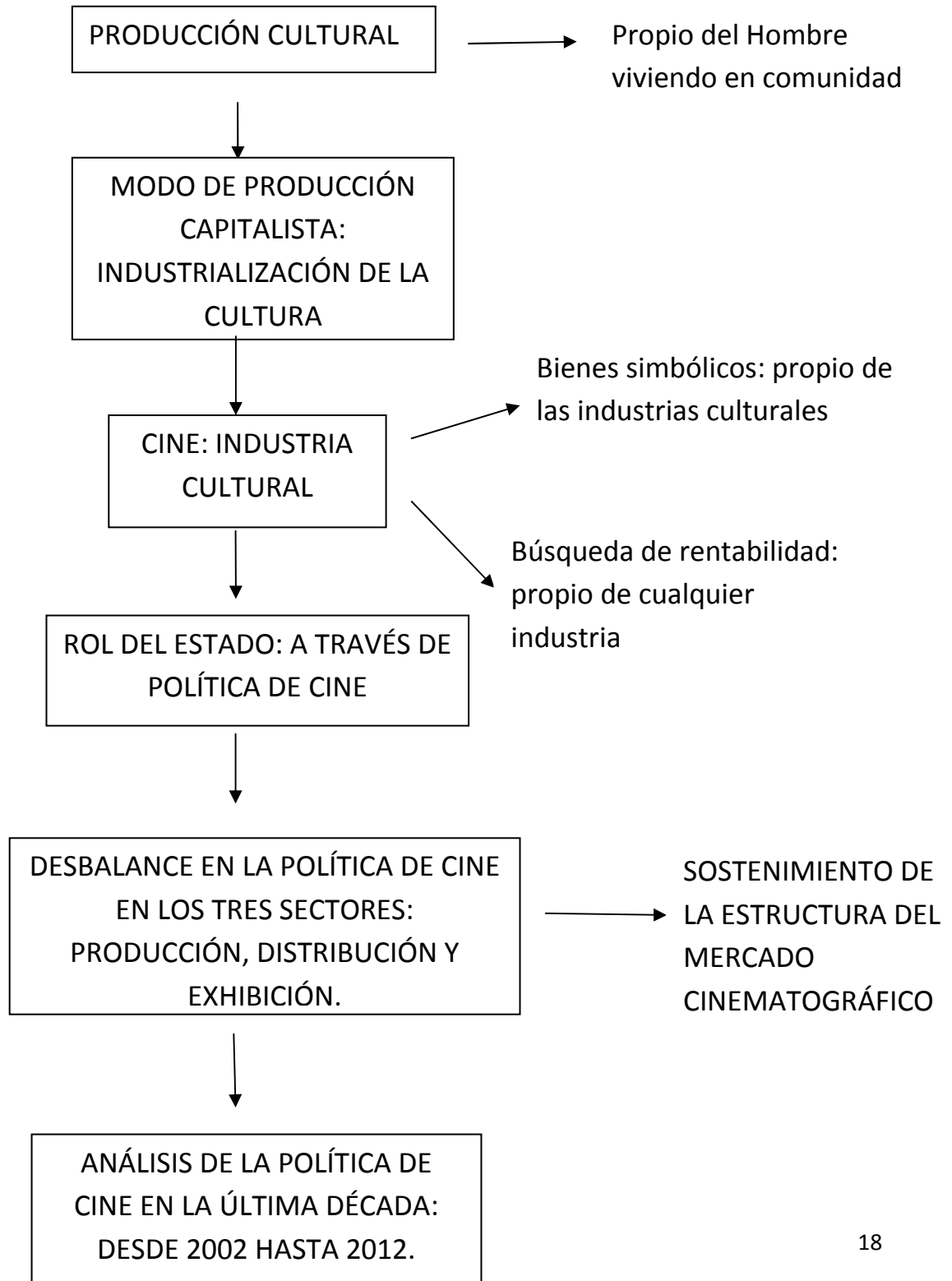
Aunque es temprano para precisar las consecuencias del anuncio presidencial de Agosto 2012, es indudable que marcan un punto de inflexión en la historia de las políticas públicas para el cine nacional: por primera vez el cine es considerado desde el Estado como una industria.

El período que analizamos, por lo tanto, se extiende desde la normalización de las atribuciones que hacen del INCAA el organismo promotor de la política de cine hasta el

momento en que, a través de un decreto presidencial, la actividad cinematográfica pasa a ser considerada una “actividad productiva industrial”. Esta década de transición marca el pasaje del cine como actividad cultural sostenida exclusivamente por el Estado al cine considerado como actividad industrial productora de valor, pero igualmente sostenida por el Estado.

Cuadro sinóptico: Capítulo 1: Presentación:

A continuación presentamos un cuadro que muestra la relación entre los principales conceptos vertidos en el capítulo precedente.



Aparece, en primer lugar, la producción cultural propia del hombre viviendo en comunidad. Con el surgimiento del modo de producción capitalista, una porción de la cultura comienza a producirse bajo la lógica del capital (la rentabilidad), por lo que se industrializa. En este contexto surgen las diferentes industrias culturales, que combinan dos lógicas: la producción de un bien simbólico y económico-industrial al mismo tiempo. El cine es una de las industrias culturales que se conforman. En ese punto aparece el Estado y su política como ente regulador de las industrias: en el caso de la industria cinematográfica, a través de políticas específicas para el cine. En el caso del cine argentino, esta investigación plantea que la estructura del mercado se sostiene sobre un marcado desbalance entre los sectores de producción, distribución y exhibición, producto del diferente grado de atención que el Estado le presta a los mismos. Para verificar esta hipótesis, se analizarán las medidas y acciones que conforman la política de cine en este período, así como la evolución del mercado respecto de los diferentes sectores.

//CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO – METODOLÓGICO//

El análisis que desarrollaremos se inscribe dentro de la Economía Política de la Comunicación. En este segundo capítulo se analizarán conceptos y miradas provenientes de esta corriente que ayudan a pensar la última década de políticas de cine en la argentina.

También se contextualizarán las políticas de cine en un momento y lugar determinado. En una fase capitalista particular, hoy el capitalismo monopolista, en su etapa pos neoliberalismo. La industrialización de la cultura y el rol del Estado son dos claves para este estudio.

Por último, en este capítulo (y en toda la investigación) se intentará contribuir al debate de la construcción teórica en materia de cinematografía argentina. Es por ello que el estudio propone una definición propia de “Política de Cine”. Si bien el concepto es presentado de modo operativo también puede contribuir a ampliar el campo de estudio.

MARCO TEÓRICO:

La industrialización de la cultura se da en una fase histórica del capitalismo. Es lo que autores como Bolaño llaman el “capitalismo monopolístico” (BOLAÑO, 2011). Es preciso indagar las implicancias y consecuencias que tiene esta fase capitalista, y en especial las últimas décadas, en dos aspectos centrales para esta investigación: por un lado, en lo que se refiere a la “industrialización de la cultura” y por el otro en lo vinculado al rol del Estado y a la creación, fomento y producción de políticas públicas.

Entender los cambios que se produjeron a lo largo del último tiempo, con respecto al lugar que comenzó a ocupar la industrialización de la cultura en la acumulación de capital por un lado y a la mutación que sufrió el rol del Estado, por el otro, es central para esta investigación. Pues ambos procesos ayudarán a comprender las diferencias que existen en la regulación y fomento del Estado respecto de los distintos sectores de la industria del cine.

Inscripción en la Economía política de la comunicación:

Esta investigación se inscribe dentro de lo que se denomina la economía política de la comunicación. Smythe (1977), Garnham (1979), Zallo (1988; 2005) y Bustamante (2005), entre otros, han desarrollado esta rama de investigación de la comunicación que busca analizar la vinculación entre la cultura, la comunicación y la economía sin caer en reduccionismos economicistas.

La economía política ha roto con la visión de algunos análisis marxistas que parten de la aceptación no problemática del modelo base/ superestructura (BOLAÑO, MASTRINI y SIERRA, 2005). Si bien esta corriente reconoce la importancia de analizar la estructura económica del funcionamiento de los medios de comunicación, rechaza la idea de que dicha estructura determine lineal y unívocamente la forma que asumen los discursos en los medios.

Esta visión considera a los medios de comunicación como sistemas de producción, distribución y consumo de formas simbólicas. Paralelamente busca entender la lógica de los medios de comunicación en el proceso de acumulación del capital. Se considera a los medios de comunicación como entidades económicas, que como tal, buscan la creación de plusvalía de modo indirecto, mediante la publicidad, y de modo directo, dentro de otros sectores de la producción de mercancías.

La economía política analiza la comunicación y la cultura dentro de la producción de capital. La comunicación y la cultura forman parte de la base productiva que sostiene al capitalismo avanzado (ZALLO, 1988). La producción cultural ya no es vista, desde esta corriente, como un Aparato Ideológico del Estado (concepto acuñado por Althusser), sino más bien como una actividad inscripta en la producción de capital. La información y la comunicación pasan a ser campos prioritarios de acumulación de capital (ZALLO, 1988).

Esta investigación estudia el cine como industria cultural, y como tal, como campo prioritario, al igual que las demás industrias culturales, de acumulación de capital. Partiendo de esta concepción, se analizarán las políticas públicas que se dieron en Argentina desde 2002 hasta 2012.

El análisis de los medios de comunicación dentro de la economía política crítica asume la responsabilidad de ser un análisis de una etapa histórica del desarrollo global de las fases de producción y reproducción cultural. Como se mencionó anteriormente, esta etapa se denomina “capitalismo monopolístico”, cuya fase actual es el “neoliberalismo” (o pos neoliberalismo). Siguiendo a Garnham, se sostendrá que “la necesidad de elaborar una economía política de las comunicaciones de masas surge de las transformaciones que se están produciendo en la estructura del capitalismo contemporáneo (GARNHAM, 1979). Por tanto se hará hincapié en las transformaciones históricas del capitalismo, y en particular en las estrategias, características y nuevas modalidades del sistema económico a partir del último cuarto del siglo XX.

Los cambios en el capitalismo monopolístico:

A principios del siglo XIX, el capitalismo marcó una tendencia a la concentración, a la centralización, al surgimiento de la sociedad por acciones y del gran capital financiero, garantizando la articulación entre la banca y la industria (BOLAÑO, MASTRINI y SIERRA, 2005).

El desarrollo de una nueva matriz tecnológica acompañó esta nueva fase histórica. Pues comenzaron a desarrollarse las tecnologías de la información, de la comunicación y las redes telemáticas. Esto conlleva progresivamente a una disolución de las fronteras entre trabajo manual y trabajo intelectual, generando la subsunción del trabajo intelectual al capital por un lado y la intelectualización general de los procesos de trabajo en la industria y el sector de servicios por el otro (BOLAÑO, MASTRINI y SIERRA, 2005). En consecuencia, Bolaño plantea que “la producción de la plusvalía no será tanto fruto de la explotación de las capacidades físicas como de las capacidades intelectuales del obrero. Esto crea otra clase trabajadora muy distinta de lo que fue aquella de los siglos XIX y XX” (BOLAÑO, 2001). Es decir, el trabajo intelectual o creativo pasa a ser trabajo productivo y a estar sometido a un sistema de control, permitido por los desarrollos tecnológicos.

La llamada globalización de los mercados, fase actual de la etapa histórica capitalista, se caracteriza por la interconexión del mundo. Esta interconexión es por un lado inevitable, porque el capitalismo se desarrolla en una tendencia en la que las reglas de los grandes grupos económicos tienden cada vez más a asumir dimensiones mundiales. Y por el otro, la interconexión nunca se da de un modo simétrico, generalmente las normas culturales de los países con mayor poder ultrapasan las lógicas locales. Es decir, los espacios transnacionales se construyen desde las jerarquías y no desde relaciones igualitarias. (ZALLO, 2005). La privatización, la formación de conglomerados y la transnacionalización del negocio se tornaron tendencias incontrollables, particularmente en relación con la composición del capital y el control de las empresas (OTHON, BRITTOS Y SIMIS, 2005). La globalización de los mercados y la inscripción de la cultura y la comunicación en la lógica del capital traen como consecuencia la constitución de una cultura mundial, que inevitablemente se desarrolla por las necesidades del capital internacional y no en función de las necesidades, gustos y costumbres locales. La desterritorialización de la cultura y la comunicación acompañan las lógicas del capitalismo monopolista.

En síntesis, la fase actual del capitalismo se caracteriza, según Garnham, por una creciente concentración de los capitales en los sectores claves de la tradicional producción industrial y paralelamente por una creciente caída del margen de beneficio; la búsqueda constante del capital de nuevas áreas de inversión y por el desarrollo y la industrialización del sector terciario (GARNHAM, 1979).

Para el análisis de esta investigación nos centraremos en dos cambios importantes que se gestaron a partir de la reestructuración del capitalismo, bajo lo que se llama el neoliberalismo y pos neoliberalismo. Por un lado, el nuevo rol del Estado, su regulación o re-regulación (mal llamada desregulación). Y por el otro, la búsqueda de rentabilidad y de acumulación de capital en áreas antes no productivas, es decir, la inscripción de la cultura dentro de la lógica de capital. Entendiendo a la comunicación y la cultura como áreas centrales de acumulación de capital que forman parte de la base productiva que sostienen al capitalismo avanzado.

La cultura como área central de acumulación capitalista:

De manera tradicional la cultura ha sido concebida como un gasto para los Estados nacionales. Sin embargo en esta nueva fase capitalista, se extiende la lógica de la rentabilidad y la búsqueda de acumulación a áreas sociales y culturales, antes ajenas a la lógica económica. La producción cultural y simbólica, actividades “inmateriales”, han adquirido, en los tiempos que vivimos, un papel más que relevante en la acumulación global del capital (GARNHAM, 1979).

La tendencia a la comercialización y privatización de la cultura obedece a una necesidad del sistema económico en que predominan las reglas económicas de los grandes grupos industriales. Que producen, distribuyen y comercializan para un mercado mundial. En síntesis, bajo el capitalismo monopolista, la superestructura se industrializa, es englobada por la estructura (GARNHAM, 1979). La industrialización de la cultura conlleva la búsqueda de la rentabilidad en la producción de bienes culturales. A partir del último del siglo XX, el descubrimiento de la cultura y de la comunicación como recurso estratégico en la acumulación de capital pone en cuestión no sólo el desarrollo económico local sino también la identidad cultural de las regiones y de los países.

En esta investigación entenderemos a las industrias culturales como “el conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares-industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza, y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”(ZALLO,1988).

Las industrias culturales, al igual que cualquier industria como la automotriz o la manufacturera, buscan generar ganancia y rentabilidad. No obstante se diferencia de ellas por el tipo de bienes que produce: bienes simbólicos. Las industrias culturales unen dos lógicas: la lógica de la producción simbólica y la producción de capital. El factor principal de las industrias culturales es la capacidad de transformar contenidos culturales, simbólicos en valores económicos. Las mercancías de las industrias culturales tienen pues un triple valor: el simbólico, el material y su no escasez.

Las lógicas de funcionamiento de las industrias culturales poseen particularidades. Según Zallo, éstas se pueden resumir en: aleatoriedad de los ingresos, la ausencia de relación inmediata de los costos productivos con las rentas generadas, la proporcionalidad del costo de creación, el peso de ingresos ajenos a la venta, entre otros (ZALLO, 1988).

La industria del cine, como cualquier industria cultural, se destaca por producir, distribuir, reproducir y hacer circular contenidos simbólicos, es decir intangibles. Sin que ello reduzca la importancia de su dimensión económica, material y tangible (GETINO, 2009). Como sostiene Zallo, las industrias culturales, en este caso la del cine, constituyen simultáneamente un área de reproducción del capital y un área crecientemente dominante de la reproducción social (ZALLO, 1988).

La producción cultural industrializada circula en redes transnacionales de comunicación. La producción de cine forma parte de los bienes que se compran y venden a nivel internacional. La producción de contenidos intangibles o simbólicos no está destinada al consumo físico, sino más bien a demandas culturales y a la construcción de valores e identidades locales. Es por esto que adquiere relevancia el hecho de que cada vez más consumimos bienes y mensajes culturales desterritorializados.

La industria del cine, produce por un lado, un objeto tangible, por ejemplo una película, un DVD, y por el otro un componente intangible. La potencialidad de esos objetos es la de construir valores e identidades (PERELMAN, SEIVACH, 2004).

La edición de video se ha estabilizado y forma hoy una nueva subrama¹ (ZALLO, 1988) dentro de la industria del cine. Cada vez más, posee su propio mercado y su propia lógica. Muchas películas saltean la exhibición (porque lo deciden o porque directamente no acceden al espacio para ser exhibidas) en cines y son lanzadas al mercado en DVD o en la televisión. Si bien esta investigación tendrá en cuenta el mercado del video, sostendremos que éste es una ventana más de exhibición que encontró la industria del

¹ Zallo (ZALLO, 1988) retoma la definición de Palloix de rama: *“la rama es la forma productiva que debe tomar el proceso de producción inmediato en cuanto a la producción de capital y su movimiento de valorización, de renovación” (...)* En cada rama actúa la tendencia a la igualación de las condiciones de la producción (por la competencia entre los productores) y la tendencia a la igualación de las tasas de beneficios (por la competencia de los capitales).

cine para hacer circular películas que ya fueron o nunca serán proyectadas en las salas. O mejor dicho, el mercado del video compensa, pero no resuelve, los límites de los mercados de exhibición. Más aún cuando, en la última década, la digitalización de las películas, el acceso masivo a Internet y la copias “ilegales” han afectado seriamente el modelo de negocio del video.

Con respecto al modo de organización del trabajo, la industria del cine tiene un proceso de trabajo netamente integrado y capitalista (ZALLO, 1988). El conjunto del proceso productivo se ajusta al “guion de trabajo” que determina la organización industrial del film. Las fases de realización del film son dispares y distintas en duración. La más corta es la de la filmación y realización. Pues los costos de alquiler de equipo y de contratación de personal hacen que los productores y directores acorten los tiempos para evitar mayores costos. La relación asalariada en el cine se da de modo mayoritario. Los autores y directores son los únicos que poseen un estatuto híbrido en tanto asalarización y derechos de autor (ZALLO, 1988). El resto de los trabajadores constituyen la masa salarial de la industria del cine.

La película es el resultado de la producción cinematográfica, su producto industrial. Y posee características propias: es un producto reproducible y requiere de una importante inversión por unidad. Dicha inversión debe hacerse antes de haber conseguido algún tipo de ingreso. Es decir, la producción de cine es costosa al inicio de la fase de producción, que además debe hacérselo previo a cualquier ingreso. Paralelamente la recuperación de dicha inversión es aleatoria y posterior al lanzamiento del film.

En simultáneo el costo del cine es alto al comienzo, pero no en su reproducción. Es decir, posee costos decrecientes. El costo inicial de un film no varía según la cantidad de público que lo vea. Por lo tanto a mayor cantidad de público que consuma la película, más rápido se amortizan los costos. Es por esto que los países que dominan el mercado del cine (Estados Unidos, China y Japón) poseen ventajas comparativas respecto a los demás países. Pues son países con altas tasas de población, permitiéndoles amortizar los costos en el mercado local. Todo ingreso proveniente de mercados extranjeros representa para

estos países ganancias absolutas, pues ya han saldado los costos de producción en el mercado local.

Paralelamente en la reproducción del film se generan economías de escala. En este sentido, Zallo plantea que “el costo por copia tiende a reducirse a medida que aumenta la reproducción. Sin embargo no hay un reflejo de esas economías de escala a la hora del precio ni en distribución ni en exhibición. Los precios de las entradas de cine no varían con cada film” (ZALLO, 1988).

Por último, el cine es una actividad de gran aleatoriedad. Pues no hay relación directa entre los costos, la calidad del film y su aceptación por parte del público.

Lo importante aquí es que la industria del cine no sólo exporta películas, sino también valores, costumbres y representaciones sociales. La cinematografía, como parte de la industria audiovisual, sigue siendo un vehículo privilegiado para contarnos (a nosotros mismos y a los demás) quiénes y cómo somos. La problemática actual, mayormente dentro de la industria del cine, es que un solo país, o unos pocos, le cuenta al resto no sólo cómo es él mismo, sino también cómo somos nosotros (SANCHEZ RUIZ, 2005). Por tanto, la mayor o menor capacidad de los Estados de invertir, producir, facturar, contratar, difundir y exhibir cine tendrá como correlato su impacto social y simbólico en los valores producidos dentro y fuera del país. Es por esto que el desarrollo de políticas estatales para el fomento y la mantención de una industria del cine debe tener en cuenta las dos dimensiones: lo económico y lo simbólico cultural.

La industria del cine se convierte en un campo de disputa política, cultural, económica y de construcción de sentido. Por ello es de suma importancia poseer políticas públicas estratégicas para orientar al sector.

El rol del Estado y las políticas públicas:

El surgimiento del cine fue resultado de los cambios tecnológicos, de la Revolución Industrial de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. El cine fue hijo de la combinación

de la fotografía y del sonido grabado, conectó arte y tecnología. Pocos años pasaron para que este nuevo invento se haga masivo. El cine es indudablemente un producto cultural industrial que nació fuertemente vinculado con el desarrollo capitalista.

En nuestro país el cine surgió decididamente industrial. La importación de equipos de Estados Unidos, la construcción de estudios al estilo norteamericano, la contratación de equipos técnicos, de actores, la producción de copias y la distribución masiva de los productos, habla de ello.

Si bien el cine nació, en Argentina, con un modelo de negocio ligado al sector privado, más parecido al modelo estadounidense, este modelo entró en crisis y fue necesaria la intervención del Estado. La actividad cinematográfica debió reformularse y adoptar nuevas estrategias de mercado.

El Estado ha sido y sigue siendo un actor fundamental en el desarrollo de la industria cinematográfica porque cumplió y cumple un rol central en el sostenimiento de la industria cinematográfica argentina, pero tiene distintos grados de incidencia y de capacidad de acción en los distintos sectores de la industria cinematográfica.

El Estado en acción:

Retomando la perspectiva de Oslack y O'Donnell el Estado es quien debe mediar los intereses de los distintos actores que están en disputa por la definición de la cuestión y su posible resolución. Es el Estado quien debe formular e implementar las políticas públicas, articulando los distintos actores con sus distintas demandas y necesidades.

En esta investigación sostendremos junto a O'Donnell y a Mabel Thwaites Rey que el Estado no puede separarse de la sociedad ni puede ser llamado neutral o imparcial. O'Donnell nos permite analizar al Estado como “la relación básica de dominación que existe en una sociedad, la que separa a los dominantes de los dominados en una estructura social (O'DONNELL, 1979). En la construcción de la sociedad capitalista el Estado es “el garante de la relación social capitalista” (MABEL THWAITES REY; 2005)

porque es “la asimetría y antagonismo entre los propietarios de los medios de producción social y los productores directos lo que está en la base de la desigualdad de la relación estatal en el capitalismo” (MABEL THWAITES REY; 2005). Es el Estado quien posee el monopolio de la coacción por tanto nunca el Estado es neutral o imparcial, “el Estado, no es solo el garante, o el representante de las clases dominantes, sino que es el garante de la relación global del capital” (MABEL THWAITES REY; 2005).

Para comprender la puesta en acto del Estado, materializadas en políticas públicas, entendemos, junto a Mabel Thwaites Rey (2005) que debemos ir más allá de la dinámica interna del aparato, es decir su modo de funcionar burocrático, y del patrón de relaciones que la definen. Es por esto que sumamos a la investigación los conceptos de: régimen y gobierno. Mabel Thwaites Rey (2005) redefine a partir de lo teorizado por Tarcus (1992) al Estado como la “condensación-materialización de determinadas relaciones sociales, al gobierno como un espacio decisivo dentro del aparato estatal y al régimen como una estructura formal que define los aspectos centrales de la circulación del poder y la construcción de políticas públicas. De ahí que no todo cambio de gobierno implique un cambio de régimen, ni tampoco todo cambio de régimen implique la alteración de la forma Estado. Sólo una alteración profunda del modelo de acumulación y del tipo de estructura de clases estaría indicando una transformación estructural de la forma histórica de Estado” (MABEL THWAITES REY; 2005).

Políticas públicas, de comunicación y de cine:

Como se ha visto en esta fase capitalista se dan varios cambios, a saber: la concentración de propiedad, la búsqueda de rentabilidad a nuevas áreas, la acentuación de la concentración, la centralización del capital, la internacionalización del mercado, entre otros. Estos cambios traen como consecuencia que “los Estados nacionales pierden capacidad de regular la economía, frente al poderío inusitado del sistema financiero internacional y del gran capital productivo oligopolista globalizado” (BOLAÑO, 2005). O

dicho en otros términos, algunos Estados, los siempre más débiles, pierden peso frente a los Estados más fuertes. Es decir, los Estados comienzan a regular la economía y demás sectores de la sociedad de modo distinto frente al surgimiento del sistema financiero internacional y del capital globalizado.

La intervención del Estado ha ido perdiendo peso como “operador o gestor de dinero directo, con tendencia a destacar su papel arbitral y a disminuir incluso su rol como instrumento de fomento” (BUSTAMANTE, 2005). En el sector cinematográfico es necesario pues saber que el Estado no sólo regula, o intenta regular, actores nacionales, sino también internacionales. Y es allí, por el gran peso que poseen éstas corporaciones mediáticas internacionales, donde el rol del Estado adquiere notable importancia.

En esta investigación definiremos junto a Oszlack y O'Donnell a las políticas públicas como un “conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil” (OSLAK Y O'DONNELL, 1984). Una cuestión según los autores, son asuntos (necesidades, demandas) socialmente problematizados” (OSLAK Y O'DONNELL, 1984). Por tanto en la investigación, se tendrán en cuenta no sólo el conjunto de iniciativas y respuestas (explícitas o no) que tiene el Estado en relación a la industria del cine, sino también el grado de influencia y de penetración en el sector que cada una tenga. Así como también los actores que intervienen en la definición de la cuestión y en el proceso de resolución, ya sea ideando la política como también receptándola.

La política de cine es, por un lado, una política estatal. Pero no es cualquier política dirigida y fomentada desde el Estado, pues es también una política de comunicación. El cine es un medio masivo de comunicación, y como tal, posee características específicas que prefiguran una regulación y normativa diferente de otras áreas.

Si bien partimos de la definición de política nacional de comunicación de Beltrán como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo co-herente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en

un país” (BELTRÁN, 1976), creemos que es menester asumir que esta definición es amplia y abstracta. Por tanto asumimos también la definición que Margarita Graziano, quien sostiene que una Política Nacional de Comunicación debe partir de “la consideración de que la dimensión cultural y comunicacional es un área prioritaria de trabajo en la cual el Estado debe concentrar esfuerzos, decisiones y recursos para cumplir con uno de los requisitos básicos de la consolidación democrática: el brindar al ciudadano no sólo el acceso a la información necesaria para la formación de opiniones sino también el garantizar los mecanismos efectivos para la libre expresión de su pensamiento” (GRAZIANO, 1986).

El Estado, por tanto, debe ser garante y estimulador de la libertad de expresión, al mismo tiempo que vigilante y regulador de los distintos intereses de los actores que intervienen en el sector. Como sostiene Graziano debe “impedir cualquier manifestación que cercene su ejercicio o propicie su uso elitescos y privilegiado asentado en el poder económico, político o social” (GRAZIANO, 1986).

Si bien el cine es un medio masivo de comunicación, y está inscripto dentro de las políticas de comunicación, (y éstas dentro del conjunto de las políticas públicas), es menester resaltar una vez más que como Industria Cultural posee características propias. Las particularidades que posee el sector cinematográfico en su conjunto obligan a formular conceptualmente una definición de lo que es una política estatal dedicada a la industria del cine.

Sólo a modo operativo esta investigación definirá como política de cine al conjunto de acciones (leyes, decretos, resoluciones y gestiones gubernamentales y estatales) y omisiones destinadas a incidir sobre todos o alguno de los sectores que componen la actividad cinematográfica (producción, distribución y exhibición). La política de cine puede atender demandas de actores de la industria o bien promover iniciativas surgidas desde el mismo Estado.

Es preciso aclarar que cuando nos referimos a un conjunto de normas, leyes, decretos o gestiones, pretendemos pensar el problema comunicacional desde su diversidad más amplia. Es decir, intentar pensar el problema de la política del cine con sus

actores, con los intereses que representan, con las relaciones de poder que se establecen y con la responsabilidad del Estado y las demandas de la sociedad civil. En este sentido entendemos a la planificación estatal en el sector cinematográfico más allá de las regulaciones. A lo largo de la investigación pensaremos en los conflictos sociales, en la pluralidad política, de voces, en los intereses que cada actor intenta imponer, siempre dentro del contexto económico y político de la última década en la Argentina.

Además es preciso tener en cuenta que las problemáticas de planificación de comunicación cada vez más se deciden en planos supranacionales. Por tanto el Estado no sólo debe considerar a los actores que intervienen en su mercado nacional, sino también a los actores que por fuera del lo local inciden de manera directa en las decisiones que el Estado debe y puede (o no) tomar.

Cada vez en mayor medida, son las empresas multinacionales quienes deciden el modo de regulación que los Estados (y más aun los del Tercer Mundo) adoptan. Las corporaciones internacionales y otras nacionales siempre orientan sus intereses de acuerdo a criterios económicos. Por tanto las corporaciones presionan siempre a su favor o, dicho en otros términos, por el libre mercado. El rol del Estado y su capacidad de incidencia es determinante, pues debe garantizar que todos los actores del mercado cinematográfico puedan tener posibilidad de elección y que los ciudadanos accedan a su derecho a la cultura y el derecho a la comunicación. Y que se garantice la participación de todos los actores intervinientes en el mercado no sólo en la instancia de la discusión de la política de cine sino también en la instancia de la toma de decisión. Pues la mayor participación en la instancia de la discusión no garantiza la real participación en la toma de decisiones.

La presencia permanente del Estado:

No es posible comprender y analizar la política de cine desarrollada en el período 2002-2012 sin detenerse en la configuración del Estado en los años precedentes, es decir,

durante los años del neoliberalismo. Esta investigación discutirá con dos concepciones acuñadas en el campo académico y mediático respecto al rol del Estado en este período. En primer lugar, se discutirá y rechazará el concepto de “desregulación” por parte del Estado. Algunas corrientes económicas sostienen que el Estado, en el contexto neoliberal, dejó de regular y de intervenir en el mercado. En segundo lugar, se rechaza la idea de que el Estado sólo interviene de modo explícito, es decir, mediante normas, decretos o leyes.

Durante la década de los '90 se consolidó el proceso por el cual el Estado cambió sustancialmente su modo de intervenir en la realidad: su posición frente a la cultura, la educación, la salud, o el sistema de medios de comunicación. Lejos de dejar de regular, el Estado inició un proceso de re-regulación. Mastrini y Mestman sostienen que “aceptar el concepto de desregulación acríticamente lleva a pensar en la liberación completa del mercado. Es preciso abandonar la idea de una supuesta no intervención del Estado. El Estado sigue interviniendo, y cada vez más porque el mercado es cada vez más dinámico” (MASTRINI y MESTMAN, 1995).

La desregulación significaría de modo literal la quita de regulación. Pero como sostienen los autores no es posible la instancia de no regulación: “En la utilización del concepto de desregulación encontramos un intento de disfrazar la nueva dirección en la intervención encarada por una gran cantidad de gobiernos nacionales” (MASTRINI y MESTMAN, 1995). El Estado fue un actor importante para sentar las bases del nuevo modelo de acumulación. Como veremos más adelante, quizá la intervención estatal en el área cinematográfica durante la década de los '90 constituya la mejor refutación de la teoría de la desregulación a la que aludimos ya que en estos años, el Estado tuvo una fuerte intervención en la industria del cine. A diferencia de lo que ocurrió en otras áreas el cine durante los 90 fue un sector que no fue tan afectado por las medidas neoliberales. Porque fue un área en el que el Estado no quitó su ayuda económica. Durante estos años, muchos sectores de la cultura dejaron de recibir financiación por parte del Estado. En cambio, el cine mediante el decreto 1633/89 (entre otros) logró establecer una excepción mediante al cual continuó recibiendo financiación estatal. A partir del 2002, se han

modificado las características de la intervención del Estado, pero no la presencia o ausencia del mismo.

Con relación al segundo punto, en consonancia con el primero, esta investigación sostiene la idea de que el Estado siempre toma una posición respecto a las problemáticas sociales. La mayoría de las veces se analizan las respuestas explícitas que da el Estado respecto a una temática: normas, leyes, resoluciones, gestiones, etc. Pero el hecho de que el Estado no emita una resolución, norma o ley respecto a un determinado tema, también es una toma de posición. Tanto la acción (explícita) como la inacción (generalmente implícita) serán analizadas siempre como una toma de posición por parte del Estado. Se considerarán por tanto no sólo el modo explícito del Estado de intervenir en el sector cinematográfico, sino también las inacciones que el Estado de un modo u otro también propicia.

MARCO METODOLÓGICO:

Para estudiar las diferencias que existen en materia de regulación al interior de los distintos sectores de la industria cinematográfica nacional, esta investigación se inscribe dentro de la metodología cualitativa. Este enfoque nos permite producir datos descriptivos y analíticos. Al mismo tiempo, nos habilita a desarrollar conceptos propios para analizar la construcción de la política de cine durante la última década. Esta metodología también permite analizar las razones por las cuales se tomaron determinadas normas o políticas de cine y no otras. No sólo el cómo de esta decisión, sino también el porqué y el cuándo.

El análisis de las políticas públicas nos permite observar al Estado en movimiento, es decir, la materialización de la acción y omisión del Estado respecto a una determinada temática, en este caso con relación a la industria del cine. Buscaremos mostrar las diferencias que existen en favor de las políticas de cine dirigidas al sector de la

producción, de la exhibición y la distribución. Y también el modo en que el Estado responde a las demandas de los distintos actores que intervienen en el mercado del cine.

Para analizar al Estado en movimiento, es decir, a través de políticas públicas investigaremos los periodos previos al surgimiento de las mismas. Según Oslack y O'Donnell (1984) la herramienta de solución de una cuestión aparece una vez que ésta es constituida como tal. Es decir, las cuestiones no son necesariamente los problemas más importantes o más urgentes que atañen a una sociedad, sino el problema que logra visibilidad y posicionamiento en la agenda pública o mediática. Es por esto que en esta investigación intentaremos dar cuenta de los actores (productores, instituciones de Estado, exhibidores, distribuidores, etc) que permitieron la construcción de las cuestiones como tales.

Paralelamente se analizarán las relaciones de poder que existen entre los actores, pues sus posibilidades de imponer un tema como problema o de construir una cuestión como tal difieren según las posiciones de cada uno dentro del campo del cine. Cabe aclarar también que no todos los actores intervienen en la definición de todas las cuestiones. Es por ello que analizaremos en cada caso cuáles son los actores que intervienen y su grado de incidencia en la definición de la cuestión, y en la posible implementación de la política.

A su vez, analizaremos el modo en que las políticas públicas de cine definen a la comunicación. Pues si la concepción que éstas políticas tienen de comunicación es como servicio, y no como derecho, puede quedar concebida como una mercancía que se compra, vende y produce para un mercado determinado.

El INCAA no solo debe negociar con actores nacionales sino también con empresas multinacionales que en muchos casos toman decisiones que repercuten en el mercado cinematográfico local y que escapan a los límites y el poder de decisión del Instituto.

El estudio de políticas públicas que intentaremos llevar adelante busca desagregar medidas y acciones de distintos actores y poner en “movimiento” al Estado a través del INCAA. Para ello se buscara dar cuenta del proceso social que se construye alrededor del surgimiento de la cuestión, como tal, su tratamiento y resolución.

Para dar cuenta de las políticas públicas de la *década kirchnerista* en el mercado cinematográfico, también nos abocaremos a dar una visión detallada de cómo y porque un conjunto de actores actúan, de modo implícito o explícito respecto de ciertas cuestiones y no de otras. Para lograrlo, buscaremos identificar los grados de autonomía que los distintos actores poseen, su capacidad de movilizar recursos, sus conflictos y poder.

Si bien a lo largo de la década analizaremos casos de medidas tomadas por el INCAA, lo que se busca es poder encontrar continuidades y rupturas a lo largo de la década en el accionar del Instituto para dar cuenta el sistema de relaciones que se genera al interior de cine local y el modo de construir políticas públicas.

En esta investigación buscaremos analizar el porqué del surgimiento de las políticas públicas. Pero no visualizaremos al Estado como un ente pasivo que resuelve las demandas de distintos actores. Pues se cree que el Estado es un actor más, con sus propias particularidades, dentro del mercado del cine. Que también puede ser quien implemente medidas motorizado por sí mismo. Se buscará pues dar cuenta del momento previo al surgimiento de la cuestión. Pues el modo en que se la definió, los actores intervinientes en la descripción de la problemática, los recursos con los que se cuenta, el poder relativo de los actores que definen y no a la cuestión inciden de una manera decisiva en la definición de la política. El análisis previo al surgimiento de la cuestión (o de las cuestiones) nos permitirá tener una radiografía del accionar del INCAA y de los actores con los que se mueve en la arena de políticas.

Este análisis también intentara dar cuenta de las consecuencias que las políticas públicas tienen. Pero no nos detendremos en la visión que establece a los resultados como consecuencia de la política y de su implementación o adopción. Pues se sostiene que los impactos que las políticas pueden tener, pueden ser consecuencia justamente de cómo fue definida la cuestión. Es decir, más que impactos analizaremos las consecuencias que las políticas tuvieron sobre el mercado. Pues se sostiene que en el mercado no sólo influye la política analizada sino también otras que no competen a este estudio. Además hablar de impactos deriva en la percepción de que una política unilateralmente genera

resultados, independientemente del contexto social e histórico. Analizar consecuencias, habilita a contextualizar y a definir los resultados de la políticas en su contexto. Tendremos en cuenta que las consecuencias de las políticas devienen del modo en que se origino, de cómo se definió el problema y contexto social desde el cual surgió y se definió.

A lo largo del estudio de las políticas de cine y sus consecuencias, analizaremos la dimensión temporal que le son intrínseca. Por tanto, nuestro análisis se basará en un estudio de secuencia de medidas, de acciones y omisiones, de continuidades y rupturas que darán cuenta de las particularidades que tienen las políticas públicas que se conformaron a lo largo de la *década kirchnerista* el cine argentino local y particularmente la posición adoptada por el INCAA a lo largo de estos años.

Teniendo en cuenta el objetivo general de este trabajo, la investigación se desenvuelve en dos etapas:

En primer lugar se analizarán las normas, resoluciones, leyes y acciones e inacciones del Estado de modo cronológico y contextualizado en la última década. Se estudiarán las políticas de cine destinadas a cada sector: producción, distribución y exhibición.

En segundo lugar, se analizarán las consecuencias que dichas políticas de cine tuvieron y tienen en el sector de la industria cinematográfica. Siempre teniendo en cuenta que las políticas no siempre afectan de modo igual a los distintos actores intervinientes. Los agentes en un campo específico se distinguen por la capacidad de incidencia que tienen no sólo en el mercado mismo, sino también sobre el Estado. En este análisis el Estado no es un actor más, sino aquel que debe garantizar que no se cercene el derecho de comunicación en el mercado cinematográfico.

Para esto nos serviremos de un corpus de análisis conformado por tres medios: dos diarios y una revista especializada en la industria cinematográfica. Se seleccionarán todas las notas publicadas entre 2002 y 2012 relacionadas con el cine argentino en el Diario Clarín y La Nación. Ambos diarios fueron elegidos por ser los de mayor tirada y por tanto los que poseen mayor capacidad de generar opinión pública.

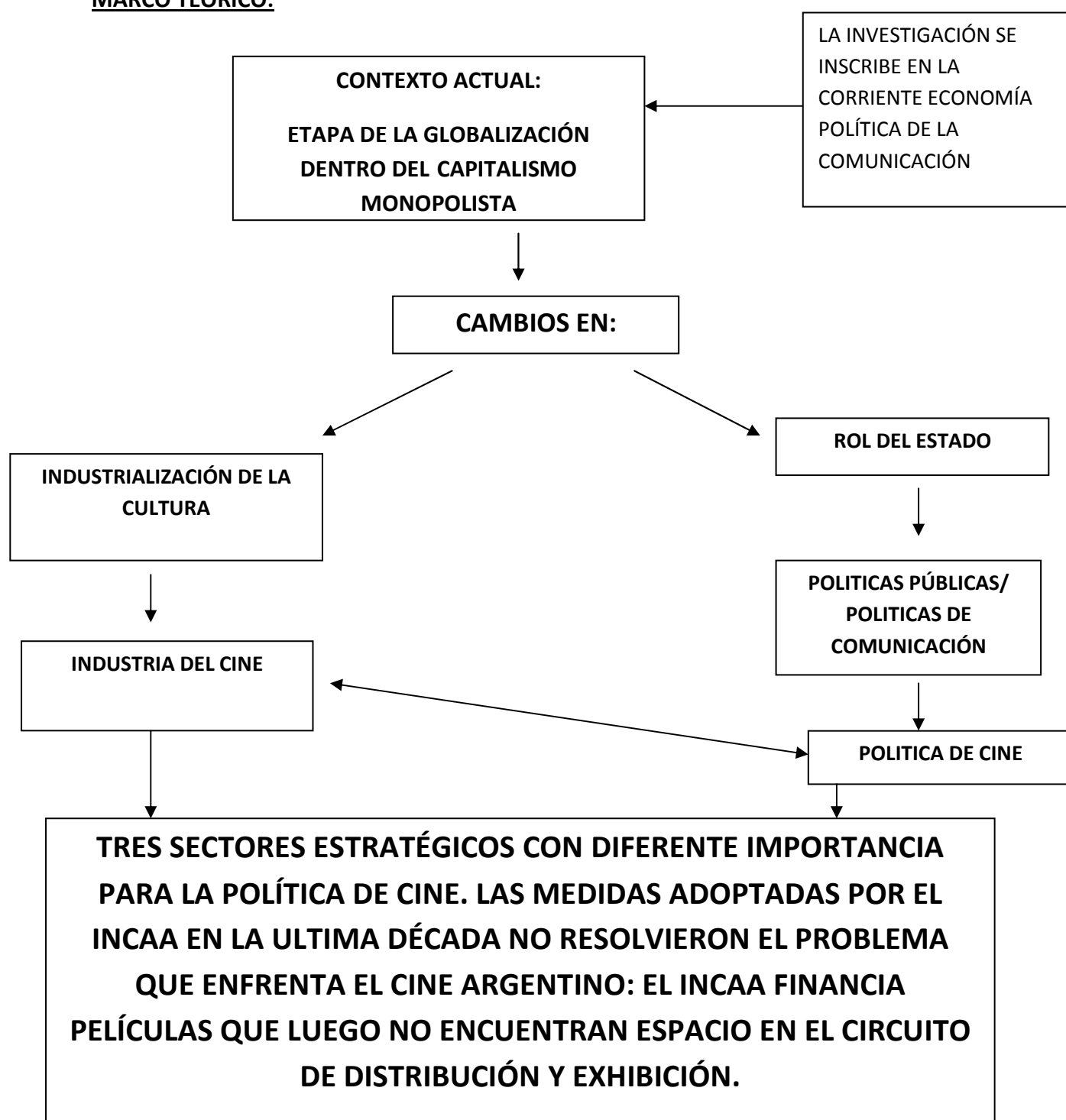
Paralelamente se basará en todas las publicaciones de 2002 a 2012 de la revista especializada en cine “Haciendo Cine”. Según los propios integrantes de la revista “nunca se planteo definir que tenía validez en el cine y que no, así como tampoco se detuvo a realizar inspecciones minuciosas sobre las obras. Sino, más bien, acompañar sus procesos de construcción, reflexionando sobre sus estados y necesidades” (...) “En HC defendemos la posibilidad de poner estos temas en escena, no solo para hacer circular información que poseen unos pocos, sino también para evidenciar discrepancias internas, para que ayude a una mejor definición de las políticas a tomar.”².

² Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

Cuadro sinóptico: Capítulo 2: Marco teórico – metodológico

A continuación se desarrolla un cuadro explicativo que vincula el marco teórico con la hipótesis de investigación. La sinopsis parte de los cambios producidos en el capitalismo actual, desarrollados por autores de la corriente economía política de la comunicación.

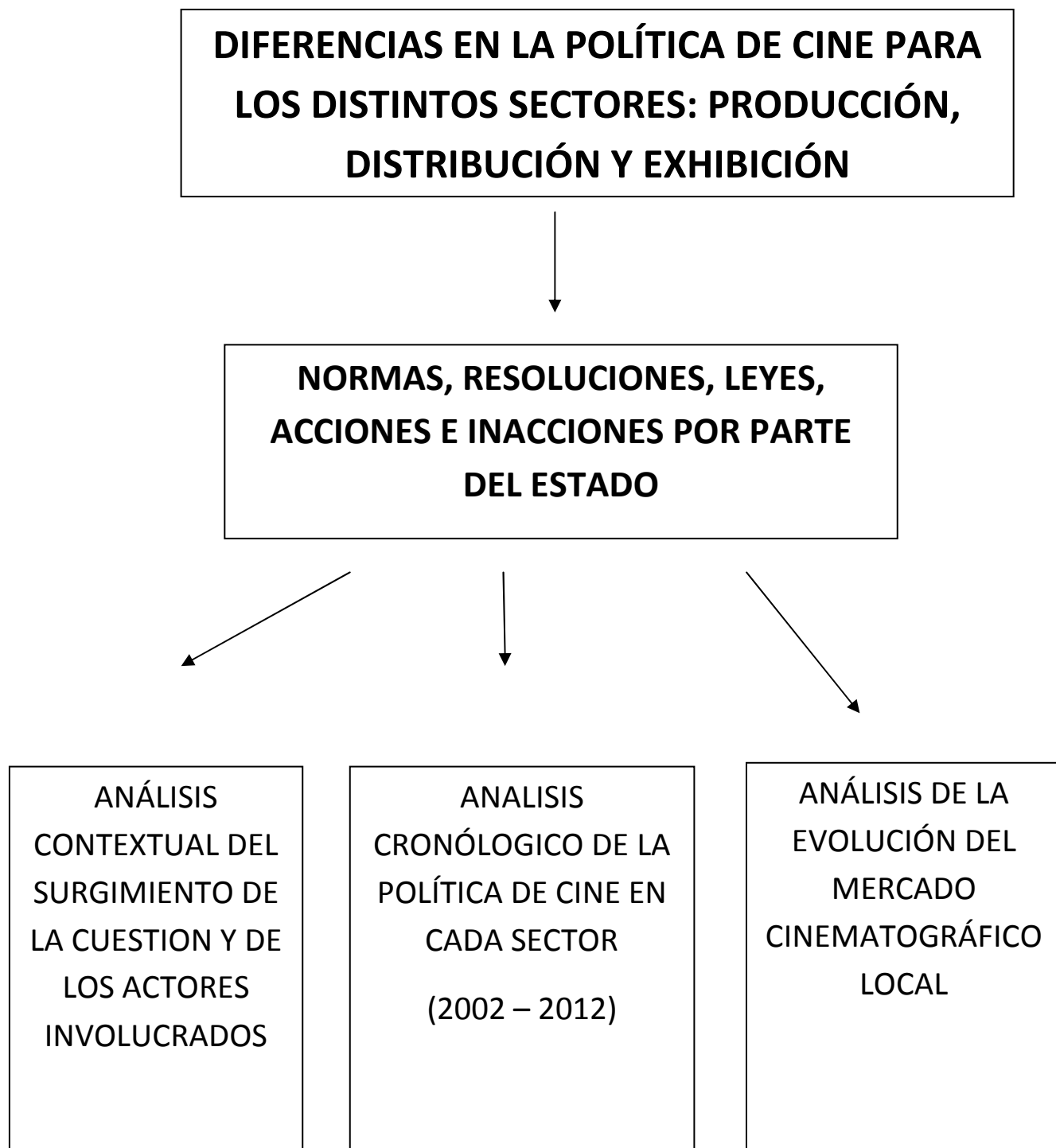
MARCO TEÓRICO:



Esta investigación se inscribe dentro de los estudios de la economía política de la comunicación, que se ha ocupado de caracterizar la actual etapa de globalización dentro del capitalismo monopolista. Dicha etapa ha provocado cambios respecto del papel que cumplen las industrias culturales (en virtud de su creciente importancia en la generación de rentabilidad) y también respecto a la fisonomía y el rol de los Estados nacionales y la política pública que llevan a cabo. En ese contexto se desarrolla la política de cine del Estado argentino en el período 2002-2012, con estrategias disimiles según los sectores de la industria.

MARCO METODOLÓGICO:

El marco metodológico aparece sintetizado en el siguiente cuadro:



La política de cine, de acuerdo a la definición operativa propuesta, es el conjunto de normas, resoluciones, leyes, gestiones, en suma, acciones y omisiones que implementan los funcionarios estatales con el objetivo de regular e incidir en la evolución del mercado cinematográfico local. Para analizarla en profundidad, se procederá a un análisis cronológico de las medidas tomadas para cada sector, así como a un análisis de las características y la evolución del mercado. También se realizará una caracterización del contexto social y político en el cual surgen y se desarrollan la política de cine, así como también los actores que participan en ella.

//CAPÍTULO 3:

LA NECESIDAD DEL ESTADO EN EL MERCADO DEL CINE Y LA POLÍTICA DE CINE PREVIA A 2002 //

En este capítulo nos proponemos ahondar en la acción del Estado, específicamente en lo que refiere a las políticas de cine. Entendemos que toda política pública refiere a las demandas de algún actor, actores o grupos de personas que conforman la sociedad (o del propio Estado). Cada cual con sus intereses y reclamos particulares. Las políticas por tanto, son (o serían) el resultado de un proceso, mediante el cual se insta a resolver y a modificar una situación de hecho.

Comprendemos también que las políticas no pueden ser entendidas sin su contexto político, económico y cultural. Es por esto, que en éste apartado hacemos énfasis no sólo en las políticas de cine de la *década kirchnerista* sino también en el contexto que le dio origen.

Sostendremos que no se comprende el accionar del Estado (durante los gobiernos *kirchneristas*) si no se analiza la *década menemista* ni el período de mayor crisis de representatividad política y económica que sufrió la argentina en 2001.

Proponemos pues, en este capítulo un recorrido que estará dividido en dos partes: por un lado un análisis de la necesidad de la intervención del Estado en la industria del cine. ¿Por qué el Estado debe mantener su intervención en las industrias de cine? ¿Cómo es el mercado del cine para que esto ocurra? ¿Quiénes son los beneficiarios de esta intervención?. Una segunda parte en donde se analizan las políticas de cine que se gestaron durante los años menemistas. Los cambios ocurridos durante el 2001 y la recuperación de la autarquía por parte del INCAA en 2002.

En el siguiente capítulo se presentará un análisis exhaustivo de las políticas de cine durante la década que nos compete: los gobiernos *kirchneristas*. Este apartado lleva la misión de poder tejer lazos de continuidad y ruptura entre los gobiernos *kirchneristas*, en materia de políticas de cine, con los periodos que los preceden.

PARTE I. LA NECESIDAD DEL ESTADO:

Desde mediados del siglo XX, el Estado ha sido en nuestro país un actor fundamental en el fomento de la industria cinematográfica. El desarrollo de una política de fomento a la producción cinematográfica local está basado, por un lado, en la necesidad de preservar y difundir valores culturales propios, consolidar la identidad nacional y dar cuenta de las problemáticas históricas que nos atraviesan como argentinos. El cine, en el contexto de la producción audiovisual, expresa los diferentes modos en que construimos nuestros imaginarios sociales, el pasado y el presente, y por lo tanto representa un lugar privilegiado para comprender cuáles son los temas y las problemáticas que nos identifican en tanto parte de un universo social y cultural.

Por otro lado, el cine, en tanto industria, es generador de empleo y dinamizador de la economía nacional. Su doble condición de producto cultural e industrial ha tendido a ocultar muchas veces la relevancia del aspecto económico-material de la actividad. Por poner sólo un ejemplo, entre enero y julio de 2012 la industria cinematográfica produjo ganancias por 868,71 millones de pesos. Sólo en julio de 2012 la venta de entradas alcanzó los 242 millones de pesos, el mejor mes en recaudación desde 2004.³ Es indudable que, al margen de la cuestión de cómo se distribuyó esa cantidad de dinero y qué actores fueron los más beneficiados, el cine genera una enorme masa de dinero que tiene un impacto real en la economía, pues implica mayor liquidez y la generación y sostenimiento de miles de puestos de trabajo.

En “Valor y símbolo”, una publicación que sintetiza los datos obtenidos por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), Jorge Coscia sostiene que la cultura como sector de la economía “genera cerca de 11.000 millones de pesos al año, y el año pasado (año 2009) exportó por casi 2.000 millones de pesos. Dentro del total, el sector editorial y el audiovisual son las ramas que más actividad económica y empleo generan” (VALOR Y SIMBOLO, 2010). Mientras que la economía creció un 8% anual, la cultura lo hizo entre un 18 y 19% entre 2003 y 2010. En consecuencia, la producción de

³ *La Nación*, 5 de agosto de 2012, “Economía & Negocios”, pág. 4

bienes y servicios culturales alcanzó el 3,5% del PBI nacional. Coscia concluye su análisis afirmando que “la cultura no es solamente música, cuadros o libros, sino también puestos de empleo, producción y creatividad que genera riqueza” (VALOR Y SIMBOLO, 2010).

En el mismo sentido, Octavio Getino señala que “como manifestación cultural, la del audiovisual es por una parte una cultura culturalizante, reproductora de valores, actitudes y conductas originadas en el contexto productor, y por otro lado, como industria, ella es a su vez (particularmente en los casos del cine y la TV) una “industria industrializante” capaz de inducir, como ninguna otra, al consumo o empleo de bienes y servicios” (GETINO, 1999).

En los últimos diez años, el Estado ha reconocido con énfasis, a través de documentos escritos y declaraciones públicas de sus funcionarios, esta doble dimensión cultural/económica del cine. Y no sólo la reconoce, sino que busca legitimar su intervención tomando en consideración los dos aspectos.

Sin embargo, existen otros aspectos a través de cuyo análisis es posible comprender la importancia estratégica de la intervención del Estado en la industria del cine.

Dejando a un lado el aspecto cultural y simbólico, puede afirmarse que también en el plano de la estructura económica el cine comparte características con otras industrias culturales. La producción de películas, como la de cualquier otro producto cultural industrializado, es una inversión riesgosa, pues no es posible asegurar por anticipado la recuperación de la inversión. Al igual que en el resto de las industrias culturales, el éxito en la colocación de un producto cinematográfico en el mercado guarda un gran margen de imprevisibilidad, dado que no existen fórmulas precisas que aseguren rentabilidad a los productos culturales. Aún en el caso de Hollywood, que es lo más parecido a un conjunto de fórmulas probadas, suelen producirse grandes e inesperados fracasos de taquilla. La principal característica que el cine comparte con las otras industrias culturales, en el plano económico, es la inexistencia de un desempeño previsible en el mercado. Esto se verifica en la imposibilidad de determinar las razones de que un producto sea un éxito o un fracaso, aunque obviamente existen estrategias para disminuir los riesgos.

Si el cine, de acuerdo a lo que planteamos, comparte rasgos centrales a nivel cultural y económico con otras industrias culturales, tales como la industria discográfica o editorial, ¿por qué, entonces, a diferencia de lo que ocurre en esas industrias, el Estado cumple un papel determinante en su sostenimiento? ¿Qué razones llevan al Estado a jugar un rol determinante en la industria cultural del cine? Siendo evidente que su importancia a nivel cultural y económico no alcanza a explicar el interés histórico del Estado en sostener e incentivar específicamente la actividad cinematográfica, es necesario profundizar el análisis sobre la especificidad de la industria y el mercado del cine.

Sin Estado, (casi) no habría cine:

Lo que diferencia la producción de cine de otras industrias culturales, y al mismo tiempo justifica una fuerte intervención del Estado, tiene que ver con un problema de escala, en dos sentidos: la escala de la inversión necesaria para producir una película, y el tamaño del mercado que puede “absorber” dicha producción. Esto se combina con una tercera cuestión, a saber, el lugar que ha ocupado nuestro cine en el mercado local, especialmente a partir de la segunda mitad del siglo XX. Este último punto está vinculado al grado de influencia en nuestro mercado de otras cinematografías (en particular la norteamericana) que han logrado desarrollar una política de distribución y exhibición de sus productos a escala global.

Para comprender, entonces, por qué es imprescindible una política de fomento a la producción de cine local, es necesario reconocer la importancia de la combinación de tres factores clave: la escala de inversión, el tamaño del mercado y el lugar que ocupa la producción cinematográfica argentina en el mercado local o, dicho en otros términos, el grado de penetración de otras cinematografías en nuestro mercado.

La escala de la inversión:

A diferencia de otras industrias culturales, la producción de una película “requiere una importante inversión por unidad, variable según cinematografías y géneros. (...) Esta inversión ha de realizarse antes de que se haya obtenido ingreso alguno en concepto de demanda en salas” (ZALLO, 1988). Además la recuperación de la inversión es lenta y aleatoria porque depende de factores que no pueden controlarse desde la producción.

Producir una película, en comparación con un libro o un disco, es muy costoso. En agosto de 2012, en un contexto de aumento de la inflación y restricciones en el mercado cambiario, la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, firmó un decreto 1527/12 por el cual aumentó de \$3,5 a \$5,5 millones el monto máximo del subsidio que el INCAA otorga a las producciones nacionales.⁴ Ese monto bien puede ser considerado el valor promedio actual de una producción nacional. El tamaño de la inversión coloca al producto cinematográfico en una situación objetivamente diferente de otros productos industriales-culturales.

Tal como ya se adelantó en el Capítulo 2, el investigador español Ramón Zallo también señala diferencias importantes con otras industrias culturales respecto del modo de organización del trabajo, que son producto de la gran inversión necesaria para producir una película. Según Zallo, en el cine “el proceso de trabajo es netamente colectivo (...) siendo norma la asalarización por obra. Casi todo el proceso de trabajo es interior a la industria, al modo de organización capitalista aun cuando subsistan algunas figuras propias de la autoría. El productor controla el proceso global de producción. Los altos costes exigen una organización y capacidad financiera notables por película... y sin embargo el cine aún conserva rasgos editoriales” (ZALLO, 1988). Estos “rasgos editoriales” se encuentran todavía en la figura del director, aunque en los últimos años la orientación general de la industria tiende a subrayar la importancia de las superproducciones y el *star-system* en desmedro de la figura del “autor”. A diferencia por ejemplo de la industria

⁴ Página 12, 30 de agosto de 2012, “El país”, pág. 2 - 3

editorial, donde la separación entre instancia creativa y producción industrial es tajante, en la producción audiovisual “se da una plena industrialización del proceso de trabajo. Ya no hay una separación entre una producción cultural nacida fuera del modo de producción capitalista e integrada posteriormente para su conversión en valor de cambio apto al consumo de masas, sino que es desde la producción de capital como se produce el conjunto de la mercancía” (ZALLO, 1988).

Esto implica que, aún tomando en cuenta el modo de producción de cine “independiente”, tanto la escala de la inversión como el modo de organización del trabajo suponen inevitablemente un esquema industrial atado a la lógica del capital. El llamado “cine independiente” debe su nombre menos a una pretendida ruptura con el modo de organización industrial del trabajo en el cine que a una búsqueda de temáticas y formas de narrar de corte vanguardista o experimental, alejadas de los formatos del cine “comercial”.

Zallo agrega que “en la reproducción del producto cinematográfico hay economías de escala. El coste por copia tiende a reducirse a medida que aumenta la reproducción. Sin embargo no hay un reflejo de esas economías de escala a la hora del precio ni en la distribución ni en exhibición. Los precios de las entradas de cine no varían con cada film sino que son uniformes por periodos” (ZALLO, 1988). Dicho en otros términos, a diferencia de lo que ocurre con otras industrias culturales, el valor de una producción no tiene una relación directa con el precio final que paga el consumidor (el de la entrada de cine). Todo el mundo paga la misma entrada por ver producciones que quizá han tenido costos muy diferentes entre sí. Este aspecto aumenta el riesgo de pérdida para las grandes producciones pero no lo disminuye para las producciones más modestas.

Si se logra el primer paso, es decir, obtener el dinero y producir la película, luego hay que colocar la película en el mercado, o sea, ingresar el producto en los circuitos de distribución y exhibición. A partir de la fase de distribución la película empieza a competir con productos de otros mercados, en particular de EEUU, en una competencia absolutamente desigual.

El tamaño del mercado:

Sólo tres países (EEUU, China e India) logran recuperar los costos de inversión en su propio mercado, sin necesidad de que el Estado intervenga para subsidiar el costo de la producción. De acuerdo con Perelman y Seivach, “el tamaño y la fortaleza del mercado interno norteamericano se pueden reseñar en algunas cifras: en Estados Unidos hay 26.000 salas de exhibición y 1.200 millones de espectadores anuales, al tiempo que el 98% de los largometrajes comercializados en ese país son allí producidos” (PERELMAN Y SEIVACH, 2004).

Sin embargo, aún teniendo a favor un mercado tan grande, Perelman y Seivach señalan que “la industria cinematográfica norteamericana nació y creció con fuerte impulso estatal, bajo la concepción de que el cine generaba necesidades de consumo que el país podía satisfacer con la exportación de su producción al mundo, detrás de los filmes” (PERELMAN Y SEIVACH, 2004). Es decir que, sobre la base de un tamaño de mercado muy favorable, hubo una fuerte política de Estado que condujo a posicionar al cine norteamericano como el más poderoso del mundo. Las películas norteamericanas recuperan la inversión en su propio mercado y por lo tanto las ganancias que generan en otros mercados son netas, es decir, la suma de espectadores en otros países no aumenta los costos de producción (ya amortizados en el mercado de origen). Esto ha llevado a algunos autores como Julio Raffo (PERELMAN Y SEIVACH, 2004) a sostener que la colocación de productos norteamericanos en mercados extranjeros genera una práctica similar a la del “dumping”, porque la recuperación de los costos en el mercado interno posibilita comercializar los productos afuera a precios inferiores de los que serían necesarios para recuperar la inversión.

A esto se suma que el lanzamiento de campañas publicitarias a nivel mundial reduce los costos de publicidad en cada país. Perelman y Seivach (2004) agregan que tanto el costo de la copia como el impuesto a la importación de cada copia (bajo el régimen de importación temporaria) son valores marginales, y no guardan ninguna relación con el costo de producción de las películas.

En la Argentina, aún con subsidios y créditos del Estado, “las películas autóctonas sólo representan entre el 10% y el 15% de la recaudación total, y la cantidad de espectadores a filmes nacionales representa apenas el 0,25% de los asistentes estadounidenses a películas norteamericanas” (PERELMAN Y SEIVACH, 2004). Argentina cuenta aproximadamente con mil salas y 42 millones de espectadores anuales.

Teniendo en cuenta los datos anteriores referidos al mercado estadounidense, la cantidad de salas en Argentina representan menos del 4% de la cantidad de salas en EEUU, y la cantidad de espectadores apenas el 3,5 % de quienes van a ver cine en EEUU.

En noviembre de 2009, la presidenta del INCAA, Liliana Mazure, afirmaba: “tenemos un mercado chico, con lo cual nos lleva a tener que desarrollar un doble esfuerzo que es primero cubrir nuestro mercado, cosa que no sucede como debería suceder en toda su dimensión, y la otra es que nosotros tenemos que poder exportar nuestros contenidos”⁵. Con relación al mercado internacional, es muy difícil que una película que no ha logrado recuperar la inversión en el mercado local, logre hacerlo en otros mercados. En general, las películas que logran interesantes ventas en el exterior han, por lo menos, recuperado su inversión en el mercado local. Los casos de “Nueve Reinas” (2000) y “El hijo de la novia” (2001) constituyeron una bisagra en este sentido: hacia octubre de 2002, casi dos años después de su lanzamiento en nuestro país, “Nueve Reinas” había recaudado más de dos millones de dólares en España, 1.250.000 en EEUU y cerca de un millón en Inglaterra, mientras esperaba ser estrenada en otros países⁶. Para la misma época, “El hijo de la novia” había llevado más de 1.500.000 espectadores sólo en España, recaudando casi 7 millones de euros⁷.

La gran cantidad de películas argentinas producidas al año cuentan con pocas ventanas de comercialización. Condicionando esto, la recuperación de su inversión. Paradójicamente o no, la preocupación permanente por orientar la política del cine hacia

⁵ Agencia REUTERS (portal web), “Cine argentino apuesta exportación para seguir creciendo”, 30 de noviembre de 2009. Disponible en web en <http://ar.reuters.com/article/topNews/idARN3045204120091130>. [Consulta: martes 16 de octubre 2012]

⁶ *La Nación*, 22 de octubre de 2002, “Espectáculos” pág. 5.

⁷ *La Nación*, 22 de octubre de 2002, “Espectáculos” pág. 5.

un aumento del nivel y la calidad de las producciones tiende a generar aun más dificultades en el acceso al mercado. Pues se sigue invirtiendo en producción en detrimento de focalizar en los sectores de comercialización.

Cine criollo y cine de Hollywood en nuestro mercado:

¿Cuántas entradas debe vender una película argentina para recuperar los costos de producción? Si una entrada promedio, a mediados de 2012, está en el orden de los \$27,50⁸, hubiera sido necesario que cada película nacional venda al menos 180 mil entradas.

Los datos que publica el INCAA en su Anuario 2010 son muy útiles para analizar el desempeño de las películas argentinas en el mercado local en los últimos años. En 2010 se estrenaron 84 películas nacionales. Si sólo se toman en cuenta las primeras 40 películas, se observa que más de la mitad (21 películas) no supera los 10 mil espectadores cada una.

Si se comparan los datos de las 40 películas argentinas que más entradas vendieron ese año con relación a la totalidad del mercado, aquellas representan el 8,46 % del total de entradas vendidas ese año. Pero sólo siete de ellas lograron superar los 100 mil espectadores, y entre las primeras 5 se repartieron el 70,12 % de las entradas vendidas para el cine argentino. El 30% restante se repartió entre las otras 77 películas estrenadas. Esto implica que, al margen de la valoración del porcentaje que representa el cine argentino en nuestro mercado, tal porción se sostiene principalmente sobre unas pocas películas. "Hoy la industria está un poco desnivelada porque si bien tenemos muchas grandes producciones (...) después tenemos un embudo en el tema de la exhibición y la distribución", declaraba Liliana Mazure, actual titular del INCAA, en noviembre de 2009⁹.

⁸ *La Nación*, 5 de agosto de 2012, "Economía & Negocios", pág. 4

⁹ Agencia REUTERS (portal web), "Cine argentino apuesta exportación para seguir creciendo", 30 de noviembre de 2009. Disponible en web en

<http://ar.reuters.com/article/topNews/idARN3045204120091130>. [Consulta: martes 16 de octubre 2012]

Por otra parte, de las 215 películas extranjeras estrenadas en 2010, el 58,13 % correspondieron a películas estadounidenses (126 películas), 36 de ellas están entre las 40 películas más taquilleras ese año, y sólo esas 36 películas representan el 67,80 % de las entradas vendidas en el mercado cinematográfico nacional. Aunque no hay datos oficiales del desempeño del resto de las películas, no es difícil estimar que el total de las películas estadounidenses representan más del 70 % del mercado.

Si nos detenemos en lo que ocurre en países como Francia, con características similares al nuestro en términos de tamaño de mercado, con tradición de producción cinematográfica y también con fuerte penetración del cine norteamericano, se observa que en los primeros cinco meses de 2012 la cuota de mercado del cine francés alcanzó el 47,5 %, con alrededor de 87 millones de espectadores. La revista especializada Haciendo Cine señala además que este porcentaje “marca un aumento del 5,4% comparado al mismo período del año pasado”¹⁰.

Estos números son representativos de lo que viene ocurriendo con el cine nacional en el mercado local en los últimos años, caracterizado por una fuerte presencia del Estado en la fase de producción y un débil acceso de las películas a los circuitos de distribución y exhibición, controlados por empresas y productos norteamericanos. En la medida en que no se produzcan cambios sustantivos en las reglas de la distribución y la exhibición, el aumento significativo de la producción nacional no implicará una mayor presencia del cine nacional en nuestras pantallas.

Teniendo en cuenta estos tres factores, es decir, la necesidad de grandes y riesgosas inversiones, la existencia de un mercado relativamente pequeño y un fuerte predominio de las producciones norteamericanas en dicho mercado, no sería posible hacer cine en Argentina sin una política de fomento y protección del cine nacional. Por las mismas razones, la política de fomento y protección de la industria nacional no puede limitarse a la fase de producción, y debiera ser igual o más profunda en la fase de distribución y exhibición.

¹⁰ Revista Haciendo Cine Año 16 - #127 - Julio de 2012

Existen algunos casos en los que se produce cine en Argentina por fuera de la ayuda del INCAA, y algunos de ellos logran inclusive estrenar en salas comerciales. El último caso, más resonante, fue la película “El estudiante”, ópera prima de Santiago Mitre, que estuvo cerca de ser elegida para competir en los Oscar. Sin embargo, se trata de una excepción a la regla general.

Octavio Getino señala que “en nuestros días, el indicador principal del éxito o el fracaso de una industria no radica tanto en el volumen de producción que ella tenga, como en su capacidad de organización y manejo del mercado”(GETINO, 1998). Un relativamente alto volumen de producción local combinado con una débil presencia de las películas en el mercado (en los circuitos de distribución y exhibición) genera como consecuencia que sólo un porcentaje muy pequeño de películas logren recuperar sus costos de inversión (e inclusive generar ganancia), mientras la enorme mayoría está compuesta por producciones con escasas bocas de salida y otras que directamente no tienen lugar en el mercado. La dinámica del mercado cinematográfico en Argentina está en gran parte condicionada por la presencia de grandes corporaciones extranjeras, en particular norteamericanas, principalmente en los sectores de la distribución y la exhibición.

PARTE II. LOS 90 ´, EL 2001 Y LA RECUPERACIÓN DE LA AUTARQUÍA:

El Estado argentino no permaneció ajeno a las transformaciones sufridas por el capitalismo a nivel mundial a partir del último cuarto del siglo XX. El golpe cívico militar del 24 de marzo de 1976 se propuso terminar con el Estado de Bienestar, un modelo de acumulación capitalista que había prevalecido en el país durante tres décadas, desde la llegada de Perón al poder en 1946.

La última dictadura militar, apoyada por un amplio arco de sectores civiles, tuvo como objetivo central cambiar las bases del modelo de sustitución de importaciones vigente por otro cuyo eje central fuera la especulación financiera. Como señalan G.

Postolski y S. Marino, “la aplicación de las medidas liberales implicó una profunda transferencia de recursos de los sectores populares al capital concentrado (ya sea nacional o extranjero), que sólo pudo ser realizada a partir de un control absoluto y activo de la capacidad represiva del Estado” (POSTOLSKY, G. Y MARINO 2005). Efectivamente, para cambiar las bases del modelo de acumulación, el autodenominado “proceso”, construyó y desplegó un extraordinario aparato represivo que asesinó a decenas de miles de personas y torturó y encarceló a otros tantos.

Este cambio brusco en el patrón de acumulación coincide, como señalamos anteriormente, con los cambios operados a nivel mundial en el capitalismo contemporáneo. Y sentó las bases de un modelo de Estado cuya expresión más acabada se conocería en la década de los '90, bajo el gobierno neoliberal de Carlos Menem.

El 8 de julio de 1989 Carlos Menem asumió la presidencia de la República. Su antecesor, Raúl Alfonsín, debió abandonar la gobernación 5 meses antes de lo previsto por la ley, por la situación socio-económica que atravesaba Argentina. En el plano económico, una fuerte escalada hiperinflacionaria agravó los niveles de pobreza y marginalidad, lo que generó un ascenso de la conflictividad social que incluyó saqueos a grandes supermercados y comercios de todo el país. En el plano político, la presión de los sindicatos y los grupos económicos (entre ellos, el poder de algunos medios de comunicación) apuraron la decisión de adelantar el traspaso del mando al candidato riojano, electo presidente en las elecciones de mayo.

Menem se propuso estabilizar la economía apelando a la premisa básica del programa neoliberal ortodoxo: reducción del gasto público y estricta disciplina fiscal, en el marco de una reforma estructural del Estado. Algunos de los rasgos centrales que caracterizaron este periodo fueron: el desguace del Estado mediante una oleada de privatizaciones de empresas públicas, la extranjerización de la economía, la rígida disciplina fiscal junto con la consecuente reducción del gasto público, el aumento del desempleo y la pobreza y la corrupción generalizada. El nuevo gobierno impulsó la aprobación en el Congreso de dos leyes fundamentales: la Ley de Emergencia Económica

(Ley 23697) y la Ley de Reforma del Estado (Ley 23.696) que fueron los instrumentos legales que utilizó el menemismo para desarrollar el programa neoliberal de gobierno.

La Ley de Emergencia Económica (Ley 23697/89), concebida para iniciar el proceso de reducción del gasto del Estado, estableció la suspensión temporaria de subsidios y subvenciones que “afecten los recursos del Tesoro Nacional y/o las cuentas del balance del Banco Central de la República Argentina y/o la ecuación económico financiera de las empresas de servicios públicos de cualquier naturaleza jurídica”¹¹. Entre ellos, se hallaba el sector cultural y dentro de éste el cine. Vale recordar que la ley de cine vigente hasta ese momento establecía un fondo para la producción de cine nacional compuesto por el 10 % del valor de las entradas vendidas en cada función.

Una excepción para el cine:

Luego de intensas negociaciones encabezadas por la dirección del entonces Instituto Nacional de Cine (INC), apoyadas por varios sectores del ámbito cinematográfico, se logró establecer una excepción para el cine, que de este modo continuaría recibiendo ayuda estatal. El decreto 1633/89 estableció que se exceptuaba “de la suspensión establecida en el art.2, de la ley 23697, los aportes del Tesoro Nacional que fuere necesario efectuar al Instituto Nacional de Cinematografía, para el cumplimiento de sus fines”¹². Es importante destacar que ningún otro sector de la cultura logró una excepción de esta naturaleza, por lo que se pone de manifiesto el considerable poder de presión de los sectores ligados a la producción cinematográfica local. Esta hipótesis cobra fuerza si se tiene en cuenta el carácter político del gobierno menemista, cuyos intereses se hallaban en las antípodas de cualquier idea ligada a la defensa del patrimonio nacional.

¹¹ República Argentina, Ley N° 23697/89, de Emergencia Económica. Publicada en Boletín Oficial N° 26725 el 25 de setiembre de 1989, pág. 1. Disponible en web: http://www.infoleg.gov.ar/?page_id=112.

¹² República Argentina, Decreto N° 1633/89, Instituto Nacional de Cinematografía. Publicada en Boletín Oficial N° 26806 del 22 de enero de 1990, pág. 1. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=2417>.

Los años transcurridos entre el decreto de la excepción y la nueva ley de cine, en 1994, fueron de profunda incertidumbre. En sólo cinco años hubo cinco directores al frente del Instituto de Cine. Según Octavio Getino (quien fue uno de los 5 directores que el Instituto de Cine tuvo ese quinquenio), “la labor principal del mismo debió reducirse a preservar el Instituto de Cine y las subvenciones y ayudas dispuestas por la correspondiente legislación que se veían amenazadas por la nueva ley de emergencia económica”(GETINO, 1998).

En el plano general, entre 1989 y 1994 el mapa de la producción cinematográfica sufrió fuertes transformaciones: a la escasez de recursos del Instituto de Cine, se sumaron la desaparición de los grandes estudios, la ausencia de capitales de riesgo que invirtieran en producción, los altos costos de producción afectados por el atraso cambiario, la reducción al mínimo histórico de la cantidad de salas de exhibición y el alejamiento del público por la competencia del cable y el video hogareño (PERELMAN Y SEIVACH, 2004).

Entre todos estos elementos, el cierre de salas de exhibición fue un factor importante que contribuyó a agravar la crisis de la producción de cine local, por la escasez de ventanas de exhibición. Si en la década del '70 funcionaban en el país 2 mil salas, para 1992 se llega a un piso de 280 salas. Perelman y Seivach señalan que “si además se tiene en cuenta que en la década de 1980, las películas nacionales muestran un mayor índice de concurrencia en el interior del país, se puede deducir que el impacto del cierre masivo de salas de cine afectó especialmente a la filmografía argentina” (PERELMAN Y SEIVACH, 2004).

Los recursos del Instituto entre 1989 y 1990 también estuvieron condicionados por el aumento de la cartera de morosos, situación en la que se encontraba la mitad de los productores que habían accedido a préstamos del Instituto Nacional de cine durante la etapa radical.

En ese quinquenio se filman un promedio de 13 películas nacionales por año, cayendo en 1994 a la producción más baja de la historia del cine nacional: ese año se produjeron 5 películas y se estrenaron apenas 11. Perelman y Seivach agregan un dato que da cuenta de la situación del cine en aquel momento: en 1994 sólo el 2% del total de

espectadores había asistido a alguna de las películas nacionales estrenadas ese año. La sanción de una nueva ley de cine sería una nueva bisagra en la historia del cine nacional.

En 1994, y en el marco de un programa de gobierno de orientación neoliberal el entonces presidente Carlos Menem promovió una Ley de Cine que representa una contradicción con las medidas tomadas a lo largo de sus gobiernos. Para Santiago Marino, el marco normativo de 1994 fomentó la producción y la defensa de la industria nacional “con efectos concretos en la actividad, materializados en el crecimiento de la elaboración de films y de sus estrenos, como elementos que concretaron resultados de una política pública que no respondió en ningún aspecto al modelo de Estado imperante en ese momento” (MARINO, 2011).

A partir de la Ley de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica, (N° 24.377), el cine recuperó notablemente su nivel de producción. La ley estableció un nuevo marco regulatorio para la actividad, implementando nuevos mecanismos de promoción y nuevas fuentes de recursos para el financiamiento de la producción de cine local. Además, se creó el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), en reemplazo del viejo INC. La ley estableció que El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales funcionará como ente autárquico dependiente de la Secretaría de Cultura del Ministerio de Cultura y Educación de la Nación. Además fijó que el INCAA tendría a su cargo el fomento y regulación de la actividad cinematográfica en todo el territorio de la República y en el exterior.

Las fuentes de financiación que estableció la ley están sistematizadas en su artículo 24¹³:

El Fondo de Fomento Cinematográfico, cuya administración estará a cargo del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, se integrará: a) Con un impuesto equivalente al diez por ciento (10 %) aplicable sobre el precio básico de toda localidad o boleto entregado gratuita u onerosamente para presenciar espectáculos

¹³ República Argentina, Ley N° 24.377, de Cinematografía –modificaciones a la Ley N° 17741. Publicada en Boletín Oficial N° 27999 el 28 de setiembre de 1994, pág. 1. Disponible en web: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=767>.

cinematográficos en todo el país, cualquiera sea el ámbito donde se realicen. El impuesto recae sobre los espectadores, y los empresarios o entidades exhibidoras adicionarán este impuesto al precio básico de cada localidad; b) Con un impuesto equivalente al diez por ciento (10 %) aplicable sobre el precio de venta o locación de todo tipo de videograma grabado, destinado a su exhibición pública o privada, cualquiera fuere su género. El impuesto recae sobre los adquirentes o locatarios. Los vendedores y locadores a que se refiere el párrafo anterior son responsables del impuesto en calidad de agentes de percepción. (...) c) Con el veinticinco por ciento (25 %) del total de las sumas efectivamente percibidas por el Comité Federal de Radiodifusión en concepto de gravamen creado por el artículo 75 incisos a) y d) de la ley 22.285.

La ley N° 24.377, como se vio anteriormente, modificó el modo en que se financiaba el INCAA. Desde 1970 hasta 1994 el cine se financiaba mediante el 10% de ganancia de boletería. A partir de la sanción de la nueva ley, la recaudación se extendió en un impuesto al video y las licencias para pasar películas por televisión, amortización e intereses devengados por los créditos, multas, donaciones, etc.

Sin embargo, la rígida disciplina fiscal y la política de recorte del gasto público propiciados por el gobierno de Menem afectaron al Instituto en los siguientes años. El decreto 290, firmado el 1 de marzo de 1995, estableció una drástica reducción del gasto de la Administración Nacional, por la que el Instituto debió transferir al Tesoro Nacional cerca de 500 mil pesos. En 1996, producto de la misma política, debió entregar 700 mil pesos. Pero la situación empeoró a fines de ese año: la aprobación de la ley de presupuesto para 1997 exigía al Instituto transferir alrededor de 28 millones de pesos, lo que representaba más de la mitad de sus ingresos totales.¹⁴ Julio Mahárbiz, director del Instituto y amigo personal de Menem, prometió que no habría recortes al cine de acuerdo con las palabras del propio Presidente de la República.

¹⁴ *La Nación*, 20 de agosto de 1997, “Economía y Negocios”, pág. 2

El 29 de abril de 1998 se publicó en el Boletín Oficial el decreto 1480/97, fechado el 30 de diciembre de 1997. El decreto, publicado cuatro meses después del día en que supuestamente había sido firmado, modificaba el presupuesto establecido para ese año realizando una operación de crédito público por 28 millones de pesos en favor del INCAA. Este decreto tenía el objetivo de compensar legalmente la transferencia de fondos hacia el Tesoro Nacional que establecía en principio la ley de Presupuesto de 1997. Decimos “legalmente” porque el INCAA jamás transfirió de hecho, a lo largo de ese año, el porcentaje de sus ingresos previsto por ley¹⁵. La medida implicó un aumento del gasto público y la deuda externa, algo que sólo podía autorizar el Congreso. Para justificar el decreto, entre los considerandos del mismo se afirmaba que “ante la inminencia de la finalización del ejercicio financiero no sería posible esperar que las modificaciones que se propician se hicieran siguiendo los trámites ordinarios previstos por la constitución nacional para la sanción de las Leyes”.

Ese mismo decreto dispuso que a partir del año 1998 los fondos del Instituto debían formar parte de la Cuenta Única del Tesoro (CUT), instrumento creado tres años antes con el objetivo de efectuar un ajuste presupuestario de los organismos públicos y todas las dependencias del Estado. A partir de allí, los fondos del INCAA pasarían a ser administrados directamente por el Tesoro Nacional, por lo que la autarquía del Instituto se vio seriamente afectada.

El escándalo estalló unos días después, cuando la prensa publicó que de los 28 millones de pesos, sólo una parte (18 millones) se había destinado a créditos y subsidios, mientras que el dinero restante fue atribuido en las planillas contables a rubros poco transparentes. A fines de mayo de 1998 el INCAA fue allanado y su director, Julio Mahárbiz, imputado en una causa por presunta malversación de fondos públicos¹⁶.

A mediados y fines de los 90’comenzaron a aterrizar en Argentina “los mega emprendimientos de multipantallas, con compañías norteamericanas y australianas que verticalizaron el negocio de la producción, distribución y exhibición (todas tienen intereses

¹⁵ *La Nación*, 20 de agosto de 1997, “Economía y Negocios”, pág. 2

¹⁶ *La Nación*, 28 de mayo de 1998, “Información general”, pág. 19.

societarios a largo de la cadena)”¹⁷. Este fenómeno fue resultado de los procesos de globalización económica y cultural de los años 90’. “El nuevo sistema de multiplex trajo innovaciones en la forma de ver cine: gran variedad de horarios para ver el mismo título, ya que el sistema permite el enhebrado de la misma cinta pasando por diferentes proyectores y salas del mismo complejo, además de mejores condiciones de confort y nuevos sistemas de audio digital. También cambio la política de precios fijos, por valor de entradas diferenciadas de acuerdo a horarios, grupo etario y zonas geográficas¹⁸”. Este nuevo modelo de negocios insaturado en Argentina traería consecuencias para las empresas locales de producción de cine y para las futuras tomas de posición por parte del Estado.

Estallido: el 2001 y post 2001:

Durante el gobierno de De La Rúa, los fondos estatales del cine siguieron en manos del ministerio de Economía. Las entidades de cine exigieron la recuperación del Fondo de Fomento de INCAA. Un documento del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA) de aquel momento, plasma el reclamo y las posturas del campo cinematográfico argentino en esta época: “nuestra cinematografía continúa atomizada y carente de un pensamiento estratégico que permita hacer frente a las situaciones críticas proyectando propuestas que contemplen los intereses de todos los sectores para permitir su supervivencia y su establecimiento como industria generadora de trabajo y movilizadora en lo económico. La comprensión de que el interés por instalar una industria cultural audiovisual argentina en el lugar de preponderancia que le corresponde, tanto por motivos económicos como de defensa de la identidad nacional, es prioritaria y debe primar por sobre los intereses particulares” (GETINO, 1998). Así tanto las Asociaciones de productores, cinematográficos, realizadores independientes, medios audiovisuales, directores independientes, cineastas agrupados, como la Asamblea Federal de INCAA y los

¹⁷ Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

¹⁸ Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

representantes del instituto reclamaron mediante marchas y comunicados el cumplimiento estricto de la Ley de Cine y con ello la restitución de la autarquía del cine.

En diciembre de 2001 estalló la crisis política, económica, social y cultural más importante de la historia argentina. Fue el corolario de un proceso que se gestó en la dictadura, se consolidó durante los '90 y alcanzó su punto cumbre cuando promediaba el gobierno de Fernando de la Rúa. En las jornadas de diciembre de 2001, miles de personas se movilizaron para exigir la renuncia del presidente, cuyo gobierno había sostenido y profundizado el programa neoliberal desarrollado por el menemismo. Varias fueron las causas que precipitaron el estallido social. Sin ser exhaustivos, podemos mencionar algunas: en el plano económico se llevó al récord de desempleo: la mitad de la población estaba debajo de la línea de pobreza, el recorte del gasto público y la confiscación por parte del Estado de los ahorros de las clases medias a través de lo que se conoció como “El corralito”. En el plano político, alcanzó su punto máximo la enorme crisis de representatividad de los partidos tradicionales, que se venía desarrollando desde los años precedentes. Una enorme porción de la sociedad hizo suya la consigna “Que se vayan todos”, con la percepción de que ninguna de las opciones históricas podía resolver la dramática situación que el país atravesaba.

Cinco presidentes pasaron por el Poder Ejecutivo en pocas semanas (De la Rúa, Fernando; Puerta, Ramón; Rodríguez Saa, Adolfo; Caamaño, Eduardo; Duhalde, Eduardo). Duhalde asumió la gobernación en enero de 2002 hasta mayo del 2003 cuando se llamo a nuevas elecciones.

Recuperación de la autarquía:

En 2002 el sector de la Cultura empezó, al igual que el resto de los sectores de la sociedad, en crisis. El gobierno de Duhalde tardó en decidir más de un mes al funcionario que estaría frente al Ministerio de Cultura de la Nación. El INCAA, para entonces también

se encontraba acéfalo porque José Miguel Onaindia había presentado su renuncia en diciembre de 2001.

Diversos sectores de la cultura se movilizaron intensamente durante los primeros meses de 2002. Reclamaban por mayor presupuesto al sector, por la reincorporación de los trabajadores despedidos en las distintas áreas, por la elección del Ministerio de Cultura y por la participación en la planificación de las políticas públicas.

Paralelamente artistas e intelectuales del cine dieron una conferencia de prensa en enero para manifestar su preocupación por la acefalia del instituto y por las dificultades de rodar. La retención a los depósitos en dólares, la inflación en creces, el aumento de precios a los insumos para filmar generó un ambiente hostil para trabajar en cine, impidiendo en muchos casos la posibilidad de terminar de filmar una película. Además la falta de nombramientos en el INCAA impedía que se avance en la entrega de subsidios y créditos para filmar.

Eduardo Duhalde finalmente nombró a Rubén Stella como Secretario de Cultura de la Nación. Y éste, a poco de asumir, nombró como director del INCAA a Jorge Coscia.

Apenas asumió la dirección del INCAA, Jorge Coscia proyectó su gestión: aseguró que intentaría recuperar la autarquía del Instituto y mejoraría la fiscalización de los ingresos. En sus propias palabras dijo: “Vamos a intentar que se apruebe la autarquía del INCAA en cuanto al manejo directo de sus propios recursos, y creo que en este sentido las condiciones son favorables. Queremos mantener las excelentes relaciones con los mercados del exterior y fortalecer las que existen con el Mercosur. Vamos a incrementar la fiscalización en las salas porque hay una enorme evasión con el boleto cinematográfico y queremos armar rápidamente comités integrados por personalidades de la cultura para que se otorguen créditos y subsidios (...) desde el Instituto vamos a centralizar un plan de difusión para que los largometrajes nacionales peleen espacio en las grandes cadenas con la seguridad de que van a disponer de un buen soporte promocional, que incluya el copiado y la publicidad en medios privados”¹⁹.

¹⁹ *La Nación*, 20 de Febrero 2002, “Espectáculos”, pág. 5

El 21 de agosto de 2002, se publicó en el Boletín Oficial la modificación a la Ley 17.741 por la cual el INCAA volvió a funcionar como ente autárquico dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación. El decreto 1536/02 estableció la recuperación de la autarquía del instituto. Lo que significó que los fondos que generaba el cine no dependerían más del presupuesto nación sino que irían directamente al INCAA. Es decir, la normativa permitió al instituto administrar sus propios recursos.

Para ese entonces el Instituto reclamaba subsidios no cobrados por los años: 1999, 2000 y 2001. La falta de éstos recursos extendió la deuda a todos los sectores que participan en el cine. Es decir, no solo había deuda con los directores, sino también con camaristas, salas de cine, actores, etc.

El decreto también estableció dos medidas también relevantes para la actividad cinematográfica: por un lado el INCAA pasó a ser un “ente público no estatal”. Por el otro modificó la categoría de la autoridad del Instituto: paso de llamarse Director a Presidente.

En 2002 no sólo se recupera la autarquía financiera del INCAA, mediante el decreto 1536/02 sino que además, el entonces presidente de la Nación, Duhalde, firmó un segundo decreto: el 2278/02. Con esta normativa el Instituto recuperó los fondos del Comité Federal de Radiodifusión (ex COMFER, actual AFSCA) provenientes de las publicidades televisivas.

El secretario de Cultura de la Nación en 2002, Rubén Stella, reconocía la importancia de los decretos firmados por Duhalde: “éste decreto y el de la autarquía financiera son complementarios: la autarquía es una decisión política que se le da al Instituto de Cine, de administrar sus propios recursos, rindiendo cuentas periódicas a la Secretaría de Cultura y a la Jefatura de Gabinete. Con el decreto firmado ahora (por el decreto 2278/02), se vuelve a la situación histórica, se rompe el recorte que había hecho Cavallo en contra de la cultura”²⁰.

Con la recuperación de la autarquía el Instituto dejó de depender del presupuesto nacional y recuperó su capacidad de administrar los fondos reconocidos para el fomento

²⁰ *Clarín*, 14 de Noviembre de 2002, “Espectáculos”, pág. 9

del cine. A partir del 2002, con ambos decretos, el cine comenzó a financiarse mediante:

- 1) el 10% de lo que se recauda por venta de entradas en todas las salas del país
- 2) el 10% de lo que se recauda por la venta y alquiler de videos en todo el país
- 3) un impuesto del 40% a todas las sumas percibidas por el COMFER en concepto de publicidad vendida para televisión.
- 4) la amortización e intereses devengados por los créditos, donaciones, multas, legados, fondos no utilizados de ejercicios anteriores, servicios a terceros, etc.

La participación de distintos actores del cine nacional fue fundamental en la recuperación de la autarquía del INCAA. La Revista Haciendo Cine en su editorial de Enero del 2003 destacaba la participación de las agrupaciones de productores en la recuperación de la autarquía financiera del Instituto. “los productores de cine, cuyo trabajo y esencia es “pelear” por su proyecto (lo que implica competir contra los demás), han decidido unirse. La exagerada cantidad de agrupaciones de productores, en una industria donde no se producía nada, dio paso a una unión de fuerzas donde todos se dieron cuenta que el enemigo no es el otro que, al igual que él, camina a diario los pasillos del INCAA. De hecho, el gran logro del año, fue producto de esta unión. La autarquía de los fondos, una resolución que libera a la actividad de los vaivenes del Ministerio de Economía, es algo de lo que la industria debe estar orgullosa. Pero también vigilante porque que papá no nos de mas la plata exige duplicar la transparencia y responsabilidad en su uso”²¹.

La escasez de estrenos locales fue el punto sobresaliente de lo acontecido en 2002. La devaluación hizo imposible que el cine local pueda recuperar lo invertido. Muchas películas salieron directamente en video y otras no encontraron espacio en las salas de proyección comerciales.

²¹ Revista Haciendo Cine Año 7 - #32 – Ene/Feb 2003.

//CAPÍTULO 4:

LA POLÍTICA DE CINE EN EL PERÍODO 2002-2012//

El 2001 no implicó sólo el final de un gobierno también fue el final de una etapa, la del neoliberalismo como programa político de Estado. De allí en adelante, ningún dirigente que aspirara a conducir los destinos del país, incluso más allá de su posición política, podría proponer explícitamente las recetas ortodoxas de ajuste contra los sectores más vulnerables. Esto no significa que no continúen vigentes elementos del neoliberalismo en los gobiernos *kirchneristas*. En el plano de las políticas públicas hacia los sectores productivos vemos, junto a Claudio Katz, las mayores continuidades del programa neoliberal: “el modelo que ha regido desde el 2003 no introduce cambios sustanciales en el perfil productivo tradicional de Argentina. Continúa primando el cimiento agrícola sobre una esfera industrial subordinada” (KATZ, 2010). Al mismo tiempo, Katz señala que “dentro de estas continuidades el modelo contiene giros significativos en la política económica (...) la apertura importadora fue sustituida por el énfasis exportador y las privatizaciones perdieron peso frente a la intervención del Estado. Modificaciones de la misma envergadura se verifican en la política fiscal, laboral, monetaria y financiera” (KATZ, 2010). Desde esta perspectiva, los cambios ocurridos post 2001 son el resultado de un nuevo equilibrio al interior del bloque dominante.

Por lo tanto, comprender desde el punto de vista teórico y político la impronta del 2001, en términos de una bisagra en lo político, lo económico y lo cultural es imprescindible si se pretende analizar lo que ocurrió de allí en adelante con las políticas públicas desde el Estado. En este contexto, el cine no fue la excepción.

Los Kirchner:

Definiremos junto a Pablo Hupert (HUPERT, 2011) al Estado durante los gobiernos *kirchneristas*, como Estado posnacional. El autor sostiene que “posnacional” no es un concepto o una categoría, sino un modo de describir prácticas, características y acciones que se vienen desarrollando en el ámbito estatal desde el 2003. Que inauguran una nueva modalidad de acción del Estado distinta a las características clásicas del Estado Nación.

El Estado nación se caracterizaba por ser representativo, central y centralizador. Además de ser el eje por el cual pasa lo político y la política. El estado posnacional se caracteriza por dejar de ser el centro de lo social “El kirchnerismo es la vuelta del Estado, que muta para volver y vuelve menos como representación y más como conexión término a término respecto de aquello que Laclau llamaría “las demandas” (HUPERT, 2011). Según el autor el Estado kirchnerista se concibe a sí mismo como restaurador del Estado nación y del Estado de bienestar. Sin embargo, es un “Estado que no restaura lo que dice restaurar, sino que crea procedimientos nuevos para aumentar su poder de gobierno” (HUPERT, 2011).

El 2001 cambió los lazos entre sociedad y Estado. Dejó como saldo la crisis de las instituciones representativas y la territorialización de las organizaciones sociales, descreimiento de la política partidaria y el desarrollo de una sociedad no representable. La respuesta kirchnerista frente a esto fue un armado de carácter posnacional. Que se caracteriza porque “no restauró la representación sino que aprovecha la dinámica imaginal de la era de la información y la comunicación, no restauró las instituciones sino que instala interfaces, no restaura la represión sino que la traveste, no devolvió su centralidad al Estado sino que tercerizó las funciones que ya no puede monopolizar (...) no restauró el patrón de acumulación que el neoliberalismo desterró pero lo compensa con redistribución, no restauró la liga representativa entre Estado y sociedad pero desarrolla una conexión vía gestión, no completó la transición a la democracia con instituciones republicanas pero aprovecha el bajo vigor de éstas para aumentar el margen de maniobra y el poder de iniciativa necesarios para esa gestión ad hoc que asegura y vuelve a asegurar la gobernabilidad”(HUPERT, 2011).

Sostendremos que el kirchnerismo, si bien presenta rupturas con el neoliberalismo, no deja de poseer continuidades y profundizaciones del modelo que lo precede. Y a veces, estas continuidades aparecen enmascaradas o disfrazadas. De lo que se trata es de poder analizar qué acciones estatales en la industria del cine presentan continuidades y rupturas respecto a los gobiernos previos al kirchnerismo. Pero más aún, lo que se buscará es dar

cuenta de las acciones y omisiones que el Estado en la *década kirchnerista* ha desarrollado en materia de cine (en sus tres sectores, producción, distribución y exhibición).

A continuación presentamos el análisis de las medias tomadas por el INCAA a lo largo de la década kirchnerista. La información se dividirá por año y por sector del cine (producción, distribución y exhibición), y paralelamente se presentaran las consecuencias que dichas medias tuvieron en el mercado.

2003:

En 2003 el INCAA ya funcionaba como un ente público no estatal con todos sus atributos. La vieja petición del sector de la producción cinematográfico se saldó en 2002, cuando el INCAA recuperó su autarquía financiera. Desde el 2002 el Instituto comenzó a tener disponibilidad directa de los recursos económicos y financieros, antes controlados por el Ministerio de Economía de la Nación. Esta nueva situación posibilitaba al INCAA tener más estabilidad económica respecto a decisiones económicas de los gobiernos de turno, y paralelamente poder planificar y pensar políticas a largo plazo.

Dos sectores fueron los que más reclamos tuvieron a lo largo del 2003. Por un lado, los productores y directores quienes exigieron que se reglamente la cuota de pantalla y la media de continuidad. Los realizadores sostenían que las grandes exhibidoras limitaban las proyecciones de películas locales. Por otro lado, las distribuidoras locales le reclamaban al INCAA que tomara una medida respecto a los altos costos de importación de películas. Los distribuidores argumentaban que la devaluación y el tipo de cambio, que era desfavorable para la Argentina, aumentaba los costos de las copias de los films extranjeros. El sector de la distribución exigía al INCAA que evalúe posibles soluciones para poder seguir importando películas extranjeras a no tan altos costos.

A pesar de los reclamos por parte de los sectores de la producción y la distribución, el INCAA intensificó sus medidas en el sector de la exhibición. Durante el 2003, el INCAA continuó con programas ya comenzados en la gestión anterior, como era por ejemplo “La

escuela al cine”. También comenzó a desarrollar lo que se llamó “Espacios INCAA”, es decir la reapertura de salas dedicadas al cine nacional. En todo caso el INCAA no tomó ninguna iniciativa para reglamentar la cuota de pantalla y la media de continuidad. Los productores deberían esperar hasta mediados del 2004 para que se implementen ambas medidas.

A continuación se desarrollan las iniciativas del INCAA más importantes del 2003 para el sector del cine argentino.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

Durante el 2003 se desarrollaron varios encuentros y convenios pertenecientes al Programa Raíces implementado durante la gestión de Jorge Coscia. Este programa buscó generar coproducciones relacionadas con los procesos inmigratorios en nuestro país. Los acuerdos fueron firmados con productoras independientes de distintos países, con el objetivo de subvencionar la producción de largometrajes de ficción o documentales.

En el marco de este Programa, durante el Festival de Mar del Plata, se firmaron dos convenios: uno con Brasil y otro con las comunidades autónomas europeas (9 españolas y 2 italianas).

Dentro del Programa Raíces también hubo acuerdos con España. En este convenio, la nación española y Argentina se comprometieron a fomentar para ambos países un común beneficio; realizar búsquedas y concursos de argumentos y guiones factibles de ser coproducidos entre los dos países.

Del total de presentaciones, veinte historias fueron seleccionadas para ser financiadas. De las historias seleccionadas, 6 recibieron treinta mil pesos en concepto de apoyo para el desarrollo del proyecto. Las 14 restantes, integraron un banco de relatos para ser ofrecidas a los productores de las diversas regiones involucradas en el programa "Raíces".

También durante el Festival de Mar del Plata, desarrollado 2003, se lanzaron concursos de guiones de largometraje, mediante los cuales a los ganadores se les otorgó un premio de 30.000 pesos.

EXHIBICIÓN:

Durante 2003 se continuó con el proyecto "La escuela al cine", que organizó la Secretaría de Educación del gobierno porteño, junto con el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Este programa fue una iniciativa que surgió en el 2000, a partir de una encuesta que reveló que el 75 por ciento de los alumnos de la zona sur de Capital Federal nunca había visto cine.

El programa se organizó tres veces al año con películas argentinas y con la presencia de sus realizadores. La propuesta se llevó adelante en las seis pantallas de los cines Hoyts del Abasto.

Otras de las iniciativas dirigidas al sector de la exhibición por parte del INCAA fue el alquiler del cine Gaumont. Esta sala tenía el objetivo de exhibir sólo películas argentinas y producciones iberoamericanas. Esta medida fue tomada luego de que el complejo Tita Merello, cine que cumplió la función que tomara el Gaumont, dejó de funcionar.

Esta iniciativa forma parte del proyecto "Espacios INCAA", el cual tiene como objetivo tener salas de cine que difundan cine nacional.

En aquel momento, Jorge Coscia declaraba a la prensa: "Es un nuevo concepto de exhibición. La idea es considerar un Espacio INCAA a toda sala que difunda cine argentino sistemáticamente, en base a un plan de ayudas y respaldo para salas en regiones del país que no tengan cines y a las que el cine argentino no llegue"²².

El cine Gaumont fue el primer espacio (de Capital Federal y de todo el país) abierto por el INCAA dedicado exclusivamente a exhibir películas nacionales. Este espacio llevó el nombre de Kilometro 0.

²² Clarín, 15 de Junio de 2003, "Espectáculos", pág. 7

Kilometro 1 fue la segunda fase de este plan de reapertura de espacios dedicados a exhibir cine argentino. Entre las salas que se abrieron figuran: el microcine en la ENERC (la escuela de cine del INCAA), salas de cine en Río Cuarto, Caleta Olivia, Rosario, Tres Arroyos y otros puntos del país. El objetivo era hacer llegar a distintos puntos del país los estrenos argentinos presentados en los cines de la Capital Federal.

También se abrieron salas en: en Tandil, Santiago del Estero, Catamarca (en los complejos Cineplex de esas ciudades), Bahía Blanca, San Luis, Resistencia y Tucumán (en todos los casos, en los multicines Cinema Center). También en Rosario, Villa Carlos Paz y San Juan.

Según Coscia, el objetivo de la apertura de estos espacios fue aumentar la exhibición de las películas argentinas. El entonces presidente del INCAA declaraba: “la idea es tener, a futuro, unas 25 o 30 salas en el país. Nos interesa que determinadas películas que no tienen buena salida comercial puedan exhibirse en todo el país (...) Queremos que esos 80 premios ganados en el exterior se reflejen acá (...) Nosotros queremos hacerles el aguante a esas películas de calidad que no son accesibles para el público, especialmente en el interior del país. Hay varios millones de argentinos que no tienen salas de cine”.²³

El proyecto “Espacios INCAA” tuvo también su política en el exterior. En el marco de un convenio entre la Cancillería argentina y el INCAA, se realizó en el consulado de Nueva York la apertura del Espacio INCAA km 9300. El objetivo de este espacio fue el de exhibir producciones nacionales en Estados Unidos y promover en el exterior el talento de realizadores, productores y actores argentinos.

Si bien en el 2003 se abrieron nuevos Espacios INCAA, donde las películas nacionales encontraban lugar para exhibirse, esta medida no palió la poca difusión, ni incrementó la cantidad de público que asistió a ver películas nacionales. Los productores aseguraban que el Instituto debía reglamentar la cuota de pantalla para que los grandes exhibidores estén obligados a proyectar cine nacional. Varios productores expresaban sus demandas en la Revista Haciendo Cine. Por ejemplo Pepe Salvia, productor ejecutivo del

²³ *Clarín*, 15 de Junio de 2003, “Espectáculos”, pág. 7

film *El Descanso* y *Buenos Aires 100km*, decía: “hasta que no se resuelva la reglamentación de una cuota de pantalla que proteja a la producción nacional es un tema sin solución”²⁴.

DISTRIBUCIÓN:

El INCAA cerró convenios de distribución e intercambio con países iberoamericanos. El primero de ellos fue con Brasil. El acuerdo constó en que las películas brasileras se exhibiesen en el Gaumont y, como contrapartida, los films argentinos pudiesen ser exhibidos en pantallas brasileñas.

Durante el 2003 el tipo de cambio y la inflación fueron dos problemas con los que se enfrentaron las distribuidoras. Algunos distribuidores denunciaban que las copias de las películas se pagaban en dólares y que su costo se encarecía bastante. En algunos casos, las distribuidoras aseguraron no estar dispuestas a pagar el costo de las copias. Pues claro, al comprar copias de películas en dólares, se le reducía notablemente su margen de ganancia.

Francisco Crespi, asistente internacional de operaciones de Cinemark ejemplificaba a la prensa la situación que se vivía: “El Señor de los Anillos I se estrenó en la Argentina con 180 copias, mientras que la versión II de la misma película, más exitosa aún que la primera, salió con 120 copias, esto significa 60 posiciones menos en el circuito comercial (...) Hoy para cubrir el costo de una copia, que oscila entre los US\$ 1200 y los US\$ 1700, dependiendo de su duración, es necesario trabajar más de un mes, cuando antes ese costo se recuperaba en dos semanas”²⁵.

²⁴ Revista Haciendo Cine Año 8 - #38 – Ene/Feb 2004.

²⁵ *La Nación*, 2 de Marzo de 2003, “Negocios”, pág. 7

MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:

Algunas iniciativas intentaron apuntar a dos o tres sectores al mismo tiempo. En general lo que se dio en mayor proporción en 2003 fueron acuerdos entre Argentina y otros países para coproducir y codistribuir las películas de ambas naciones.

Es el caso de la firma del “Memorándum de entendimiento para la promoción de las artes audiovisuales nacionales en el exterior”. El convenio se realizó entre Jorge Coscia, presidente del Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales en 2003, y el embajador Alberto Petrina, representante especial para asuntos culturales internacionales de la Cancillería.

El acuerdo instó a personas que estuviesen interesadas y ligadas al cine a firmar acuerdos, contratos, convenios y coproducciones en el exterior. El proyecto buscó que las embajadas fuesen la sede de los convenios. En este acuerdo se seleccionó a las ciudades de Madrid, Roma, Londres, Los Ángeles, Rio de Janeiro y Tel Aviv para que los argentinos que vivían allí y tuvieran conexión con el cine pudieran participar buscando nuevos mercados y acuerdos para difundir el cine nacional en el exterior.

El proyecto también buscó promover y afianzar la presencia del cine nacional en el exterior y, además, alentar a inversiones extranjeras que financien producciones nacionales.

Durante 2003 también se firmaron acuerdos con la nación española dentro del Programa Raíces. Pero además de fomentar la coproducción entre ambos países (ver políticas dirigidas al sector producción) también se acordó que ambos países fomenten la distribución, exhibición e intercambio entre sus respectivas cinematografías. Paralelamente se buscó promover un mercado común cinematográfico, e impulsar la cooperación para la búsqueda, restauración y preservación del patrimonio audiovisual y cinematográfico.

En dicho momento también se creó una Comisión Permanente de Autoridades de Cine, Cultura y Medios Audiovisuales para llevar adelante los objetivos de dicho acuerdo.

Durante el 2003 el INCAA auspició el “Encuentro empresarial de la industria cinematográfica y audiovisual”. La reunión consistió en que productores españoles, alemanes, franceses y suizos negociaran con productores argentinos.

El encuentro tuvo inicio en 2002. En aquel momento viajaron 25 empresas y el volumen de negocios superó los 3 millones de euros, financiados por la Unión Europea. En 2003 fueron 31 las productoras y distribuidoras que recibieron 150 proyectos argentinos.

En encuentro consistió en que las productoras antes de viajar recibieron un catalogo con la descripción y el tipo de cooperación que necesitaban los proyectos argentinos.

Este encuentro formó parte de la coproducción del plan Al – Invest, mediante el cual el cine y la televisión argentina intentarían firmar acuerdos con la televisión y cine español. El programa Al-Invest fue creado en 1994, y se construyó como una de las herramientas para promocionar proyectos y crear negocios audiovisuales entre Europa y América latina. El objetivo del plan fue “estimular, facilitar y promover alianzas estratégicas entre empresas argentinas y europeas del sector (producción, coproducciones, acuerdos postproducción, *joint ventures*, transferencia de tecnología, acuerdos comerciales y mas)²⁶.

El INCAA también realizó acciones para promocionar el cine nacional. Por ejemplo se inauguró “Estación Cine Nacional”, una iniciativa que consistió en decorar las estaciones del subte de la Línea B con la temática de cine nacional. El proyecto se realizó en conjunto con la empresa Metrovías, el Grupo Vía Subte y el INCAA. El objetivo fue difundir al cine argentino como marca. Se ambientaron las estaciones del subte con temáticas de distintas películas argentinas. También se buscó poder dar información de los distintos ciclos de cine, las nuevas películas a estrenar y otros quehaceres del cine nacional. Según Coscia, “Estación Subte” fue un nuevo proyecto que permitió promover al cine nacional.

²⁶ Revista Haciendo Cine Año 7 - #32 – Ene/Feb 2003.

Otra medida que apuntó dos sectores fue el convenio firmado entre el INCAA e Italia. La medida establecía acuerdos de codistribución y coproducción de películas de ambos países. El objetivo fue que entre 6 y 8 películas argentinas se estrenasen en Italia y paralelamente esa misma cantidad de films se proyectasen en salas argentinas. Paralelamente se estimaba producir 6 films entre ambos países.

Otro de los reclamos por parte de distintos actores del mercado del cine fue por mayor transparencia en los ingresos y egresos del Instituto. Distintos directores del INCAA habían sido denunciados por fraude. Sin bien en 2003 el Instituto recuperó su autarquía financiera, y esto habilitaba la posibilidad de transparentar las finanzas del Instituto, para algunos actores esto no estaba aún saldado.

La mayoría de los actores que reclamaban por “cuentas claras” pertenecían al sector de la producción, pues eran quienes dependían, en mayor medida, del Fondo de Fomento para producir sus films. Sin embargo, este reclamo también provenía de otros actores cercanos o no a la industria. Hugo Castro, productor de *El bonaerense*, *Familia Rodante* y *La mecha*, expresaba en la Revista Haciendo Cine: “blanquearía caiga quien caiga mensualmente de dónde y cómo ingresó y cómo egresó todo. A quién y a dónde. Hoy eso se hace con transparencia, pero lo haría más público (aunque sé que muchos colegas me van a odiar por esto)”²⁷. En la misma entrevista Pepe Salvia pedía también por mayor transparencia por parte del Instituto y “reglas claras para la política de fomento”²⁸.

²⁷ Revista Haciendo Cine Año 8 - #38 – Ene/Feb 2004.

²⁸ Revista Haciendo Cine Año 8 - #38 – Ene/Feb 2004.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA:

En 2003 el INCAA tuvo un presupuesto de 16 millones de dólares, 4 millones más que en 2002²⁹. Esto pudo deberse a que, a partir del 2002, el INCAA recuperó su autarquía financiera, y por tanto comenzó a tener el poder de decidir sobre el total de los recursos del Instituto.

La ley de cine de 1994 establece que al menos el 50 % del presupuesto del INCAA debe estar destinado a la financiación de productos audiovisuales.

Si bien en 2002 el INCAA tuvo un presupuesto de 12 millones de dólares, destinó 10 millones de dólares para créditos, lo que representó el 83 % del presupuesto. En 2003 el INCAA tuvo más presupuesto pero en porcentaje destinó a los créditos 8 millones de dólares, es decir, el 50 % de los recursos.

Cantidad de películas nacionales producidas:

Con 8 millones de dólares el INCAA financió en 2003 65 proyectos, la misma cantidad de proyectos que había financiado en 2002.

Año:	2002	2003
Proyectos financiados por el INCAA	65	65

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación

Si bien la recuperación de la autarquía del Instituto permitió que el INCAA recupere la capacidad de decidir sobre el total del presupuesto, esto no implicó que el Instituto

²⁹ Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

decida financiar más producciones. De un año a otro aumentaron los recursos pero no la cantidad de proyectos financiados por el INCAA.

Año	Presupuesto del Estado (millones u\$s x año)	U\$s para créditos
2002	12	10.000.000 usd
2003	16	8.000.000 usd

Fuente: elaboración propia en base a datos de Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

Teniendo en cuenta los presupuestos de los mismos años, se puede observar que el INCAA, teniendo mayor presupuesto, asignó menos dinero para financiar la misma cantidad de producciones -65-, por lo que podemos esbozar que el INCAA financió en 2003 la misma cantidad de proyectos, pero más baratos, es decir, asignando menos dinero a cada uno de ellos. Se observa claramente la intención de privilegiar el sostenimiento de la cantidad de producciones por sobre la calidad de las mismas.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

Según el SINCA, en 2003 se estrenó un total de 226 films. De las cuales 46 fueron argentinas y 175 de otros países. En 2002 Argentina había estrenado 37 películas, por lo que de un año a otro Argentina aumentó en 9 las películas estrenadas.

En 2002 se habían estrenado un total de 202 películas, por lo que la oferta argentina representó ese año el 19,31% del total. En 2003 los estrenos argentinos, en términos de porcentaje, tampoco variaron mucho. Pues de las 221 películas en total que se estrenaron, las argentinas representaron el 20,81%, es decir un aumento de poco más del 2% respecto al año anterior.

A continuación mostramos dos cuadros que grafican la cantidad y el porcentaje de títulos estrenados según el origen de la película:

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades.				
AÑO	EEUU	ARGENTINA	OTROS	TOTAL
2002	109	37	56	202
2003	111	46	64	221

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Porcentaje que representan los títulos estrenado según origen del film:

Cine. Porcentaje de cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En porcentaje				
AÑO	EEUU	ARGENTINA	OTROS	TOTAL
2002	53,96 %	18,31 %	27,72 %	100 %
2003	50,22%	20,81%	28,95%	100 %

Fuente: Elaboración propia con datos del SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Durante el 2003 el INCAA desarrolló medidas que, según Coscia, inaugurarían una nueva forma de exhibir. Es así como comenzaron a abrirse los llamados Espacios INCAA. Es decir, salas de cine en desuso, o al borde de la quiebra que se refaccionaron y se destinaron a la proyección de cine nacional.

Más de una decena de Espacios INCAA se abrieron durante el 2003. Sin embargo, como hemos observado, la cantidad de estrenos del 2002 al 2003 no varió significativamente. Si bien la competencia de películas argentinas en las multisalas resulta desventajosa, sobre todo con títulos provenientes de Estados Unidos, no ocurre lo mismo en los Espacios INCAA, donde la competencia –cuando existe- se entabla con productos de cinematografías periféricas.

Los “Espacios INCAA” se construyeron con el objetivo de estrenar más películas nacionales y evitar que compitan con otros films más taquilleros en las multisalas. Aun con una política que destinaba sus recursos a construir espacios sólo para proyectar y estrenar películas nacionales, del 2002 al 2003 sólo se estrenaron 9 películas más.

La apertura de los espacios INCAA no significó grandes cambios en el porcentaje que representan la cantidad de películas argentinas estrenadas respecto a la cantidad de films estrenados en total en 2003.

El aumento de estrenos de películas argentinas respecto a años anteriores, pudo haber sido por distintos factores: por las políticas de coproducción que desarrolló el INCAA con otros países como con España, Brasil e Italia, los concursos para financiar producción nacional, el incremento de acuerdos incluidos en el Programa Raíces, o los acuerdos de comercialización con otros países. Pero estas políticas no alcanzaron para equilibrar el mercado respecto a Estados Unidos.

Del total de las películas estrenadas, el 20, 8% fueron películas nacionales, 50,22 % de los estrenos corresponde sólo a los Estados Unidos, y el 28, 95% restante a otros países. Es decir, frente a las 46 películas nacionales estrenadas, Estados Unidos estrenó 111, casi tres veces más que Argentina.

Si bien la producción cinematográfica muestra una recuperación respecto a años anteriores, en términos de comercialización la estructura del negocio aparenta continuar. Puede interpretarse que la política de coproducciones tuvo en 2003 un gran impacto en la producción de cine argentino, pues el INCAA decidió destinar menos presupuesto para financiar producciones en 2003 y sin embargo se produjeron más films. También se puede pensar que hubo mayor cantidad de proyectos financiados con menor presupuesto.

Cantidad de espectadores:

Las 221 películas estrenadas en 2003 tuvieron un total de 33.378.781 espectadores, obteniendo por ello un total de \$184.003.560.

Como muestra el siguiente cuadro, la cantidad de espectadores también se puede medir según el origen de la sala de exhibición. Las salas nacionales registraron el 36,55 % de lo proyectado en 2003. Es decir, menos de un 1% más que en 2002.

Una vez más cabe destacar que la apertura de los Espacios INCAA no modificó en gran medida la estructura de exhibición del mercado cinematográfico nacional. Pues, como se observa, las pantallas de origen extranjeras fueron en 2002 y en 2003 quienes lideraron la cantidad de espectadores, obteniendo el 64, 81% de los espectadores en 2002 y el 63, 45% en 2003. Es decir, la apertura de los Espacios INCAA no influyó en la cantidad de espectadores que recibieron las salas de origen extranjero.

Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2002	35,19%	64,81%	100%
2003	36,55%	63,45%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Recaudación según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Recaudación en Salas Nacionales (en porcentaje)	Recaudación en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2002	31,49%	68,51%	100%
2003	32,50%	67,50%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En 2003, Cinemark era la tercera empresa más grande del mundo en materia de exhibición. Operaba con 3700 pantallas en 14 países del mundo. Según el Diario La Nación, en 2003 Cinemark tenía un “14% de la participación en este mercado (argentino), es dueña de 8 complejos con 73 pantallas y facturan 26 millones de pesos (...) es la operadora de las salas de Galerías Pacífico, factura 30 millones de pesos, es dueña del 21,3% del mercado y en siete años lleva invertidos 160 millones de pesos”³⁰.

Como se comentó anteriormente, las 46 películas argentinas estrenadas en 2003 representaron el 20,81% del total de la oferta para estrenarse. Si bien este dato es interesante pues muestra con qué porcentaje argentina está en el mercado de cine en 2003 no representa la cantidad de espectadores que decidieron ir a ver una película argentina. Según El SINCA, del total de espectadores de cine en 2003 sólo el 24% eligió cine nacional. Es decir, menos de un cuarto de los espectadores totales decidieron ir a ver películas nacionales.

³⁰ La Nación, 2 de Marzo de 2003, “Negocios”, pág. 7

A continuación se ejemplifica la elección por parte de los espectadores de las proyecciones:

Año	Tipo de Proyección (en porcentajes)	Porcentajes
2002	Nacional	18.36%
	Extranjera	81.64%
	Total	100%
2003	Nacional	24.00%
	Extranjera	76.00%
	Total	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En 2003, si bien se abrieron nuevas salas dentro del Programa Espacios INCAA, éstas no modificaron el modelo de exhibición imperante en el mercado argentino. Es por esto que cobró fuerza la demanda del sector de la producción de reglamentar la cuota de pantalla y la media de continuidad, con el fin de balancear la exhibición de películas nacionales y extranjeras. Durante ese año, el INCAA no tomó una medida explícita respecto a la reglamentación de ambas medidas, promoviendo así la continuidad de un mercado de cine en el que reina la exhibición en complejos multisalas y el consumo de películas extranjeras, especialmente de Estados Unidos.

DISTRIBUCIÓN:

En materia de medidas tomadas por parte del INCAA para el sector de la distribución se puede dividir en dos direcciones: por un lado las acciones realizadas por

parte del Instituto para el mercado interno del cine y por el otro, medidas destinadas a la distribución en el mercado externo.

Las acciones llevadas adelante por el INCAA para la distribución en mercados extranjeros tuvieron gratos resultados. El INCAA desarrolló varios convenios con otros países para la codistribución de las películas. Es el caso de los convenios cerrados con los países iberoamericanos y con Brasil, para que películas argentinas fuesen distribuidas en aquellos países y a la inversa. El resultado de estas medidas fue que la ventas de cine al exterior llegaron a sumar 6.31 millones de dólares³¹. Según el INCAA, estas cifras representan un 1100% de aumento respecto a lo que ocurría cuatro años antes: en 1999 Argentina recibía solo medio millón anual en materia de exportación de cine.

Estas medidas también obtuvieron como resultado los premios logrados en el exterior. En 2003 el cine argentino recibió 115³² premios internacionales, el mayor récord de su historia. Estas cifras muestran una mayor presencia del cine nacional en el exterior.

Pero, a nivel del mercado interno, el INCAA no llevó adelante muchas iniciativas en pos de favorecer a las empresas nacionales. Durante el 2003 las distribuidoras extranjeras fueron las que obtuvieron la mayor ganancia del mercado. Según el diario La Nación³³, en 2003 cinco distribuidoras americanas concentraban el 75% de las copias que se exhibieron, ocupaban el 85% del tiempo en pantallas y obtuvieron alrededor del 80% de la recaudación.

Por otra parte, de las casi 50 películas argentinas estrenadas en 2003, 21 tuvieron un lanzamiento de cuatro copias o menos³⁴, por lo que estas películas debieron ser distribuidas en círculos cerrados.

La mayor demanda por parte del sector de distribución en 2003 fue la de disminuir los costos por copia de películas. Frente a esta demanda, el INCAA no desarrolló una iniciativa explícita para favorecer a las distribuidoras locales, por lo que se generaron dos problemas: por un lado, la perpetuación de la estructura del mercado argentino

³¹ *La Nación*, 10 de Agosto 2004, "Espectáculos", pág. 2

³² Revista Haciendo Cine Año 8 - #38 – Ene/Feb 2004.

³³ *La Nación*, 6 de Agosto de 2006, "Espectáculos", pág. 3

³⁴ Revista Haciendo Cine Año 8 - #38 – Ene/Feb 2004.

dominado por las empresas distribuidoras extranjeras. Y por el otro, un encarecimiento en la distribución y exhibición de películas argentinas. Pues, con menos copias, los títulos nacionales tuvieron menos posibilidades de ser proyectados en más salas.

2004:

La cuestión con mayor impacto político, no así económico, del 2004 fue la reglamentación de la cuota de pantalla y la media de continuidad. Si bien esta demanda comenzó a definirse en 2003, en 2004 el INCAA tomó la decisión de reglamentar ambas medidas. Muchos debates y reclamos durante este año giraron en torno a esta cuestión: mientras que el sector de la producción fue quien con mayor énfasis reclamaba su aplicación, los exhibidores y distribuidores (mayormente de capital extranjero) las rechazaron.

Otra de las novedades del 2004 fue la implementación del nuevo Plan de Fomento que abrió la posibilidad (restrictiva) a que nuevos actores entrasen al mercado del cine. En concordancia con el nuevo Plan de Fomento comenzaron a realizarse nuevos concursos llamados de Ópera Prima.

En materia de producción, dos demandas continuaron vigentes respecto del año anterior. Por un lado, la denuncia de que los costos de la producción cinematográfica estaban elevados, pues, los alquileres, las materias primas y demás productos debían pagarse en dólares, mientras que el precio de las entradas al cine estaba pesificado. Mecanismo que les imposibilitaba en muchos casos recuperar la inversión para filmar.

Paralelamente, otro de los reclamos inaugurados en 2003 y vigente en 2004 fue la creación de un plan de comercialización de las películas nacionales. Los productores sostuvieron que se producían películas que no llegaban a ser conocidas por el público ya que no se contaba con un plan de difusión eficiente.

En materia de exhibición se inauguraron dos programas (“El cine va a tu escuela” y “La escuela al cine”) que buscaron acercar proyecciones de cine a alumnos con bajos recursos.

En 2004 varias provincias denunciaron la falta de salas de cine locales, y la alta concentración de salas de proyección en las grandes urbes. Paralelamente los “Espacios INCAA” tuvieron durante el 2004 un fuerte impulso en el exterior.

Por su parte, el sector de la distribución local durante 2004 se concentró en la denuncia de que la cantidad de copias con las que salen al mercado los grandes éxitos norteamericanos no estaba regulada, hecho que afectaba a la distribución de películas nacionales.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN

En 2004 se implementó el Plan de Fomento 2004, mediante la Resolución N°0658/04. Este plan fue resultado en gran parte de las demandas realizadas por los jóvenes productores que quedaron fuera del sistema de fomento anterior.

El nuevo plan de fomento incorporó tres vías diferentes para presentar proyectos de películas de ficción y una cuarta vía destinada a proyectos documentales.

Según el Artículo 12 del Plan de Fomento de 2004 las vías son:

- a) PRIMERA VÍA: largometraje de ficción.
- b) SEGUNDA VÍA: largometraje de ficción.
- c) TERCERA VÍA: largometraje de ficción.
- d) CUARTA VÍA: largometraje documental.

El Plan de Fomento estableció que en todos los casos el paso de exhibición debería ser de 35 mm o superior. Los requisitos para presentarse eran:

- a) En la PRIMERA VÍA el productor presentante debía tener como mínimo cinco (5) películas de largometraje producidas con la misma persona de la presentación y una (1)

producida como productor ante el Organismo. Asimismo debía demostrar el 100% de la financiación del proyecto;

b) En la SEGUNDA VÍA el productor presentante debía tener como mínimo tres (3) películas de largometraje producidas con la misma persona de la presentación ó una (1) producida como productor ante el Organismo, así como demostrar el 100% de la financiación del proyecto;

c) En la TERCERA VÍA el productor presentante debía tener alguna producción realizada ante el Organismo (largometraje, documental, telefilm o cortometraje);

d) En la CUARTA VÍA el productor presentante debía tener alguna producción realizada ante el Organismo (largometraje, documental, telefilm o cortometraje).

Este plan buscó diversificar las posibilidades de presentación, permitiendo que se renueve y se amplíe la cantidad de posibles nuevos realizadores a ser financiados por el INCAA. Generando, pues, la posibilidad de que surja una nueva camada de realizadores. Para ello la tercera y cuarta vías el Plan redujo el requisito de los productores presentantes a “alguna producción realizada ante el Organismo”. También eliminó la necesidad de demostrar la financiación del proyecto al momento de la presentación. Pero paralelamente no modificó la incorporación para nuevos directores y productores que no tuviesen antecedentes ante el INCAA.

El Plan de Fomento siguió exigiendo que el productor tuviese alguna obra realizada ante el INCAA. Igualmente dejaba la posibilidad de que nuevos directores se asocien con productores ya con experiencia dentro del Instituto.

También se modificó el régimen de evaluación de los proyectos a ser subsidiados. La evaluación empezó a tener en cuenta la consistencia del proyecto. Además se conformó el Comité de Preselección integrado por delegados propuestos por distintas entidades de cine, que nuclean a directores, productores, actores, técnicos, etc.

Para Jorge Coscia, la creación del Comité facilitaba la transparencia e impedía la discrecionalidad del manejo de los fondos. Al respecto aseguraba a la prensa: “avanzar sobre los nichos parasitarios del fomento y esto lo logramos poniendo más cantidad de

actores en la evaluación: cada vez tiene menos poder el presidente del Instituto y cada vez se acorrala más a los que medran”³⁵. Según declaraciones de Coscia de aquel momento, el comité evaluaba y otorgaba los subsidios. En cambio su función como presidente del INCAA era la de “promover la difusión del cine argentino, controlar el Plan de Fomento, hacer que sea más transparente y evitar las formas marginales que genera toda política de subsidios”³⁶.

En 2004 también se saldaron las deudas a productores y realizadores contraídas durante los gobiernos de Menem y De la Rúa. En un acto en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno, Néstor Kirchner lanzó lo que se conoció como el “Plan de reactivación del cine argentino”, el cual consistía en entregar cheques para saldar los pagos de subsidios impagos.

La deuda del INCAA correspondía a 1999, 2000 y 2001, pertenecientes a las gestiones de Julio Mahárbiz (durante el segundo gobierno de Carlos Menem), y de José Miguel Onaindia (durante la breve presidencia de Fernando de la Rúa). En ambas gestiones los fondos del INCAA eran controlados por el Ministerio de Economía. El Estado emitió 200 cheques en beneficio de artistas y productores del cine.

En el mismo acto Néstor Kirchner anunció dos medidas que, según el entonces presidente, posiblemente se reglamentarían: la desgravación impositiva a importaciones por un lado, y por el otro la reglamentación de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. La desgravación impositiva a la importación de celuloide, cuando éste fuese ingresado al país para hacer películas, podía significar una reducción del gasto en material fílmico para los productores. La Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad establecería una obligación a los exhibidores de proyectar una cantidad mínima de películas argentinas por año. En ese acto Kirchner aseguró: "Avanzar no autoritariamente sino democráticamente, para lograr, como ustedes le dicen, el espacio de pantalla"³⁷.

³⁵ *La Nación*, 14 de Marzo de 2004, “Enfoques”, pág. 1

³⁶ *La Nación*, 14 de Marzo de 2004, “Enfoques”, pág. 1

³⁷ *La Nación*, 25 de Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 8

En el marco del Plan de Fomento el INCAA lanzó los concursos de cortos, operas primas y películas terminadas.

Durante el 2004 el INCAA otorgó un premio de \$6.000 al ganador de la muestra del *Doc Buenos Aires*, organizada por la Productora Cine Ojo.

El INCAA también abrió el concurso en el que participaron cortometrajes de hasta 10 minutos con la temática de la discriminación. Los tres cortos preseleccionados recibieron: \$5000 para el primero, \$3000 para el segundo y \$2000 para el tercero.

Además, el Instituto abrió un concurso para premiar a cuatro cortometrajes que no habían recibido la declaración de “interés”. Las películas que participaron del concurso podrían ser preseleccionadas para exhibirse en la sección “Vitrina Argentina” del 20° Festival Internacional de Cine de Mar del Plata. El premio consistió en la suma de hasta \$200.000 para cada uno de los proyectos de ficción y de hasta \$120.000 para el documental ganador.

A lo largo de 2004, los productores sostuvieron tres tipos de demandas:

Por un lado, la reglamentación de la cuota de pantalla y la media de continuidad. Al igual que en 2003, los productores le exigieron al presidente del INCAA que se reglamenten ambas medidas (ver apartado “Media de Continuidad y Cuota de Pantalla”).

La segunda demanda que signó el año por parte de los productores estuvo vinculada al incremento de los costos de la producción de cine. Los productores sostenían que desde 2001 se habían encarecido los precios para producir cine. Muchos productores coincidieron en que los costos locales de los insumos, los aparatos, el alquiler de cámaras, los salarios de algunos técnicos, etc. eran muy elevados. Y paralelamente, el precio de la entrada de cine era bajo en relación con los altos costos de producción. Esta demanda había comenzado en 2003 y continuaba en 2004. El INCAA en ninguno de los dos años tomó ninguna iniciativa explícita para apaliar este reclamo.

Por último y como tercera demanda, los productores denunciaban que el plan de promoción de películas nacionales era deficiente. Sostenían que existía poca efectividad en los mecanismos de promoción y esto repercutía directamente en la cantidad de espectadores que recibían las películas nacionales. Los productores aseguraban que las

películas nacionales, al tener poca difusión, no llegaban a ser conocidas por parte de los espectadores y por tanto no recibían un público mínimo para recuperar lo invertido.

EXHIBICIÓN

En 2004 comenzó a funcionar el programa “El cine va a tu escuela”. Una iniciativa que llevó adelante el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires en conjunto con el INCAA. La propuesta consistió en que una camioneta del INCAA recorra las escuelas de la provincia bonaerense para acercar el cine a los sectores más carenciados. La camioneta transportaba films y una pantalla de tres metros de altura. En ocasiones la proyección se hizo al aire libre, otras veces en aulas de algunas escuelas.

En el 2004 se proyectó que el cine móvil recorra más de 2000 escuelas, a las que asistían unos 400.000 chicos.

“La escuela al cine” fue otro programa que realizó el INCAA en conjunto con el Ministerio de Educación, Aeropuertos Argentinas 2000 y el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación. El proyecto tuvo como objetivo acercar proyecciones cinematográficas a alumnos de colegios públicos de bajos recursos.

El programa se desarrolló durante el 2004 en 16 provincias argentinas. Y se proyectaron películas en aeropuertos y en salas de los complejos Hoyts, Villages y Cinemark.

En 2004 continuó el Programa de “Espacios INCAA”. El Instituto proyectó abrir entre 30 y 40 nuevos “Espacios INCAA”.

Paralelamente se daba un alto desequilibrio en tanto cantidad de salas por provincias. Algunas provincias sólo tenían una sala de cine, otras ninguna.

En 2004 existía una doble concentración de salas de cine: uno a nivel federal, y otro al interior de las grandes ciudades. A nivel nacional las grandes ciudades y provincias con mayor presupuesto eran las que concentraban la gran mayoría de las salas de cine. A nivel de las urbes, algunos barrios concentraban la mayor cantidad de complejos cinematográficos.

Es posible esbozar pues, que los lugares donde el INCAA buscaba abrir nuevos Espacios INCAA eran clave para democratizar el acceso al cine. Pues mediante esta iniciativa el INCAA podría haber comenzado a saldar el desequilibrio de la distribución de salas de cine en argentina.

Paralelamente el INCAA firmó convenios con la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares para crear salas de video digitales y proyectar cine argentino.

El INCAA también tuvo una política de exhibición en el exterior, al igual que en 2003. El Instituto abrió en Europa tres salas de cine dedicadas a la proyección de películas nacionales. Estos centros se sumaron a los 20 que funcionan en Argentina.

El INCAA abrió salas en Madrid, Roma y en París. En declaraciones a la prensa Jorge Coscia decía: “No estamos abriendo una sala comercial de cine sino un ámbito de difusión, promoción, una herramienta que posibilita que nuestros directores y productores puedan hacer exhibiciones privadas para mostrar sus creaciones”³⁸. Para el 2004 también se previó abrir una sala en Washington.

La proyección de cortos también tuvo su política en 2004. El INCAA auspició el Primer Concurso Nacional de Cortometrajes de la Televisión Abierta, organizado por Telefé. Los doce cortos ganadores fueron emitidos por el Canal Telefe.

-La gran demanda de los actores de la exhibición fue la no reglamentación de la cuota de pantalla y la media de continuidad. Varios actores se manifestaron en contra de dicha reglamentación, justificando el libre mercado del cine. (ver apartado “Cuota de Pantalla y Media de Continuidad”).

³⁸ *Clarín*, 3 de mayo de 2004, “Sociedad”, pág. 34

DISTRIBUCIÓN

La diversidad de la oferta y la competencia que se experimenta en el mercado local por el creciente avance de la producción hollywoodense hacía muy difícil la tarea de encontrar salas vacías o lugar en la cartelera para proyectos nacionales. Y más aún si estas películas nacionales no tenían personajes del *star system* local o una calidad estética llamativa.

Tres problemas enfrentaban las películas nacionales en 2004 en materia de distribución:

En primer término, las películas nacionales generalmente no encontraban espacio en las multisalas, debiendo salir al mercado con menos cantidad de copias que el resto de las películas norteamericanas o directamente en formato de video. Esta situación encarecía cada vez más la capacidad que tenían los films nacionales de competir con películas extranjeras.

El segundo problema que enfrentaban las distribuidoras locales, en concatenación con el primero, era la falta de regulación por parte del INCAA de la cantidad de copias con que entraban al país las películas norteamericanas. Los distribuidores locales aseguraban que había una competencia desleal entre los tanques norteamericanos y las películas nacionales.

En el mismo sentido, la distribuidora local CGI Films reclamaba que se imponga un tope a la cantidad de copias de una película que se podía proyectar en un mismo complejo multisala.

Hernán Mussaluppi, productor de *Los guantes mágicos*, aseguraba en declaraciones a la prensa que uno de los problemas que afrontaban las películas argentinas era la cantidad de copias de películas extranjeras que entraban a Argentina. "El problema es que Harry Potter sale en un complejo de cines con cuatro copias, donde hay tres de *El día después de mañana*, y dos de *Troya*, para 13 salas. ¿Dónde está el resto? El

INCAA tiene que tener una reglamentación que proteja la exhibición de cine argentino. A mí me presta plata y después yo no la puedo devolver"³⁹.

Y el tercer problema devenía de la asociación que existía entre las *majors* de Estados Unidos y sus distribuidoras. La cantidad de estrenos y el número de copias con las que las películas norteamericanas salían al mercado eran decididos por las empresas norteamericanas, sin la intervención de agentes locales. Por lo que las distribuidoras locales debían operar en el mercado sin posibilidad de decidir sobre qué películas se estrenaban, y debiendo acatar lo que ya estaba decidido previo al ingreso al mercado argentino.

Según muchos distribuidores, la distribución independiente del cine extranjero era la más perjudicada por la reglamentación de la Cuota de pantalla y la Media de continuidad. Pues si las grandes salas debían ocupar un tope de la cartelera con películas nacionales, el resto lo dedicaran a películas comerciales de Hollywood (ver apartado Cuota de Pantalla y Media de Continuidad).

MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:

Durante 2004 existieron medidas que estuvieron dirigidas a más de un sector. También iniciativas que no afectaban directamente a ningún sector, aunque sí de modo indirecto.

El secretario de Cultura de la Nación Torcuato Di Tella y presidente del INCAA, Jorge Coscia, estimularon reglamentar la ley 25.119, que creaba la Cinemateca y Archivo de la Imagen Nacional. La normativa intentó evitar que el patrimonio audiovisual continúe deteriorándose. La ley había sido sancionada en 1999, pero nunca fue reglamentada.

La asociación privada APROCINAIN (Asociación Pro Cinemateca Nacional y Archivo de la Imagen Nacional), reclamó por mucho tiempo la reglamentación de la norma.

³⁹ Clarín, 4 Junio de 2004, "Espectáculos", pág. 5

Fernando Martín Peña, presidente de la asociación, afirmaba a la prensa que “se ha perdido un 50 % del cine sonoro y un 95% del cine mudo”⁴⁰.

Otra de las demandas de gran peso durante el 2004 fue la de transparencia en el otorgamiento de subsidios, ingresos y egresos del INCAA. Distintos actores del mercado reclamaban que el INCAA debía publicar en internet la lista detallada de subsidios y créditos otorgados, sus montos, quiénes lo solicitaban, cómo y cuándo los devolvían, etc. Paralelamente se denunció que existían altos grados de discrecionalidad en los proyectos que financiaba el INCAA. Esta denuncia de mayor transparencia había comenzado en 2003 y continuó con igual intensidad durante el 2004.

Cuota de Pantalla y Media de Continuidad:

El 2004 estuvo atravesado, en gran medida, por la disputa entre productores, distribuidores y exhibidores por la reglamentación de la cuota de pantalla y la media de continuidad.

La ley de cine obligaba a todas las salas y lugares de exhibición a proyectar una cantidad mínima de películas nacionales. El número de películas variaba según el tipo y capacidad de la sala.

La Cuota de Pantalla asegura a un film argentino estar una semana en cartel, es decir, le otorga la posibilidad de estrenarse en alguna sala comercial. La Media de continuidad habilita la posibilidad de que, si cumple con una cantidad mínima de espectadores, pueda continuar en cartel. Ambas medidas promueven a los productores y directores tener acceso y continuidad en un circuito de exhibición comercial. La cuota de pantalla habilita el acceso a estrenar, mientras la media de continuidad a mantenerse en cartel. Y paralelamente el INCAA se asegura que parte de las películas que financia lleguen a estrenarse en cines comerciales.

El establecimiento del sistema de “Cuota de Pantalla” implica el retorno a un régimen de proteccionismo industrial que fue adoptado en tiempos del primer gobierno

⁴⁰ *Clarín*, 15 de Julio de 2004, “Espectáculos”, pág. 10

peronista. La ley de cine vigente en 2004 contemplaba la cuota de pantalla y establecía que se ajustaría a la reglamentación que dicte el INCAA. El antecedente de la cuota de pantalla fue establecida, en 1949, por el subsecretario de Informaciones y Prensa Raúl Alejandro Apold, durante el segundo mandato de Juan Domingo Perón. La medida establecía un estreno argentino mensual en salas de primera línea. Y además obligaba al cine a tener en cartel una semana dicho estreno. Para cines de segunda línea la medida obligaba a tener en pantalla películas argentinas durante 26 semanas anuales.

Según el INCAA, con la reglamentación de ambas medidas se buscaba terminar con el “voluntarismo” en los acuerdos entre productores y exhibidores. Paralelamente se buscaba garantizar una media de continuidad de las películas argentinas en pantalla para hacer frente a la gran presencia de cine norteamericano en los cines.

El predominio del cine norteamericano en el cine local generaba una desproporción a la hora de estrenar. La presencia norteamericana en el cine local no sólo se observa en la cantidad de films estrenados (número siempre mayor al de las películas nacionales), sino también en la fortaleza de las relaciones que los complejos de exhibición multipantalla mantienen con las grandes distribuidoras.

Estas alianzas (entre exhibidores y distribuidores) se dan en el marco de procesos de concentración y transnacionalización que se han desarrollado a nivel mundial en las últimas décadas. Lejos de ser un espacio equilibrado, pacífico y armónico, el INCAA interviene en un mercado del cine compuesto por una serie de actores con distintos intereses, peso económico y capacidad de hacer escuchar su demanda.

La reglamentación de la Cuota de pantalla y la Media de continuidad afectó a los tres sectores del mercado local. El tratamiento de la reglamentación de ambas medidas no comenzó en 2004, sino un tiempo antes. Para mayor comprensión de surgimiento, tratamiento y resolución de la cuestión de Cuota de pantalla y media de continuidad dividiremos el análisis en tres etapas:

- 1) Construcción de la cuestión
- 2) Reglamentación de la Cuota de pantalla y Media de continuidad
- 3) Consecuencias de la Cuota de pantalla y Media de continuidad

Análisis:

1) Construcción de la cuestión:

Desde el 2003, los productores y directores locales comenzaron a denunciar que las grandes cadenas de exhibición no proyectaban las películas nacionales en los tiempos pactados. Y que, una vez en cartel, los exhibidores poseían libertad de levantar la película si lo deseaban, perjudicando así a los productores locales, ya que o sus películas no eran proyectadas, o si estaban en cartel, no lograban recuperar lo invertido.

Los productores y directores nacionales reclamaban al INCAA control sobre la exhibición del cine local en las multisalas. El reclamo era la permanencia de la película en cartel si ésta alcanzaba una aceptable cantidad de público. En definitiva, exigían al Instituto la reglamentación de la Cuota de pantalla y la media de continuidad.

A principios de Junio de 2004 se realizó una reunión entre los productores de las películas argentinas en cartel, las que estaban a punto de estrenarse, autoridades del INCAA y representantes de las cadenas de exhibición como los Hoyts, Cinemark y Villages. La reunión tuvo por objetivo encontrar una solución a las dificultades que atravesaba el cine argentino en la exhibición. Según Coscia, era necesario “estipular reglas que garanticen la presencia de los filmes nacionales que el público quiere ver. No queremos obligar al público a que vea lo que no quiere”⁴¹.

Según el sector de exhibición, levantar una película dependía exclusivamente de la cantidad de espectadores que tenía. Y esto no estaba determinado por la nacionalidad del film. Según Leo Racauchi, representante de la Cámara Argentina de Exhibidores Multipantalla (CAEM), el sector de exhibición hacía un esfuerzo “muy grande” para apoyar a todo el cine nacional. Paralelamente, aseguró a la prensa que el sector de exhibición prefería “autorregulación, en la que los exhibidores, que han mantenido un diálogo abierto, acuerden con el cine argentino. De lo contrario la regulación será unilateral por parte del INCAA y el Estado argentino”⁴².

⁴¹ *Clarín*, 4 Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 5.

⁴² *Clarín*, 4 Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 5.

Racauchi contaba a la prensa que durante la primera semana de estreno de cualquier película hay un acuerdo “de caballeros”, en que las películas argentinas se exhiben en todas las funciones de una sala. “Después hay una ley de mercado, por la que la película que trabaja menos, sale”, planteaba Racauchi. “Si no funciona, nosotros le preguntamos al distribuidor, ¿la mantenemos en dos o tres funciones, la querés dejar?’ Con las extranjeras, directamente, salen. No estamos de acuerdo con la cuota de pantalla, nadie le impone al público lo que quiere ver⁴³”. Por último aseguraba que ningún exhibidor retiraba de cartel un film que funciona, y que el filtro, es decir, quien determina la continuidad o no de la película en exhibición, era el público.

Cuatro fueron las propuestas consensuadas entre las autoridades del INCAA y los productores. Estas ideas fueron expuestas a los exhibidores para que las analicen:

- cambio en la “media de pantalla”. En 2004, la película que se mantenía en cartel semana tras semana en los cines multisalas era aquella que llegaba a más espectadores en total. Es decir, en vez de analizar el porcentaje de ocupación de sala, la media de pantalla se medía según la recaudación de la película. La propuesta fue que se comience a medir según el porcentaje de ocupación de sala que tenían las películas.

- que la película tuviera dos semanas de permanencia asegurada. Es decir, que los complejos se comprometan a mantener la película por dos semanas continuas luego de su estreno. Hasta 2004, si una película argentina no era una de las que más recaudaba, era levantada de pantalla o bien pasaba a horarios poco concurridos.

- limitar la cantidad de copias de películas extranjeras. Se establecería un límite de la cantidad de copias que se podían importar de películas de Estados Unidos, las cuales generalmente tenían la mayor cantidad de espectadores. La propuesta no estableció si el límite sería por copia de película importada o límite en el total de copias por complejo.

- cuota de pantalla: establecer una cantidad determinada de días al año que las salas multicine deben tener proyectadas películas nacionales.

⁴³ *Clarín*, 4 Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 5.

Luego de la reunión, Jorge Coscia aseguró a la prensa: “No puede haber una política pública de fomento al cine en la Argentina si no se protege la exhibición. Haremos medidas regulatorias, pero razonables. No vamos a contestar con un salvajismo del Estado ni obligaremos al empresariado a perder dinero. Creemos en el potencial comercial del cine argentino y no podemos tolerar un copamiento del mercado ni la dictadura de unos pocos sobre el conjunto de los argentinos. Esa política salvaje les hace daño a todos. Atenta contra la libertad de exhibición”⁴⁴.

El sector de la producción era quien más fuertemente insistía en la reglamentación de las medidas, mientras que el sector de la exhibición se oponía. Varias expresiones en apoyo y en disidencia respecto a la media de continuidad y a la cuota de pantalla surgieron por esos días:

En contra: El sector de la exhibición fue quien protagonizó las opiniones en contra de la reglamentación de las medidas. Sus intereses comerciales se verían afectados por tener que mantener una película con poco caudal de público. Además aseguraban que las medidas no tenían en cuenta lo que se denomina riesgo empresario, es decir que complejos multisalas no habían recuperado la inversión. Además aseguraban que en otros países que poseen cuota de pantalla a los exhibidores se los exime de pagar algunos impuestos. Exigían por tanto que, en caso de reglamentarse la cuota de pantalla, se los beneficie con alguna excepción impositiva.

Leonardo Racauchi, convertido en vocero público de este sector, decía: “las películas argentinas, salvo honrosas excepciones, se estrenan con cinco copias y en el país hay trescientas multipantallas, no entiendo cómo van a ser para cubrir a todas. Igual, no es un problema de cuota de pantalla, ya que todas las películas argentinas se estrenan en los cuatro complejos requeridos por los productores argentinos que son Recoleta, Abasto, Palermo y Caballito. No se estrenan en más complejos porque no hay copias”⁴⁵.

⁴⁴ *Clarín*, 9 de Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 4

⁴⁵ *Clarín*, 29 de Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 4

Unos días después, Racauchi aseguraba al diario La Nación: "No sabemos por qué toda esta gente se une a una idea muy descabellada que es la de pensar que se puede forzar a los exhibidores a pasar un determinado tipo de cine. Sólo cinco de las cincuenta películas argentinas que se estrenan por año tienen salida con cien o más copias. La mayoría del resto de las películas no suma 10 mil espectadores, cada una. Yo me pregunto de dónde van a sacar plata para pagar lo que cuesta hacer más copias, si no tienen siquiera para publicitarlas."⁴⁶

A favor: los productores fueron los que en mayor medida construyeron a la reglamentación de la cuota de pantalla y la media de continuidad como una cuestión. Sus intereses, según el sector, se veían afectados, pues sostenían que las multisalas levantaban sus películas de cartel o directamente no las proyectaban. Exigían que el Instituto medie en la situación. Que se les obligue a los exhibidores a proyectar cine nacional en las salas comerciales ya que pese a tener buena respuesta del público, los grandes cines disminuían las funciones de algunas películas argentinas.

El director Daniel Burman declaraba "Hay películas como «Shrek 2» que salen al mercado con 150 copias, mientras que la mía, «El abrazo partido», salió con 16" (...) "Las películas norteamericanas deberían tener tantos problemas para estrenar en la Argentina como los que tienen los productos argentinos para distribuirse en los Estados Unidos"⁴⁷.

Todas las semanas se postergaban o cancelaban estrenos anunciados a raíz de la falta de salas para proyectarlos. Para la producción argentina, la posibilidad de estrenar las películas en el circuito comercial y de poder sostener luego la exhibición en esas salas durante más de una o dos semanas se había vuelto una misión casi imposible. En este sentido, la opción de las salas del INCAA seguía corriendo con una marcada desventaja. La infraestructura de las cadenas cinematográficas y los shoppings era mucho más atractiva que los Espacios INCAA, tanto por su oferta comercial como por sus comodidades y equipamiento.

⁴⁶ *La Nación*, 27 de Junio de 2004, "Espectáculos", pág. 4

⁴⁷ *La Nación*, 27 de Junio de 2004, "Espectáculos", pág. 4

Según varios de los productores la falta de reglamentación generaba pérdidas cuantiosas de espectadores. Se estimaba que *Luna de Avellaneda* había perdido alrededor de 600 mil espectadores potenciales, en tanto películas como *Roma*, *Los guantes mágicos* y *La niña santa* vieron afectada su recaudación en cifras que rondarían entre los 20 y los 60 mil espectadores⁴⁸.

2) Reglamentación de la Cuota de pantalla y Media de continuidad

El martes 29 de junio de 2004 se reglamentó la cuota de pantalla y la media de continuidad a través de la resolución 2016/04. Dicha resolución estaba establecida por la ley 17741 y por el decreto 1405 que reglamentó la cuota de pantalla en 1973. Por ese entonces las salas se dividían en salas de estreno y salas de cruce. A partir de la resolución de 2004 se engloba a la totalidad de las pantallas del país como salas de estreno. Definiendo así que todas las salas de Argentina tienen la obligatoriedad de cumplir con la resolución ya que rige para todas por igual.

La Cuota de Pantalla estableció que cada sala o pantalla de cine en la Argentina tiene la obligación de estrenar una película nacional por trimestre. Por ejemplo, si un complejo tiene 16 pantallas, deberá estrenar en cada sala al menos una película nacional cada tres meses.

Por otra parte, la Media de Continuidad establece si una película nacional puede (o no) seguir en cartel en esa sala. Para determinar esto, se subdividió a las salas de acuerdo a la capacidad de espectadores que puede tener. Y a partir de allí, se estableció un porcentaje de venta de entradas de jueves a domingo. Si la película alcanza dicho porcentaje, la sala está obligada a mantener la película en cartelera una semana más.

Coscia explicó dos puntos importantes de la reglamentación: por un lado, la calendarización de la temporada y por el otro la clasificación de las salas de cine: "La media de continuidad la hacemos porque entendemos que la actividad del cine establece una diversidad en el tipo de salas de acuerdo con su capacidad, y una diversidad de épocas. Por eso tenemos dos temporadas (...) También se definen tres tipos de salas,

⁴⁸ *Clarín*, 9 de Junio de 2004, "Espectáculos", pág. 4

porque no es igual la media para una sala pequeña que para una grande. Esto se hizo en base a un estudio que hicimos del comportamiento del cine argentino con las declaraciones presentadas al INCAA"⁴⁹.

Al año calendario cinematográfico se lo dividió en dos:

-temporada alta, del 1 de abril al 30 de setiembre, y la temporada baja, del 1 de octubre al 31 de marzo. Esto permite establecer media de espectadores según cada temporada.

También la reglamentación divide los estrenos en tres grupos de salas según tres tipos de películas (según la cantidad de copias):

-Grupo A: son los films que tienen más de 20 copias. En temporada alta tendrán medias de pantalla de 25% en las salas de menos de 250 butacas; de 20% en las de entre 250 y 500 butacas, y de 10% en las de más de 500 butacas. En temporada baja tendrán media de pantalla de 20%, 15% y 8% respectivamente.

-Grupo B: Son las películas que tienen entre 10 y 20 copias. Se estableció que en temporada alta tendrán las siguientes medias de continuidad: 22% (salas de menos de 250 butacas), 18% (en salas de entre 250 y 500 butacas) y 9% (salas de más de 500 butacas). En temporada baja, se estableció respectivamente: 17%, 14% y 7%.

-Grupo C: Los estrenos de este grupo son los que tienen menos de 10 copias. Se establecieron porcentajes de 20%, 16% y 8% en temporada alta. En temporada baja los porcentajes establecidos fueron: 15%, 12% y 6%.

Según Coscia, "así se protege a la película más débil, que, al lanzar menos copias, presiona menos sobre la cuota de pantalla. De esa manera se genera la posibilidad de eximir a más de una sala del cumplimiento de la cuota y se le otorga una compensación en la media de continuidad"⁵⁰.

La resolución también estableció que la regulación, en cuanto a las medias de público, sólo corre para los estrenos nacionales. El cine extranjero no entra en estos porcentajes.

⁴⁹ *La Nación*, 29 de Junio de 2004, "Cultura", pág. 9

⁵⁰ *La Nación*, 29 de Junio de 2004, "Cultura", pág. 9

A diferencia de la media de pantalla, la cuota de pantalla no está regida por temporada alta y baja, sino que es fija, estable. Si no se estrenan películas nacionales, la resolución establece que la sala quedará sin la obligación de proyectar películas nacionales. Según Coscia, “el plazo trimestral apunta a no generar una acumulación innecesaria a lo largo del año. Si no hay películas en dicho trimestre, las salas serán eximidas, y es muy probable que eso ocurra. Los films argentinos no se estrenan con 140 copias: sólo cinco o seis se acercan a las cien o superan esa cifra”⁵¹.

La resolución también estableció que a la empresa exhibidora que no cumpla con las medidas se le aplicará el artículo 62 de la ley 17.741. “Se establecieron multas, cuyo monto será igual al ingreso bruto de uno a quince días de exhibición. Se tomará como ingreso bruto el promedio diario del trimestre en el que no haya cumplido la exhibición. En caso de reincidencia se puede clausurar la sala, hasta 30 días consecutivos y, tras una nueva reincidencia, hasta 60 días”⁵².

Paralelamente la resolución incluye una compensación. Pues si el exhibidor mantiene en cartel una película argentina que no llega a la media de continuidad, se reduce su obligación con otras películas nacionales en la misma sala o en otra dentro del mismo complejo.

3) Consecuencias de la Cuota de pantalla y Media de continuidad:

Luego de la implementación de la media de continuidad y de la cuota de pantalla, muchos actores de la industria manifestaron su opinión. Es el caso de Sebastián Valenzuela, gerente de Villages Cines, quien escribió en el diario Clarín su rechazo a ambas medidas: “El INCAA, a través de la reglamentación que está implementando, básicamente lo que hace es restringir la libertad en la programación de las películas ya que obliga a estrenar determinada cantidad de películas nacionales y a mantenerlas en cartel. Deja de ser una libre elección cuáles películas estrenamos en nuestras salas y en qué momento podemos reemplazarlas por otras de mayor atractivo para el público. Consideramos que la

⁵¹ *La Nación*, 29 de Junio de 2004, “Cultura”, pág. 9

⁵² *Clarín*, 29 de Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 4

medida es totalmente incorrecta. Forzar a que se exhiban películas que puedan no resultar atractivas al público puede ser contraproducente para la industria argentina ya que la gente va a ir menos al cine; el INCAA va a recaudar menos fondos para otorgar créditos al cine nacional; y por ende, la gente va a ver menos cine argentino. En definitiva, todos —el público, los productores y los que pertenecemos a esta industria—, saldremos perdiendo⁵³.

En la segunda semana de la aplicación de la cuota de pantalla, la distribuidora local CGI Films lanzó un comunicado contra la medida. Fue luego de que la distribuidora tuviera que levantar la película *Intimidades* de Rebecca Miller (film independiente de Estados Unidos) por la normativa.

En el comunicado, CGI Films afirmaba: “Si la mentada resolución otorga un mayor espacio a las películas nacionales, este espacio por fuerza debe quitárselo a alguien. Y este espacio no proviene de las varias salas que exhiben (en un mismo complejo) una superproducción norteamericana. ¿De dónde sale entonces? La respuesta es clara: el espacio 'ganado' por el cine nacional es el de las producciones independientes de origen extranjero”⁵⁴.

La Gerencia de Fiscalización del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales constató que el complejo Village Recoleta no cumplió con la media de continuidad con la película *Familia Rodante* de Pablo Trapero. El INCAA descubrió que la cantidad de butacas declarada por el complejo no era la correcta. Lo que generó que los porcentuales emitidos por el complejo no eran lo correctos para sacar de pantalla a la película.

Tras este descubrimiento Daniel Peña, entonces a cargo de la Gerencia de Fiscalización del INCAA, aseguró a la prensa que los inspectores a su cargo comenzarían a recorrer sala por sala para contar sus butacas⁵⁵.

El funcionario también explicó a la prensa que en algunas salas se agregaban funciones a las cinco convencionales para operar contra la media de continuidad. Y

⁵³ *Clarín*, 1 de Julio de 2004, “Espectáculos”, pág. 6

⁵⁴ *Clarín*, 9 de Julio de 2004, “Espectáculos”, pág. 2

⁵⁵ *La Nación*, 15 de Octubre de 2004, “Espectáculos”, pág. 3

además que se le informaba al público que llegaba sobre el comienzo de las proyecciones que las entradas que quedaban eran en lugares incómodos.

Peña también aseguraba que existían otros mecanismos por parte de las exhibidoras para incumplir con la cuota de pantalla o la media de continuidad: “también existen quejas acerca de películas que con promesa de estreno en firme se caen el lunes anterior por decisión de los exhibidores, y colas publicitarias que no se pasan a pesar de estar disponibles dos semanas antes de la fecha acordada para el lanzamiento”⁵⁶.

Las exhibidoras comenzaron a aplicar varios mecanismos para evitar cumplir con la Cuota de Pantalla y la Media de continuidad. Paralelamente los productores siguieron denunciando la falta de regulación y control por parte del INCAA de ambas medidas. Las distribuidoras locales encontraron a ambas medidas como limitantes para un cine extranjero experimental, artístico o poco comercial.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA:

Para el 2004 el INCAA contó con u\$s 19 millones, de los cuales destinó u\$s 9.700.000 para créditos.

Año	Presupuesto del Estado (millones u\$s x año)	U\$s para créditos
2003	16	8.000.000 usd
2004	19	9.700.000 usd

⁵⁶ *La Nación*, 15 de Octubre de 2004, “Espectáculos”, pág. 3

Fuente: elaboración propia en base a datos de Revista Haciendo Cine Año 10 - #53 – Noviembre 2005.

Respecto al 2003, el INCAA tuvo u\$s 3 millones más y destinó u\$s 1.700.000 más a créditos que el año anterior. En términos de porcentaje, en 2003 el INCAA había destinado la mitad de su presupuesto a créditos, mientras que en 2004 el INCAA destino el 51,05 % de su presupuesto. Si bien no es un aumento muy significativo, se observa que el Instituto buscó mantener la cantidad de recursos otorgada a créditos.

Si bien el presupuesto con el que trabaja el INCAA fue en aumento desde el 2002, era muy limitado en comparación con el que manejan otros mercados. Jorge Coscia aseguraba que el presupuesto anual que posee el INCAA representaba lo que se gasta en total para realizar una película en otros mercados: “con lo que gasta Woody Allen para hacer una (película), nosotros hacemos cincuenta, mantenemos unas veinte salas oficiales, acompañamos a las películas en los festivales del mundo, apoyamos lanzamientos y la difusión federal con 24 cinemóviles⁵⁷”.

Cantidad de películas nacionales financiadas:

Con los u\$s 19 millones que poseía, el INCAA financió 80 films en 2004. Es decir, 15 películas más que en el 2003.

Año:	2003	2004
Proyectos financiados por el INCAA	65	80

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación

El nuevo Plan de Fomento permitió que se renueve y se amplíe la cantidad de posibles nuevos realizadores apoyados económicamente por el INCAA. Como se puede

⁵⁷ *La Nación*, 25 de Junio de 2004, “Espectáculos”, pág. 8

observar, más del 50% de las obras financiadas fueron óperas primas o segundas películas. Este número tiene directa relación con el nuevo Plan de Fomento de 2004 que establecía nuevas vías para directores debutantes.

Créditos	2004	2005	2006
Total de créditos otorgados:	27	24	27
Total de créditos otorgados a operas primas/ segundas:	16 (59%)	11 (50%)	6 (23%)

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Esto implica que, con relación a la incorporación de nuevos realizadores, el nuevo Plan de Fomento fue efectivo.

Sin embargo, el nuevo Plan de Fomento aseguraba la incorporación de nuevos realizadores pero no su continuidad en el mercado. Pues la política sólo está dirigida a que ingresen, al menos con una película al mercado.

Esta política no permite la apertura completa a nuevos directores o productores sin experiencia dentro del Instituto. Pues la medida establece que para acceder al crédito es necesario que el director tenga tres películas hechas en el INCAA y que el productor tenga dos. El nuevo Plan de Fomento, si bien genera la posibilidad de que surja una nueva camada de realizadores, no habilita la incorporación de nuevos directores ni productores que no hayan tenido ningún trabajo dentro del INCAA por sí mismos. Siempre deben estar acompañados de alguien que tenga la experiencia dentro del INCAA.

El Plan de Fomento de 2004 perpetúa así, no solo a directores y productores ya financiados por el Instituto sino que restringe la posibilidad de fomentar un cine de

experimentación. Pues, con estas restricciones el Instituto se asegura que algunos criterios de realización, se perpetúen.

Por otra parte también genera restricción a la hora de presentar las obras terminadas. Pues, con los avances tecnológicos existe un acceso más amplio a las nuevas tecnologías. Sin embargo el INCAA restringe la presentación a un formato no menor a 35mm.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2004 se estrenaron 231 títulos en total, de los cuales 54 fueron argentinos. Es decir, se estrenaron 8 títulos más que en 2002.

Vale recordar que en 2004 se reglamentó la cuota de Pantalla y la Media de continuidad, dos políticas que buscaron que se proyecten más films nacionales en las grandes pantallas. Sin embargo, en 2004 sólo rigió por medio año, pues se reglamentaron en el mes de junio. Por tanto sólo estaremos en condiciones de analizar parcialmente sus consecuencias en el mercado.

No obstante, podemos observar que la cantidad de estrenos totales de un año a otro, es decir de 2003 a 2004, aumentó en 10 películas (en 2003 se estrenaron 221 y en 2004 se estrenaron 231). Esos 10 títulos corresponden a películas argentinas y de otros países. A diferencia de lo que ocurrió entre 2001 y 2002, donde era Estados Unidos quien aumentaba su cantidad de películas estrenadas, en 2004 Estados Unidos fue el único actor que en el mercado argentino no aumentó su cantidad de films estrenados. En 2003 Estados Unidos estrenó 111 y en 2004 disminuyó a 102.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2003	111	46	64	221
2004	102	54	75	231

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Las 54 películas locales estrenadas representaron el 23,37% de las películas estrenadas en total, mientras que el 44,15% correspondió a las películas norteamericanas estrenadas y el 32,37% a títulos de otros países. En comparación con el año 2003, tanto las películas argentinas como de otros países aumentaron su porcentaje en la participación total de las películas estrenadas. En contraposición, Estados Unidos disminuyó su porcentaje en la totalidad de las películas estrenadas en el mercado local.

Cine. Porcentaje de cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En porcentaje				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2003	50,22%	20,81%	28,95%	100 %
2004	44, 15%	23,37%	32, 37%	100 %

Fuente: Elaboración propia con datos del SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Durante el 2004 se inauguró el Nuevo Plan de Fomento. Como se analizó previamente, el Plan incluía el financiamiento de Operas Primas. Como se puede observar

en el siguiente cuadro, la mitad de las películas argentinas estrenadas fueron de Operas primas o de segundas experiencias.

Año	Estrenos	Operas primas/ segunda
2004	58	29 (50%)

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Cantidad de espectadores:

Las 231 películas estrenadas en 2004 tuvieron 44.507.691 espectadores, con una recaudación total de \$ 271.516.546.

Como se observa en el cuadro, Estados Unidos fue el país que más recaudó por las 102 películas estrenadas. Argentina y otros países tuvieron valores similares de recaudación. Este es un dato interesante ya que los estrenos nacionales representan 23,37% del mercado total y las películas de otros países el 32,37%. Es decir, el porcentaje de estrenos nacionales fue menor al de los estrenos de otros países, sin embargo, en términos de recaudación argentina tuvo cifras similares a la que recaudó películas de otros países (con excepción de Estados Unidos).

Cine. Recaudación según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En pesos				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2004	\$ 203.028.857	\$ 33.913.479	\$ 34.574.210	\$ 271.516.546

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Según datos suministrados por el propio INCAA, el 12,49% (3.518.811) del total de espectadores cinematográficos (31.743.920) fueron a ver películas argentinas durante 2004.

Esta cifra no llama la atención si se tiene en cuenta el contexto que se vivía en 2004. Desde 2001 existía una fuerte dolarización de los costos de producción cinematográfica local, pero una pesificación de las entradas de cine.

Lo que llama la atención es que del 12,49% que representa las películas argentinas en el mercado de entradas vendidas, sólo dos o tres películas obtuvieron la mayor parte de los espectadores. El resto pasó sin tener mayor difusión o repercusión. Con excepción de *El abrazo partido*, *Roma* y *Luna de Avellaneda*, las películas estrenadas no sumaron, en promedio, 10 mil espectadores cada una⁵⁸. Esta situación conlleva dos problemas: por un lado, el INCAA financia películas que no se estrenan en salas comerciales. Y por tanto, y como segundo problema, la recuperación de los costos resulta imposible para la gran mayoría de los films. Sea porque no se estrenaron en salas comerciales, sea porque no llegan a obtener una cantidad mínima de espectadores capaces de saldar los gastos producidos.

Durante 2004 se estrenaron 54 films nacionales. Sólo 21, aún después de haber establecido el Instituto del Cine y de Artes Audiovisuales la cuota de pantalla y la media de continuidad, lograron más de 10.000 espectadores. *Roma*, de Adolfo Aristarain, vendió 137.000 entradas, *La niña santa*, de Lucrecia Martel, 110.000 y *Memoria del saqueo*, de Fernando Solanas, apenas 60.000⁵⁹.

La Cuota de pantalla y Media de continuidad son dos mecanismos que complementan los subsidios para la etapa de producción. Tienen algún impacto sobre las películas que tienen repercusión en términos de cantidad de entradas vendidas. Generalmente estas películas están acompañadas por algún actor del *Star System* nacional o algún director de renombre. Sin embargo, no modifica la situación de las películas que no están cercanas a llevar a la sala de proyección un mínimo razonable de espectadores.

⁵⁸ *La Nación*, 13 de Junio de 2004, "Espectáculos", pág. 2

⁵⁹ *La Nación*, 6 de Marzo de 2005, "Espectáculos", pág. 2

A meses de reglamentarse ambas medidas, no hubo cambios significativos a nivel de espectadores de películas nacionales. De 2003 a 2004 el cine argentino sumó apenas el 3% de espectadores.

Por otra parte, durante 2004 el INCAA continuó con la apertura de Espacios INCAA. Se observó un aumento en la cantidad de espectadores en salas nacionales, respecto al 2003, aunque no alcanzaban la mitad del total de espectadores. Las salas extranjeras continuaban liderando en porcentaje la cantidad de espectadores.

Cine. Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2003	36,55%	63,45%	100%
2004	41,74%	58,26%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Otras de las iniciativas que comenzó a funcionar en 2004 fue el programa “El cine va a tu escuela” Y “La escuela va al cine”. Según el Diario La Nación⁶⁰ en la provincia de Buenos Aires, el 80% de las ciudades no poseía hasta ese año salas de cine.

Estas iniciativas pueden tener un gran impacto en la experiencia de los chicos que no hubiesen visto cine. Sin embargo, no busca que los niños tengan la posibilidad regular de ir cine, sino simplemente que los alumnos accedan a ver un film en pantalla grande. Una iniciativa que busque que los niños tengan la experiencia regular de ir al cine, tendría

⁶⁰ La Nación, 3 de Febrero de 2004, “Cultura”, pág. 10

como plan fomentar que surjan nuevas salas, refaccionar salas viejas, o inaugurar nuevas pantallas. “El cine va a tu escuela” sólo acerca películas a los niños, no el cine tal cual se consume por la mayoría de las personas que asiste a salas con proyecciones. “La escuela va al cine” es una experiencia aislada para los niños que nunca fueron al cine, no un comienzo de hábito cultural, pues no se genera el espacio para que esto suceda.

DISTRIBUCIÓN:

El INCAA llevó adelante varias acciones a lo largo del 2003 y 2004 para abrir nuevos mercados al exterior. Muchos títulos locales no obtuvieron buenos resultados (en términos de cantidad de espectadores) en Argentina, pero sí en el exterior. Las películas nacionales ganaron en 2004 más de 200 premios internacionales y las exportaciones crecieron en un 1.200%⁶¹.

En 2004, se estrenaron en Francia al menos once largometrajes nacionales, y tres coproducciones con participación argentina dirigidas por realizadores extranjeros. En el mismo año en España se lanzaron más de 12 películas nacionales. En el mercado francés se estrenaron las películas *Los muertos* y *Silvia Prieto*, de Martín Rejtman; *Ana y los otros*, de Celina Murga; y documentales como *Yo, sor Alice*, de Alberto Marquardt; o *Memoria del saqueo*, de Fernando Solanas. En España, llegaron al circuito comercial producciones como *El polaquito*, de Juan Carlos Desanzo; *Bahía mágica* y el documental *Operación Algeciras*.

Otro caso de mayor éxito en el exterior que en el mercado local fue la ya mencionada *Roma*, de Aristarain, que obtuvo en el mercado local a 130.000 personas, mientras que en el mercado español acumuló más de 230.000 espectadores. *La puta y la ballena*, de Luis Puenzo, vendió en Argentina 60.000 entradas y en los cines españoles acumuló 100.000 localidades.

Así, el mercado internacional se volvió tentador. Los mercados extranjeros aportaban un porcentaje cada vez más importante de los ingresos totales en detrimento

⁶¹ Clarín, 15 de Noviembre de 2005, “Espectáculos”, pág. 5

de lo que se conseguía en el ámbito local. Las películas más exportadas generaron en el mercado externo un 70% de sus ingresos. Por ejemplo, la película *El hijo de la novia*, facturó dos veces más afuera que en el mercado local⁶². Otro caso es el de *La niña santa*, que generó una recaudación bruta de 220.000 dólares. Sólo con la venta a la distribuidora francesa Pirámide se obtuvo una cifra cercana a los 350.000 euros⁶³.

La exportación de películas parece ser una de las gestiones que más impacto positivo tuvo en el mercado. Pues las cifras de recaudación en el exterior permitieron recuperar las inversiones de las películas nacionales que no logran generarlo en el mercado nacional.

La discusión por la reglamentación de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad echó luz sobre un problema que se vivía en el sector de la distribución. Varios productores denunciaron que no se limitaban la cantidad de copias con las que salían al mercado las películas de mayor éxito comercial. Es decir, la diferencia que existía entre la cantidad de copias con las que salían las películas nacionales y las norteamericanas generaba grandes impactos en el mercado. Pues si una película poseía el triple de copias que otra, obviamente estaba en mejores condiciones de ser vista.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2004	3689	767	1019	5475

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Estados Unidos lideró en 2004 la cantidad de copias con las que sus películas salieron al mercado. En comparación con Argentina, Norteamérica tenía más del triple de

⁶² *La Nación*, 10 de Agosto 2004, "Espectáculos", pág. 2

⁶³ *La Nación*, 11 de Diciembre de 2004, "Espectáculos", pág. 8

copias. E incluso la cantidad de copias con que “Otros Países” estuvieron en el mercado local, fue mayor que la de los títulos locales.

Por otro lado, como se puede observar, las distribuidoras nacionales recaudaban menos del 15% del mercado. Mientras que las distribuidoras extranjeras obtuvieron en 2004 más del 85% de la recaudación total.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	14,35%	85,65%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

El INCAA no tomó ninguna medida explícita respecto a estas demandas. Aplicada la Cuota de pantalla y media de continuidad, el Instituto no limitó la cantidad de copias con las que entraban las películas extranjeras al país.

2005:

En 2005, el INCAA tomó menos medidas para los tres sectores respecto a años anteriores. En diciembre de ese año Jorge Coscia dejó de ser el presidente del INCAA, pues fue electo como diputado nacional por la ciudad de Buenos Aires.

Se puede decir que el 2005 fue un año de transición, en el que el presidente del Instituto se encontró realizando campaña para su postulación. En reemplazo de Coscia asumió Jorge Álvarez, quien había sido el vicepresidente durante la gestión de aquél.

En materia de medidas, hubo continuidad respecto de varios programas iniciados en años anteriores. Por ejemplo, se abrieron nuevos Espacios INCAA y hubo nuevos acuerdos de coproducción con otros países; también continuaron reclamos surgidos en los años previos.

A un año de la reglamentación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad, los exhibidores fueron quienes con mayor fuerza expresaron su rechazo a ambas medidas. Paralelamente mantuvieron su pedido de obtener algún beneficio impositivo.

El sector de la distribución mantuvo su reclamo de limitar la cantidad de copias con las que entraban las películas extranjeras. Paralelamente, el INCAA no sostuvo en el tiempo la búsqueda de mercados extranjeros, medida que le había dado buenos resultados. Y el sector de la producción se caracterizó por denunciar que los costos de producción eran muy altos.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN

Durante el 2005, en el marco del Programa Raíces, se realizó la “Semana de cine argentino en Galicia y Catalunya” organizada por el INCAA, el Consorcio del Audiovisual de Galicia, la *Consellería de Cultura*, Comunicación Social y Turismo de la Xunta de Galicia y el *Institut Català de les Indústries Culturals*.

La “Semana de cine argentino en Galicia y Catalunya” tuvo por objetivo realizar mesas de debate entre productores argentinos y de Galicia Catalunya. Además se proyectaron películas en Santiago de Compostela y en Barcelona. También se firmó un acuerdo para crear un Fondo Raíces en el que Catalunya, Galicia y Argentina aportarían dinero para financiar la producción de películas de las dos regiones y de Argentina.

El INCAA abrió un nuevo concurso para la producción de 10 cortometrajes para el ENERC, y otras escuelas e independientes. Los trabajos debían ser realizados en material negativo de 33mm o en súper 16 mm, pero entregada las copias positiva en 35 mm. El Instituto planificó destinar la suma de \$65.000 por corto.

Durante el 2005 el INCAA auspició el primer concurso de cortos destinado a la prevención de accidentes con monóxido de carbono. Los premios y diplomas que se entregaron fueron de \$5000 para el primero, \$3000 para el segundo y \$1000 para el tercero.

La inflación y el tipo de cambio no beneficiaba a los argentinos que deseaban importar en 2005. Los productores debían afrontar altos costos para importar el material virgen para la realización de películas. Los productores reclamaban al INCAA una ventaja impositiva, o una eximición de impuestos, pues aseguraban que los costos de las películas se incrementaban por las importaciones de materias primas y los aranceles aduaneros que debían pagar. Este reclamo del sector de la producción fue constante desde el 2003. El INCAA, si bien continuó financiando la producción, no tomó ninguna medida específica al respecto.

EXHIBICIÓN:

En 2005 se inauguró una sala de cine en la Antártida. La sala *Bicentenario Latitud 90* está en la base Jubany, ubicada a 1.000 kilómetros de Ushuaia, en el archipiélago Shetland del Sur. El proyecto fue realizado por la Dirección Nacional del Antártico y el INCAA. La sala forma parte de los Espacios INCAA emprendidos e inaugurados por el Instituto. La sala cuenta con 58 butacas y una pantalla en la que se proyectarán películas argentinas y extranjeras para los habitantes de Jubany.

En 2005 también se abrió el primer Espacio INCAA Televisión del país. Fue el gobierno de La Pampa quien convirtió al canal estatal provincial en la señal televisiva para exhibir películas programadas por el INCAA. El objetivo del canal fue el de difundir

películas nacionales y producciones de estudiantes de cine. Vale recordar que el programa “Espacios INCAA” fue comenzado en 2003 y continuado por el Instituto en 2004 y 2005.

A un año de la reglamentación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad continuaron algunas demandas por parte de varios actores del mercado cinematográfico. En julio de 2005, durante la entrega de los premios Cóndor (de la Asociación de Cronistas Cinematográficos de la Argentina), el historiador César Maranghello, directivo de la entidad, expresó su disconformidad con algunas de las políticas que estaba llevando adelante el INCAA. En el acto, Maranghello aseguró: “Tal vez haya llegado entonces el momento de exigir que el cine argentino vuelva a ser exhibido por la TV local abierta en los horarios centrales, y acompañado de las mismas campañas publicitarias que rodean a tanta mediocre producción norteamericana (...) en dos o tres años tendremos nuevamente cautiva una gran porción de nuestro propio público, que volverá a los cines a buscar obras que hablen en su idioma, de sus vidas y de sus semejantes, de su individualidad o existencia colectiva”⁶⁴.

Por otra parte continuaron las demandas, exigencias y denuncias por parte de los grandes exhibidores por haberse reglamentado la cuota de Pantalla y la Media de continuidad.

La CAEM (que agrupa a los complejos Village, Hoyts y Cinemark) denunciaba que la Cuota de Pantalla homogeneizaba el tipo de material que se proyectaba en Argentina. Según la entidad no deberían programarse en las mismas salas películas que apuntan a una franja de espectadores específica. Una vez más circulaba por los medios la opinión de Leonardo Racauchi, integrante de la Cámara Argentina de Exhibidores Multipantallas, quien aseguraba que para esas películas “deberían existir otros circuitos no específicamente destinados al gran consumo”. La CAEM proponía la creación de un circuito alternativo de exhibición, donde se proyectasen películas con un público definido. “Poner ese tipo de películas en un complejo perjudica principalmente a la película, que termina siendo vista por menos de mil personas en todo el país (...) No por exhibirse en

⁶⁴ *La Nación*, 15 de Julio de 2005, “Espectáculos”, pág. 1

más salas una película va a tener más repercusión. Ese es un espejismo", insistía Racauchi en declaraciones a la prensa⁶⁵.

También Sebastián Valenzuela, gerente de Villages Cinemas, daba su opinión al respecto: "la cuota de pantalla atenta bastante contra la diversidad: es cine argentino o es cine de Hollywood. Tal vez al que más limitó es al cine europeo o alternativo (...) lo que yo creo que hay que hacer es lograr que el mismo logre un atractivo importante para convocar público. Hay películas argentinas que lo tienen y otras que pasan desapercibidas, porque la gente ni siquiera llega a saber del estreno"⁶⁶.

Racauchi también condensaba otra de las exigencias esbozadas durante el 2005 por parte de los exhibidores. Racauchi pedía que se cumplan con algunas de las promesas realizadas por parte de INCAA. El Instituto había prometido establecer ventajas impositivas para los exhibidores que abran nuevas salas o reconstruyan viejas.

El INCAA tampoco tomó medidas respecto a la disparidad existente en la distribución de salas de cine en todo el país. Desde el 2004, distintos actores reclamaron que en las grandes urbes se concentraban la mayor parte de los cines, por lo que una gran cantidad de localidades del interior del país tenían vedado el acceso al cine.

DISTRIBUCIÓN:

En 2004 el INCAA había realizado importantes gestiones para abrir nuevos mercados en el exterior. Las medidas tomadas para abrir nuevos mercados y para exportar películas habían obtenido excelentes resultados. Gran parte de los ingresos de ese año surgieron del ingreso por divisas por la exportación de películas. Los premios internacionales también acompañaron el surgimiento de nuevos compradores y mercados de venta.

Sin embargo, este impulso no tuvo continuidad durante 2005. Además, tampoco hubo premios de renombre para títulos locales en el exterior.

⁶⁵ *La Nación*, 14 de Julio de 2005, "Espectáculos", pág. 2

⁶⁶ Revista Haciendo Cine Año 10 - #55 – Enero/ Febrero 2006.

Esta decisión permite esbozar que, aún cuando el INCAA acierta con una medida, es decir logra los objetivos propuestos por esas acciones, no posee regularidad y constancia. Si bien pudo haber influido la situación del mercado extranjero, donde tal vez el Instituto no encontró buenos compradores o la oferta argentina de 2005 no fue tan tentadora como la del 2004, se observa que las reuniones y viajes realizados durante el año previo no continuaron ni se mantuvieron en agenda.

Esto habla pues, de que el INCAA carece de medidas e iniciativas pensadas a largo plazo.

Pues la búsqueda de mercados extranjeros fue una iniciativa que llegó a cumplir con sus objetivos, pero no fue continuada. El INCAA en vez de pensar en políticas a largo plazo, trabaja sólo mediante acciones aisladas.

El INCAA tampoco tomó posición explícita respecto al reclamo de las distribuidoras nacido el año anterior. Los actores de la distribución denunciaban que la cantidad de copias extranjeras con las que las películas entraban al país no estaba regulada. Así en 2005 no hubo limitaciones de la cantidad de copias de los títulos (sobre todo norteamericanos) que entraban al país.

En 2005 las películas extranjeras ingresaban al país como importación temporaria, categoría que beneficia a las distribuidoras (locales y extranjeras) porque sólo pagaban los soportes y no el producto en sí.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA y cantidad de películas nacionales producidas:

El INCAA contó para el 2005 con \$93.153.479⁶⁷, con los cuales financió 90 proyectos, es decir, 10 proyectos más que el año anterior.

⁶⁷ SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina): *Hacer la cuenta. La gestión pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura*, 1° ed., Buenos Aires,

Desde que se recuperó la autarquía en 2002, el INCAA aumentó paulatinamente la cantidad de proyectos financiados.

Año:	2004	2005
Proyectos financiados por el INCAA	80	90

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación

Por otra parte, el INCAA continuó con las medidas de fomento a Operas Primas o a segundas películas. Del total del presupuesto el INCAA destinó \$11.270.000 para otorgar 24 créditos. De los cuales 11, es decir casi la mitad del total financiado, fueron destinados a Operas Primas o segundas películas.

Créditos	2004	2005
Total del monto otorgado:	\$10.730.000	\$11.270.000
Total de créditos otorgados:	27	24
Total de créditos otorgados a operas primas/ segundas:	16 (59%)	11 (50%)

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

Si bien las medidas tomadas para fomentar las Operas primas continuaron desde el 2004, se puede observar que tanto la cantidad de operas primas como el porcentaje que representan sobre el total disminuyó de un año a otro. En 2005 se destinó mayor presupuesto para créditos que en 2004, pero disminuyó la cantidad de proyectos financiados (de 27 en 2004 a 24 en 2005).

Gran parte del porcentaje de los créditos, según los productores, eran destinados a la compra de materias primas o al alquiler de materiales necesarios para la realización del film, producto del encarecimiento de los productos por la inflación y el precio del dólar.

Por otro lado, en el caso de los cortos, gran parte de los créditos debían ser destinados a convertir el producto a 35mm. Como se mencionó anteriormente, en 2005 el INCAA abrió un nuevo concurso de producción de cortometrajes. Si bien esta medida no era nueva, pues el Instituto lo realizó en distintos años, su implementación es un buen ejemplo para analizar el modo en que se asignan recursos.

En el concurso mencionado, el INCAA financió 10 cortometrajes realizados por estudiantes del ENERC y otras escuelas independientes. El INCAA destinó en total \$650.000, es decir, \$65.000 por corto. Este presupuesto se podría haber reducido si el INCAA hubiese tenido una política de digitalización., porque gran parte del presupuesto que los ganadores obtienen debía ser gastado en entregar copias positivas en 35 mm. Si el INCAA tuviese una política que tienda a la digitalización de las salas, permitiría otorgar más créditos a más personas, pues cada adjudicatario se ahorraría los costos de convertir los cortos a 35mm.

Por otro lado, si bien con relación al presupuesto total este concurso sólo representa el 0,69 % del presupuesto total, es significativo que el INCAA destine \$650.000 a la producción de cortos y no tome medidas para que estos cortos se vean proyectados en salas grandes. El INCAA podría exigir, por ejemplo, que los cortos sean proyectados en las grandes salas antes del comienzo de cada película. Es decir, el Instituto financiaba la producción de cortos sin tener un plan que habilite a los mismos a proyectarse. Más adelante veremos de qué modo la dirección del INCAA, a través de la participación de canales de televisión, intentó resolver este problema.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2005 se estrenaron un total de 245 películas, 14 films más que en 2004, continuando con el rumbo ascendente tomado desde 2002.

De las 245 películas estrenadas, 65 fueron argentinas, 109 de Estados Unidos y 71 de otros países.

Las medidas tomadas en relación a la financiación de proyectos y posterior proyección el INCAA tuvieron resultados similares pero no constantes. Es decir la cantidad de proyectos que financia el Instituto aumentan de un año al otro, pero no incrementa constantemente la cantidad de películas proyectados.

Es interesante establecer una comparación entre la cantidad de películas financiadas y la cantidad de estrenos en los últimos tres años.

La cantidad de proyectos financiados fue en aumento a lo largo de los tres años: en 2003 se financiaron 65 proyectos, en 2004 se financiaron 80 proyectos y en 2005, 90 proyectos.

En 2003 se proyectaron el 70,76% de la cantidad de proyectos financiados. En 2004 se financiaron 80 proyectos, y se proyectó el 67.5%. En 2005 se financiaron 90 proyectos, y la cantidad de estrenos ascendió al 72% de ese total.

Estos números muestran que existe una constante en la relación entre cantidad de películas financiadas y cantidad de películas estrenadas, por la que una porción significativa de títulos que se producen (alrededor de un 30 %) no tienen salida en el mercado.

Otro de los resultados constantes en materia de estrenos es que Estados Unidos lidera la cantidad de películas estrenadas.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2003	111	46	64	221
2004	102	54	75	231
2005	109	65	71	245

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar en el cuadro, Argentina fue en comparación con los demás actores (Estados Unidos y otros países) quien proyectó, hasta 2005, menos películas que el resto.

Estados Unidos a lo largo de los tres años fue quien lideró la cantidad de estrenos en el mercado local, aunque en esos años descendió su cantidad total de films estrenados en el país. Los otros países también fueron en aumento respecto a la cantidad de films estrenados, y siempre estrenaron más películas que Argentina.

Podemos esbozar que la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad no generaron grandes efectos a nivel de proyección. Ya que desde mediados de 2004 (en que se reglamentaron ambas medidas) hasta 2005 la Argentina sólo aumentó en 9 la cantidad de películas estrenadas.

Otra de las iniciativas que el INCAA continuó en 2005, como se analizó anteriormente, fue la de financiar Operas Primas. Del total de estrenos de películas argentinas el 50% que se proyectaron fueron Operas primas o segundas películas.

Sin embargo, observamos que la cantidad de créditos otorgados fue disminuyendo de un año al otro. En 2004 se otorgaron \$16.000.000 para 27 créditos, en 2005 se entregó \$11.000.000 para 24 créditos.

Estrenos de películas nacionales. Cantidad de Operas Primas en los estrenos. En unidades y porcentajes.		
Año	Estrenos	Operas primas/ segunda
2004	58	29 (50%)
2005	58	25 (43%)

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

En 2005 disminuyó el porcentaje que representan las Operas Primas o segundas películas en el total de estrenos argentinos, pero dicha disminución no va de acuerdo a la disminución del presupuesto de un año al otro. En 2005 hubo sólo 4 películas de Operas Primas menos que en 2004. De lo que se trata es de observar que el INCAA mantuvo la iniciativa de tener entre sus estrenos un gran porcentaje de Operas Primas.

Cantidad de espectadores:

En 2005 el mercado del cine alcanzó un total de 37.617.695 espectadores. Es decir, alrededor de un 16% menos que el año previo, por lo que el mercado perdió más de 6 millones de espectadores.

Por otra parte, si bien el porcentaje de películas nacionales ofrecidas aumentó de 23,38 % a 26,53%, la demanda del cine local cayó: mientras en 2004 representaba el 12,49% del mercado, en 2005 disminuyó al 11,33%.

Como se mencionó anteriormente, la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad cumplieron, a fines de 2005, 18 meses de haber entrado en vigencia. Mientras la cantidad de estrenos aumentó, no lo hizo en la misma proporción la cantidad de público asistente.

De las 65 películas nacionales estrenadas, sólo algunas tuvieron una taquilla aceptable (*Papa se volvió loco*, *El aura*, *Elsa & Fred*, *Iluminados por el fuego* y *Tiempo de valientes*). Pero únicamente una (*Papá se volvió loco*) logró atraer a más de un millón de espectadores.

Cantidad de salas:

La cantidad de pantallas no implica necesariamente la misma cantidad de salas, porque en un complejo (shopping) se concentran varias pantallas.

En 2004 existían 290 salas de cine, pero 763 pantallas de cine. En 2005 existían la misma cantidad de salas de cine, pero la cantidad de pantallas disminuyó a 760, es decir que, de un año a otro, tres pantallas dejaron de funcionar.

Cine. Cantidad de salas y pantallas. Argentina. 2004 a 2011. En unidades.		
Año	Salas de Cine (en unidades)	Pantallas de Cine (en unidades)
2004	290	763
2005	290	760

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

En 2005 se reabrieron dos viejas salas: Arteplex (el ex Savoy) en Belgrano, convertido en cuatro salas para 1400 personas. Y el Metro, que había estado cerrado por dos meses, reabrió con cuatro salas para 2200 personas. También se abrieron nuevas salas: Cinemark San Justo en la provincia de Buenos Aires, con cinco salas con 1500 localidades; Showcase Rosario de 12 salas con 3400 butacas y el Cinema Devoto con 1300 butacas.

También se estimaba abrir el Village Caballito de 9 salas para 2700 personas. Y el Imax 3D Showcase ubicado en Showcenter Norte, en Vicente López, que proyectaba tener 350 butacas. Y se proyectaron dos nuevos complejos: Palermo Centro en Capital Federal y Cinemark Libertador en de Vicente López.

En términos de concurrencia de espectadores a salas de cine, las salas de origen extranjero continuaron liderando la recaudación.

Cine. Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	41,74%	58,26%	100%
2005	41,12%	58,88%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

En 2004 y 2005 se mantuvieron los porcentajes de asistencia. Las salas de origen nacional obtuvieron un poco más del 40% de la asistencia de los espectadores. La apertura de Espacios INCAA no tuvo un impacto significativo respecto de la asistencia del público a las salas.

DISTRIBUCIÓN:

Los distribuidores reclamaron, al igual que en 2004, por la limitación en la cantidad de copias con las que puede ingresar una película. Como se observa en el siguiente cuadro, las películas de Estados Unidos fueron las que obtuvieron mayor cantidad de copias. Es decir, el INCAA no realizó ninguna acción para limitar la cantidad de copias con las que ingresaban las películas extranjeras.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2004	3689	767	1019	5475

2005	4162	618	1085	5865
------	------	-----	------	------

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

Si bien Argentina aumentó la cantidad de películas estrenadas, disminuyó en la cantidad de copias por película. En 2005, Argentina estrenó 11 películas más que en 2004, pero obtuvo en total 149 copias menos que el año anterior.

Al no tomar ninguna medida para limitar y equilibrar la cantidad de copias con las que las películas salen al mercado, el INCAA permitía que el modelo de negocio y el modo en que se exhibían películas en Argentina se perpetuaran.

Otro de los elementos que nos permite pensar que el sistema de distribución no varió de un año al otro es la recaudación de las empresas distribuidoras. Tanto en 2004 como en 2005 las distribuidoras de origen extranjero fueron las que mayor porcentaje de recaudación tuvieron, aunque ese último año las distribuidoras locales aumentaron en más del 8% su ganancia respecto al año anterior.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	14,35%	85,65%	100%
2005	22,69%	77,31%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina).

Por último, como se ha mencionado anteriormente, el volumen de exportación de películas decreció en 2005. Según el Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires⁶⁸, en el 2004 se registró un total de 5 millones de dólares por exportaciones de películas, mientras que en 2005 se exportaron por 4,75 millones de dólares.

2006:

Tras la elección de Jorge Coscia como diputado nacional, asumió como presidente del INCAA Jorge Álvarez, acompañado en la vicepresidencia por María Lenz.

Álvarez expresó a la prensa que “no se trata de un cambio, sino simplemente de profundizar las líneas en que se viene trabajando”. Además aseguró que el hecho de que Jorge Coscia haya sido electo como diputado nacional ayudaría a la industria del cine: “La idea es trabajar desde el INCAA, pero con un diputado que va a ser nuestra cabecera en la Cámara y con otros que han entrado en esta última camada, que como Coscia tienen que ver con la gestión cultural, que seguramente apoyarán nuestras propuestas”⁶⁹.

Con nuevo presidente pero con viejas demandas, el 2006 transitó varios cambios. Los productores aseguraban que su mayor dilema era el de estrenar en salas comerciales. Tras un año o dos de proceso creativo, el film moría en un fin de semana por el modo en que se exhibían. Los productores reclamaban al INCAA mayor control sobre la aplicación de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. A casi dos años de su reglamentación, los productores no observaban grandes cambios en el modo de estrenar. Por su parte, los exhibidores acusaban al Instituto de restringir la libertad de empresa y aseguraban que los

⁶⁸ Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires: *Anuario Industrias culturales, ciudad de Buenos Aires, año 2005*. Disponible en web:

http://www.buenosaires.gob.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario_2005.pdf

⁶⁹ *La Nación*, 12 de Febrero de 2006, “Espectáculos”, pág. 4

distribuidores los obligaban a apostar al fracaso. Los distribuidores locales continuaron reclamando al Instituto la limitación de copias de películas extranjeras.

El INCAA, por su parte, despidió a todo su departamento jurídico, encargado de controlar que se cumplan la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. Fue tras descubrir que no controlaban correctamente la aplicación de ambas normas.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

Al asumir como nuevo presidente del INCAA, Álvarez realizó algunas promesas para el sector de la producción. Aseguró que se profundizarían los acuerdos para las coproducciones ya que la coyuntura cambiaria beneficiaba a los productores argentinos, y por tanto se implementarían nuevos acuerdos de coproducción con otros países y arreglos comerciales para aumentar las exportaciones al exterior⁷⁰.

También aseguró que se diseñaría un plan para que todos los sectores que conformaban la industria local se ajusten a un esquema de lanzamientos, con el objetivo de garantizar que las películas lleguen a un mayor público.

El INCAA auspició conjuntamente con la Revista “Haciendo Cine” y el “*European Film Market*”, el programa “*Work in progres*” latinoamericano en Berlín. “*Work in progres*” fue un programa dedicado a aquellas películas en proceso de terminación, que buscaban completar su financiación.

Durante el 2006 se continuó con las medidas de fomento a las Operas Primas, cumpliéndose tres años desde el comienzo de su aplicación. Sin embargo, surgieron muchos reclamos por parte de los jóvenes productores que encontraban restringida su participación en el sistema vigente de fomento del Instituto (Plan de Fomento sancionado en 2004).

⁷⁰ *La Nación*, 9 de Noviembre de 2006, “Espectáculos”, pág. 4

La sensación de marginación por parte de los jóvenes productores surge de dos requerimientos claves que establece la resolución 0658 del Plan de Fomento del 2004:

Por un lado establecía que para acceder al otorgamiento del subsidio por medios electrónicos, el proyecto de la película debía ser presentado para su clasificación con anterioridad al inicio del rodaje de la misma. Por otro lado definía que el productor presentante debía tener alguna producción realizada ante el INCAA.

Con relación al primer punto, muchos productores expresaban que este requerimiento (de presentar el proyecto con anterioridad al inicio de rodaje) impedía la improvisación, la búsqueda y el libre albedrío en la creación de arte. Según el INCAA, este requerimiento implicaba tener una garantía de lo que se financiaba, dado que era necesario administrar con eficiencia el presupuesto del Instituto. Por otro lado, aseguraban que el Concurso de Películas Terminadas se había creado para abrir una puerta a los productores y directores que ya hubiesen terminado su película. Lo que buscaba este concurso, según el INCAA, era ayudar a los productores y directores a cancelar deudas adquiridas durante la producción de la película.

Respecto al segundo punto (la película debía presentarse con un productor con alguna producción del INCAA), los productores y directores aseguraban que llevaba a la exclusión y al elitismo en la clasificación de proyectos. Por su parte, el INCAA aseguraba que esta reglamentación no era excluyente, porque el equipo solicitante podía hacerlo de la mano de algún productor que ya tuviese experiencia trabajando con el INCAA. Según fuentes del Instituto, lo que se buscaba con este requerimiento era que los productores permanezcan en la industria.

Otro punto central denunciado por los realizadores independientes era que se les exigía entregar el film en 35mm, y por tanto la mitad del crédito otorgado se gastaba en la adaptación de la película a ese formato. Hasta 2006, el INCAA no tenía ningún programa de digitalización de salas.

El 2006 estuvo signado por los reclamos por parte de los productores que denunciaban que tras un año y medio de su reglamentación, la Cuota de Pantalla y la

Media de Continuidad no eran cumplidas por parte de los exhibidores (ver apartado Cuota de Pantalla y Media de Continuidad).

EXHIBICIÓN:

El INCAA tuvo en 2006 vaivenes respecto al programa “Espacios INCAA”, porque se abrieron nuevas salas, pero paralelamente cerraron otras.

En mayo, el Instituto abrió un nuevo “Espacio INCAA” en la provincia de Córdoba. El cine recuperado tuvo el nombre de “Km 700- Ciudad de las Artes”.

Paralelamente, el INCAA anunció que dejaría de alquilar Espacios INCAA en el interior del país, para destinar esos fondos a un posible seguro de exhibición. Como se puede observar, el INCAA decidió cerrar salas de exhibición en aquellos lugares donde no eran rentables.

Álvarez aseguró a la prensa que se cerrarían los Espacios INCAA de San Luis, Bahía Blanca, Tandil, Santiago del Estero y Tucumán, porque se encontraban en lugares poco adecuados para brindar comodidades a los espectadores. Al mismo tiempo, anunció que se abrirán cuatro nuevas salas de Espacio INCAA en las provincias de Buenos Aires, Chaco, Río Negro, Misiones y Santa Cruz. Estas nuevas salas serían reacondicionadas con aportes económicos tanto del Instituto como de los gobiernos provinciales.

Además aseguró que se había generado un nuevo sub-circuito de salas: los Espacio INCAA Solidarios, destinados a garantizar el acceso a salas de las poblaciones más necesitadas. Fue así como se reabrió el tradicional cine Diana, en Rosario, provincia de Santa Fe.

Por otro lado, el INCAA decidió dejar de alquilar el complejo Tita Merello, ubicado en Suipacha y Corrientes. La decisión fue, según Jorge Álvarez, por “la necesidad de bajar costos”, ya que el mantenimiento del Tita Merello insumía elevados gastos, entre ellos el alquiler del edificio y el rubro sueldos de su personal.

Frente al cierre de esta sala, el INCAA decidió acordar con cinco productores (Pablo Rovito, Mariano Suez, Diego Dukovsky, Daniel Burman y Fernando Sokolowicz), quienes

transformarían al Tita Merello en una sala en la que se exhibirían films de arte. El INCAA les otorgó una línea de crédito blando para llevar a cabo su emprendimiento.

Por otro lado, durante el 2006 el dueño del cine Cosmos decidió cerrarlo. Vainikoff aseguró que la decisión no tenía una sola causa. Por un lado, aseguraba que las exigencias edilicias, posteriores al incendio del boliche Cromañón, eran muy costosas. También denunciaba que el Cine Cosmos había sido quitado como sede del Bafici, disminuyendo así sus ingresos. Y por ultimo aseguraba que el cumplir con la cuota de pantalla le traía perjuicios porque las películas proyectadas tenían poca convocatoria: "cada vez salen más beneficiadas las multipantallas y quedan más al borde de la desaparición las salas de cine independiente"⁷¹. Exigía una normativa especial para salas de estas características, tomando en cuenta que la ley 17.741 prevé la necesidad de "proteger y fomentar los espacios culturales dedicados a la exhibición audiovisual y en especial a la preservación de las salas de cine".

DISTRIBUCIÓN:

Jorge Álvarez aseguró que buscaría generar acuerdos internacionales con otros países para abrir el mercado cinematográfico, pues la coyuntura cambiaria beneficiaba la exportación de películas nacionales. Declaraba a la prensa que por "primera vez, hay una estrategia oficial de promoción exterior del cine, que ahora aparecerá ligado a la oferta exportable tradicional de nuestro país"⁷². En este sentido, el INCAA comenzó a trabajar en conjunto con la Cancillería y el Ministerio de Economía con el objetivo de ampliar el mercado exportable de cine.

Distintos referentes del cine nacional comenzaron a participar de misiones multisectoriales y rondas de negocios con compradores extranjeros para promover las ventas externas del sector audiovisual. La idea, según el presidente del INCAA, era trabajar en conjunto con la Cancillería, para sumar al cine como industria exportadora a las

⁷¹ *Clarín*, 22 de Julio de 2006, "Espectáculos", pág. 8

⁷² *La Nación*, 19 de Septiembre de 2006, "Cultura", pág. 9

acciones de promociones sectoriales y multisectoriales. Y con el Ministerio de Economía se trabajaría para “proporcionar acuerdos de integración dentro de la industria nacional para mejorar la competitividad hacia el exterior y, a la vez, brindar asistencia técnica en materia económica y financiera para el desarrollo de proyectos”⁷³.

Vemos de qué modo el INCAA comenzó a delinear medidas que acercaban al cine a la definición de industria. El trabajo conjunto del INCAA, la Cancillería y el Ministerio de Economía ponía de manifiesto un plan para la exportación de películas nacionales al exterior. Y al mismo tiempo colocaba al cine al mismo nivel que el de cualquier otra industria de productos exportables, como la automotriz o la ganadera.

Pascual Condito, uno de los más importantes distribuidores locales, denunció ese año a las distribuidoras norteamericanas y los exhibidores multipantallas por no cumplir con las fechas de estreno. Condito aseguraba que con los exhibidores se pactaban fechas y salas de los lanzamientos que luego no se cumplían. El distribuidor le exigía al INCAA que regule y controle los lanzamientos de las películas. También algunos productores y directores aseguraban que debería existir algún tipo de limitación para la cantidad de copias por película: el film “El Código Da Vinci” había salido al mercado con más de 200 copias (ver apartado Cuota de Pantalla y Media de continuidad).

Una de las paradojas que comenzaron a visibilizarse en 2006 fue que las películas argentinas ganaban muchos premios y dinero en el mercado exterior, pero el éxito económico no era capitalizado por productores nacionales. La necesidad de encontrar capitales para financiar películas obligaba a los productores o directores a buscar posible financiamiento en el exterior. La mayoría de las veces, en los acuerdos de financiación, se cedían los derechos de explotación. Generalmente se buscaba financiación en la última etapa de creación y los productores y directores, con el objetivo de terminar el film, terminaban por ceder sus derechos de explotación. El éxito económico, por tanto, era capitalizado por los países que aportaban el dinero.

⁷³ *La Nación*, 19 de Septiembre de 2006, “Cultura”, pág. 9

Esta modalidad de negociación comenzó a repetirse en el cine argentino. Acuerdo sin el cual no se terminaría la película, pero contrato con el cual se perdía la posibilidad de recuperar lo invertido.

Castro Fau, productor de *Géminis*, *Di buen día a papá*, aseguraba que faltaban medidas para que los países latinoamericanos pudieran generar alianzas entre ellos para después poder negociar con países europeos en bloque. Algunos productores proponían la creación de una Plataforma de Exportación por parte del INCAA, para que las distintas películas puedan ser negociadas en conjunto con otros países. Y para que, al entrar nuevos actores a la financiación de películas, no fuese necesario negociar directamente con otros países y perder los derechos de explotación.

Los distribuidores aseguraban que a la hora de vender películas al exterior, en festivales por ejemplo, a veces se encontraban con que las películas locales más codiciadas ya habían vendido sus derechos de explotación a empresas extranjeras. Imposibilitando así por un lado recuperar lo invertido y por el otro capitalizar el éxito económico del film.

MEDIDAS PARA MÁS SECTORES:

Uno de los reclamos que se generaron a lo largo de la gestión de Coscia fue la poca transparencia que el INCAA tenía en tanto gastos, subsidios y egresos. Al asumir, Álvarez prometió mejorar el funcionamiento interno del organismo y dotar al INCAA de la tecnología suficiente como para tener un control permanente y transparente de toda su operatoria, incluso a través de Internet⁷⁴.

En marzo de 2006 comenzó a dictarse la licenciatura en Enseñanza de las Artes Audiovisuales. Esta nueva carrera nació como un proyecto conjunto entre la Escuela de Humanidades de la Universidad de San Martín, y el INCAA. El Instituto fue quien se hizo cargo de la financiación. La carrera está destinada a realizadores, directores, productores, técnicos en fotografía, en montaje, en sonido y todos los profesionales vinculados al

⁷⁴ *La Nación*, 9 de Noviembre de 2006, "Espectáculos", pág. 4

mundo de las artes cinematográficas. La carrera tiene como finalidad instruir a profesionales del cine para que puedan ejercer como docentes.

El entonces secretario de Cultura de la Nación, José Nun, junto con el ministro de Bienes y Actividades Culturales de Italia, Francesco Rutelli, firmaron un acuerdo para fomentar la realización de coproducciones cinematográficas con Italia. El documento firmado apuntó a fomentar la calidad artística y a promover la expansión económica de las industrias de producción, distribución de cine, televisión, video y de los nuevos medios de comunicación de Argentina e Italia. El INCAA y la Dirección General de Cine, dependiente del Ministerio de Bienes y Actividades Culturales de Italia, serían los organismos responsables de aplicar el acuerdo.

Cuota de pantalla y media de continuidad:

Durante el 2006 continuaron las quejas y demandas por parte de distintos actores respecto a la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Varios hechos se produjeron a lo largo de este año, desatando nuevas reuniones mantenidas entre el INCAA, los productores y directores, exhibidores y distribuidores.

Algunos de los hechos más relevantes, que destacaron los productores y directores fueron:

En abril, al film *El custodio* se lo bajó de cartel en la mitad de las salas donde se exhibía. Según los exhibidores, esta película fue levantada porque no cumplía con la media de continuidad. El director de *El custodio* aseguraba que la película tuvo buena recepción del público y exigía a los exhibidores que transparenten los números de taquilla.

El segundo episodio se dio en mayo, cuando al film *Arizona sur* fue notificada, el lunes anterior al estreno de *El Código Da Vinci*, de que sólo dispondría de la mitad de las salas -y además de aquellas ubicadas en zonas periféricas-. Se le había prometido más salas, pero unos días antes de su estreno le redujeron a la mitad las pantallas.

Una semana después, *El color de los sentidos* sufrió la misma postergación. La CAEM aseguraba que la película ya había sido estrenada en San Luis para recibir subsidio por medios electrónicos. También aseguraba que, hasta algunos días antes de su estreno,

no contaba con la papelería exigida para ponerla en salas. Varios reclamos surgieron a partir de estos hechos.

Jorge Álvarez relataba la situación que según él se vivía: “la resolución (de cuota de pantalla y media de continuidad) reglamenta un decreto presidencial del año 73; esa fue la única “trampa” que encontramos hace un año para poder sacar algo rápido en cuanto a la Cuota de Pantalla y se hizo así. El problema es que el Instituto no supo adaptarla a los tiempos que corren (...), entonces miren lo tergiversado que es el sistema: ustedes los productores arman las películas durante 3 años, se las entregan al distribuidor, 24 días antes mandan la nota, el exhibidor no les contesta, y el día lunes previo al estreno se enteran de que no hay sala. Hay algo que está mal. Mi posición de lucha es que el exhibidor me conteste 30 días antes, pero para eso tengo que llegar a un marco de acuerdo con él 45 días antes. Estamos luchando con las *majors* que arreglan esto en una mesa en Washington 4 años antes. Nosotros no podemos, 24 días antes, tratar de modificar las cosas⁷⁵”.

Tras la denuncia de los productores y directores de la poca transparencia que tenían los exhibidores en los números de las taquillas, Daniel Peña, entonces gerente de Fiscalización del INCAA, explicó a la prensa la situación en que se encontraba el control de la cuota de pantalla y la media de continuidad: "Desde que se pusieron en vigencia las pautas por las que una película nacional con pocas copias debe reunir al menos el 16 por ciento de la capacidad de la sala y de jueves a domingo para seguir en cartel, las salas de los shoppings agregaron al menos dos funciones diarias, lo que aumenta notablemente la cifra mínima, estamos viendo la posibilidad de modificar los valores para que esta cuestión de «hecha la ley hecha la trampa» no se repita más⁷⁶”.

Los productores exigían que se aplique la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad o que se revise el modo en que estaban redactadas, pues aseguran que la misma reglamentación tenía dificultades para el estreno de películas nacionales. Aseguraban que, después de casi dos años de su reglamentación, los exhibidores no

⁷⁵ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

⁷⁶ *La Nación*, 18 de Mayo 2006, “Espectáculos”, pág. 3

cumplían con las medidas. Por otra parte, exigían al INCAA que controle más la aplicación de las medidas.

Rodrigo Moreno, director de *El custodio*, aseguraba a la prensa: “con un mes de antelación pedimos una cantidad de salas que el lunes anterior al estreno nos fueron negadas. Habíamos pedido 19 salas, y finalmente la película salió con 12 ¡a 4 días de estrenar! (...) pero si vos miras los números todas las salas, te das cuenta de que los números que hizo *El Custodio* en Abasto son rarísimos. Esa sala, que era muy importante para nosotros, hizo menos espectadores que en Adrogué”⁷⁷.

Por otro lado, Moreno denunciaba que no era muy transparente el modo en que se medía la Media de Continuidad. Aseguraba que las multipantallas no vendían las dos primeras filas de las salas, por decisión de los propios complejos (los exhibidores aseguraban que las dos primeras filas nunca eran elegidas por los espectadores). Sin embargo, Moreno denunciaba que cuando se medía la Media de Continuidad, se incluía a las dos primeras filas.

Moreno describía cómo la Cuota de Pantalla tenía sus propias limitaciones a la hora de estrenar: “cuando nos informaron que no vamos a salir con 19 copias sino con 12, decimos “bueno, retiramos una para entrar en el grupo de la Media de 1 a 10”. Cuando proponemos esto, lo llaman de una de las cadenas al distribuidor, (Pascual) Conditto, y le dicen “si ustedes pretenden sacar Puerto Madero, nosotros le sacamos Palermo”. Con lo cual entras en una trampa, ya que no podemos entrar en la de 10 porque nos sacan Palermo, que es una plaza importante. Pero tampoco podemos expandirnos en el rango de 10 a 20, porque 19 no te dejan... entonces tenés 12 y tenés que responder a una media de 10 a 20”⁷⁸.

El productor Rolo Azpeitia aseguraba “estamos compitiendo, y somos conscientes de ello, con lo mejor de la producción de la potencia más importante del mundo. (...) tienen lanzamientos millonarios que nosotros no podemos equiparar de ninguna manera: cuando ellos lanzan con 2 millones de dólares, nosotros lanzamos con 50 o 100 mil pesos

⁷⁷ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

⁷⁸ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

(...) la industria argentina tiene una clara desventaja desde lo productivo: te aseguro que si yo tuviera el triple de presupuesto no tendría un guionista, sino tres trabajando en la película, y el doble de semanas de rodaje. (...) están haciendo dinero con nuestro público, en nuestra tierra, y hay algo que no tenemos que olvidar, que se llama identidad cultural”⁷⁹.

El director de *El custodio* agregaba: “una de nuestras propuestas es crear en cada complejo una cartelera de cine nacional, de manera de asegurarse que no te saquen el banner el jueves. Yo fui y mi banner no estaba más en el Abasto el día del estreno... ¿Cómo se enteró la gente de que mi película se da en el Abasto? Cuando yo hablo de crear reglas claras, intensificar las medidas proteccionistas, no lo digo en función de hacer perder plata al exhibidor (que no creo que la pierda, además) sino que es obligación del Instituto que el productor esté contenido para poder salir a un mercado que tiene competidores difíciles”⁸⁰.

Algunos distribuidores exigían que se limite la cantidad de copias para los estrenos. Otros se quejaban de la abundancia de películas norteamericanas con poco renombre, que quitaban espacio a las películas argentinas con poco público.

Pascual Conditto, de la distribuidora *Primer Plano*, sintetizaba alguna de las demandas: “hay que limitar un poco la oferta de películas americanas o crear un nuevo espacio de exhibición, si hubiera un circuito alternativo sería bárbaro. (...) Creo que hay que regular un poco más a los americanos, porque si no se nos hace difícil poder sobrevivir”⁸¹.

Por su parte, los exhibidores de los complejos de shoppings proponían al INCAA establecer categorías de películas de acuerdo con cada sala. Esto permitiría acordar, según ellos, tipos de lanzamientos distintos. Además, aseguraban que estrenar películas no estrictamente comerciales en salas que lo son, perjudicaba a todo el cine nacional. Y

⁷⁹ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

⁸⁰ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

⁸¹ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

además exigían que se aplique la Cuota de Pantalla sólo cuando una película necesite salir a circuito comercial.

Racauchi también aseguraba que el aumento del público en los cines había sido causado por la llegada de las multisalas. Además sugería que se genere un circuito alternativo para darles un cuidado y una salida adecuada a películas que no tenían visión comercial. “creo que el modelo Espacio INCAA, tal como estaba hasta ahora no dio resultado. Creo que hay que refundarlo: la sala de base que hoy es el Gaumont tiene que ser como Village Recoleta: un lugar atractivo, donde la gente tenga ganas de ir a ver cine nacional. Y a partir de ahí, generar una serie de otras salas que pueden ser del INCAA, o bien una iniciativa privada con el apoyo del Estado⁸²”.

En agosto de 2006, el INCAA dio a conocer nuevas medidas para redefinir la “Cuota de Pantalla”. Según los funcionarios, el espíritu detrás de las resoluciones era proteger a las películas de producción argentina de menor costo, y a las que les resultaba históricamente más difícil estrenar y mantenerse en cartel.

Se trató de cuatro resoluciones:

1) Se generarían dos circuitos de exhibición para garantizar la permanencia mínima durante dos semanas de films nacionales.

Los dos circuitos de exhibición estarían integrados por: el primero, el “circuito comercial de exhibición” lo integran una de las salas Gaumont, Hoyts Abasto, Cinemark Palermo, Atlas Rivera Indarte y Shopping Villa del Parque. El segundo circuito estaría compuesto por otra de las pantallas del Gaumont, Village Recoleta, Arteplex Belgrano, Monumental. Este ultimo circuito se llamo “Circuito Alternativo de Exhibición”.

2) También se estableció que las películas que se adhieran al llamado "Circuito Alternativo de Exhibición" gozarían de un "seguro" que les garantizaría permanencia en pantalla, por limitada que sea su convocatoria.

En el nuevo circuito de exhibición alternativo, se estrenarían películas que salgan hasta con cinco copias, salvo negativa expresa del productor, que podría salir en salas del resto

⁸² Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

de los circuitos comerciales. Álvarez aseguraba a la prensa: "El INCAA le garantiza dos semanas de exhibición como mínimo"⁸³.

3) Los films con menos presupuesto recibirían un subsidio de 25.000 pesos para gastos de lanzamiento y promoción. Según Álvarez, "podrán utilizarlo en vía pública, radial, escrita, o pueden ser pasajes para llevar a un actor al interior"⁸⁴.

Al respecto, Jorge Álvarez aseguraba que "el sistema es: producción, distribución, políticas de mercadeo y exhibición. Hay que cerrar el círculo, porque si decimos que el cine es la producción nos quedamos cortos: la película está pero el cine no lo está. (...) si no sabemos distribuir el producto cinematográfico, si no lo sabemos vender, no va a llegar nunca a las salas"⁸⁵.

4) El INCAA, además, abonaría entre 10.000 y 70.000 pesos, por derechos de exhibición en TV a los productores de esos films.

También se dispuso que los derechos de exhibición televisiva y pública no comercial comenzarían a tener los siguientes valores: para las películas de Segunda Vía, es decir, aquellas películas cuyos realizadores tienen "mayores antecedentes" hasta \$70.000. Para la Tercera Vía, es decir, las óperas primas, hasta \$ 50.000, y para las películas de la Cuarta Vía, es decir los documentales, hasta \$ 10.000.

También se estableció que los filmes producidos por cadenas de TV, denominada Primera Vía, no tendrían estos beneficios de lanzamiento y antena.

Por último, el INCAA estableció que los exhibidores tenían que informar al Instituto qué estrenos nacionales tenían previstos. Al igual que los distribuidores, que debían establecer con cuántas copias estrenarían y en qué zonas lo tenían previsto. Una vez que los exhibidores y los distribuidores establecieran la fecha, se la debían comunicar al INCAA y esa fecha pasaría a ser inamovible.

Estas medidas comenzaron a regir desde el 1 de setiembre de 2006.

⁸³ *Clarín*, 16 de Agosto de 2006, "Espectáculos", pág. 7

⁸⁴ *Clarín*, 16 de Agosto de 2006, "Espectáculos", pág. 7

⁸⁵ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

Álvarez relataba la situación en la que se encontraba el mercado cinematográfico: “Primero, la culpa es de los productores, porque apuran el producto y lo queman; después del Instituto, porque no ha sabido responder en tiempo y forma; tercero, de los distribuidores, porque no arman una política de distribución; cuarto, de los exhibidores, porque hay algunos que no están haciendo mea culpa. Hay que poner los huevos sobre la mesa, porque si seguimos jugando así no vamos a llegar a ningún lado”⁸⁶.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

El presupuesto ejecutado por el INCAA en 2006 fue de \$103.883.278⁸⁷, es decir, más de 10 millones de pesos que el año anterior. Con esos recursos financió 110 proyectos. En comparación con 2005, el INCAA contó con 10 millones de pesos más y decidió financiar 20 proyectos más que en el año anterior.

Año	2005	2006
Proyectos financiados por el INCAA	90	110

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación.

En 2006, los créditos a óperas primas continuaron vigentes. Como muestra el cuadro siguiente, el porcentaje destinado a estas obras fue en decrecimiento desde el año de su inauguración hasta 2006. En el primer año se destinó cerca del 60% del presupuesto

⁸⁶ Revista Haciendo Cine Año 10 - #58 – Mayo 2006.

⁸⁷ SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina): *Hacer la cuenta. La gestión pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura*, 1° ed., Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2010. Disponible en web: <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/hacerlacuenta.php>

a créditos para las óperas primas. En 2005 este porcentaje se redujo a la mitad, y en 2006 el porcentaje no llegaba a un cuarto del presupuesto para créditos.

Sin embargo, podemos observar que, aunque varió la cantidad de créditos destinados a óperas primas, la cantidad total de créditos otorgados se mantuvo estable. Es decir, con igual cantidad de créditos, el INCAA decidió financiar menor cantidad de óperas primas: en 2004 financió 16 primeros proyectos, en 2005 fueron 11 y en 2006 sólo financió 6 óperas primas. En sólo tres años el INCAA redujo a más de la mitad las óperas primas financiadas.

Créditos	2004	2005	2006
Total de créditos otorgados:	27	24	27
Total de créditos otorgados a operas primas/ segundas:	16 (59%)	11 (50%)	6 (23%)

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2006 se estrenaron 252 películas en total. De las cuales 58 fueron argentinas, 116 de Estados Unidos y 78 de otros países. Por un lado Argentina estrena menos películas que la sección denominada “otros países”. Y por el otro, Estados Unidos es el país que lidera siempre la cantidad de estrenos: a excepción del 2004 suma, de un año al otro, más películas en sus estrenos.

En el caso particular de Argentina, observamos una caída en el porcentaje que representa su producción en tanto oferta de películas en el mercado local. En 2005, las películas argentinas representaron el 26,53% de la oferta total de películas. En 2006 este número cayó a 23,02%.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2003	111	46	64	221
2004	102	54	75	231
2005	109	65	71	245
2006	116	58	78	252

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Cantidad de espectadores:

La cantidad de espectadores bajó sensiblemente de un año al otro. En 2006 se registraron 35.767.819 de espectadores y en 2005 había alcanzado los 37.617.695. Aunque en 2006 se registraron menos espectadores, hubo más recaudación.

Cantidad de espectadores y recaudación. En unidades y en pesos.		
Año	Espectadores (en unidades)	Recaudación (en pesos)
2005	37.617.695	\$ 254.636.636
2006	35.767.819	\$ 287.812.782

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En 2005 el público que asistió al cine a ver películas argentinas representó el 11.3%, mientras que en 2006 esta cifra superó apenas el 10%.

Es decir, se observa una caída en los estrenos nacionales y por tanto en la presencia de las películas nacionales en el mercado local. Paralelamente también se registraron caídas en la cantidad de espectadores que tuvieron las películas nacionales respecto al total de asistentes al cine.

Cantidad de espectadores según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2005	28.282.307	4.445.617	4.889.771	37.617.695
2006	27.945.740	3.848.367	3.973.712	35.767.819

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

De todas formas es válido aclarar que la caída de la demanda afectó al mercado del cine en general: tanto Estados Unidos como el resto de los países registraron bajas en la cantidad de espectadores.

A mitad del 2006 las 25 películas estrenadas registraron 820.000 espectadores, es decir, apenas un 4,2 por ciento del público total. En 2005, las 26 películas nacionales del mismo período habían convocado a casi 1.200.000 personas, mientras que en 2004 se había alcanzado las 1.450.000 entradas⁸⁸.

Cantidad de salas:

2006 estuvo atravesado, al igual que en 2005, por los reclamos de algunos actores por la disparidad en la cantidad de salas a nivel federal. En materia de salas de exhibición, el INCAA decidió cerrar varios “Espacios INCAA” a fin de reducir gastos. Pero en contraposición se abrieron otras salas destinadas a proyectar películas nacionales. Como se puede observar en el siguiente cuadro, la apertura de los Espacios INCAA no movió

⁸⁸ *La Nación*, 2 de Julio de 2006, “Espectáculos”, pág. 1

demasiado la aguja a nivel de recaudación. Las salas de capital extranjero a lo largo de los últimos años lideraron la taquilla.

Recaudación según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Recaudación en Salas Nacionales (en porcentaje)	Recaudación en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	36,65%	63,35%	100%
2005	36,45%	63,55%	100%
2006	35,07%	64,93%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como puede observarse, desde el 2004 hasta el 2006 no varió mucho el porcentaje de la recaudación de las salas nacionales. La caída de la recaudación en salas nacionales en 2006 pudo deberse a que el INCAA decidió cerrar varios “Espacios INCAA”.

A lo largo de los años, se observa un liderazgo por parte de las salas de origen extranjero en la recaudación total. En 2006 este fenómeno se acentuó, llegando casi a duplicar la recaudación de salas nacionales.

Otra de las constantes que se observa es que de un año al otro aumentó la cantidad de salas de cine, especialmente la cantidad de pantallas existentes. Es decir, comenzaron a edificarse complejos con muchas pantallas en su interior, lo cual limita el acceso al cine de aquellos segmentos poblacionales alejados de los grandes centros urbanos.

Cantidad de salas y pantallas. En unidades.		
Año	Salas de Cine (en unidades)	Pantallas de Cine (en unidades)
2005	290	760
2006	297	869

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

De 2005 al 2006 aumentaron en 7 la cantidad de salas de cine, pero se pusieron en marcha más de 100 pantallas.

DISTRIBUCIÓN:

Al igual que en 2004 y en 2005, las distribuidoras extranjeras fueron las que mayor recaudación tuvieron en 2006. Como se puede observar en el siguiente cuadro, las distribuidoras de origen extranjero obtuvieron más del 75% de la recaudación total.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	14,35%	85,65%	100%
2005	22,69%	77,31%	100%
2006	24,83%	75,17%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Vale aclarar que las distribuidoras nacionales fueron aumentando, de un año a otro, su porcentaje de ganancia respecto al total de la recaudación, llegando a superar el 24% en 2006. Pero, al interior de las distribuidoras locales, un solo sello distribuidor, *Primer Plano*, concentró en 2006 el 80 por ciento de los estrenos nacionales.

Otro de los reclamos por parte de los distribuidores fue la limitación de las copias de películas extranjeras. Pues denunciaban que los tanques norteamericanos entraban al mercado con muchas copias, y así copaban las pantallas de cine, evitando poder estrenar películas nacionales.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EE.UU.	Argentina	Otros	Total
2005	4162	618	1085	5865
2006	4130	821	1050	6001

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar, Argentina aumentó de un año al otro la cantidad de copias en el mercado, y en paralelo disminuyó la cantidad de estrenos.

Si bien Estados Unidos tuvo 32 copias menos que en el 2005, aumentó la cantidad de estrenos. Esto se puede deber a que el modo de comercializar las películas fue distinto. El INCAA no tomó, hasta ese momento, ninguna medida para limitar la cantidad de copias con que cada país entraba en el mercado.

2007:

El 2007 estuvo signado por varios reclamos. Los directores fueron un actor protagónico en este sentido, exigiendo mayor transparencia y honestidad al INCAA.

Varias denuncias surgieron este año en torno al modo en que el INCAA distribuía el Fondo de Fomento. Los Directores Argentinos Cinematográficos, en conjunto con el SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica de la Argentina), elaboraron una denuncia en torno al uso fraudulento del artículo “3° J” de la Ley de Cine.

También aseguraban que el INCAA destinaba año tras año menos dinero a los créditos pero más a gastos administrativos.

Por su parte, los documentalistas tuvieron un buen año, pues tras un intenso debate con las autoridades, lograron que el INCAA implementara un nuevo sistema de fomento para el cine documental digital, a través de la creación de una nueva categoría en su sistema de fomento.

En materia de exhibición, el INCAA no implementó sanciones a quienes no cumplían con la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad, por lo que continuaron las denuncias por parte de los directores y productores, quienes sostenían que sus películas aun seguían siendo postergadas por los exhibidores.

En materia de distribución, Álvarez anunció que la industria del cine estaba acompañando al canciller a las misiones exteriores y también participaba de los viajes del Ministerio de Economía. Se trataba, según el Presidente del INCAA, de promocionar al cine local en conjunto con otras industrias en mercados del exterior.

La principal característica de este año fue la profundización de rasgos que comenzaron a definir al cine nacional como una industria capaz de obtener ganancias y divisas, al mismo tiempo que fomentaba y difundía los valores nacionales.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

Durante el 2007 varios documentalistas denunciaron que las categorías para los subsidios no los beneficiaban. En ese momento existían cuatro categorías de subsidios y sólo una vía habilitaba a los documentales a presentarse. El mayor inconveniente que encontraban los documentalistas era la exigencia de presentar los trabajos terminados en 35 mm, obligación que aumentaba los costos en forma considerable.

Tras la denuncia, el INCAA cerró acuerdos con entidades que agrupan a cineastas documentalistas: Directores Argentinos Cinematográficos (DAC), Proyecto Cine Independiente (PCI), Asociación de Documentalistas Nacionales (ADN), e independientes. El acuerdo buscaba que pudiesen finalizar el trabajo de modo digital. Los documentalistas agrupados en distintas organizaciones expresaban: "Esta nueva categoría o vía posibilitará la existencia del cine documental finalizado en formato digital, con lo que se reconocerá de esta forma un formato existente en todo el mundo, que permita el acceso a nuevos realizadores y favorezca la llegada de estos films al público a través de una difusión tanto por TV como en salas que cuenten con proyecciones digitales"⁸⁹.

También se acordó conformar un comité de evaluación de tres miembros, para el análisis de los proyectos que aspiren a acceder a este sistema de fomento.

Tras algunos meses, Álvarez firmó la resolución que conformaba el comité, exigido por asociaciones de documentalistas. La función del comité fue la de representar a los documentalistas y aprobar los proyectos de documentales con apoyo estatal. El historiador Osvaldo Bayer fue el encargado de supervisar el accionar del comité.

Durante el 2007 también continuaron los acuerdos para coproducciones. Doce productores italianos se reunieron con pares argentinos para analizar 169 proyectos locales, fruto del acuerdo de coproducción con Italia firmado el año previo (ver apartado

⁸⁹ *La Nación*, 2 de Marzo de 2007, "Espectáculos", pág. 4

año 2007). Tras el Festival de Mar del Plata, el INCAA anunció un acuerdo de coproducción con Francia.

Los directores nucleados en DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) sostuvieron varios reclamos a lo largo del 2007. Principalmente denunciaban que, a pesar del incremento del Fondo de Fomento año a año, se destinaba una porción cada vez menor para créditos de producción. Yal mismo tiempo, objetaban, aumentaban los gastos administrativos de todo tipo.

También denunciaban que la búsqueda de mercado externo para los directores era una salida necesaria, pues el mercado interno no permitía recuperar lo invertido y eso obligaba muchas veces a buscar apoyo financiero en el exterior. Esta situación, según la DAC, generaba un alejamiento aún mayor del público del cine nacional.

Emparentado con estos reclamos, la DAC pedía al INCAA que construya un organismo para la promoción y venta de cine argentino a nivel internacional. Sostenía que la venta de películas al exterior era más fruto de la labor de los directores y productores aisladamente, que de una acción coordinada del Instituto.

Los directores también buscaban mayor transparencia en las cuentas del INCAA. Pedían que se publique regularmente cada ejercicio económico del Instituto, el estado discriminado de la aplicación del presupuesto rubro por rubro, los compromisos contraídos, los costos reconocidos a cada película, etc. Este reclamo ya había comenzado a gestarse años atrás y continuó durante 2007. El reclamo de transparencia fue constante a lo largo de todos estos años.

En 2007, DAC junto con el SICA solicitaron al INCAA un expreso pedido de acceso a la información pública de informes sobre créditos industriales, ejecuciones presupuestarias del organismo y otorgamiento de beneficios bajo la figura del 3º J.

El artículo 3ro inciso "J" de la ley de cine vigente habilita al Presidente del INCAA, con el único requisito de su firma, a realizar y convenir producciones con organismos del Estado, mixtos o privados, de películas cuyo contenido concurren al desarrollo de la comunidad nacional.

Según el DAC, entre los años 2006 y 2007 habían sido adjudicados mediante este régimen más de 19 millones de pesos. Esto equivalía a más de la mitad de los recursos destinados para créditos a la producción por las vías tradicionales durante esos dos años. En el comunicado, la DAC denunciaba que “en el 2006, a una misma empresa se le otorgaron un total de más de \$2.276.000 para que una misma persona física, totalmente desconocida para el medio cinematográfico, realizara 4 documentales, curiosamente también con el mismo presupuesto cada uno: algo más de \$569.000”⁹⁰. El comunicado denunciaba que, en 2007, “la misma persona física vuelve a recibir fondos por un total de \$2.123.331 para realizar 4 documentales más por valor de \$ 597.671; \$ 674.181; \$350.000 y \$ 501.459 respectivamente”⁹¹.

La asociación de directores sostenía que los montos de dinero fueron entregados y cobrados en la etapa de post- producción, provocándose así una discrecional erogación por parte del INCAA. Habitualmente el dinero se recibía en cuotas y recién después de presentar la debida rendición de los gastos efectuados de cada cuota. Además, estos proyectos beneficiados por el 3° J, pese de haber recibido el total del dinero, sólo habían entregado 6 casetes formato VHS que contenían el material crudo.

Otras de las demandas que surgió en 2007 por parte de los directores fue la de reglamentar la ley de la “Cuota de Pantalla” en la televisión. Por último, exigían la instrumentalización legal de la Cuota de Pantalla en salas de cine. La DAC denunciaba que las películas nacionales estaban subordinadas a la mayor o menor rentabilidad de las salas de exhibición. Los directores exigían al INCAA que proteja la industria nacional y que exigiera cumplir ambas medidas (Ver “Cuota de Pantalla y Media de Continuidad”).

⁹⁰ InfoDAC #69, febrero de 2008. Boletín digital de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC). Disponible en web: <http://www.dacdirectoresdecine.org.ar/infodac69/index.html>.

⁹¹ InfoDAC #69, febrero de 2008. Boletín digital de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC). Disponible en web: <http://www.dacdirectoresdecine.org.ar/infodac69/index.html>.

EXHIBICIÓN:

EL INCAA lanzó el programa “Cine y perspectiva de género”. El proyecto tuvo como objetivo "sensibilizar y concientizar sobre la perspectiva de género. La iniciativa consistió en proyecciones de documentales y la creación de mesas de debate, posterior a la proyección de las películas. El programa comenzó a desarrollarse a fines de marzo de 2007. El proyecto contó con un consejo asesor coordinado por Martha Bianchi e integrado por Graciela Maglie, María Seoane, María José Lubertino y Julia Solomonoff. A ellas se sumaron la vicepresidenta del INCAA, María Lenz, y la gerenta Gabriela Pedrali.

En acuerdo con la Biblioteca del Congreso de la Nación, el INCAA presentó un nuevo vehículo que circularía por distintos puntos del país para promover el hábito de la lectura y el cine. La “bibliomóvil” constaba de un cine móvil para proyectar películas.

Esta iniciativa había comenzado a desarrollarse desde el 2004. Si bien había variado el nombre del programa (en 2004 se llamaba “El cine va a tu escuela”), la iniciativa tenía el mismo objetivo: acercar el cine a los sectores sociales postergados.

DISTRIBUCIÓN:

Durante el 2007 el INCAA buscó reanudar la apertura de nuevos mercados para las películas nacionales. Álvarez aseguró que apostaba a la sinergia de esfuerzos: "Por ejemplo el cine argentino va a entrar en China ¿a qué otras industrias podría interesarle el mercado chino?, ¿a alguna industria alimenticia por ejemplo? Qué bueno sería trabajarlo juntas desde el vamos"⁹².

Álvarez también destacaba que por primera vez la industria del cine estaba acompañando al canciller a las misiones exteriores. "El canciller siempre viajaba con un productor vitivinícola, un productor de granos, etc. y ahora también se incorpora a esa

⁹² *Clarín*, 9 de Marzo de 2007, “Espectáculos”, pág. 8

delegación oficial un productor cinematográfico, porque está siendo una política de Estado"⁹³.

Durante 2006, el INCAA había anunciado que distintos referentes del cine nacional comenzarían a participar de misiones multisectoriales y rondas de negocios para promover las ventas externas del sector audiovisual. Se propuso que el INCAA comience a participar de los viajes que mantenían la Cancillería y el Ministerio de Economía para promocionar al cine. En 2007, el objetivo era sostener a través del tiempo estas iniciativas.

Se observa pues el fortalecimiento de iniciativas que pensaban al cine nacional en términos de industria. Las campañas en el exterior y la creciente participación del INCAA en viajes de negocios, junto a la Cancillería y el Ministerio de Economía, comenzaban a ubicar al cine como una actividad productora de divisas y portadora de identidad nacional, al nivel de la industria alimenticia o vitivinícola.

En el marco de las acciones en pos de llegar a nuevos mercados, el INCAA firmó acuerdos con el Ministerio de Relaciones Exteriores para reforzar acciones que promoviesen diferentes facetas turísticas, artísticas y comerciales del país.

Según Jorge Álvarez, el objetivo era “poner al cine argentino a disposición de una estrategia de Estado destinada a promover a nuestro país como destino cultural, turístico y de inversiones”⁹⁴.

El convenio estableció generar apoyo mutuo en la promoción de las industrias del turismo y del cine en la Argentina. También estableció que Turismo y Cancillería ayuden a generar coproducciones con otros países e intentar abrir nuevas relaciones para el cine tanto en festivales como en nuevos mercados.

⁹³ *Clarín*, 9 de Marzo de 2007, “Espectáculos”, pág. 8

⁹⁴ *Clarín*, 18 de Abril de 2007, “Espectáculos”, pág. 6

MEDIDAS PARA MAS DE UN SECTOR:

El INCAA acordó con el ministro de Cine, Radio y Televisión de China que el país oriental tenga una semana de exhibición de películas chinas en Argentina y viceversa. Este proyecto se comenzaría a implementar desde 2008.

El preacuerdo cultural además constó de construir un centro de promoción cinematográfica en territorio bonaerense con el apoyo del INCAA, y de realizar coproducciones entre argentina y china.

En 2007 el INCAA continuó saldando deudas atrasadas, originadas entre 1999 y 2001. Los acreedores eran principalmente Argentina Sono Film, Telefé y Pol-ka. En total la deuda llegaba a \$14.449.261, 20.

El reclamo por una mayor transparencia en las cuentas del INCAA también tuvo continuidad. El director Adolfo Aristarain, en declaraciones a distintos medios, denunció que se “truchaban” facturas para filmar u robar subsidios⁹⁵. También hubo denuncias sobre las pautas publicitarias que entregaba el INCAA, sobre las que también se reclamaba honestidad y transparencia.

Cuota de Pantalla y Media de Continuidad:

Durante el 2007 continuaron las denuncias por parte de los productores y directores de que los exhibidores evitaban cumplir con la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad.

En el transcurso de aquel año se sucedieron nuevas postergaciones de estrenos de películas nacionales. La película *El destino* iba a ser estrenada, pero el lunes anterior a la proyección el distribuidor informó a los realizadores que iban a contar con menos salas para su estreno.

Miguel Pereira, director de *El Destino*, explicó el caso: "Habíamos pedido anticipadamente, cumpliendo todos los requisitos, doce salas para exhibir *El destino*, que

⁹⁵ *La Nación*, 5 de Agosto de 2007, “Espectáculos”, pág. 3

tiene una producción industrial y costó 2,5 millones de pesos. No pretendíamos una salida muy grande, pero sí decorosa. Y el lunes, el distribuidor Pascual Condito me informó que las únicas salas disponibles eran en el Village Recoleta, Showcase Norte y Cinema City de La Plata. Condito me dijo que no estaba dispuesto a matarla así. Estuve de acuerdo”⁹⁶. Pereira aseguro que ya habían lanzado la publicidad y exigió al Instituto “sancionar a los que no cumplan la ley”⁹⁷.

También los miembros de la Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales (APIMA) denunciaron el incumplimiento de la cuota de pantalla. Según APIMA, un representante del complejo Village Cinema S.A. pidió a la distribuidora *Primer Plano* renunciar al cumplimiento de la media de continuidad, como condición para que la película *El amor y la ciudad* fuera exhibida en Village Recoleta, Avellaneda y Rosario⁹⁸.

Según APIMA, los complejos multipantalla nucleados en la CAEM (Hoyts, Cinemark y Village) interpretaban a su favor los cambios en las normativas de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad.

Frente estas denuncias, Álvarez presentó a la Secretaria de Cultura un proyecto para modificar la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. Según Álvarez, se buscaba perfeccionar las medidas y “evitar que se malinterprete y establecer un margen de igualdad mayor en la comercialización del cine en la Argentina. De los hechos van surgiendo las modificaciones”⁹⁹.

Una de las incorporaciones establecía que si una película argentina, y al mismo tiempo una extranjera, no cubrían la Media de Continuidad en el mismo complejo, el exhibidor debía dar el mismo tratamiento a ambas películas. Es decir, si decidía continuar con la programación de la película extranjera, también debería darle esa misma posibilidad a la argentina, o levantar de cartel a ambas.

⁹⁶ *Clarín*, 27 de Junio de 2006, “Espectáculos”, pág. 2

⁹⁷ *Clarín*, 27 de Junio de 2006, “Espectáculos”, pág. 2

⁹⁸ *Clarín*, 17 de Abril de 2007, “Espectáculos”, pág. 10

⁹⁹ *La Nación*, 29 de Abril de 2007, “Espectáculos”, pág. 2

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

En 2007 el INCAA tuvo un presupuesto de \$ 134.720.960¹⁰⁰, con los cuales financió 100 proyectos. En 2007 tuvo más de 30 millones de pesos que el año anterior en su presupuesto, pero financió 10 proyectos menos.

Año:	2006	2007
Proyectos financiados por el INCAA	110	100

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación.

Del total de proyectos financiados, el 50% fueron coproducidos con España. En palabras del presidente del INCAA: "Hace cuatro años firmamos un acuerdo de coproducción (con España) y actualmente más del 50% de nuestro cine se coproduce con ese país¹⁰¹". A medida que pasaban los años, el INCAA contaba con mayor presupuesto para funcionar, aunque esto no implicase necesariamente un aumento significativo en la cantidad de proyectos financiados.

Según el diario La Nación, en 5 años el INCAA había aumentado significativamente su dotación: había pasado de "una plantilla de cien empleados a más de seiscientos"¹⁰².

¹⁰⁰ SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina): *Hacer la cuenta. La gestión pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura*, 1° ed., Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2010. Disponible en web: <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/hacerlacuenta.php>

¹⁰¹ *Clarín*, 9 de Marzo de 2007, "Espectáculos", pág. 8

¹⁰² *La Nación*, 9 de Abril de 2007, "Notas", pág. 19

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2007 Argentina estrenó 68 títulos, 10 películas más que el año anterior. Estados Unidos volvió a liderar el puesto de estrenos con 120 títulos, mientras que el resto de los países estrenó 77 películas.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2003	111	46	64	221
2004	102	54	75	231
2005	109	65	71	245
2006	116	58	78	252
2007	120	68	77	265

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Los estrenos locales representaron el 25,66% de la oferta.

2007 fue el año de mayor cantidad de estrenos desde 2003. A continuación mostramos la comparación entre películas estrenadas y porcentaje que representan en la oferta del cine local:

Cantidad de títulos estrenados y porcentaje de oferta de películas argentinas.		
Año	Películas nacionales estrenadas	Porcentaje de oferta de películas argentinas
2003	46	20,81%
2004	54	23,38%
2005	65	26,53%
2006	58	23,02%
2007	68	25,66%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

El aumento en la cantidad de películas estrenadas no representa por sí mismo un correlato en un aumento de la porción de cine argentino en el mercado local. En 2007 se llega al máximo de películas estrenadas desde 2003, pero el porcentaje que éstas representan como porción es menor al 26,53% representado en 2005.

Cantidad de espectadores:

Cantidad de espectadores y recaudación. En unidades y en pesos.		
Año	Espectadores (en unidades)	Recaudación (en pesos)
2005	37.617.695	\$ 254.636.636
2006	35.767.819	\$ 287.812.782
2007	34.282.916	\$331.326.425

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En 2007 volvió a ocurrir lo mismo que el año previo. La cantidad total de espectadores disminuyó respecto a 2006, pero el monto de la recaudación aumentó considerablemente.

Se observa por lo tanto que en dos años consecutivos se registraron bajas en el nivel de concurrencia de espectadores al cine. Esto pudo deberse a un mayor disfrute del cine en los hogares, un mayor acceso a Internet (y con ello a los sitios de descarga de películas) o bien a que la oferta no fue tentativa para el público.

No obstante, la recaudación del 2007 aumentó respecto al 2006, fundamentalmente por el aumento del precio de las entradas. También a que los grandes complejos de exhibición comenzaron a delinear estrategias para tentar a los espectadores vayan al cine: entre las más importantes, se cuentan la incorporación de las películas 3D (el valor de la entrada de una película 3D siempre fue más alta que en el resto de las películas) y las promociones 2 x 1, que permitían subir el precio de cada entrada.

Cantidad de espectadores según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2005	28.282.307	4.445.617	4.889.771	37.617.695
2006	27.945.740	3.848.367	3.973.712	35.767.819
2007	26.794.142	3.048.054	4.440.720	34.282.916

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como puede observarse, el único que aumentó la cantidad de espectadores en 2007 fue el segmento “Otros Países”. Tanto Estados Unidos como Argentina disminuyeron la cantidad total de público asistente.

En el siguiente cuadro se observa de qué modo las salas de origen extranjero aumentaron de un año al otro su caudal de público, mientras que éste disminuyó en salas nacionales.

Recaudación según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Recaudación en Salas Nacionales (en porcentaje)	Recaudación en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	36,65%	63,35%	100%
2005	36,45%	63,55%	100%
2006	35,07%	64,93%	100%
2007	33,68%	66,32%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Cantidad de salas:

En 2007 disminuyó tanto la cantidad de salas como de pantallas. Esto se debió fundamentalmente al proceso de cierres de Espacios INCAA desarrollado durante 2006.

Cantidad de salas y pantallas. En unidades.		
Año	Salas de Cine (en unidades)	Pantallas de Cine (en unidades)

2005	290	760
2006	297	869
2007	282	771

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

DISTRIBUCIÓN:

La producción argentina no sólo aumentó la cantidad de estrenos, sino también la cantidad de copias con las que salió al mercado:

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EE.UU.	Argentina	Otros	Total
2005	4162	618	1085	5865
2006	4130	821	1050	6001
2007	4567	867	967	6401

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Al igual que en el sector de estrenos aquí se registran dos constantes: por un lado Estados Unidos lidera en cantidad de copias distribuidas, y por el otro, el segmento “Otros Países” posee más copias que Argentina.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En porcentajes				
Año	EE.UU.	Argentina	Otros	Total
2007	71,34%	13,54%	15,10%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En términos de porcentajes, podemos observar que Argentina sólo ocupa casi el 14% del total de copias en el mercado; Otros Países el 15,10% y Estados Unidos lidera con el 71,34%.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2004	14,35%	85,65%	100%
2005	22,69%	77,31%	100%
2006	24,83%	75,17%	100%
2007	24,75%	75,25%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En términos de recaudación por empresa distribuidora se observan casi los mismos porcentajes del año anterior. Las distribuidoras extranjeras lideraron, al igual que los años

anteriores, las recaudaciones, afirmando que se trata de una tendencia permanente del mercado local durante el período analizado, más allá de la implementación de las medidas analizadas.

2008:

El año 2008 fue un año cuya dinámica estuvo signada principalmente por algunos cambios institucionales de relevancia, que impactarían con fuerza en la actividad cinematográfica recién hacia finales del año.

Apenas comenzado el año, el entonces presidente del INCAA, Jorge Álvarez, anunció a los medios de comunicación la puesta en marcha de un plan de marketing para el mercado interno (abarcando difusión, distribución y exhibición) y externo (a través de un programa denominado “ExportAR”). El plan nunca llegó a concretarse porque en marzo, Jorge Álvarez presentó su renuncia como presidente del INCAA, cargo que mantenía desde fines de 2005. Varias fueron las causas que motivaron la renuncia: entre las que pueden verificarse se encuentran los duros cuestionamientos a su gestión por parte de algunos sectores de peso dentro de la industria, entre los que se cuentan el Sindicato de la Industria Cinematográfica de la Argentina (SICA), Directores Argentinos Cinematográficos (DAC) y el Sindicato Unido de Trabajadores del Espectáculo Público (Sutep). Estas denuncias habían comenzado en 2007, pero se terminaron de definir en 2008.

Uno de los principales conflictos giraba en torno a la conformación del Consejo Asesor. Según la ley vigente, éste debía tener once miembros: cinco que representen a las cinco regiones culturales en las que está dividido el país y los seis restantes representantes de cada uno de los sectores de la industria. Según Álvarez, “con los técnicos del cine y con los actores nunca hubo problema; en cambio con los directores y productores hubo siempre inconvenientes. Porque la ley dice que si por área hay más de una asociación, los representantes tienen que salir por consenso. Y había cuatro

asociaciones de directores y siete de productores. A los productores los reunía la Federación de Productores y ellos elegían a sus representantes. Pero surgió una asociación dirigida por la productora y guionista Cristina Agüero que adujo no sentirse representada por la Federación, y por ende si a ella no la elegían como una de las representantes de los productores en el Consejo Asesor, pues no daba consenso y se declaraba la nulidad de todas las medidas del Consejo Asesor, y por ende del INCAA. Por este tema estuvimos paralizados casi un año”¹⁰³.

Con respecto a los directores, el entonces presidente del INCAA señalaba que con la conducción actual de la DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) tenían conflictos: “los conflictos me hacen entender que no tienen principios demasiado democráticos: si ellos no conducen, es mejor que se desbarranque todo”¹⁰⁴. Finalmente se llegó a un acuerdo y el proyecto de resolución que conformaba el Consejo llegó a la Secretaría Legal y Técnica de la Nación. Sin embargo, ésta dictaminó que la conformación del Consejo Asesor, en el marco de la Ley de Cine, era incompatible con la Ley de Ética Pública, porque “un funcionario del Estado no puede tener ni un paso previo ni posterior de dos años en una actividad relacionada con la actividad para la que lo designaron”¹⁰⁵.

En la entrevista Álvarez afirmaba que aun sin decreto presidencial, desde la gestión de Jorge Coscia siempre se habían reunido con el Consejo. Y concluía que “hay un pequeño grupo, como pasa en todos lados, que sí busca el interés individual (...) para quienes lo particular prima por sobre el interés del cine argentino”.

La importancia del Consejo Asesor está vinculada a la posibilidad de incidir directamente en las decisiones más importantes del INCAA, entre ellas la aprobación de créditos y subsidios. Por ello es que, como se analizará más adelante, se trata de una problemática que se extendió mucho más allá de la gestión de Jorge Álvarez.

El diario La Nación agregó otra versión, la cual “señalaría que Álvarez dejó de contar con respaldo en las cumbres del poder, y que la decisión de su partida habría sido

¹⁰³ Revista Haciendo Cine Año 12 - #78 – Enero/ Febrero 2008.

¹⁰⁴ Revista Haciendo Cine Año 12 - #78 – Enero/ Febrero 2008.

¹⁰⁵ Revista Haciendo Cine Año 12 - #78 – Enero/ Febrero 2008

tomada en la Secretaría de Cultura de la Nación, a cargo de José Nun, por pedido expreso del jefe de gabinete Alberto Fernández”¹⁰⁶.

Para completar el panorama, en la semana previa a la renuncia de Álvarez, el juez Claudio Bonadío había ordenado el secuestro de expedientes de producciones enmarcadas en el artículo “3J” de la ley vigente. Como se vio anteriormente, este artículo permite al titular del INCAA otorgar subsidios para determinados proyectos sin otro requerimiento que el de su firma. La orden del juez fue consecuencia de una denuncia presentada en su juzgado, según la cual se habría otorgado subsidios (a través del mencionado artículo) para producciones que nunca se concretaron. Este conflicto había surgido en 2007 a través de una denuncia realizada principalmente por la DAC y el SICA.

Después de un período de 30 días de acefalia, el 7 de abril asumió como presidenta del INCAA la productora y directora Liliana Mazure.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

El objetivo inmediato de la gestión de Liliana Mazure fue transparentar el otorgamiento de créditos y subsidios, ambos mecanismos fuertemente cuestionados desde la recuperación de la autarquía por parte del INCAA en 2002. Por ello es que la primera medida trascendente que tomó fue la publicación de los créditos y subsidios otorgados en la página web oficial del INCAA. La medida incluyó las ayudas para documentales y el listado de todos los subsidios “3-J” otorgados en 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008. Los de 2003 fueron 17, por un total de \$4.400.957; en 2004 se otorgaron 31, por un valor de \$9.844.597. En 2005 el número ascendió a 40, por \$11.491.029. En 2006 los subsidios fueron 21 bajando casi hasta la mitad, por \$7.260.995. Entre 2007 y junio de 2008 se entregaron 40 subsidios también por \$11.491.029¹⁰⁷

¹⁰⁶ *La Nación*, 8 de Marzo de 2008, “Espectáculos”, pág. 5

¹⁰⁷ *La Nación*, 21 de Junio de 2008, “Espectáculos”, pág. 1

La presidenta electa aseguró que de allí en adelante no utilizaría más ese mecanismo para asignar recursos.

Por otra parte, Mazure retomó en su agenda una vieja demanda del mercado del cine, y comunicó la presentación en la Cámara de Diputados de un proyecto de ley para que la actividad audiovisual fuese considerada “industrial”, de forma tal que la producción cinematográfica pudiera beneficiarse con exenciones impositivas, créditos accesibles y otros beneficios de la promoción industrial. El proyecto no prosperó, aunque sentó un antecedente importante de lo que ocurriría cuatro años más tarde (agosto de 2012), cuando la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, firmaría un decreto por el que otorgaría finalmente al cine el carácter de “industria”.

Este intento de aprobar una ley para que el cine tenga beneficios impositivos y créditos contribuye a seguir definiendo al cine como una industria más. En 2007 el modo en que Álvarez había definido las medidas para vender el cine local en el exterior, acompañando en sus viajes al exterior a Cancillería y al Ministerio de Economía había sido una de las primeras muestras de significar a la actividad cinematográfica como actividad industrial. Medida que emparentaba al cine con la industria vinícola, ganadera o de granos. En 2008 con el intento de aprobar esta ley, se contribuye aún más a pensar que los presidentes del INCAA (Álvarez y Mazure) buscaban dejar atrás la definición de un cine local, como una actividad cultural y ajena a la rentabilidad en pos de comenzar a definirla como una actividad que genere ganancias y eleve la balanza comercial.

Otro de las medidas importantes de 2008 fue el lanzamiento de un Nuevo Plan de Fomento para el cine argentino. Este nuevo Plan estableció un paquete de medidas destinado a fortalecer la producción. Se trató de un nuevo Plan de Fomento a la producción local, con valores actualizados y nuevos derechos y obligaciones para los distintos actores. Los cambios más importantes radicarón, en primer lugar, en los comités para la selección de proyectos¹⁰⁸. Con el Plan de Fomento anterior (sancionado en 2004) había un solo Comité de Selección de Proyectos integrado por 7 personas que representaban a directores, productores, técnicos y actores. Este nuevo Plan de Fomento

¹⁰⁸ Revista Haciendo Cine Año 13 - #88 – Diciembre 2008.

estableció dos Comités (A y B), cada uno de ellos integrados por nueve personas. Esto permitió el ingreso de representantes de otras entidades. Además el nuevo Plan amplió el criterio de selección de proyectos, pues si un proyecto era rechazado por el Comité A, pasaría al Comité B.

En segundo lugar, el plan incluyó un aumento del tope de subsidios (pasó de \$2.500.000 a \$3.500.000) y actualizó el costo promedio de un film (pasó de \$1.375.000 a \$2.300.000).

En tercer lugar, se modificaron los requisitos para acceder al Subsidio por otros medios de exhibición (conocido como Subsidio por Medios Electrónicos). El nuevo Plan de Fomento estableció dos vías de acceso: para la Vía 1, el productor debía demostrar el 80 % de la financiación del proyecto y tener en sus antecedentes al menos 5 películas producidas con el INCAA, pudiendo recibir hasta \$1.450.000 por este concepto. La Vía 2 estaba destinada a productores pequeños o medianos, quienes debían demostrar que contaban como mínimo con el 50 % del financiamiento del proyecto y tener una película como productor en el INCAA. Por esta Vía se otorgarían hasta \$1.150.000, siempre que se cumplan los nuevos requisitos. Este nuevo Plan de Fomento, al igual que el Plan de 2004, perpetuaba la exclusión de productores que no tengan experiencia en el INCAA. Si bien lo podían hacer en asociación con otros productores que si hayan producido un film con el INCAA, no se podían presentar solos, sin ese requerimiento.

En esta línea, el Plan creó la Vía de Evaluación de Proyectos Documentales, con un comité específico para el sector documental. Contempló un subsidio para la producción y finalización en video digital. El acuerdo fue que el INCAA subsidiaría la realización a cambio de los derechos de exhibición en nuestro país.

En quinto lugar, el Plan estableció la eliminación del subsidio por “derecho de antena”. Este punto generó resistencias en algunos sectores ya que el INCAA dejaría de comprar los derechos de exhibición de los proyectos financiados. Según Liliana Mazure, el pago del derecho de antena era “una estafa al Estado. Hay más de 180 películas confirmadas a las que se les pagó un derecho de antena de 60 mil dólares. Son 33 millones de pesos que se han gastado en los últimos dos años en comprar películas que nadie

quiere exhibir”¹⁰⁹. Además, la presidenta del Instituto señaló que esta decisión “corresponde a una estrategia global. Nosotros necesitamos que el INCAA, que es un fondo de fomento a la producción, fomente la producción, y los otros sectores que intervienen después, que son distribuidores, exhibidores y compradores de televisión, se desarrollen cada uno por sí solo”¹¹⁰.

En sexto lugar, el Plan estableció que, una vez que se acceda al subsidio, se evaluaría el otorgamiento de un crédito. Pero, a diferencia de lo que ocurría anteriormente, el acceso al crédito no sería decidido por un Comité de Crédito, sino por los Comités de Evaluación de Proyectos anteriormente mencionados. Pero en esta instancia sólo podrían expedirse al respecto los productores y directores que fueran parte de esos Comités, y ya no los representantes de los sindicatos y los guionistas. El objetivo de este cambio fue ampliar el criterio para otorgar créditos más allá de los aspectos económico-financieros.

Por último, el plan estipuló la apertura de nuevos concursos orientados a jóvenes realizadores: “Historias Breves” y el ya aplicado “Concurso de Óperas Primas y Segundas Películas”, cuyos ganadores podrían recibir hasta el 39% del costo promedio de una película; “Cortometrajes de terminación digital”, cuyos ganadores podían recibir hasta \$25.000; “Cortometrajes terminados”, concurso a través del cual el Instituto ofrecía financiación para promoción y difusión en el país y en el exterior. Además los ganadores podían recibir hasta \$5.000 en concepto de compra de derechos de exhibición. También se agregó el Concurso “Largometrajes con terminación digital” para productos destinados a la televisión, por el que se entregarían \$400.000 para su realización. Y finalmente el concurso “Películas Terminadas”, sean ficciones o documentales, mediante el cual, el Instituto premiaría con el 13% del costo promedio de una ficción (hasta \$300.000) y un 8% del costo promedio en el caso de los documentales (hasta \$184.000).

¹⁰⁹ Revista Haciendo Cine Año 13 - #88 – Diciembre 2008.

¹¹⁰ Revista Haciendo Cine Año 13 - #88 – Diciembre 2008.

EXHIBICIÓN:

Durante 2008 también continuaron las denuncias por parte de los productores y directores por la poca difusión que el cine argentino tenía en las grandes salas. Las películas argentinas en 2008 debieron enfrentarse con un poderoso marketing publicitario con el que el cine norteamericano desembarcó en el mercado local.

El cine norteamericano tuvo durante las 2008 películas que se expandieron por megaestrenos, acompañadas de grandes lanzamientos de publicidad. Esta situación agravó directamente el estreno de películas locales. Pues al no estar controlada el cumplimiento de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad, los exhibidores eligieron por las películas que más rédito económico le brindaron.

Los números registrados, en tanto megaestrenos de películas norteamericanas, fueron tan fuertes como en 2006. Las películas argentinas, por tanto quedaron apartadas de los grandes estrenos del año. Decenas de estrenos anunciados fueron corridos para más adelante. Esta situación fue una constante a lo largo de los años, pues el INCAA no tomo medidas para hacer cumplir o controlar el cumplimiento de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. Las sanciones a quienes evadían dichas normas no fueron muy sancionadoras.

El último nombramiento importante de ese año se produjo en agosto de 2008, cuando Tristán Bauer (creador de la señal “Encuentro” en el marco del Ministerio de Educación de la Nación) fue designado Presidente del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP). Este ente estaría encargado de fijar planes para Canal 7 y Radio Nacional. A pesar de no ser un nombramiento dirigido específicamente a la industria del cine, influye directamente sobre ésta en tanto abre nuevas ventanas de exhibición para la producción local. A partir de allí el Instituto de Cine trabajaría articuladamente con la esfera pública de medios en la creación de contenidos audiovisuales para la televisión digital.

DISTRIBUCIÓN:

Durante el 2008 continuaron las denuncias por parte de algunos distribuidores locales por los mecanismos con los que las distribuidoras extranjeras operaban en el mercado argentino. Pascual Condito, distribuidor argentino, responsable de más de la mitad del cine local denunciaba que las distribuidoras norteamericanas instaladas en el país, estrenan periódicamente "tanques" de Hollywood, que a razón de un centenar de copias cada uno, obtienen la mayor parte de la taquilla. Esta situación, según Condito, provocaba la escasez de salas para el cine no estadounidense.

Condito denunció además, la arbitrariedad de los circuitos exhibidores multipantallas a la hora de tomar decisiones. El distribuidor aseguraba que los exhibidores decidían unilateralmente la programación de las películas de las que no son dueños, y además que reprogramaban las películas nacionales anunciándolo a pocos días de los estrenos. También aseguraba que los exhibidores de multisalas evadían cumplir con la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad y que interpretaban ambas medidas a su beneficio.

También denunció la falta de efectividad en el control de ambas medidas por parte del INCAA. Condito aseguraba que existía poca efectividad en las sanciones, ya que nunca se concretaban.

Condito también aseguró la existencia de "competencia desleal" y recordó que "cuando estrenamos *No sos vos, soy yo*, una empresa exhibidora no nos dio una sola sala, y recién nos dio en la segunda semana cuando vieron cómo funcionaba. No puedo ni quiero ser cómplice de todo esto"¹¹¹ aseguraba.

MEDIDAS PARA MAS DE UN SECTOR:

En noviembre de 2008, el INCAA participó de la creación de la Unión Argentina contra la Piratería (UACPI), conformada por los representantes de las principales instituciones de cine y video del país: la Unión Argentina de Videoeditores, la Cámara

¹¹¹ *La Nación*, 16 de Agosto de 2008, "Espectáculos", pág. 4

Argentina de Videoclubes y la Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos. Las distintas instituciones firmaron un acuerdo para denunciar la piratería como un delito “intelectual” y el daño económico que provoca, al cine y a toda la industria cultural, exigiendo a los funcionarios públicos que sean parte de la “lucha”.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto INCAA:

En 2008, el INCAA contó con un presupuesto total de \$154.250.331, es decir, \$ 19.529.371 más que en 2007.

Año:	2007	2008
Proyectos financiados por el INCAA	100	100

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación.

Con dicho dinero financió 100 proyectos, la misma cantidad que en 2007. Si bien en 2008 el INCAA obtuvo más presupuesto que en 2007 no decidió destinarlo para el fomento de más proyectos. Sino que comenzaron a existir rubros en los que se aumentaron los gastos.

Según el portal Otros Cines¹¹², el presupuesto destinado para el fomento a la producción comprendía la suma de \$28.832.284, de los cuales se ejecutaron \$28.789.769. Y el total de subsidios entregados fue de \$55.100.000. El INCAA destinó a los gastos fijos (salarios y funcionamiento) la suma de \$41.102.130, de los cuales se ejecutaron \$ 34.547.973. El fomento a la difusión y exhibición comprendía dos ítems: por un lado, el lanzamiento de películas nacionales, y por otro los Espacios INCAA. El primero tenía

¹¹² Otros Cines (portal web), “Noticias”, julio de 2009. Disponible en:
http://www.otroscines.com/noticias_detalle.php?idnota=2978

destinados \$4.521.557, de los cuales se ejecutaron \$4.407.198. Para los Espacios INCAA (nacionales y en el exterior) había destinados \$2.925.079, de los cuales se ejecutaron \$2.925.079. El total del fomento a la difusión y exhibición fue de \$7.446.636, de los cuales se ejecutaron \$7.332.277.

Se puede esbozar que en el 2008 el INCAA destinó y ejecutó más dinero en gastos de funcionamiento que para fomento a la producción. Y que el rubro de exhibición fue el que menos presupuesto se le destino. Según el portal Otros Cines “el INCAA ejecutó en 2008 el 93,4 por ciento de sus recursos; es decir, pasó algo más de 10 millones para el ejercicio 2009”¹¹³. En el análisis del presupuesto se pone de manifiesto cómo se distribuyen las prioridades: el periodista Batlle señala en el portal que “los subsidios significaron el 38,2 por ciento de los egresos; el fomento a la producción, el 20 por ciento; y el fomento a la difusión y exhibición, el 5,1 por ciento”¹¹⁴.

Estos datos explican porque el INCAA financio igual cantidad de proyectos que en el 2007, con un presupuesto de casi \$20.000.000 mayor que en el año anterior. Pues los gastos de funcionamiento del Instituto ocuparon la mayor erogación del presupuesto.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2008 se estrenaron en total 290 películas en nuestro país: 71 argentinas, 142 de EEUU y 77 provenientes de otros países. De estos números se deduce que el porcentaje de oferta de películas argentinas en el mercado alcanzó el 24,48%.

¹¹³ Otros Cines (portal web), “Noticias”, julio de 2009. Disponible en: http://www.otroscines.com/noticias_detalle.php?idnota=2978

¹¹⁴ Otros Cines (portal web), “Noticias”, julio de 2009. Disponible en: http://www.otroscines.com/noticias_detalle.php?idnota=2978

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	120	68	77	265
2008	142	71	77	290

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar la cantidad de estrenos en el mercado local tuvo un leve crecimiento. Si bien argentina aumento la cantidad de films estrenados de un año al otro, fue Estados Unidos quien incremento en mayor medida la cantidad de estrenos. Argentina sumo de 2007 a 2008 3 películas más en sus estrenos. Estados Unidos registro 22. Mientras que la sección “Otros países” mantuvo la misma cantidad de películas estrenadas.

Como se puede observar el mayor porcentaje de oferta de films lo tuvo Estados Unidos, seguido de Otros países y por ultimo Argentina.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En porcentaje.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	45,28%	25,66%	29,05%	100%
2008	48,96 %	24,48 %	26,55%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

La disminución que presentó tanto Argentina como la sección “Otros Países” fue absorbida por el aumento en porcentaje de los estrenos de Estados Unidos.

Cantidad de espectadores:

En 2008 hubo un total de 33.704.575 espectadores, con una recaudación total de 33.704.575.

Cantidad de espectadores y recaudación. En unidades y en pesos.		
Año	Espectadores (en unidades)	Recaudación (en pesos)
2007	34.282.916	\$331.326.425
2008	33.704.575	\$ 396.568.595

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar hubo una disminución de la cantidad de espectadores registrados de 2007 a 2008. No obstante la recaudación aumentó. Este hecho se puede dar por un disminución de espectadores a nivel global y por un aumentó en el consumo de cine en los hogares.

Frente a este inconveniente, los productores (mayormente de los grandes estudios de Estados Unidos) comenzaron a producir películas con un plus de entretenimiento. Es decir, se volvieron a producir películas en 3D (con entradas más caras), con filmaciones alta definición y con efectos especiales y sonido surround. Tentando así a los espectadores a asistir nuevamente a las salas de cine.

Cantidad de espectadores según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2005	28.282.307	4.445.617	4.889.771	37.617.695
2006	27.945.740	3.848.367	3.973.712	35.767.819
2007	26.794.142	3.048.054	4.440.720	34.282.916
2008	27.498.264	3.851.222	2.355.089	33.704.575

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar Argentina en 2008 si bien tuvo menos estrenos que la sección “Otros Países” consiguió tener más cantidad de espectadores.

Del total del mercado, el consumo de películas nacionales representó en 2008 sólo el 11,27 %. Porcentaje que permite esbozar que un aumento en la cantidad de oferta de cine nacional no corresponde con un aumento en la cantidad de entradas vendidas.

Comparación de la oferta y consumo de películas nacionales.				
Año	Películas nacionales estrenadas	Estrenos totales	Porcentaje de oferta de películas nacionales	Porcentaje de consumo de películas nacionales
2007	68	265	25,66%	8,45%
2008	71	290	24,48%	11,27%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se observa, en 2007 las películas nacionales estrenadas representaron casi el 26% del mercado total local. En 2008 dicho porcentaje disminuyó casi a un 24%. Este dato

no tiene correlación con la cantidad de películas estrenadas, pues en 2007 argentina estrenó menos películas que en 2008, sin embargo tuvo mayor porcentaje de participación en la oferta de cine.

En ambos años los porcentajes de consumo fueron inversos a los de oferta de películas. En 2007 (que se registro un porcentaje mayor de oferta) el porcentaje de consumo de films nacionales a penas pasó el 8%. En paralelo, en 2008, hubo un porcentaje de oferta menor de películas nacionales, sin embargo el porcentaje de entradas vendidas para películas nacionales aumentó, superando el 11%. Es decir, el aumento del consumo de películas nacionales no es correlativo a un aumento en el porcentaje de oferta de películas nacionales.

En 2008 volvemos a vislumbrar una constante que se repite a lo largo de los años. Si bien el porcentaje de consumo de películas aumentó en este año, la división de espectadores por películas nacionales es muy desigual. Es decir, 9 de las 71 películas argentinas estrenadas representan el 85,6 % de la recaudación obtenida. Sólo una película (“Un novio para mi mujer”, de Juan Taratuto, con 1.404.423 espectadores) concentró casi el 37 % de la recaudación total.

Con relación al consumo de películas en salas de origen nacional y extranjero, los porcentajes se mantuvieron estables respecto de 2007, en favor de los complejos multipantallas de capital extranjero:

Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2007	40,33%	59,67%	100%
2008	39,84%	60,16%	100%

--	--	--	--

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

DISTRIBUCIÓN:

Las películas provenientes de Estados Unidos contaron con 5491 copias (76,09 %), mientras que las películas argentinas obtuvieron 891 copias (12,34 %), un número similar al que representan las películas de otros países (834 copias, equivalente a 11,55 %).

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	4567	867	967	6401
2008	5491	891	834	7216

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Es interesante destacar la diferencia que existe entre títulos estrenados y el la cantidad de copias por película. Pues, como se puede observar, la sección “Otros Países” tuvo 77 películas estrenadas, 6 películas más que Argentina, pero sin embargo, registró menos cantidad de copias. Argentina estrenó 6 películas menos que “Otros Países”, pero obtuvo 57 copias más. Esto puede deberse a los reclamos por parte de las distribuidoras locales que denunciaban la diferencia existían que entre la cantidad de copias presentadas por otros países y las argentinas. También puede deberse a que las películas argentinas, en concordancia con la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad hayan decidido salir al mercado con mas copias, para poder así llegar a salas comerciales más grandes y con más renombre.

Por último, el INCAA no tomo ninguna medida respecto a la demanda insistente por parte de los distribuidores de que la cantidad de copias con las que entran las películas norteamericanas al país asfixiaba a las películas nacionales. Los distribuidores sostenían que habiendo una limitación en la cantidad de copias de las películas, podrían surgir mas salas para las películas nacionales o de otros países. Si bien Estados Unidos en 2008 disminuyo la cantidad de copias de un año a otro, terminó liderando por una diferencia notable la cantidad de copias por películas en el mercado local.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En porcentajes				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	71,34%	13,54%	15,10%	100%
2008	76,09%	12,34%	11,55%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Del 2007 al 2008 las películas norteamericanas aumentaron su cantidad de copias en casi un 5%, las películas de otros países disminuyeron su participación en más de un 3% con respecto al 2007 y las películas nacionales disminuyeron en más de un 1%. Estas cifras vuelven a confirmar que la disminución que se registra tanto en el porcentaje ocupado por películas nacionales y de otros países en tanto cantidad de copias, es absorbida por el porcentaje registrado por Estados Unidos.

Las cifras vinculadas a la recaudación según el origen de la empresa distribuidora muestran, al igual que en los años previos, un fuerte predominio de las distribuidoras extranjeras. Éstas en 2008 se alzan con el 75,01 % de la recaudación del año, mientras que a las empresas distribuidoras nacionales les corresponde el 24,99 % del mercado.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2007	24,75%	75,25%	100%
2008	24,99%	75,01%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

2009:

Durante el 2009 las autoridades del INCAA buscaron implementar medidas tendientes a favorecer un mejor posicionamiento del cine argentino en las pantallas locales. Si bien se trataba de un problema de larga data, la nueva gestión se propuso acortar la brecha entre la oferta de producciones y su demanda en el mercado. Para ello, la gestión de Mazure modificó algunos de los puntos reglamentados en la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Estas modificaciones buscaron que las películas nacionales puedan estar en cartel al menos por dos semanas.

Por otro lado, se establecieron nuevas sanciones para los infractores de las normas. Tanto los distribuidores como los productores y directores denunciaban, desde 2004, que el INCAA no controlaba la correcta aplicación de ambas normas. Y además que las sanciones no eran tan fuertes como para evitar que las grandes exhibidoras reincidan en el incumplimiento. El INCAA en 2009 estableció duras sanciones para quienes no cumplieran con la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad.

Durante este año, se lanzó también “Ventana Sur”. Un proyecto que buscaba posicionar mejor a los films nacionales. Esta iniciativa constaba de encuentros de negocios destinados a potenciales compradores del cine local. Se intentaba darle visibilidad a los productos audiovisuales del cine nacional, frente a compradores de otras regiones.

Desde que asumió la presidencia del INCAA, Mazure buscó dar transparencia a su gestión. Sin embargo, en 2009, surgieron nuevos actores reclamando más explicaciones en la toma de sus decisiones.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

El 20 de febrero Cristina Fernández de Kirchner firmó el decreto reglamentario de la Ley de Propiedad Intelectual. Esta ley convirtió a los Directores Argentinos Cinematográficos (DAC) en la única sociedad de gestión encargada de percibir el derecho de autor para los directores de cine.

A partir de esta medida, DAC debería garantizar el cobro de los derechos de autor tanto en nuestro país como en todos los lugares donde se generen. Es importante recordar que DAC fue uno de los principales actores enfrentados a la gestión de Jorge Alvarez, anterior presidente del INCAA. Según las crónicas periodísticas, quienes formaron parte del acto aplaudieron “con fervor” a Liliana Mazure. Asistieron al anuncio Carlos Galettini y Ricardo Wulicher, entonces presidente y vice de la DAC; Jorge Coscia, entonces diputado y en 2009 secretario de Cultura; y los directores Héctor Olivera, Carlos Orgambide, Carlos Sorín, Marcelo Piñeyro, Alberto Lecchi, Juan Taratuto, Fernando Spiner, Raúl Tosso, Eduardo Calcagno, Paula de Luque, Gustavo Postiglione, entre otros.

Los Directores Argentinos Cinematográficos habían comenzado a reclamar por esa ley desde hacía varios años. La DAC, a partir de la reglamentación de la ley, comenzó a tener la tarea de garantizar el cobro del derecho de autor a nivel local, y también de percibir los que generen sus directores y autores asociados en los distintos países del

mundo. Desde ese momento, la DAC debería garantizar los mecanismos de gestión para que quienes usen obras de directores argentinos paguen por los derechos de autor.

En 2009 entró en funcionamiento el Plan de Fomento presentado a fines de 2008. En ese contexto, se realizó la apertura del concurso Historias Breves V (para el período 2007-2009). Allí se presentaron diez cortos de futuros cineastas que competían por un premio del Instituto, siendo el concurso más tradicional entre los que forman parte del mencionado plan.

EXHIBICIÓN:

El 8 de abril se inauguró en Constitución el complejo de cine Arte Cinema. Aunque el INCAA participó de la inversión, este espacio no fue parte desde el principio de los Espacios INCAA. Se trata de un doble subsuelo ubicado en Salta al 1600, entre Garay y el pasaje Ciudadela. Son tres salas equipadas con buen equipamiento tecnológico, una con 140 butacas y las otras dos con 60 cada una. Lo distintivo es que, además de que la inversión contó con el apoyo del INCAA, los seis socios “fundadores” se dedicarían a la producción y dirección cinematográfica. Ellos eran Pablo Rovito, Daniel Burman, Diego Dubcovsky, Fernando Sokolowicz y los españoles José María y Miguel Morales. Después de un tiempo, luego de fracasar comercialmente, este espacio finalmente pasó a formar parte del circuito Espacios INCAA.

Vemos pues dos mecanismos por parte del INCAA: por un lado el Instituto financió la construcción de un espacio para la proyección de cine nacional, pero decidió no gestionarlo. Es decir, invirtió dinero en un espacio que no le generaría ningún rédito económico, ni tampoco se aseguró, bajo ningún control, que los privados cumplan con la proyección y fomento de cine nacional. Por otra parte, una vez que los privados fracasaron en la gestión del espacio, es el INCAA quien retoma la actividad. Generando pues, primero una inversión de la cual no tendría beneficios y segundo salvando al privado por no poder hacer prosperar la actividad.

En 2009 el cine Cosmos de la calle Corrientes cerró sus puertas definitivamente. Luis Vainikoff, propietario de la sala, lo había decidido en 2006, pero "muchacha gente de diferentes ámbitos, incluso del político, reaccionó expresando su solidaridad. Sin embargo nada útil, en concreto, ocurrió ". Fue por eso que mantuvo la sala cerrada temporalmente, pero en 2009 decidió cerrarla definitivamente.

Vainikoff aseguraba que la Cuota de pantalla y Media de Continuidad fueron dos de las reglamentaciones que más perjuicios les acarreó a algunas salas, "todo el negocio del cine está en caída, y las últimas medidas del INCAA acerca de exhibición perjudican a las salas de arte como las más¹¹⁵".

Tanto en la gestión de Álvarez como en la de Mazure se observa que el INCAA no implementó ningún plan de fomento o de ayuda para las salas de exhibición de películas argentinas, o de menor difusión comercial.

Durante el 2009 se realizaron los dos festivales de cine en Argentina que mayor cantidad de público convocan. Por un lado el BAFICI, en Capital Federal y el otro en Mar del Plata. Mazure aseguró que el INCAA trabajó para proveer al BAFICI con oferta de cine nacional. Es decir, su participación sería intensa y dedicada a proyectar cine local.

Por otro lado, enumeró algunos cambios respecto al Festival de Mar del Plata. La edición 2009 se organizaría entre el INCAA, el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires y el Municipio de General Pueyrredón. La estructura de organización pasaría a estar conformada por este consorcio tripartito. Según Mazure, para el festival de Mar del Plata trabajarían "las tres partes y vamos a caminar esto a ver cómo nos va¹¹⁶". Pero si esta forma no funcionaba, Mazure aseguró que el festival "seguirá adelante¹¹⁷".

¹¹⁵ *La Nación*, 22 de Enero de 2008, "Espectáculos", pág. 3

¹¹⁶ *La Nación*, 8 de Abril de 2008, "Espectáculos", pág. 1

¹¹⁷ *La Nación*, 8 de Abril de 2008, "Espectáculos", pág. 1

DISTRIBUCIÓN:

El 13 de enero, sólo unos días después del anuncio previo, el INCAA comunicó la puesta en marcha para noviembre de un mercado del film para películas argentinas y latinoamericanas.

El anuncio fue realizado por la presidenta del INCAA, acompañada de Jérôme Paillard, director ejecutivo del Marché du Film del Festival de Cannes. Se informó que éste mercado se desarrollaría en tres días de noviembre de 2009, con la colaboración de Cancillería y del Ministerio de Economía, y estaría destinado a potenciales compradores de productos audiovisuales provenientes de Estados Unidos, Europa y Asia. También se anunció que alrededor de 700 películas serían parte del mercado.

El 17 de mayo de 2009 se realizó el lanzamiento oficial de “Ventana Sur”, aquel proyecto que había sido anunciado a principios de año y aún no tenía nombre. El Festival fue presentado en la ciudad de Cannes, y se anunció que sería realizado entre el 27 y el 30 de noviembre en el edificio de la ex galería Harrod’s de la Ciudad de Buenos Aires.

“Ventana Sur” se transformó en la inversión más importante del año 2009 por parte del INCAA, ya que para esta iniciativa se destinaron alrededor de 6 millones de pesos. Según expresó Liliana Mazure en la presentación de “Ventana Sur”, serían necesarios al menos tres encuentros de este tipo para lograr la autofinanciación. El Instituto se hizo cargo de los gastos de traslado de las casi 300 personas que participaron del encuentro.

La importancia de esta iniciativa radica en la proyección del cine como industria. El objetivo fue posicionar mejor a los productos del cine nacional, darles visibilidad frente a compradores de otras regiones.

El mercado se organizó (aunque obviamente en una proporción menor) de acuerdo al modelo del Marché du Film de Cannes. Éste se realiza tradicionalmente en paralelo al Festival de Cannes donde participan unas 10 mil personas cada año, provenientes de 90 países diferentes. “Ventana Sur” puso a disposición de compradores de todo el mundo alrededor de 300 largometrajes, es decir, casi toda la producción cinematográfica de la

región en los últimos tres años. Para mostrarla se dispuso de 40 puestos individuales (pantallas LCD), que permitieron a los inscriptos ver la totalidad de esa oferta. También hubo proyecciones en 35 mm y reuniones paralelas vinculadas al mercado de la animación (Expotoons), la producción documental (Doc Buenos Aires) y aquellas producciones que están en la instancia final de post producción (Primer Corte).

MEDIDAS PARA MÁS SECTORES:

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue promulgada por el Poder Ejecutivo el 10 de octubre de 2009. Con relación al cine, el artículo 67 de la ley establece que “Los servicios de comunicación audiovisual que emitan señales de televisión deberán cumplir la siguiente cuota de pantalla: Los licenciarios de servicios de televisión abierta deberán exhibir en estreno televisivo en sus respectivas áreas de cobertura, y por año calendario, ocho (8) películas de largometraje nacionales, pudiendo optar por incluir en la misma cantidad hasta tres (3) telefilmes nacionales, en ambos casos producidos mayoritariamente por productoras independientes nacionales, cuyos derechos de antena hubieran sido adquiridos con anterioridad a la iniciación del rodaje”.

Por otro lado, el decreto que reglamentó la ley (N° 1225/2010) estableció que dichos productos “Deberán exhibirse en la franja horaria existente entre las 21.00 y las 23.00 horas del día de estreno”, es decir, en lo que se denomina el horario “prime time”.

Con esta reglamentación se saldaba la demanda de distintos actores que durante varios años reclamaron por la exhibición del cine nacional en las pantallas de la televisión. Vale recordar que en 2007 los directores reclamaron sancionar una ley de la “Cuota de Pantalla” en la televisión. Otras de las demandas explícitas en pos del cumplimiento de la exhibición de cine local en las pantallas de televisión fue la de César Maranghello, directivo de la Asociación de Cronistas Cinematográficos de la Argentina. En un acto, el directivo expresó su disconformidad con algunas de las políticas que estaba llevando adelante el INCAA en materia de exhibición. Reclamaba que el cine local debía ser

exhibido por la TV local abierta en los horarios centrales”¹¹⁸. Maranghello aseguraba que “en dos o tres años tendremos nuevamente cautiva una gran porción de nuestro propio público, que volverá a los cines a buscar obras que hablen en su idioma de sus vidas y de sus semejantes, de su individualidad o existencia colectiva”¹¹⁹.

Sin embargo, un informe de la revista especializada “Haciendo Cine”, publicado en octubre de 2012, reveló que ninguno de los canales de televisión abierta cumplía con la normativa hasta ese momento, mientras que los organismos que deberían exigir el cumplimiento de la normativa (fundamentalmente la AFSCA) eran completamente indiferentes. Esteban Sahores, autor del informe, se preguntaba con acierto: “¿qué pasará con este modesto artículo si todavía no se logra resolver el mucho más determinante 161, que habla de la desinversión? ¿Cómo exigirle papeles a un canal si se desconoce quiénes son (y quiénes serán) realmente sus licenciatarios? ¿Qué eficacia real tiene demandarles una cuota de pantalla para el cine si se presume que, tal como está hoy su estructura de propiedad, no deberían poder seguir operando?”¹²⁰.

La búsqueda de mayor transparencia en las cuentas del INCAA fue una de los objetivos que buscó Mazure apenas inició su gestión. Si bien emitió ciertas iniciativas de transparencia, como por ejemplo se comenzaron a publicar la lista de beneficiarios de créditos y subsidios, tanto la Sindicatura General de la Nación (SIGEN) como el Ministerio de Economía reclamaron mayores medidas de transparencia.

Vale pensar que los actores que reclamaron por mayor transparencia fueron variando a lo largo de los años. Durante las gestiones de Coscia y Álvarez en mayor medida eran los productores, directores y distribuidores locales quienes reclamaban al Instituto que publique sus balances, sus ingresos, sus egresos y beneficiarios. Durante la gestión de Mazure, al asumir comenzó a publicar la lista de quienes recibían los créditos y los subsidios en pos de saldar esta demanda. A diferencia de los años anteriores, quienes comenzaron a reclamar en 2009 fueron la Sindicatura General de la Nación y el Ministerio

¹¹⁸ *La Nación*, 15 de Julio de 2005, “Espectáculos”, pág. 1

¹¹⁹ *La Nación*, 15 de Julio de 2005, “Espectáculos”, pág. 1

¹²⁰ *Haciendo Cine* #130, Año 17, octubre de 2012.

de Economía. Se pasó pues de actores pertenecientes a la esfera del mercado del cine a entes estatales.

La SIGEN le reclamó a Mazure por la designación de Francisco Pestanha como auditor. La presidenta del INCAA designó en 2009 al ex gerente jurídico del INCAA Francisco Pestanha como síndico interno, pero no le avisó previamente a la SIGEN. La Sindicatura General de la Nación le envió una carta a Mazure, en la que se le destacó que a Pestanha debía nombrárselo con la previa opinión técnica de la SIGEN.

Otro de los puntos que la SIGEN y el Ministerio de Economía le reclamaban al INCAA estaba vinculado al aumento en los gastos de publicidad institucional y de eventos. Ambas instituciones advirtieron que la mayor parte de los gastos de publicidad que realizaba el INCAA se hacían sin los respectivos procedimientos de compras y licitaciones.

Cuota de Pantalla y Media de Continuidad:

Una de las mayores medidas tomadas en 2009 por parte del INCAA fue la modificación a la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Como se analizó anteriormente, ambas medidas habían sido implementadas en 2004 y modificadas en 2006, siempre con el objetivo de proteger y fomentar la producción local.

Según la evaluación del INCAA, en 2008 se había estrenado 68 películas argentinas, 37 de ellas fueron estrenadas en el circuito de exhibición alternativo y 31 en salas comerciales. El 30 % de esas películas fueron levantadas de la cartelera en la primera semana. A raíz de esto, la nueva reglamentación exigió para todas las películas dos semanas de exhibición como mínimo. Se establecieron tres categorías para las películas por estrenarse:

Categoría A: aquellas que cuentan con más de 35 copias.

Categoría B: las que tienen de 6 a 34 copias.

Categoría c: las que poseen hasta 5 copias.

Esta medida buscaba incentivar el estreno de cine nacional en las salas unipantalla y del interior del país. El 70 % de las copias de películas de categoría A se destinarían a los

complejos multipantallas, mientras que el 70% de las copias de películas de categoría B lo harían a salas unipantalla. Por otra parte, la modificación de estas medidas mantuvo la no obligación de los complejos a exhibir películas de categoría C.

Habría asimismo dos temporadas cinematográficas: la temporada alta, del 1° de abril al 30 de septiembre, y la baja, del 1° de octubre al 31 de marzo.

Por otra parte, la nueva reglamentación disminuyó los porcentajes de la Media de Continuidad, tanto en temporada alta como en temporada baja. Con esta iniciativa lo que se buscaba era que al disminuir los porcentajes de Media de Continuidad, es decir, reducir el porcentaje de butacas que debían ser ocupadas para que la película continúe en cartel, aumentasen las posibilidades de exhibición para el cine nacional. En otros términos, se buscaba que las películas nacionales puedan estar más tiempo en cartel, y así poder obtener mayor cantidad de recaudación tanto de espectadores como de entradas.

Media de continuidad de Temporada Alta. Vigente hasta 2008 y modificación en 2009. En porcentajes							
Vigente hasta 2008				Vigente desde 2009			
Butacas / clasificación de la película	Menos de 250	De 250 a 500	Más de 500	Butacas / clasificación de la película	Menos de 250	De 250 a 500	Más de 500
A	25%	20%	10%	A	20%	18%	16%
B	20%	18%	9%	B	20%	18%	16%
C	18%	16%	8%	C	20%	18%	16%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Media de continuidad de Temporada Baja. Vigente hasta 2008 y modificación en 2009. En porcentajes							
Vigente hasta 2008				Vigente desde 2009			
Butacas / clasificación de la película	Menos de 250	De 250 a 500	Más de 500	Butacas / clasificación de la película	Menos de 250	De 250 a 500	Más de 500
A	20%	15%	8%		16%	14%	12%
B	17%	14%	7%		16%	14%	12%
C	15%	12%	6%		16%	14%	12%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

La nueva media de continuidad, a partir de 2009, tomó como criterios de clasificación el tamaño de las salas y la temporada, y relegó como criterio la categoría de la película. Se establecieron los siguientes porcentajes:

Para la temporada alta (del 1º de abril al 30 de septiembre y del 25 de diciembre al 1º de enero), cualquiera sea la categoría de la película: 20 por ciento en las salas de hasta 250 butacas, 18 por ciento en el caso de las salas que dispongan de más de 250 y hasta 500 localidades y 16 por ciento en el caso de salas de más de 500 butacas (este último caso es hoy virtualmente inexistente en nuestro país).

Para la temporada baja (del 1º de octubre al 31 de marzo), cualquiera sea la categoría de la película: 16 por ciento en las salas de hasta 250 butacas, 14 por ciento en el caso de las salas que dispongan de más de 250 y hasta 500 localidades y 12 por ciento en el caso de salas de más de 500 butacas.

Por otro lado, se endurecieron las sanciones en caso de incumplimiento por parte de los exhibidores. En el caso del primer incumplimiento, se sancionaría con el monto del ingreso bruto de un día de exhibición. En caso de que la sala reincida, el monto sería de 2

a 15 días de los ingresos brutos de la sala. Este monto se repetiría en caso de reincidir ocho veces más. Si la sala volviese a reincidir, es decir en su noveno incumplimiento, se estableció la posibilidad de clausura de la sala de 30 a 60 días.

Frente a la denuncia de los distribuidores, productores y directores locales de que los exhibidores decidían cuales películas se estrenarían y que faltaban a los compromisos asumidos, el INCAA estableció una nueva normativa. Ésta establecía que, antes de cada trimestre, se confeccionaría un “Calendario tentativo de estrenos de películas nacionales”, difundido por Internet y publicado en el Boletín Oficial, lo cual implicaba también nuevas obligaciones para los distribuidores.

Por último, se prestó especial atención al período de vacaciones de invierno. De acuerdo al INCAA, mientras que en el resto del año el promedio de espectadores era de 523.000 personas por semana, en las vacaciones de invierno ese promedio ascendía notablemente a 1.570.000 espectadores por semana. Es decir aumentaba en un 70% la cantidad de espectadores de una temporada a otra. Por lo que, según el INCAA, era imprescindible incentivar una mayor presencia de películas nacionales en este período. Para ello la norma estableció un premio incentivo en efectivo, para reinvertir en infraestructura, a la sala que lograra vender más entradas de películas argentinas¹²¹.

La nueva gestión del INCAA buscó mostrar desde el inicio un fuerte compromiso con los problemas históricos de distribución y exhibición de los productos argentinos. Y fue ganando con ello el apoyo explícito de los actores con peso específico dentro del sector, como DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) y la AAA (Asociación Argentina de Actores).

¹²¹ INCAA (portal web), “Cuota de pantalla cine”, 7 de enero de 2009. Power Point, disponible en: www.incaa.gov.ar/castellano/assets/images/fiscalizacion/cuota.ppt. [Consulta: jueves 13 de diciembre de 2012]

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto INCAA:

En 2009, el total del presupuesto del INCAA ascendió a \$ 214.643.030 de los cuales se ejecutaron \$ 204.034.238. Esto representó un incremento respecto al 2008 del 39,2 por ciento. Los gastos fijos pasaron de 34,5 millones en 2008 a 60,8 millones en 2009, es decir, un aumentaron un 76,2 por ciento.

Con respecto a los subsidios, el presupuesto tenía destinados \$75.187.582, de los cuales se ejecutaron \$75.153.087. Con relación al 2008, hubo un incremento del 36,3 por ciento.

Para el rubro Fomento a la producción (que incluye los créditos), el presupuesto destinó \$38.811.613, de los cuales se ejecutaron \$36.628.099.

Sin embargo, al fomento a la difusión y exhibición se asignaron \$ 10.925.773, de los cuales se ejecutaron \$ 10.809.414. Esto representa el 5,3% del total de los recursos, un porcentaje mínimo si se lo compara con la suma de los créditos y los subsidios antes descritos.

Entre los subsidios (75,1 millones), el fomento a la producción (36,6 millones), más las ayudas al lanzamiento (7 millones) se sumaron 118,7 millones. Es decir, el 58,2 % del presupuesto total, lo que ubica al presupuesto dentro del marco de la ley, que estipula que al menos el 50 % de los recursos deben destinarse al fomento de los productos por todo concepto.

Por otro lado, al igual que en 2008, el INCAA volvió a menospreciar a Bafici a la hora del otorgamiento de recursos. En este sentido, el periodista Diego Battle sostiene que “el INCAA le otorgó casi 1.750.000 pesos a un evento de alcance muy limitado como Pinamar y apenas 318.000 pesos al BAFICI, el principal festival de la Argentina. Esto sólo se puede entender en el marco de la disputa política del kirchnerismo con el gobierno

macrista”¹²².

Cantidad de películas nacionales producidas:

Según algunos especialistas, el Instituto financió en 2009 unas 110 películas, es decir, un 10 por ciento más que en 2008 (MARINO, 2011). Es interesante verificar que, mientras el porcentaje de subsidios aumentó, entre 2008 y 2009, un 36,3 %, los recursos destinados al fomento a la difusión y la exhibición se mantuvo relativamente estable (5,1% en 2008 y 5,3% en 2009). Esto significa que el incremento de los recursos del Instituto, lejos de utilizarse para fortalecer la comercialización de los productos, se utiliza para financiar más producción, que a su vez tendrá cada vez mayores dificultades para acceder al mercado ya que las iniciativas para exhibir y difundir son a las que menos presupuesto se le destina.

Año:	2007	2008	2009
Proyectos financiados por el INCAA	100	100	110

Fuente: Marino (2011), en base a datos de la Secretaría de Cultura de la Nación.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2009 se estrenaron un total de 279 películas. De las cuales 77 fueron argentinas, 126 de Estados Unidos y 76 de “Otros países”.

¹²² Otros Cines (portal web), “Noticias”, julio de 2009. Disponible en: http://www.otroscines.com/noticias_detalle.php?idnota=2978. [consulta: lunes 17 de diciembre 2012]

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	120	68	77	265
2008	142	71	77	290
2009	126	77	76	279

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

A diferencia del 2008, en 2009 se registraron a nivel total menos películas estrenadas. Por primera vez desde el 2003 se registró un número menor de estrenos, independientemente del origen de la película, a nivel del mercado local. En 2009 se estrenaron 11 películas menos que en 2008. Como se analizó en años anteriores esto se puede deber al aumento del consumo de cine en los hogares y al incremento del acceso de películas por internet.

Por otro lado, al igual que en otros años Estados Unidos lideró el puesto de ser el país con más estrenos en el mercado local. Pero a diferencia de 2008, Norteamérica descendió la cantidad de films estrenados. Lo mismo ocurrió en 2004, en donde también registró un descenso de películas estrenadas respecto al año anterior.

Argentina a diferencia de Otros países aumentó la cantidad films estrenados respecto a 2008. Sumó 6 títulos más, el doble que el año anterior. La sección Otros Países redujo en 1 la cantidad de películas estrenadas.

Cantidad de espectadores:

En 2009 se registraron 33.574.790 de espectadores, una cantidad menor que en 2008. Como se puede observar desde el 2005 se registran descensos en la cantidad de

espectadores que asisten al cine. Y 2009 no fue la excepción, pues se registraron 578.341 menos que en 2008.

Cantidad de espectadores y recaudación. En unidades y en pesos.		
Año	Espectadores (en unidades)	Recaudación (en pesos)
2004	44.507.697	\$271.516.457
2005	37.617.695	\$254.636.636
2006	35.767.819	\$287.812.782
2007	34.282.916	\$331.326.425
2008	33.704.575	\$ 396.568.595
2009	33.574.790	\$ 475.010.604

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Si bien la cantidad de espectadores fue en descenso, no fue así la recaudación. Del 2008 al 2009 se registraron más de 78 millones de pesos.

De las cifras presentadas por el INCAA se deduce que 2009, en términos de la demanda, fue un año excelente para el cine nacional. Aumentó considerablemente la cantidad de espectadores y de entradas vendidas por el cine argentino y de este modo logró ampliar su porcentaje de mercado. Si se observan a simple vista las estadísticas, podría parecer que las medidas llevadas adelante por el INCAA en materia de producción, distribución y exhibición habían dado resultados positivos inmediatos, casi mágicos.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
AÑO 2009	EEUU	ARGENTINA	OTROS	TOTAL
unidades	126	77	76	279
%	45,16%	27,60%	27,24%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

El cine argentino mejoró notablemente su cantidad de espectadores (un aumento del 26,15 % con relación al año anterior) y aún más su nivel de recaudación (que aumentó un 52,76 % respecto a 2008). Su porcentaje de mercado superó el 15 %, siendo el punto más importante de la década que analizamos.

Cantidad total de espectadores de 2009	Recaudación total (en pesos) de 2009	Recaudación (en pesos) de películas argentinas de 2009	Porcentaje de mercado de películas argentinas de 2009
33.574.790	\$ 475.010.604	\$ 72.638.294	15,29%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Sin embargo, los números locales se explican, en primer lugar, por la enorme repercusión y éxito que consiguió uno de las películas nacionales lanzadas al mercado: “El secreto de sus ojos”, de Juan José Campanella, film que finalmente ganó el Oscar a la mejor película extranjera.

El cine nacional estrenó en 2009 77 películas, que vendieron en total 5.116.344 entradas. Sólo “El secreto de sus ojos” vendió casi la mitad de ellas (2.378.401 entradas, lo que representó el 46,49 % de las entradas de cine nacional). Dentro de las argentinas, la segunda película más taquillera fue “La viuda de los jueves”, de Marcelo Piñeiro, con

511.004 espectadores, representó el 9,99 % dentro del cine argentino. Las 6 películas argentinas más taquilleras vendieron el 81,42 % de las entradas del cine. El resto se lo repartieron las otras 71 películas estrenadas.

Con estos números se quiere subrayar que la importante mejoría de las cifras del cine local en 2009 se debió menos a la efectividad de las medidas implementadas en el marco de la política de cine, y más a la irrupción de un producto aislado que tuvo un gran éxito y contribuyó a mejorar la performance de conjunto de la producción local.

A pesar de la mejoría, el enorme desfasaje entre la cantidad de producciones y el lugar que ellas ocupan en el mercado no se vio alterado. El análisis de los siguientes años, donde no existió una producción que haya alcanzado un grado de éxito semejante, confirma esta interpretación.

Una de las continuidades que se observan en 2009 es la enorme recaudación que se da en las salas de origen extranjero. Obteniendo en 2009 más del 50% de la recaudación total. Sin bien existe un aumento en salas nacionales, no fue muy significativo, pues sólo aumentó a penas más de un 1%.

Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2007	40,33%	59,67%	100%
2008	39,84%	60,16%	100%
2009	40,89%	59,11%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

DISTRIBUCIÓN:

En 2009, las películas provenientes de Estados Unidos contaron con 5579 copias (74,10 %), mientras que las películas argentinas obtuvieron 1004 copias (13,33 %), y las películas de “Otros países” 946 copias (12,56 %), lo que conformó un total de 7529 copias distribuidas a lo largo del año¹²³.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	4567	867	967	6401
2008	5491	891	834	7216
2009	5579	1004	946	7529

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

El panorama en cuanto cantidad de copias por país se mantuvo estable, pues no se observan diferencias importantes con relación al año previo. Tanto Argentina, como Estados Unidos y Otros países aumentaron en la cantidad de copias de un año al otro.

Por otra parte, las cifras vinculadas a la recaudación según el origen de la empresa distribuidora muestran, aún en un mercado dominado por las distribuidoras extranjeras, un notable mejor posicionamiento de las distribuidoras argentinas con relación al año previo.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2007	24,75%	75,25%	100%
2008	24,99%	75,01%	100%
2009	33,78%	66,22%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En 2009 las distribuidoras locales obtuvieron el 33,78 % de la recaudación, mientras que las distribuidoras extranjeras retrocedieron del 75 % obtenido en 2008 al 66,22 % en 2009.

2010:

2010 fue un año sin muchas medidas innovadoras por parte del INCAA y también paralelamente fue un año en el que se registro un bajo desempeño del cine argentino en el mercado.

La “primavera” obtenida en 2009 (merced, como ya se analizó, a la aparición de un producto que elevó la performance de conjunto del cine argentino) no fue aprovechada al servicio de elaborar medidas y acciones que contribuyeran a extenderla y fortalecerla. Por el contrario, en 2010 predominó la disputa entre el INCAA y varias entidades del sector

ligadas a la producción, lo que obstruyó la posibilidad de pensar medidas importantes destinadas a la instancia de comercialización.

Por otro lado, el cierre de salas de exhibición se agravó durante este año, y fue un problema frente al cual el Instituto mostró en general una notable indiferencia.

En 2010 el INCAA comenzó con algunas nuevas medidas destinadas al sector de la producción. En concordancia, pero como consecuencia directa de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, las iniciativas se orientaron a generar contenido para la televisión.

Durante 2010, el INCAA buscó aumentar la colocación de los productos argentinos en el mercado internacional. Para ello apostó a la continuidad de Ventana Sur como mercado de películas latinoamericanas. También implementó campañas de difusión del cine argentino en mercados europeos tradicionales. El INCAA intentó aprovechar la enorme repercusión de algunos productos nacionales lanzados el año previo, como “El secreto de sus ojos”.

El 2010 fue un año caracterizado por la visibilización de las disputas internas, y en particular de los intereses particulares que defienden cada uno de los actores que conforman la actividad, aunque todos argumenten en nombre de la defensa del cine argentino.

En términos de medidas y acciones, fue un año carente de propuestas tendientes a matizar los problemas de arrastre, con el agravante de que se desaprovechó la revitalización que había propiciado el éxito de “El secreto de sus ojos” en 2009. El retroceso del desempeño en el mercado, a niveles similares a los previos a 2009, fue una consecuencia lógica de la falta de reacción política para aprovechar el fenómeno cultural.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

A principios de julio de 2010, el INCAA anunció la apertura del Concurso para el Plan de Producción de Contenidos para TV digital, pública y comunitaria. A través de él invertiría 24 millones de pesos en la producción de 230 horas de contenidos para la nueva TV digital. El concurso premiaría a 160 proyectos televisivos con montos para su realización que irían desde los \$60.000 (en el caso de los unitarios de media hora) hasta \$1.170.000 para miniseries de 13 capítulos (también de 30 minutos). Los contenidos formarían parte del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA).

Por otro lado, en el marco de la política de derechos humanos llevada adelante por el gobierno, el INCAA firmó un convenio con la Corte Suprema de Justicia de la Nación para filmar juicios de lesa humanidad.

Según este convenio, el Instituto, por medio de su Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC), aportaría la capacidad técnica de sus egresados y equipo de producción, de acuerdo a los requerimientos que formule la Corte. "Las imágenes logradas son de propiedad del Poder Judicial de la Nación", señaló el acuerdo. En ese sentido, el INCAA quedó obligado a entregar material filmado en bruto al tribunal oral donde se realice el juicio.

Durante el 2010 también se realizaron acuerdos de coproducción. El INCAA firmó acuerdos con Brasil para producir en conjunto cuatro largometrajes.

EXHIBICIÓN:

Durante el 2010 las acciones y omisiones hacia el sector de la exhibición evidencian un doble movimiento: mientras se apostó a la constitución de una nueva ventana de exhibición para el cine nacional, se relegó la posibilidad de mantener ventanas de exhibición tradicionales. En otras palabras, el Instituto dirigió su atención a la puesta en marcha de la señal televisiva INCAA TV, mientras mostró en general indiferencia por el

cierre de salas tradicionales dedicadas al cine argentino, a tal punto que existieron durante 2010 casos de reapertura de salas que no contaron con el apoyo del Instituto.

En 2010 se lanzó la señal televisiva INCAA TV. El proyecto de un canal de cine surgió a mediados de 2009, antes de que fuera aprobada la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, por iniciativa de Tristán Bauer (presidente del SNMP). Desde el principio la idea fue que el canal de cine argentino integrara la Televisión Digital Abierta (TDA). El 10 de agosto de 2009, en el marco de una entrega de premios, la presidenta del INCAA lo anunció públicamente. A principios de 2010 comenzó la faz operativa (para colocar la señal en el satélite) y las gestiones para obtener la cantidad de material fílmico necesario para poner en marcha la señal.

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner fue quien anunció formalmente la puesta en marcha de INCAA TV, en un acto en la quinta de Olivos, el 28 de diciembre de 2010. En ese acto, la mandataria destacó que era necesario “seguir poniendo el acento en nuestros actores y en la producción argentina”. También señaló su deseo de que “todo el país acceda en forma gratuita al cine, al fútbol, a las telenovelas argentinas”¹²⁴.

La señal INCAATV comenzó a funcionar el 1° de enero de 2011, proyectando largometrajes de todas las épocas, además de entrevistas, ciclos, cortos y clips musicales. La señal de TV cuenta con una grilla organizada por ciclos temáticos: cine policial, comedia, películas taquilleras, cine de autor, musicales, etc.

Por otro lado, el cierre de salas fue un proceso que se venía desarrollando en los últimos años, consecuencia de la instalación de los complejos multipantallas, y durante el 2010 cobró mayor visibilidad por el cierre de salas tradicionales del centro porteño. Este mismo año se publicó un libro sobre la problemática, “Cines en Buenos Aires”, de las arquitectas Marta García Falcó y Patricia Méndez. Allí las autoras afirman que de los 300 cines que existían en la ciudad entre 1896 y 2010, más de la mitad desaparecieron o fueron destinados a otros fines.

¹²⁴ *La Nación*, 29 de Diciembre de 2010, “Espectáculos”, pág. 2

En febrero de 2010 se produjo la reapertura del cine Parque sin el apoyo del INCAA. Allí se buscaba exhibir películas españolas y producciones que no tenían lugar en el circuito comercial. Fabián Pérez, el dueño, declaró a la prensa: “Primero presenté el proyecto a la comuna porteña y al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, pero no hubo interés. Finalmente, en España, conversé con Roberto Varela, ministro de Cultura de la Xunta de Galicia, quien se entusiasmó con la idea de que en Buenos Aires hubiese una sala que diera prioridad a las películas hispanas. Con 7500 euros se convirtió en patrocinador”¹²⁵.

El 30 de junio de 2010 cerró el Complejo Tita Merello. A mediados de la década de los '90, había sido la primera sala en tener un convenio con el INCAA. El contrato se terminó a fines de 2009, por lo cual la sala dejó de pertenecer al espacio INCAA, a pesar de que el Instituto continuó haciéndose cargo de la programación de una de sus salas. Al momento del cierre, Elena Suñé, presidenta de la Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos (Fadec), manifestó su disconformidad con lo que ella subrayó como "desinterés del INCAA en este tema"¹²⁶.

El cierre del cine Tita Merello provocó la reacción de un sector de la ciudadanía. El ex director del INCAA durante el gobierno de la Alianza, José Miguel Onaindia, encabezó los reclamos y creó un grupo en las redes sociales denominado “No al cierre del Tita Merello”. También presentó ante el gobierno de la Ciudad un petitorio con firmas para impedir el cierre.

Hacia noviembre de 2010, fue el turno del cierre del Arteplex Caballito. Según su programador, el motivo del cierre fue la imposibilidad de pagar el alquiler que pretendían los dueños del edificio. Unos meses después, en abril de 2012, se rumoreó la posibilidad de que el Arteplex de Caballito podría reabrir, pero jamás se mencionó al INCAA como participante de esta gestión.

¹²⁵ *La Nación*, 7 de febrero de 2010, “Espectáculos”, pág. 7

¹²⁶ *La Nación*, 2 de julio de 2010. “Espectáculos”, pág. 4

DISTRIBUCIÓN:

El INCAA buscó seguir encontrando nuevos mercados extranjeros para los films nacionales. Fue así que implementó campañas de difusión en mercados europeos tradicionales y específicamente en INCAA en el European Film Market (EFM) de Berlín.

Durante la realización del Festival, el Instituto desarrolló una campaña de promoción de la producción argentina. La campaña incluyó avisos publicitarios en las tres publicaciones diarias que se emitieron durante ese festival. Además, el INCAA contó con un stand en la sede del evento. A partir de esta campaña, “El secreto de sus ojos” fue comprada por más de 30 países¹²⁷, aunque no se dieron a conocer datos de otras negociaciones.

Durante 2010, el INCAA también continuó con “Ventana Sur” implementado en 2009. El segundo encuentro se realizó entre el 3 y el 6 de diciembre en Buenos Aires, con la presencia de distribuidores, compradores y productores internacionales. Estuvieron a disposición de ellos más de 400 títulos latinoamericanos de ese año, a través de una video- librería y proyecciones en el Cinemark de Puerto Madero.

Hubo representantes de países como Brasil, Chile, México, Cuba, Venezuela, Guatemala, Colombia y Puerto Rico, entre otros. Seis millones de pesos es lo que costó el encuentro, financiados por el INCAA y el Programa Media de la Unión Europea, con la ayuda de los Institutos de Cine de Brasil, Chile, Ecuador y Uruguay.

MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:

En mayo de 2010, se realizó el lanzamiento del Primer Anuario de la Industria del Cine (año 2009), confeccionado por la Gerencia de Fiscalización del Instituto, a cargo de Mario Miranda. Fue un estudio detallado de cada sector de la industria –producción, distribución, exhibición- y su comportamiento en el mercado, tratándose de la primera

¹²⁷ *La Nación*, 15 de Febrero de 2010, “Espectáculos”, pág. 3

medición estadística oficial realizada por el Estado nacional sobre la industria cinematográfica.

El lunes 30 de agosto de 2010 se firmó el decreto reglamentario de la ley 25.119, por el cual se crea la CINAIN (Cinemateca y Archivo de la Imagen Nacional) como ente autárquico y autónomo, dentro de la Secretaría de Cultura de la Nación dirigida por Jorge Coscia. La ley había sido impulsada por Pino Solanas, y sancionada en junio de 1999. Luego fue vetada por el entonces presidente Carlos Saúl Menem y vuelta a sancionar en septiembre de ese año, y a partir de aquel momento había quedado sin reglamentar. El decreto reglamentario estableció que cada producción debería disponer de una copia para su conservación, cuyo costo debería ser tenido en cuenta en el apoyo económico que entrega el INCAA a los proyectos declarados de interés. El decreto también estableció que, además de dedicarse a preservar las copias de acuerdo a las normas internacionales previstas para ese fin, la CINAIN también programaría ciclos de cine.

Este reclamo ya había estado instalado en 2004. En aquel momento el secretario de Cultura de la Nación Torcuato Di Tella y presidente del INCAA del 2004, Jorge Coscia, estimularon reglamentar la ley 25.119.

La asociación privada Aprocinain, estuvo reclamando por mucho tiempo la reglamentación de la norma. Fernando Martín Peña, presidente de la asociación afirmaba a la prensa que "se ha perdido un 50 % del cine sonoro y un 95% del cine mudo¹²⁸". Pero recién en 2010 se concretó finalmente la reglamentación de esta ley.

Según sostiene la ley, además de la provisión del edificio por parte de la Secretaría de Cultura de la Nación, el INCAA tendría que destinar a la CINAIN el 10% de la partida presupuestaria no afectada a subsidios durante el primer año de funcionamiento y luego, a partir del segundo, el 6%. Su director y vicedirector permanecerían en el cargo por cuatro años y serían nombrados por el Poder Ejecutivo Nacional de entre cinco candidatos elegidos por un consejo asesor a través de un concurso público de antecedentes y proyecto. La CINAIN tendría un "consejo asesor" que formarían las instituciones y sectores

¹²⁸ Clarín, 15 de Julio de 2004, "Espectáculos", pág. 10

ligados a la producción audiovisual y difundirían sus objetivos a través de una campaña pública.

Otra de las medidas tomadas en 2010 fue la inversión de dinero para la compra de películas nacionales. El Estado nacional aportó 40 millones de pesos para adquirir los derechos de 1000 películas argentinas (a razón de 40.000 pesos por título) que fueron parte de la programación de la flamante señal digital INCAA TV. El anuncio fue realizado por el ministro de Planificación Julio De Vido, durante la presentación del Plan Nacional de Telecomunicaciones.

Los derechos de los films tendrían prioridad para INCAATV, y luego para las señales públicas, comunitarias y gratuitas. La salida al aire de la señal INCAATV estaba programada para octubre de 2009, pero debió postergarse hasta diciembre de ese año por la dificultad de encontrar películas con derechos disponibles para cubrir la programación de la señal.

El 23 de setiembre de 2010 Liliana Mazure publicó una carta dirigida a toda la comunidad cinematográfica, en la que anunció que se modificaba la conformación, la forma de elección y la duración en mandato de los integrantes de los Comités de selección de proyectos. La presidenta del INCAA argumentaba que habían “existido un sin número de problemas, como por ejemplo, recusación de las autoridades del INCAA para firmar la Resolución de la designación de los miembros del Comité, que demoró TRES (3) meses su funcionamiento, (...) denuncias ante la SINDICATURA GENERAL DE LA NACION, recusaciones a Gerentes del INCAA, recusaciones entre distintos miembros de los Comités, lo cual demuestra claramente que el INCAA en forma permanente actúa como árbitro de disputas sectoriales, no siendo ese el rol asignado por Ley”¹²⁹.

Mazure propuso que, hasta tanto se conformase el Consejo Asesor, use genere un sistema de rotación continua “que garantice transparencia e independencia de criterios al momento de seleccionar proyectos”¹³⁰. Se subrayaba que “el objetivo central, primario y

¹²⁹ Otros Cines (portal web), “Noticias”, 28 de Setiembre de 2010. Disponible en: http://www.otroscines.com/debates_detalle.php?idnota=4705&idsubseccion=84. [Consulta: jueves 10 de enero de 2013]

¹³⁰ Id.

fundamental de los Comité de Evaluación y Selección consiste en seleccionar aquellos proyectos que se van a filmar y por ende financiar con fondos públicos¹³¹”, y que “en las circunstancias actuales, dicho objetivo pasa a un plano secundario, priorizando en algunos casos, las disputas sectoriales”¹³².

La respuesta no se hizo esperar: unos días después 13 entidades del sector (entre las que se contaban Directores Argentinos Cinematográficos (DAC), la Asociación Argentina de Actores (AAA) y Proyecto Cine Independiente (PCI) publicaron una carta titulada “INCAA-Emergencia económica y financiera”, donde denunciaban, en primer lugar, la “inadecuada aplicación del Fondo de Fomento cinematográfico” por parte de las autoridades del INCAA, por la cual se habían “manejado de manera discrecional y atomizada las deudas con los productores por la aplicación de los créditos y los subsidios”.

Según la carta, la situación del cine local era “imposible de resistir para las empresas, directores y productores del sector que ven amenazada su propia subsistencia si se persiste en el camino elegido por la conducción de INCAA”¹³³. Las entidades sostenían que era paradójico “que en el momento en que mayor recaudación se registraba en la historia del INCAA, el organismo destinaba la menor proporción histórica de fondos para activar “la producción que es el objeto central que define la Ley de Cine para la institución”¹³⁴. Otros párrafos también señalan a la producción como el eje principal de la actividad del Instituto: “históricamente (...) se ha destinado al objeto central del INCAA, que es el fomento de la producción cinematográfica, alrededor del 80 % de los ingresos del organismo, destinándose el remanente al mantenimiento del INCAA y a la promoción del cine”¹³⁵. Se observa de qué modo conciben la función del Instituto los principales actores de la producción local: el énfasis está puesto en el mantenimiento de los niveles de producción, independientemente de lo que ocurra con dicha producción en el mercado.

¹³¹ Id.

¹³² Id.

¹³³ Id.

¹³⁴ Id.

¹³⁵ Id.

Recién sobre el final de la carta se rechazaban los cambios en la conformación de los Comités, con el argumento de “normalizar la situación de parálisis actual de la producción”. Es decir que las entidades, para descartar la propuesta, utilizaron el mismo argumento que las autoridades del Instituto habían empleado para realizarla.

El INCAA respondió a la denuncia con una extensa carta en la que se exponía una suerte de balance de la gestión de Liliana Mazure al frente del organismo. Lo interesante de la respuesta fue la insistencia en la idea de que el Audiovisual “es una herramienta que debe de llegar a TODOS y ser utilizada por TODOS. Por lo tanto, todos nuestros recursos se emplean en esta dirección”¹³⁶, con la palabra “todos” reiterada en mayúscula, intentando poner de manifiesto que la carta de las entidades defendía intereses sectoriales (los del sector de la producción), mientras que el Instituto procuraba instrumentar un plan para la industria de conjunto. En el mismo sentido, otro párrafo subrayaba que “la Industria trabaja hoy con un plan de Fomento llevado adelante por COMITÉS DEMOCRÁTICOS Y PARTICIPATIVOS, características que no se modificarán en el futuro aunque hayamos modificado su cantidad de integrantes, su forma de selección y tiempo de permanencia”¹³⁷.

Si bien el conflicto no implicó una ruptura entre la dirección del Instituto y las entidades, es interesante observar cómo se posicionaron los actores en respuesta a las iniciativas del Estado respecto de una determinada cuestión, en este caso la conformación de los Comités de selección de proyectos. Este ejemplo también permite dar cuenta del peso real que tienen las entidades ligadas al sector de la producción sobre las decisiones del Instituto, ejerciendo un poder de lobby que clausura la posibilidad siquiera de insinuar cambios en el modo de distribuir los recursos del fondo de Fomento.

¹³⁶ Id.

¹³⁷ Id.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA:

El presupuesto para 2010 rondó los 230 millones de pesos. Según declaró Maximiliano Antonietta, funcionario administrativo del Instituto, en enero de 2010 se pagó en concepto de subsidios la cifra récord de 9,2 millones¹³⁸.

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas:

En 2010 se estrenaron 299 películas, de las cuales 126 fueron norteamericanas, 84 argentinas y 89 de otros países. Mientras que el nivel de producciones de Hollywood estrenadas se mantuvo idéntico al año previo, el cine local estrenó 7 títulos más que el año anterior.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2009	126	77	76	279
2010	126	84	89	299

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

¹³⁸ Otros Cines (portal web), "Noticias", 28 de Septiembre de 2010. Disponible en: http://www.otroscines.com/debates_detalle.php?idnota=4705&idsubseccion=84. [Consulta: jueves 10 de enero de 2013]

Cantidad de espectadores:

La cantidad de espectadores total fue de 38.463.330. Fue el primer año, desde el 2004 que aumentó la asistencia a las salas del cine. Desde el 2004 hasta el 2009 la cantidad de espectadores de un año al otro fue en descenso. Sin embargo en 2010, se registraron cerca de 5 millones más de espectadores.

Cantidad de espectadores según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2009	25.651.401	5.300.675	2.619.714	33.571.790
2010	31.882.385	3.328.489	3.252.456	38.463.330

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En este contexto, el nivel de espectadores en las salas de exhibición nacionales y extranjeras (los complejos multipantallas) se mantuvo relativamente estable, con una pequeña variación en favor de los segundos en comparación con el año previo:

Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2009	40,89%	59,11%	100%
2010	38,84%	61,16%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

A pesar del aumento de estrenos nacionales hubo un significativo retroceso en términos de demanda de películas argentinas, lo cual confirma que el relativamente alto porcentaje obtenido en 2009 tuvo más que ver con la aparición aislada de un título muy exitoso (“El secreto de sus ojos”) que con un mejor posicionamiento del conjunto de los productos argentinos.

Mientras que en 2009 el cine nacional había alcanzado el 15,29 % del total de la recaudación, en 2010 (año sin títulos resonantes), esa porción disminuyó casi a la mitad (7,95%). Con el agravante de que ese porcentaje está en gran medida por unos pocos títulos, mientras que la enorme mayoría de las películas argentinas estrenadas no superan los 10 mil espectadores cada una.

Año	Cantidad total de espectadores	Recaudación total (en pesos)	Recaudación (en pesos) de películas argentinas	Porcentaje de mercado de películas argentinas
2009	33.574.790	\$ 475.010.604	\$ 72.638.294	15,29%
2010	38.463.330	\$687.195.064	\$54.658.003	7,95%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

DISTRIBUCIÓN:

Durante 2010, las películas norteamericanas fueron distribuidas con 6166 copias las películas argentinas con 968 copias y las provenientes de “Otros países” obtuvieron 1156 copias.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2007	4567	867	967	6401
2008	5491	891	834	7216
2009	5579	1004	946	7529
2010	6166	968	1156	8290

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Como se puede observar Argentina fue el único sector que disminuyó su participación en la cantidad de copias. Estados Unidos continuó liderando el porcentaje respecto a la cantidad de copias, seguido en 2010 por la sección “Otros países”. Argentina mostro una caída respecto al 2009, sólo superando el 11% la cantidad de copias.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2010	74,37%	11,67 %	13,94%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Con respecto a los niveles de recaudación según el origen de la distribuidora, en 2009 se había experimentado un avance en el posicionamiento de las empresas distribuidoras argentinas. Sin embargo, en 2010 hubo un retroceso a los niveles previos a 2009, las distribuidoras argentinas apenas alcanzaron el 18,81 % de la recaudación, contra 81,19 % de recaudación obtenido por las distribuidoras extranjeras.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2009	33,78%	66,22%	100%
2010	18,81%	81,19%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Se puede esbozar que tanto a nivel de cantidad de copias como en participación en la renta total por parte de las distribuidoras, Argentina en 2010 sufrió un retroceso. Este dato es aun mas importante cuándo analizamos que en este año el INCAA dirigió acciones explícitas para el sector de la distribución, como lo fue “Ventana Sur”.

2011:

El 2011 fue un año signado por algunas medidas llevadas adelante por el INCAA en los tres sectores del mercado del cine. Y paralelamente existieron denuncias por parte de los medios de comunicación del funcionamiento y del modo en que el Instituto trabajaba.

En el sector de la producción se llevaron adelante iniciativas como el lanzamiento del Plan de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales para Televisión Digital Abierta. En 2011 la empresa Cablevisión cumplió, después de un año, una resolución de la AFSCA que lo obligaba a incorporar a su grilla los canales con participación del Estado, entre ellos INCAA TV.

Otras de las medidas del 2011 fue la realización del tercer encuentro de Ventana Sur.

Por ultimo 2011 fue un año signado por medidas que buscaron, de algún modo controlar a las distribuidoras y exhibidoras. Por un lado se realizaron encuentros entre funcionarios del gobierno nacional y las distribuidoras internacionales para que comiencen a distribuir cine nacional. Por otro lado, se reglamentó el arancelamiento a copias extranjeras. El objetivo, según fuentes del INCAA fue el de desalentar la proliferación de copias de películas extranjeras. Demanda que había sido construida por los distribuidores locales desde el 2004.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

En Junio 2011, el INCAA lanzó el Plan de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales para Televisión Digital Abierta – 2011. Esta fue la segunda convocatoria realizada con el objetivo de generar contenidos para la Televisión Digital Abierta (TDA). En comparación con el año anterior, se trató de una convocatoria más amplia, con más concursos vinculados a programas de estudio, temáticos y concursos para material terminado.

Entre los objetivos fundamentales que figuran en la página web de TDA, se encontraba “la promoción de contenidos audiovisuales para TV, el fortalecimiento de las capacidades productivas de todo el territorio nacional y la generación de empleo”¹³⁹.

En agosto el INCAA publicó la Resolución 1814 del INCAA, que informa los ganadores del concurso para la producción de diez series de ficción en HD, de hasta 13 capítulos de 48 minutos cada uno.

¹³⁹ Televisión Digital Abierta (Portal web), “Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV”, disponible en: <http://www.tda.gob.ar/contenidos/fomento.html> [Consulta: domingo, 03 de febrero de 2013]

Las series fueron elegidas por un jurado ad hoc (es decir, gente que no formaba parte de los comités de selección de proyectos del INCAA), y su destino fue el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos (BACUA), previo paso por la TV digital abierta.

EXHIBICIÓN:

Durante el 2010 se realizó la 7ma edición de Pantalla Pinamar, muestra de cine argentino y europeo. La inauguración contó con la presencia de Liliana Mazure, el intendente pinamarense, Blas Antonio Altieri; autoridades provinciales y nacionales, y numerosas figuras de la cinematografía local y extranjera.

En 2011, de pues de dos años, Cablevisión cumplió con la resolución de la AFSCA que lo obligaba a incorporar a su grilla los canales con participación del Estado, entre ellos INCAA TV.

La resolución 296 de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), fechada el 9 de septiembre de 2010, había estipulado el reordenamiento de las señales de la televisión paga. Obligaba a los operadores de cable a incorporar los canales de noticias y las señales estatales o con participación del Estado. Esta resolución también había establecido un orden temático de las señales, algo que Cablevisión había adoptado parcialmente.

Desde fines de setiembre de 2011, las series ganadoras del concurso del INCAA comenzaron a emitirse en los canales de aire, la mayoría en horario central. Aunque se trataba de propuestas variadas y tuvieron diferentes tipos de impacto en el público, fue la primera vez que un conjunto de productos financiados por el Instituto llegaron el mismo año a emitirse por televisión abierta.

DISTRIBUCIÓN:

En noviembre de 2011, se llevó a cabo el tercer encuentro de Ventana Sur. En esta edición se presentaron 470 películas, según Mazure en “Ventana Sur estaría” estaba “el 95 por ciento de la producción latinoamericana”¹⁴⁰.

En noviembre de 2011, el secretario de Comercio Guillermo Moreno mantuvo una reunión con empresas distribuidoras internacionales. En la reunión también participó Liliana Mazure.

El encuentro tuvo el objetivo, por parte de los funcionarios, de exigirle a las distribuidoras internacionales con filiales en el país (UIP, Warner, Sony, Disney y Fox) que comiencen a distribuir cine nacional en forma sostenida, de forma tal que puedan equilibrar su balanza comercial. Liliana Mazure dijo que “entre las *majors* y los exhibidores multipantalla se concentra el 80 por ciento del mercado, lo que quiere decir que una cifra equivalente de la recaudación total se va fuera del país¹⁴¹”. Es por ello que desde el Estado, según Mazure, se apuntaba a lograr una relación más armónica entre ingresos y egresos.

Aunque ningún funcionario público lo ratificó, los medios de prensa que cubrieron el evento señalaron que Moreno les habría pedido a las distribuidoras que contribuyan a equilibrar la balanza comercial, colaborando con la exportación de cine nacional.

Sobre los fundamentos de la reunión, Mazure afirmó que “Las distribuidoras deben equilibrar sus costos, y como manejan mercados que nos interesan [EE.UU., México, Brasil] queremos que salgan a distribuir internacionalmente cine nacional”¹⁴². La presidenta del INCAA aseguró que se haría una ronda de negocios con producciones nacionales cuyos derechos de exhibición no estaban vendidos para que las cinco majors elijan sí o sí algunos títulos. También adelantó que la Cancillería argentina se

¹⁴⁰ *La Nación*, 29 de noviembre de 2011, Espectáculos”, pág. 1

¹⁴¹ *La Nación*, 29 de noviembre de 2011, Espectáculos”, pág. 1

¹⁴² *La Nación*, 29 de noviembre de 2011, Espectáculos”, pág. 1

sumaría con una campaña similar a la del vino y la carne, “en este caso para ver cine argentino en el exterior”¹⁴³.

Resulta interesante subrayar algunas ideas que se desprenden de esta reunión: por un lado, la injerencia de la Secretaría de Comercio en la actividad cinematográfica configura una suerte de “doble comando” en la intervención estatal sobre el sector, relevando de algún modo al INCAA de la responsabilidad de la gestión política en el ámbito de la comercialización.

Por otro lado, la decisión del Estado de pensar al cine como una industria de productos que generan rentabilidad, además de que pueden ser portadores de la identidad nacional, tanto como el vino, la carne y los granos.

La propia presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, destacó en un acto que “es importante exportar granos, maquinarias, pero también exportar nuestra identidad. Vamos a impulsar el equilibrio entre importación y exportación, y en esto el Estado se ha involucrado fuertemente”¹⁴⁴. Se coloca nuevamente esta caracterización del cine local en términos de producto industrial exportable, capaz de producir riqueza a partir de un vigoroso impulso estatal.

MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:

A través de la Res. N° 2114/2011, publicada en el Boletín Oficial el 30 de agosto de 2011, se reglamentó el arancelamiento a copias extranjeras. Según el INCAA, el objetivo fue desalentar la proliferación de copias de películas extranjeras en favor de habilitar más pantallas para la exhibición de cine nacional.

En el primer artículo, la norma estableció que “toda solicitud de calificación debe ser presentada con una declaración jurada, expresando la cantidad de pantallas y el lugar donde se exhibirá la película de que se trate”. A partir de dicha solicitud, se entregaría un certificado de exhibición, el cual “quedará sujeto al pago del precio que se fija por cada

¹⁴³ *La Nación*, 29 de noviembre de 2011, “Espectáculos”, pág. 1

¹⁴⁴ *La Nación*, 11 de diciembre de 2011, “Espectáculos”, pág. 5

pantalla en la que la película se exhiba". Este precio o arancel quedaba establecido de acuerdo a la cantidad de pantallas en las que se exhibe y la región.

Para la Ciudad de Buenos Aires y el área metropolitana, el texto establece las siguientes categorías:

1) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 40 pantallas: un valor equivalente a 300 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

2) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 80 pantallas: un valor equivalente a 1200 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

3) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 120 pantallas: un valor equivalente a 2400 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

4) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 160 pantallas: un valor equivalente a 6000 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

5) Películas extranjeras más de 161 copias: un valor equivalente a 12.000 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

6) Colas de películas extranjeras: una suma equivalente a 50 entradas de cine por cada cola que se exhiba.

En caso de las provincias, estableció:

1) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 40 pantallas: un valor equivalente a 150 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

2) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 80 pantallas: un valor equivalente a 600 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

3) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 120 pantallas: un valor equivalente a 1200 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

4) Películas extranjeras hasta inclusive la exhibición en 160 pantallas: un valor equivalente a 3000 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

5) Películas extranjeras más de 161 copias: un valor equivalente a 6000 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas.

6) Colas de películas extranjeras: una suma equivalente a 25 entradas de cine por cada cola que se exhiba.

El valor de la entrada, a partir del cual se fija el arancel, es determinado por el INCAA en forma bimestral.

La norma también estableció que lo recaudado se destinaría a mejorar los mecanismos de control del INCAA. La resolución dictamina que los ingresos serían "afectados exclusivamente al financiamiento, mejora y mayor eficiencia de los mecanismos de control, fiscalización y actuación judicial que hacen a la tutela y protección de la cinematografía y artes audiovisuales nacionales". Con esto reconoce indirectamente que no eran efectivos (o bien no existían) hasta el momento los mecanismos de control en las salas sobre la cuota de pantalla y la media de continuidad.

Según la Resolución, el objetivo era evitar que "las grandes empresas distribuidoras internacionales causen sobre el público la sensación de que no existe ninguna otra producción audiovisual a consumir en el período de tiempo en el que se exhiben sus películas con una presencia cuasi monopólica en las pantallas"¹⁴⁵. Esa situación atentaría "ya no sólo contra la producción nacional, sino asimismo contra la diversidad que hace al derecho a la libertad de expresión y a los derechos sociales a la cultura"¹⁴⁶.

En declaraciones al diario Clarín, Liliana Mazure señaló que "el problema radica en la cantidad de pantallas que ofrecen la misma película extranjera, que como en el caso de la última `Piratas del Caribe` llegó con 350 copias y "Kung Fu Panda 2" con 250, en un mercado como el nuestro que tiene apenas 800 pantallas", por lo que "quedó para el cine nacional y para títulos europeos valiosos que no se pueden estrenar fue muy exiguo; tengamos en cuenta que Colombia tiene 1.500 pantallas, Brasil 4.500 y México más de 5.000"¹⁴⁷.

¹⁴⁵ República Argentina, Resolución Nº 2114/2011, INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES. Publicada en Boletín Oficial Nº 32223 el 30 de agosto de 2011, pág. 36. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/185000-189999/186104/norma.htm>

¹⁴⁶ República Argentina, Resolución Nº 2114/2011, INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES. Publicada en Boletín Oficial Nº 32223 el 30 de agosto de 2011, pág. 36. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/185000-189999/186104/norma.htm>

¹⁴⁷ Clarín, 31 de agosto de 2011, "Espectáculos", pág. 3

Apenas un día después de que hubo entrado en vigor la nueva normativa, ante la queja de sectores que exhibían películas extranjeras por fuera del circuito comercial, Liliana Mazure señaló que podrían realizarse algunos ajustes sobre la medida, para que ésta no perjudique a las películas extranjeras “de arte” que llegan con pocas copias.

Esta revisión es producto de una reunión que Mazure tuvo con distribuidores “chicos”, quienes señalaron que al aplicarse el arancel a todos los films, se corría el riesgo de que las distribuidoras más chicas deban hacer frente a un pago que reduciría aún más sus posibilidades.

La Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos (FADEC), que representa las salas más pequeñas de capital nacional en todo el país, también mostró su disconformidad a través de una carta enviada a Liliana Mazure, todo en el contexto de una creciente cantidad de salas que cierran.

Lo cierto es que, más allá de los argumentos que se esgrimieron para justificar la medida, ésta no obtuvo con el correr del tiempo los resultados esperados, y sólo sirvió para aumentar los recursos del Instituto.

A más de dos años de la creación de la Unión Argentina contra la piratería, en la que participo el INCAA, Tomás Escobar, el creador de Cuevana, a fines de 2011 firmó un acuerdo con el INCAA por el cual el sitio se transformaría en un canal de exhibición del cine argentino independiente, es decir, aquel que no encuentra (o no desea) espacio en el circuito comercial tradicional¹⁴⁸.

Esta declaración se produjo en el contexto de un ataque legal por parte de un sector la industria a Cuevana, por una supuesta violación del derecho de autor. Tomás Escobar se vio obligado a reformular el modelo de negocio para seguir existiendo. Según Escobar, el plan era convertir a Cuevana, progresivamente, en un sitio que sólo ofreciera contenido autorizado por sus productores. Lo llamativo de este supuesto acuerdo es el rol del Instituto: por un lado, ningún funcionario del Instituto quiso confirmar la existencia del

¹⁴⁸ Revista Brando (portal web), “Cuevana: el cine online y el desafío de seducir a Hollywood”, disponible en web: <http://www.conexionbrando.com/1430401>, [Consulta: miércoles 06 de febrero de 2013]

acuerdo. Por otro lado, el INCAA, ya con Liliana Mazure al frente, había participado en noviembre de 2008 de la creación de la Unión Argentina contra la Piratería (UACPI), denunciando la piratería como un delito violatorio de los derechos de autor.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA:

El presupuesto del Instituto se convirtió en centro de polémicas durante 2011. El diario Clarín, en el contexto de la fuerte disputa política, mediática y económica que mantenía desde 2008 con el gobierno nacional, lanzó una serie de denuncias dirigidas a demostrar que el presupuesto del organismo se ejecutaba al margen de lo previsto por la ley y en forma discrecional. La primera investigación, publicada el 9 de octubre de 2011, hace eje en la forma en la que se han otorgado algunos de los subsidios del Instituto. Según la nota, “el INCAA (...) se ha convertido en una caja millonaria que financia películas por amiguismo, que se sirve del aparato del Estado para conseguir publicidad oficial a bajo precio y deja contentos –y quizá ricos– a varios amigos del poder”¹⁴⁹.

Esto sería consecuencia de un proceso de burocratización iniciado durante la etapa de Jorge Coscia (2002-2006) al frente del organismo: mientras que “en 2002, (el INCAA) contaba con 75 empleados de planta (...) para el 2012, según informó el Ministerio de Economía en el proyecto de presupuesto, tendrá 643 empleados estables, además de unos 200 contratados. Semejante crecimiento del personal no es gratuito. En 2002, el Instituto invertía el 65% de sus fondos en el financiamiento de películas, y hoy apenas destina el 51% de la plata. El resto, burocracia”¹⁵⁰. En este contexto, el Instituto financió proyectos de familiares de los funcionarios, algo que viola la Ley de Ética Pública, al menos en sus artículos 2 inc. “g” y 13.

¹⁴⁹ Clarín, 9 de octubre de 2011, “Zona”, pág. 38 - 39

¹⁵⁰ Clarín, 9 de octubre de 2011, “Zona”, pág. 38 - 39

El Artículo 2 inciso “g” de esta ley plantea que los funcionarios deberán “abstenerse de usar las instalaciones y servicios del Estado para su beneficio particular o para el de sus familiares, allegados o personas ajenas a la función oficial, a fin de avalar o promover algún producto, servicio o empresa”. El artículo 13 establece que “es incompatible con el ejercicio de la función pública: a) dirigir, administrar, representar, patrocinar, asesorar, o, de cualquier otra forma, prestar servicios a quien gestione o tenga una concesión o sea proveedor del Estado, o realice actividades reguladas por éste, siempre que el cargo público desempeñado tenga competencia funcional directa, respecto de la contratación, obtención, gestión o control de tales concesiones, beneficios o actividades”¹⁵¹. La denuncia hace hincapié en el subsidio de 2,2 millones de pesos otorgado a la película “Juan y Eva”, dirigida por Paula de Luque, esposa del secretario de Cultura Jorge Coscia. Por otro lado, se detallan casos de personas que, siendo funcionarios del INCAA, figuraban como productores de proyectos que cobraban subsidios o eran beneficiarios de créditos del organismo. Entre ellos se destaca el caso de Marcelo Schapces, quien figuraba como productor de “Eva y Juan” (su hermano, Daniel, figuraba como responsable de cobrar un crédito de 1,5 millones de pesos para la película) y al mismo tiempo era el responsable de la señal de televisión INCAA TV.

Una semana después, Clarín publicó otra investigación, en la cual daba cuenta del presupuesto detallado del INCAA, rubro por rubro, para el 2011, incluso con una infografía de la copia del presupuesto. Allí se estableció que el presupuesto del organismo para 2011 era de 346 millones de pesos. De ese monto, se destinaban 81.091.882 pesos en sueldos, mientras que se calculaban 84.528.016 pesos en subsidios directos a la producción de películas¹⁵², es decir que el Instituto había aumentado de tal forma sus gastos operativos que se gastaba prácticamente lo mismo en subsidios que en gastos de personal.

¹⁵¹ República Argentina, Ley N° 25188/99, de Ética en el ejercicio de la función pública. Publicada en el Boletín Oficial N° 29262 el 1 de noviembre de 1999. Disponible en web: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=2717F57638A77F952A531EB6CCAA549?id=60847>.

¹⁵² Clarín, 16 de Octubre de 2011, “El país”, pág. 12

EXHIBICIÓN:

Cantidad de películas estrenadas y espectadores:

En 2011 se estrenaron 329 películas, 30 films más que en 2010. Hay dos datos interesantes con relación al estreno de películas argentinas en 2011.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2009	126	77	76	279
2010	126	84	89	299
2011	129	128	72	329

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

En primer lugar, la cantidad de películas argentinas estrenadas aumentó, con relación al 2010, un 52 %. Mientras en 2010 se habían estrenado 84, en 2011 se presentaron 128 películas argentinas. En segundo lugar, hubo casi tantos estrenos argentinos (128) como estrenos de películas norteamericanas (129), lo que marca a simple vista una igualación de la oferta producto del aumento del incentivo a la producción.

Cine. Cantidad de títulos estrenados según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades y en porcentaje.				
AÑO 2011	EEUU	Argentina	Otros	Total
unidades	129	128	72	329

%	39,20%	38,91%	21,88%	100%
---	--------	--------	--------	------

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Cantidad de espectadores según origen del film (EE.UU., Argentina y otros)				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2009	25.651.401	5.300.675	2.619.714	33.571.790
2010	31.882.385	3.328.489	3.252.456	38.463.330
2011	34.788.695	3.041.135	4.660.599	42.490.429

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

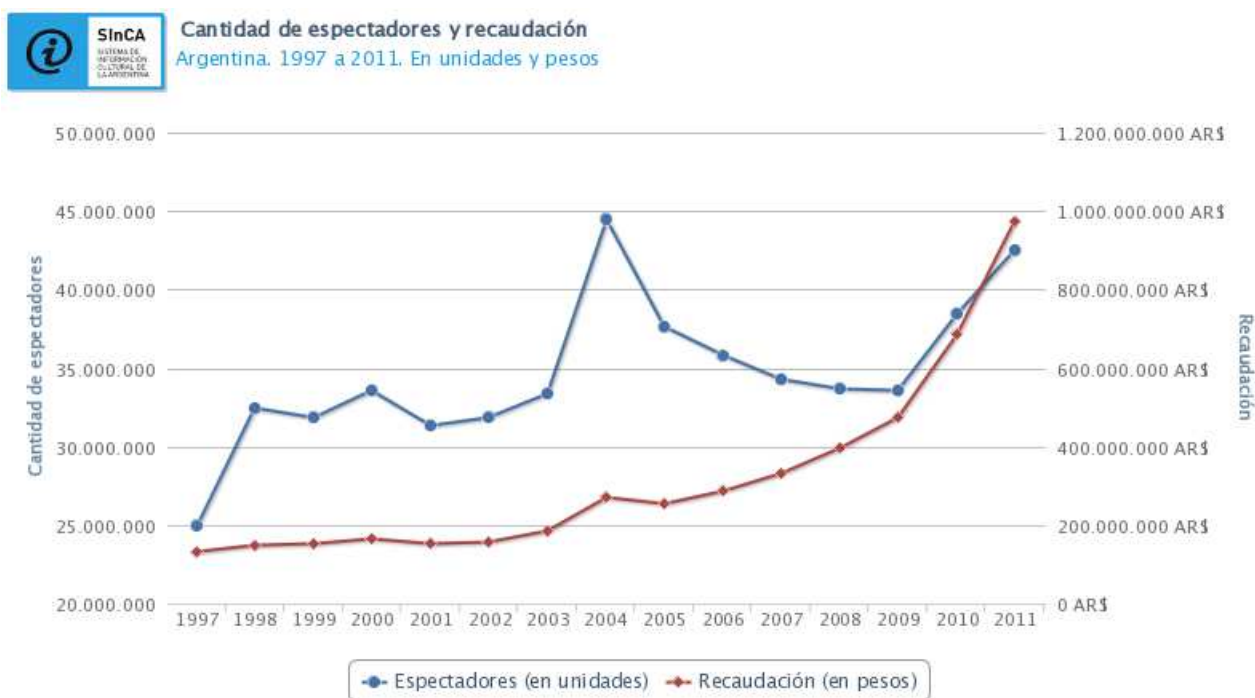
Sin embargo, cuando se analizan los porcentajes de demanda tanto de películas nacionales como norteamericanas y de otros países, se observa que el cine argentino, a pesar del aumento de la oferta, retrocedió en comparación a los años previos con relación a la demanda.

Año	Cantidad total de espectadores	Recaudación total (en pesos)	Recaudación (en pesos) de películas argentinas	Porcentaje de mercado de películas argentinas
2009	33.574.790	\$ 475.010.604	\$ 72.638.294	15,29%
2010	38.463.330	\$687.195.064	\$54.658.003	7,95%

2011	42.490.429	\$ 73.138.693	\$ 59.521.190	6,12%
------	------------	---------------	---------------	-------

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Mientras que en 2010 alcanzó una cuota de mercado cercana al 8 %, en 2011 apenas superó el 6 %. Esta fue la cuota de mercado más baja de la década analizada. Aún cuando, como se observa en el siguiente cuadro, 2011 fue el año de mayor cantidad de espectadores desde 2004, con un total de 42.490.429 entradas vendidas.



Fuente: DEISICA (Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina)

Por lo tanto, en un contexto caracterizado por una marcada mejoría de la performance general de los films en el mercado, en el que se superaron la cantidad de entradas vendidas y se obtuvo una mejor recaudación con relación a años anteriores, el cine argentino experimentó un nuevo retroceso de su cuota de mercado, a pesar de haber aumentado la cantidad de estrenos.

Se observa que el problema, lejos de resolverse apelando a un aumento significativo de la producción, se agravó. Tampoco se muestran eficaces medidas. Es el caso de la reglamentación del arancelamiento a copias extranjeras, aunque la medida busca generar más pantallas para el cine argentino, apenas sirvió para aumentar un poco la recaudación.

Si se toma en cuenta la cantidad de espectadores según se trate de salas nacionales o extranjeras, se observa una marcada estabilidad respecto a los años anteriores.

Cantidad de espectadores según origen de la sala de exhibición. En porcentajes.			
Año	Espectadores en Salas Nacionales (en porcentaje)	Espectadores en Salas Extranjeras (en porcentaje)	Total
2010	38,84%	61,16%	100%
2011	38,39%	61,61%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

DISTRIBUCIÓN:

Del total de 11.144 copias distribuidas en todo el país durante 2011, los títulos provenientes de EEUU alcanzaron 8312 copias, las películas argentinas obtuvieron 1226 copias en total y las provenientes de “Otros países” alcanzaron las 1606 copias.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2010	6166	968	1156	8290
2011	8312	1226	1606	11.144

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Es interesante observar cómo, a pesar del notable aumento de la cantidad de películas estrenadas con relación al año previo, los porcentajes de distribución de copias se mantienen estables. Esto significa que se estrenaron más películas argentinas pero con menor cantidad de copias cada una en promedio. Resulta notable el desfase entre la dinámica de la producción y el freno abrupto que se genera cuando los títulos entran en la fase de distribución.

Cantidad de copias según origen del film (EE.UU., Argentina y otros). En unidades				
Año	EEUU	Argentina	Otros	Total
2010	74,37%	11,67 %	13,94%	100%
2011	74,58%	11%	14,41%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

Lo mismo se verifica en los niveles de recaudación según el origen de la distribuidora, donde, a pesar del aumento de estrenos argentinos, tampoco hubo cambios importantes en comparación con el año 2010.

Mientras que las distribuidoras extranjeras obtuvieron el 80,58% de la recaudación en 2011, el 19,42% restante fue para las distribuidoras locales.

Recaudación según origen de la empresa distribuidora.			
Año	Recaudación de Distribuidoras Nacionales (en porcentaje)	Recaudación de Distribuidoras Extranjeras (en porcentaje)	Total
2010	18,81%	81,19%	100%
2011	19,42%	80,58%	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos de SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)

2012:

El 2012 fue un año de grandes anuncios para el cine argentino. En términos de política de cine, indudablemente fueron los meses más intensos de la etapa que analizamos. Los anuncios más importantes estuvieron vinculados a los sectores de exhibición y distribución: el plan de digitalización de salas y la firma del decreto que declara al cine actividad industrial, respectivamente. Entretanto, se comunicaron nuevos concursos para producción, la creación de un Polo de producción audiovisual, la compra del cine Gaumont, nuevos festivales internacionales y nuevas gestiones del secretario de Comercio Exterior frente a las empresas distribuidoras extranjeras. Por otra parte, los números del mercado mejoraron considerablemente respecto a los años previos. La suma de ambos factores han hecho de este un año muy importante para el cine argentino.

MEDIDAS Y ACCIONES:

PRODUCCIÓN:

El INCAA anunció que continuaría aportando recursos para la producción de contenidos de TV. Y paralelamente estableció que los derechos de autor de los nuevos proyectos serían de los productores y realizadores. La financiación de esta medida surgiría exclusivamente del Ministerio de Planificación de la Nación.

Además se anunciaron tres nuevos concursos: Concurso federal para series documentales, Plan de promoción industrial y el Concurso para telefilms.

En Agosto de 2012, Cristina Fernández de Kirchner anuncio la creación del Polo Audiovisual, la suba a los aumentos de subsidio para películas nacionales y la asimilación del cine como industria (ver apartado “Medidas para más de un sector”).

EXHIBICIÓN:

En 2012 se llevó adelante la firma de convenio entre el INCAA con Ar-Sat para digitalizar las salas de cine. El objetivo fue que los contenidos audiovisuales se envíen por satélite y no en las tradicionales latas. Se estipuló que el proceso se inicie en los espacios INCAA. Casi al mismo tiempo, Brasil anunció un plan de digitalización similar: el objetivo era convertir a formato digital alrededor de mil salas en un lapso de 30 meses.

También en 2012 el INCAA propuso comprar el Cine Gaumont. Mientras que en la sesión del 25 de abril en la Legislatura porteña, el Frente para la Victoria presentó un proyecto que declaraba la “protección estructural” del edificio, Liliana Mazure declaró a la prensa que el INCAA quería comprar el edificio.

Desde 2003, el INCAA alquilaba el Cine Gaumont para que funcione allí el “Espacio INCAA-km 0”. En 2013 se vencía el contrato y, según planteó Mazure, los dueños no estaban interesados en renovarlo.

Como contraparte, el miércoles 2 de mayo de 2012 el cine Arteplex Belgrano se sumó a la lista de cines alternativos cerrados en los últimos años. Según publicó la prensa, la causa fue el elevado monto del alquiler que exigían los dueños. Hacía pocas semanas, el lugar había sido sede del BAFICI.

Al igual que en años anteriores, el INCAA no desarrolló ninguna medida en pos de compensar los altos costos que los cines de exhibición de películas de “arte” afrontaban. Lo mismo había ocurrido en los intentos de cierre del cine Cosmos.

Otra de las iniciativas llevadas adelante por el INCAA en 2012 fue el lanzamiento de “Unasur Cine”. El festival se realizó en Septiembre en la Provincia de San Juan en donde se incluyeron más de 50 films de la región. Bajo el lema “Integrando la diversidad”, el festival internacional fue presentado en el Palais de Glace, en Buenos Aires, en el mes de agosto. El festival estuvo organizado por el gobierno y la Secretaría Cultural de San Juan, la Secretaría de Cultura de la Nación y el INCAA. Unasur Cine, según sus realizadores, apuntó a crear lazos entre los hacedores de cine de los países miembros de la UNASUR (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Suriname, Uruguay y Venezuela) con el objetivo de “plantar una bandera de la hermandad sudamericana”. El proyecto buscaba “dar pantalla” a la producción audiovisual sudamericana estrechando lazos entre los países de la región.

Por otra parte, muchos productores y directores continuaron denunciando que el modo en que la estructura de exhibición está planteada en el mercado del cine local, impedía que muchas películas lleguen a las grandes salas. Agustina Llambí Campbell, productora de “El estudiante” y “los salvajes” decía: “Si todos estamos de acuerdo con que el problema de exhibición es clave, lo que faltan son políticas del Estado para fomentar la exhibición”¹⁵³.

En consecuencia, el mercado exterior se ha transformado en una importante salida para muchas películas nacionales. Como en otros años, muchos realizadores reclamaban al INCAA la creación de una plataforma que permita sistematizar la venta de films hacia el exterior. Santiago Mitre, director de “El estudiante”, aseguraba: “Así como acá es difícil

¹⁵³ *La Nación*, 23 de Julio de 2012, “Espectáculos”, pág. 1

encontrar salas para películas como las que hacemos nosotros, también pasa eso en Europa: películas que antes salían con diez copias ahora tienen que encontrar a un distribuidor boutique bien dispuesto. El estudiante tiene su estreno asegurado en España y Francia porque hubo premios en festivales"¹⁵⁴. En el mismo sentido Llambí Campbell señalaba que "sin el apoyo de los festivales como plataforma de lanzamiento estamos complicados. Incluso, en muchos casos, es la única vía de exhibición"¹⁵⁵.

Martin Schwarts, a cargo de la cadena ecuatoriana Supercines, compró el cine Atlas Lavalle, luego de que esta sala cerrara sus puertas. El Atlas cine era propiedad de las familias Cordero, Carvallo, Laurataret y Ortiz. Este grupo de familias también era dueña del predio donde funcionaba el Cine Gaumont.

En el marco del Encuentro de Comunicación Audiovisual llevado adelante en el Festival de Mar del Plata, el INCAA firmó un acuerdo con Turner International Argentina y Warner Bros para recibir la donación de 400 títulos argentinos y licencias gratuitas para la emisión en INCAA TV. La totalidad de las películas fueron producidas entre los años 30 y los 90.

DISTRIBUCIÓN:

En 2012 se llevó adelante la segunda reunión del Ministro de Comercio Exterior, Guillermo Moreno, con las distribuidoras de origen extranjero. En el encuentro participaron las principales empresas distribuidoras extranjeras: Sony, Disney, UIP (el nombre de Universal en Argentina), Warner y Fox. Esta reunión también contó con la presencia de Liliana Mazure.

El objetivo del encuentro fue que las empresas distribuidoras informen cómo habían avanzado respecto de la primera reunión, en la que el gobierno les había planteado la necesidad de distribuir y exportar en mayor cantidad las películas argentinas.

¹⁵⁴ *La Nación*, 23 de Julio de 2012, "Espectáculos", pág. 1

¹⁵⁵ *La Nación*, 23 de Julio de 2012, "Espectáculos", pág. 1

Según el periodista Esteban Sahores, entre la primera reunión y la segunda “Moreno en persona fue quien estuvo haciendo un seguimiento exhaustivo de la situación de cada distribuidora, discando a menudo el teléfono celular de cada empresario”¹⁵⁶.

No todas las distribuidoras se encontraban en la misma situación: mientras Disney venía distribuyendo cine argentino desde 1995, y Fox lo había hecho en forma esporádica, el resto de las empresas prácticamente no tenía vinculación con la producción argentina.

Es importante subrayar una vez más la cuestión del “doble comando” en la dirección de la política de cine, donde la figura de Guillermo Moreno cobra relevancia cuando los productos entran en la fase de comercialización.

Estas reuniones llevadas adelante por Guillermo Moreno con las distribuidoras de capital extranjero, son el primer intento de poner freno al “libre juego” que mantenían las multinacionales en el mercado del cine. Si bien ya se había establecido el arancelamiento a las copias extranjeras, esta medida no había dado buenos resultados, pues no significó un cambio en la estructura de comercialización del cine local. El pedido de Moreno “por cada dólar que importen, deben exportar otro¹⁵⁷” estuvo a tono con otras medidas llevadas adelante por el gobierno *kirchnerista*. El objetivo era equilibrar la balanza comercial y demostrar algún grado de control sobre las empresas extranjeras.

Vale preguntarse cómo se beneficiarían las distribuidoras locales con esta medida. Pues si se le exige a las empresas extranjeras que distribuyan films nacionales, las empresas locales deberían disputar con las *majors* qué películas distribuir. Además, para un productor local, los beneficios que le puede aportar ser distribuido por una *major* serán siempre mayores que los de ser distribuido por una empresa local, pues el aparato comercial con el que cuentan las empresas extranjeras es siempre mayor al de las locales. ¿Cómo pensó el gobierno en las empresas locales, que aun más con esta medida competirían con las distribuidoras de capital extranjero? Si bien el objetivo de la medida

¹⁵⁶ Sahores, Esteban, Portal web: Haciendo Cine, “Encuentro clave: Guillermo Moreno se reúne hoy con los distribuidores de cine”, disponible en web: <http://www.haciendocine.com.ar/article/encuentro-clave-guillermo-moreno-se-re%C3%B1e-hoy-con-los-distribuidores-de-cine>, [consulta: lunes 11 de febrero de 2013]

¹⁵⁷ Revista Haciendo Cine Año 16 - #126 – Junio 2012.

era regular a las *majors* terminaba, indefectiblemente, siendo una iniciativa que modifica también la situación de las distribuidoras locales.

Las distribuidoras locales habían denunciado que muchos productores, a fin de terminar con el rodaje de sus películas, vendían anticipadamente los derechos de explotación. Por tanto, los productores no llegaban a capitalizar el éxito económico que esas películas pudiesen conseguir en el mercado externo.

Las tomas de posición respecto a la venta de derechos de autor han sido bien variadas por parte del INCAA. Por un lado, en noviembre de 2008, el INCAA participó de la creación de la Unión Argentina contra la Piratería (UACPI). La institución buscaba denunciar la piratería como un delito “intelectual”. En 2011 y 2012, el Instituto de Cine realizó distintos encuentros con distribuidoras extranjeras para que adquieran los derechos de autor de las películas nacionales para distribuir las. Por otro lado, el INCAA estableció que para producir cine para la TV los productores debían entregar sus derechos de autor sobre sus contenidos. Al mismo tiempo la presidente del INCAA aseguraba en declaraciones a la prensa que “las distribuidoras internacionales han ido comprando películas argentinas, mediante contratos tremendos donde la compra se hace de por vida. Por lo tanto, para todas las ventanas existentes, esas películas dejaron de existir. En este momento estamos en una tarea gigantesca que tiene que ver con la educación del productor, digamos, para que no vuelva a firmar este tipo de contratos”¹⁵⁸. Por último, y tal como se analizó anteriormente, el INCAA anunció en 2012 que comenzaría a aportar recursos para la producción de contenidos de TV y que los derechos de autor de los nuevos proyectos serían de los productores y realizadores.

Vemos una vez más cómo el INCAA toma distintas posturas, contradictorias entre sí, respecto a un determinado tema (o cuestión).

En 2012 el INCAA continuó participando junto a otras industrias en los viajes al exterior que realizó la Argentina para promocionar productos locales. Fue así como Liliana Mazure participó de la misión de negocios dirigida por el secretario de Comercio, Guillermo Moreno, a Angola. La acción se realizó en el marco de una visita de Cristina

¹⁵⁸ Revista Haciendo Cine Año 16 - #129 – Septiembre 2012.

Fernández de Kirchner a su par angoleño. El viaje de negocios consistió en la realización de una feria organizada para que los empresarios argentinos mostraran sus productos y acordaran negocios con compradores angoleños. En aquel encuentro el INCAA contó con su propio stand de ventas. Según Mazure, “(En Angola) hablamos sobre capacitación y apoyo, así como también acerca de posibles coproducciones. Pero lo más interesante tuvo que ver con la posibilidad de generar contenidos para la televisión pública angoleña que está en proceso de digitalización y que cuenta con dos canales que se repiten en 12 provincias con diferentes dialectos”¹⁵⁹.

MEDIDAS PARA MÁS SECTORES:

Las principales novedades para el mercado del cine de 2012 fueron comunicadas por la presidenta de la Nación, durante un acto en el Museo del Bicentenario, el miércoles 29 de agosto. La ceremonia contó con la presencia de muchos artistas y empresarios de medios, entre ellos José Luis Manzano, Daniel Vila y el director de la productora Ideas del Sur, Fabián Scoltore.

En ese contexto, Cristina Fernández de Kirchner hizo tres anuncios importantes vinculados al cine:

En primer lugar, anunció la creación de un Polo de Producción Audiovisual en la Isla Demarchi. Se trata de un predio de 12 mil metros cuadrados, donde funcionaba una delegación de la Dirección Nacional de Puertos. El 99% sería administrado por la Anses y el otro 1 % por la Secretaría de Medios. Se desarrollaría a partir de una sociedad mixta con capitales privados. La noticia de la puesta en marcha del Polo Audiovisual generó una nueva controversia con el gobierno de la Ciudad, porque la Presidenta invitó al jefe de Gobierno de la Ciudad, Mauricio Macri, a ser parte del diseño del Polo. Pero la Ciudad ya contaba con un Polo de Producción Audiovisual propio, y también con una ley que declara

¹⁵⁹ Revista Haciendo Cine Año 16 - #126 – Junio 2012.

la actividad cinematográfica con carácter de industria, votada en la Legislatura porteña un año antes, en setiembre de 2011.

En aquel acto hubo otros dos anuncios muy importantes para el cine, incluso más importantes que el primero. Se comunicó la firma del decreto 1527/12, por el cual se elevaba el tope de subsidios entregados por el INCAA a las producciones nacionales. Pasaban de \$3,5 millones a \$5,5 millones de pesos.

También se anunció la firma del decreto 1528/12, mediante el cual “resulta propicio declarar la actividad desarrollada por las productoras como asimilable a la industrial en orden a su inclusión en las políticas de promoción productiva, generales o específicas, vigentes o que se establezcan en el futuro”¹⁶⁰, con todos los beneficios que ello implica. El decreto establece la creación de un “Registro de Productoras de Contenidos Audiovisuales, Digitales y Cinematográficos”, en el que podrían inscribirse quienes quisieran obtener estos beneficios. El decreto fundamenta que “la actividad de las empresas dedicadas a la producción de contenidos audiovisuales, digitales y cinematográficos ha tenido en los últimos años un importante desarrollo (...), lo que ha permitido movilizar fuertes inversiones, con generación de valor agregado, empleo calificado y exportación de contenidos nacionales”.

Otro de los anuncios importantes del 2012 que afectaron a los tres sectores fue la creación del “Calendario de Estrenos”. A principio de año, el INCAA convocó a productores y distribuidores a una reunión para presentar este proyecto. Según el Instituto, la iniciativa estaba diseñada para la construcción de las políticas que faciliten una mayor cantidad de pantallas disponibles para los estrenos y exhibición de cine nacional”¹⁶¹.

El proyecto “Calendario de estrenos” consistía en crear un calendario de Estrenos en los que los distribuidores tendrían que anunciar las fechas de estreno que tuviesen planeadas para el trimestre. Este calendario pondría los films a consideración de los

¹⁶⁰ República Argentina, decreto N° 1528/2012. Servicios de comunicación audiovisual, Registro de Productoras de Contenidos Audiovisuales, Digitales y Cinematográficos – Creación. Publicado en Boletín Oficial N° 32470 el 30 de agosto de 2012, pág. 2. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/200000-204999/201444/norma.htm>

¹⁶¹ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

exhibidores. Este aviso tendría que ser un mes antes del inicio del trimestre. También dividía a las salas en dos grupos: El circuito Multipantallas (de 4 pantallas o más) y el Circuito Ampliado (de 3 pantallas o menos). Además, establecía que el INCAA daría hasta \$30.000 para los gastos de distribución y promoción para las películas que elijan estrenar en el Circuito Ampliado. Este apoyo reemplazaría el otorgado por Fiscalización de \$25.000.

En la presentación del proyecto, Mazure aseguró que la medida fue pensada a raíz de la seguidilla de reclamos por parte de los productores y distribuidores locales, después de haberse reglamentado el Arancelamiento a Copias extranjeras y los cambios a la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Según la presidente del INCAA, ninguna de estas medidas había apaciguado los reclamos. Y por tanto, suponían que las soluciones nunca habían sido del todo efectivas¹⁶².

Ignacio Rey, productor de Sudestada Cine y presidente de APIMA (Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales) aseguraba que la creación del calendario de estrenos podía “ayudar a organizar el sistema e impedir el boicot constante de las cadenas Multipantallas al grueso de nuestra producción”¹⁶³. Por otro lado, Rey dudaba de la efectividad de la creación del Circuito Ampliado. El productor aseguraba que los datos recolectados por entidades de productores “indican que el Circuito Ampliado representa el 6% anual de la recaudación de las salas, pudiendo llegar al 9% en temporada estival, cuando se abren las salas de las ciudades costeras; analizado desde esta perspectiva, las posibilidades de un film estrenado bajo esta modalidad son muy escasas”¹⁶⁴.

Hasta el momento, sin calendario de estrenos, los productores denunciaban que los exhibidores explicaban que no estrenaban la cantidad mínima y obligatoria (en la Cuota de Pantalla) porque no recibían ofertas concretas por parte de los productores. Sin este calendario, no había forma de comprobar la veracidad de la justificación de los

¹⁶² Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

¹⁶³ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

¹⁶⁴ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

exhibidores. El calendario formalizaría esta oferta y sería el INCAA quien debería fiscalizar los intercambios entre productores, distribuidores y exhibidores.

Por otra parte, los productores continuaban reclamando por la buena aplicación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Según el productor Ignacio Rey, de ser aplicadas ambas medidas “sería un paso que cambiaría radicalmente la posibilidad de acceso al público del cine nacional y dejaría como únicos jueces de nuestra cinematografía a los espectadores, en lugar de darles esta potestad a un grupo de programadores y exhibidores que poseen muchas veces intereses económicos e ideológicos contrapuestos a los del ámbito de la cinematografía local”¹⁶⁵.

El distribuidor local Pascual Condito también hizo declaraciones en base a las medidas anunciadas por el INCAA. Según Condito, estas medidas ayudarían a promocionar mejor las películas porque “un mes antes de cada trimestre mostrás tu película y si te la confirman tienen la obligación de poner tu material de promoción de tráileres”¹⁶⁶. También aseguraba que beneficiaban tanto a los distribuidores como a los productores porque “si se trabaja sabiendo la fecha de estreno con tiempo, no corres tantos riesgos con la inversión para un lanzamiento, esperando al lunes antes de la fecha prevista, que es tremendo. También va a obligar a los productores a tener todos los materiales de promoción a tiempo”¹⁶⁷.

Otras de las medidas tomadas por el gobierno nacional (que no estaba dirigida especialmente al cine pero lo condicionaba) tenía por objetivo controlar las importaciones. En enero de 2012, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) puso en marcha un nuevo registro de importaciones, mediante el cual, obligaría a las empresas y a aquellos que importen a anticipar un detalle de sus compras al exterior.

Esta medida se dio a conocer mediante la publicación en el Boletín Oficial de la Resolución General N° 3552 de la AFIP. Mediante esta resolución se creó un régimen de Declaración Jurada Anticipada de Importación que obliga a las empresas a dejar registro

¹⁶⁵ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

¹⁶⁶ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

¹⁶⁷ Revista Haciendo Cine Año 16 - #123 – Marzo 2012.

previo de "todas las destinaciones definitivas de importación para consumo". La AFIP, por tanto, tendrá la facultad de habilitar o no las comprar las divisas y concretar o no las importaciones. Con la nueva disposición, quienes operaban en comercio exterior comenzaron a estar incluidos en el control de operaciones cambiarias.

El mercado del cine nacional está, en gran medida, determinado por las importaciones de equipamiento. En su gran mayoría los productores importan las cámaras, los lentes, y todo material para filmar o trabajar en una película. La Cámara Argentina de Proveedores y Fabricantes de Equipos de Radiodifusión, frente a estas medidas, aseguraron que "cuando se establecieron las nuevas normas de importación, se produjo un parate muy fuerte y repentino de la actividad. Y generó temor, incertidumbre y por supuesto los negocios se retrajeron"¹⁶⁸.

Paralelamente, aseguraban que celebraban la iniciativa del gobierno nacional de haber elevado la Producción Audiovisual a la categoría de industria¹⁶⁹, medida que, según ellos, venían reclamando desde hacía muchos años (Ver apartado "categoría de industria para el cine").

Cuota de Pantalla y Media de Continuidad:

El Proyecto de Cine Independiente (PCI), asociación que nuclea a directores de cine independiente argentinos, publicó su posición frente al cierre del cine Arteplex y la situación que atravesaba el Gaumont. En el comunicado, el PCI sostenía que ambos sucesos eran sólo una parte de la realidad del cine local. Afirmaban que "las películas nacionales no pueden competir con las producciones de los "tanques" porque la batalla sigue siendo desigual. Y lo es a pesar de que el INCAA diera un paso adelante con la resolución 2114, a mediados de 2011, en la que estableció aranceles para aquellas películas extranjeras que exhiban sus estrenos en más de 40 pantallas en simultáneo.

¹⁶⁸ Revista Haciendo Cine Año 16 - #130 – Octubre 2012.

¹⁶⁹ Revista Haciendo Cine Año 16 - #130 – Octubre 2012.

Frente a esta situación el PCI, junto a Directores independientes de Cine (DIC), Directores Argentinos Cinematográficos (DAC) y la Asociación Argentina de Directores de Cine (AADC), presentaron ante el INCAA un proyecto para reformular Cuota de pantalla y el fomento de la actividad cinematográfica. "El balance es malo", aseguraban los integrantes del PCI. Las "responsabilidades son compartidas entre exhibidores, el Instituto y los directores y productores"¹⁷⁰.

Según el comunicado del PCI, "la madre de las batallas es la cuota de pantalla, una herramienta que tiene (o que debe implementar) el Estado para establecer cuánto tiempo permanecerá una película en una sala y mediante la cual puede fomentar (o ningunear) la producción cinematográfica local".

El proyecto presentado por el PCI junto con otras organizaciones, también cuestionaba la resolución 2114 del 2011. Según esta ordenanza, "si una película se exhibió en hasta 40 pantallas inclusive, el arancel que el productor abonará será del valor equivalente a 300 entradas de cine por el total de las pantallas utilizadas". Según el PCI, el INCAA no controló que disminuyera la cantidad de copias con las que entra al país una película ni el porcentaje de salas que ocupa. En el comunicado, el PCI aseguraba que "en 2011 un título extranjero desembarcó en el país con 350 copias para su estreno y ocupó más del 40% de las salas. Al parecer, poco intervino la legislación en el cambio de las reglas de juego"¹⁷¹.

La iniciativa también reclamaba por medidas de urgencia para defender la pluralidad de voces. Al respecto, proponía nuevos criterios para la aplicación de la Cuota de Pantalla. Entre las propuestas se encontraban:

- que se establezca el estreno de cuatro títulos argentinos por cada diez pantallas por mes;
- que el INCAA difunda los lanzamientos nacionales;
- que se subsidie el 50% de la entrada a películas locales en salas privadas;

¹⁷⁰ Proyecto de Cine Independiente (portal web), Junio 2012. Disponible en: <http://pcicine.blogspot.com.ar/2012/06/posicion-del-pci-frente-al-cierre-del.html>.

¹⁷¹ Proyecto de Cine Independiente (portal web), Junio 2012. Disponible en: <http://pcicine.blogspot.com.ar/2012/06/posicion-del-pci-frente-al-cierre-del.html>.

-que cree un programa de formación de espectadores, entre otras.

Por otro lado, aseguraban que uno de los mayores problemas que tiene el cine argentino es la poca difusión y la mala prensa. Sugerían que el cine local necesitaba de dos semanas para contar con el 'boca a boca': "el mercado está regulado por los multi-cines, que no exhiben películas por más de dos semanas que no sean multi-producciones".

Luego de la presentación de este pedido por parte del PCI, el INCAA lanzó tres nuevas resoluciones para la Cuota de Pantalla. Se trata de las resoluciones 1076, 1077 y 1078, que establecen nuevos criterios de Cuota de Pantalla y Media de Continuidad.

La resolución 1076 estableció que la Media de Continuidad obligatoria de películas en salas de hasta 250 localidades sería de 20% en temporada alta y de 16% en temporada baja. Respecto a la Cuota de Pantalla, establecía que los complejos Multipantalla la cumplieran cuando se haya exhibido la misma cantidad de películas nacionales que salas registradas en ese domicilio. Por tanto, sin un complejo de cines tenía 10 salas, para cumplir con la Cuota de Pantalla deberían proyectar 10 estrenos nacionales.

Un nuevo elemento surge de esta resolución, pues el INCAA debería corroborar que la cantidad de salas denunciadas por el complejo sean las mismas que aparezcan en ese domicilio.

La regulación de la resolución 1077 crea un "Calendario Tentativo de Estrenos". Según esta resolución los distribuidores y exhibidores deberán comunicar con antelación el listado de películas a estrenar y la disponibilidad de las salas. Y paralelamente serán los responsables de que los estrenos sean en forma equitativa.

Por último, la resolución 1078 estableció metodologías para informar sobre lo que la sala exhibe. Los exhibidores, a partir de esta resolución, deberían informar el listado de salas disponibles hasta 24 horas antes de cada estreno.

BALANCE DE MERCADO:

PRODUCCIÓN:

Presupuesto del INCAA:

El INCAA publicó su presupuesto 2012 luego de que Julio Raffo, diputado de Proyecto Sur y abogado especialista en materia cinematográfica, hiciera un pedido de informes al organismo.

En la publicación se establece que el total de los recursos para el año 2012 fue de \$558,8 millones de pesos. Mientras que los recursos propios alcanzaron los \$435 millones de pesos, ya que se destaca que el Tesoro Nacional aportó \$100 millones de pesos para la digitalización de las salas.

Con relación a los egresos, mientras que el total de gastos (entre lo que se cuenta sueldos y servicios) alcanzó los \$166,7 millones de pesos, el total de subsidios fue de \$175,5 millones de pesos.

El crédito a la producción alcanzó los \$30,2 millones de pesos y el subsidio a productores fue de \$120,8 millones de pesos. Mientras tanto, la ayuda al lanzamiento de las películas y la exhibición fue de \$19,9 millones de pesos, una cifra muy pequeña si se la compara con el monto de los subsidios y créditos.

Es importante destacar que el presupuesto para el apoyo al lanzamiento de películas fue de \$23.690.000, de los cuales se ejecutaron \$19.357.000. Para las campañas publicitarias de 107 películas se invirtieron \$11.875.000, por lo que la inversión de publicidad por estreno estuvo cerca de los \$110.000; se trata de una cifra irrisoria si se tiene en cuenta que, para mediados de 2012, el segundo de publicidad en los programas más vistos de la televisión argentina rondaba los \$10 mil pesos.¹⁷²

¹⁷² Cronista (portal web), 11 de Junio de 2012. Disponible en: <http://www.cronista.com/controlremoto/Showmatch-sera-el-programa-mas-carro-de-Canal-13-a--9900-el-segundo-de-publicidad-20120611-0076.html> [Consulta: 23 de febrero de 2013]

Por último, el total de recursos para la producción de contenidos televisivos, en el marco de los concursos para la televisión digital, fue de \$34,5 millones de pesos, de los cuales se destinaron \$22,5 millones a los concursos de series de ficción de 13 capítulos y el resto a concursos para series infantiles destinadas al canal para niños *Paka Paka*, series documentales para el canal Encuentro y también para Tecnópolis TV¹⁷³.

EXHIBICIÓN:

El primer semestre de 2012 fue récord en venta de entradas. Hasta julio de 2012 la industria recaudó \$868, 71 millones de pesos, mientras que el propio mes de julio fue el mejor desde 2004, con una venta de 242 millones de pesos.

Según el INCAA, el valor de una entrada promedio era de \$ 27,50 en julio de 2012, por lo que ir al cine se contaba entre las salidas más económicas. Para explicar el aumento de venta de entradas los exhibidores también mencionan otros factores, como la digitalización de las salas, el 3D y las promociones. Estas últimas, en general vinculadas a tarjetas de crédito, permiten aumentar el precio individual por entrada, ya que los espectadores suelen preferir los “2x1”. El diario La Nación, en base a un informe de la consultora Ultracine, señala que “los cines que adoptaron la metodología de precios altos con promociones ventajosas son los que más ganaron en los últimos años”¹⁷⁴.

De todos los sectores que componen la industria, los únicos que generan ingresos por fuera de la venta de entradas son los exhibidores: cada vez es más importante la venta de bebidas y snacks, que sólo en julio de 2012 generó \$80 millones de pesos.

Durante todo el 2012, el cine nacional alcanzó los 46¹⁷⁵ millones de espectadores, una cifra que no alcanza el 9 % del mercado. Según el Portal Cine nacional¹⁷⁶, se

¹⁷³ Haciendo Cine (portal web), “El INCAA publicó los números de su presupuesto 2012”, disponible en web: <http://www.haciendocine.com.ar/content/el-incaa-public%C3%B3-los-n%C3%BAmeros-de-su-presupuesto-2012>, [consulta: lunes 25 de febrero de 2013]

¹⁷⁴ *La Nación*, 5 de agosto de 2012, “Economía & Negocios”, pág. 4

¹⁷⁵ Revista Haciendo Cine Año 18 - #133 – Enero/Febrero 2013.

¹⁷⁶ Cinenacional (Portal web), “Estrenos 2012”, Disponible en web: <http://www.cinenacional.com/estrenos/2012>, [consulta: martes 05 de marzo de 2013]

estrenaron 132 películas argentinas, lo que representa un 40 % del total de estrenos en el mercado local durante ese año.

Cantidad de títulos estrenados en total y por Argentina. En unidades y en porcentaje.			
Año	Cantidad total de estrenos	Estrenos nacionales	Porcentaje de mercado de películas argentinas
2011	329	128	6,12%
2012	330	132	9,2%

Fuente: elaboración propia en base a datos de Revista Haciendo Cine y Portal Cine nacional

Como se puede observar del 2011 al 2012 sólo existió una película más de diferencia en los estrenos. Si bien Argentina aumento en 4 la cantidad de películas estrenadas, esto alcanzó a superar, sólo en un 3%, el porcentaje que representa la oferta de películas nacionales en el mercado local respecto al 2011.

Cine. Cantidad de títulos estrenados en unidades.	
Año	Cantidad de Espectadores
2011	42.490.429
2012	46.380.897

Fuente: elaboración propia en base a datos de Revista Haciendo Cine y Portal Cine nacional

De los estrenos argentinos de 2010, 108 películas nacionales no lograron superar los 10 espectadores. Y 57 de las películas estrenadas en este año no superaron los mil espectadores.

En 2012 se da la firma del decreto presidencial por el cual se otorga a la actividad cinematográfica el rango de industria. Esa medida, anunciada en el contexto de una percepción generalizada de mejoría del cine nacional, abrió una nueva etapa para la ahora industria. Etapa caracterizada por la necesidad de dar respuesta a problemas históricos aún no resueltos en un contexto de permanente cambio e innovaciones tecnológicas, en el que los propios modelos de negocio tradicionales de la industria cinematográfica buscan alternativas para sostener su rentabilidad.

DISTRIBUCIÓN:

La exigencia de Guillermo Moreno de distribuir cine argentino no impidió que, en el primer semestre de 2012 el conjunto de las empresas distribuidoras extranjeras sea uno de los principales ganadores del mercado. Si bien es una tendencia sostenida en la década que analizamos, cabe destacar que aquel reclamo por parte del Estado no altera en absoluto la posición dominante de estas corporaciones.

A partir de la medida establecida por Guillermo Moreno algunas distribuidoras comenzaron a distribuir cine nacional. A continuación repasamos algunos cambios:

-Disney hace 17 años que distribuye cine argentino. Desde el 2011 y 2012 comenzó a hacer acuerdos con más procuras nacionales. Tienen acuerdos con Patagonik, Telefe Cine, Pampa Films, Argentina Sono Film, Matanza Cine, M&S, Sudestada, BD Cine y K&S Films.

La distribuidora extranjera Fox ya había distribuido películas nacionales de Sorin, Caetano Ana Katz entre otros. En 2012 logró cerrar acuerdos con Telefe y Haddock. En 2013 planificaban distribuir “Metegol” de Campanella.

-Sony buscó otra estrategia en alianza con la distribuidora local Aura Films para distribuir cine local y también norteamericano.

United International Pictures proyecto distribuir “Pensé que iba a haber fiesta” de Victoria Galardi en el 2013. Warner proyecto comercializar “Fuera de Juego” una coproducción nacional con España.

La distribuidora extranjera que más recaudó en 2012 fue UIP que llegó a \$398 millones recaudados en las boleterías. Sony/Columbia dejó el país y le transfirió sus lanzamientos a UIP.

Warner, Fox y Sony cumplieron tímidamente con la resolución de Moreno. Por su parte la distribuidora Disney terminó distribuyendo el 8,2% de los estrenos nacionales. Esta cifra le permitió a la distribuidora extranjera obtener \$85.560.000 de ingreso por las entradas a películas nacionales. Disney vendió más de 7 de cada 10 entradas para películas nacionales.

//CAPÍTULO 5:

CONCLUSIONES//

A lo largo de la realización de esta tesis nos hemos encontrado con algunas dificultades en la compilación y recolección de datos estadísticos para analizar. Si bien fue paliado por la utilización de varias y distintas fuentes que confirmaron los datos utilizados, fue un gran desafío encontrar algunos datos publicados por el INCAA.

El INCAA no publica los presupuestos anuales salvo pedido de acceso a la información pública, lo que imposibilitó hacer una estimación global de la dinámica del presupuesto a lo largo del período. Si bien saldamos este dato con fuentes confiables, no dejo de ser incómodo tener que recurrir a otras fuentes para cumplimentar con este objetivo de la tesis. Confiamos en que el INCAA hace todo lo necesario para publicar sus balances y presupuestos. Si bien reconocemos que se han dado pasos positivos en este sentido, en términos de transparencia de datos y balances, creemos que aún es necesario recorrer un largo camino para democratizar el acceso a la información pública.

Nuestro análisis se basó en la hipótesis de que el Estado, durante 2002 - 2012, en pos de responder a las demandas de los distintos sectores de la cinematografía nacional, (producción, distribución y exhibición) ha tomado medidas que tendieron a preservar una estructura de mercado profundamente desigual. Esto no se debe a un mal diagnóstico por parte del Estado acerca de los principales problemas del mercado local. Sino más bien, a una incapacidad de la política de cine de transformar la estructura de la industria cinematográfica local.

Observamos también que, por primera vez en muchos años, el Estado posee un diagnóstico claro y certero de los principales problemas que atañen a la estructura de agentes del cine local. Además indujimos que a lo largo de los años, el Estado tomó iniciativas que buscaron desde sus objetivos transformar dichas problemáticas. No obstante, pudimos ver que existieron a lo largo de la década dificultades para llevar adelante e implementar correctamente dichas medidas.

En algunos casos observamos que algunas medidas fueron iniciativas que en sus objetivos buscaban resolver demandas surgidas por parte de actores del mercado del cine, pero la incapacidad del INCAA de implementarlas eficazmente ha imposibilitado

modificar el problema que se intentaba resolver. Es decir, en varias ocasiones encontramos que si bien las medidas llevadas adelante por el INCAA tienen objetivos y metas claras para resolver problemáticas de algún sector, éste no ha sido capaz de hacer cumplir con dicha normativa o de implementarla. Imposibilitando así, un cambio en la estructura del cine nacional.

En otros casos observamos que otras medidas no fueron regulares a lo largo de los 10 años, es decir, iniciativas que surgieron coyunturalmente sin tener una continuidad en el tiempo, y por tanto no cumplieron con las demandas que intentaban resolver. Generando así, pues, una continuidad de la estructura del mercado cinematográfico nacional. Dentro de un tercer grupo, encontramos medidas que se caracterizaron por ser iniciativas regulares, que si bien cumplieron con sus objetivos, no lograron modificar las estructuras del mercado. Esto, en algunos casos se debió a que las medidas, sólo apuntaron a un factor del problema a resolver y desconocieron otros condicionantes del mismo. La incapacidad del INCAA de ver estos otros condicionantes del problema imposibilita que las iniciativas generen un cambio estructural en el mercado cinematográfico local.

En detalle desarrollamos las características principales de las medidas llevadas adelante en cada sector del cine local en el periodo 2002 – 2012:

PRODUCCIÓN:

Tanto a lo largo de los 10 años (2002 -2012), como en la etapa previa, observamos que el sector de la producción se ha constituido como un grupo de actores a los que el INCAA tuvo que escuchar atentamente. A lo largo de los años el sector de la producción ha mostrado una gran capacidad para instalar sus reclamos y canalizar las demandas hasta convertirlas en cuestión. Por su parte, el Instituto ha intentado satisfacer la mayoría de ellos.

Observamos que esta capacidad que tiene el sector de la producción de instalar un tema de agenda propia como un tema de la industria en general se dio tanto en los gobiernos *kirchneristas* como en los gobiernos anteriores. Por ejemplo, los productores, directores, técnicos y artistas cumplieron un papel importante en la recuperación de la autarquía por parte del INCAA. Las sucesivas movilizaciones y reclamos en torno a la cuestión construida alcanzaron un resultado positivo en 2002, cuando a través de un decreto se restableció la recuperación de la autarquía.

Desde 2002 observamos que estos rasgos que caracterizan al sector de la producción se mantuvieron. Las continuidades se encuentran en la consolidación y el fortalecimiento del poder que ha ejercido el sector de producción sobre la política llevada adelante por el Instituto de Cine. Varios son los ejemplos que nos permiten pensar que el INCAA ha respondido de modo explícito y eficaz a los reclamos de estos actores.

Por ejemplo, el INCAA reglamentó la Ley de Propiedad Intelectual, a través de un decreto firmado por la presidenta de la Nación en febrero de 2009. Esta ley había sido un reclamo por parte de los Directores Argentinos Cinematográficos y los convirtió en la única sociedad de gestión encargada de cobrar el derecho de autor de los directores cinematográficos.

Por otro lado, el sector de la producción jugó un papel clave en la renuncia de Jorge Álvarez a la presidencia del INCAA. Álvarez decidió su alejamiento en medio de un fuerte enfrentamiento con Directores Argentinos Cinematográficos (DAC), a la que el entonces presidente acusaba de impedir el normal desenvolvimiento de la actividad del Instituto.

Otra de las medidas que nos permiten pensar en el poderío del sector de la producción es la reglamentación de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad. Esta resolución y cada una de sus modificaciones fueron el resultado de un reclamo exhaustivo sostenido a lo largo de toda la década por estos actores. El sector de la distribución local, por poner un ejemplo contrario, debió esperar 8 años a que el INCAA establezca una medida explícita frente a su reclamo de limitación de copias extranjeras.

El modo en que el INCAA distribuyó su presupuesto fue uno de los ejes de denuncia por parte de los productores a lo largo de la década. Sin embargo, es necesario destacar que los años sucesivos a la recuperación de la autarquía muestran un aumento paulatino del nivel de subsidios y créditos para la producción. A pesar de ello, para este sector ha sido uno de los temas más importantes, ya que del Fondo de Fomento depende buena parte de su supervivencia. Es por esto que en diversas ocasiones un conjunto heterogéneo de organizaciones han canalizado denuncias respecto al modo en que el INCAA repartía los recursos del Fondo de Fomento. Por ejemplo, actores de la producción, denunciaron las irregularidades en la asignación de subsidios por el artículo “3-J”, que autoriza al presidente del INCAA a otorgar subsidios de acuerdo a su criterio personal, sin ningún otro requerimiento. También reclamaron que no se cumplía con el porcentaje de recursos que correspondían por ley al financiamiento de la producción, al tiempo que aumentaban los gastos burocráticos y administrativos del Instituto. Y por último denunciaron que no se conformaba el Consejo Asesor y los comités de selección de proyectos.

Si bien el modo en que el Instituto reparte el Fondo de Fomento fue uno de los núcleos centrales en las demandas dirigidas al INCAA, observamos que en ocasiones el sector de la producción leyó sesgadamente la ley del cine para interpretarla a su favor. La denuncia realizada en 2010 por trece entidades representativas, a través de un documento titulado “INCAA: Emergencia económica y financiera”, ilustra con claridad la concepción que ponen en juego estos sectores. En ese documento, las entidades interpretaban que el objeto central del INCAA es el fomento de la producción de cine argentino: “históricamente (...) se ha destinado al objeto central del INCAA, que es el fomento de la producción cinematográfica, alrededor del 80 % de los ingresos del organismo, destinándose el remanente al mantenimiento del INCAA y a la promoción del cine”¹⁷⁷. De acuerdo con esta interpretación, sólo un sobrante se destina a la instancia de

¹⁷⁷ Otros Cines (portal web), “Noticias”, 28 de Septiembre de 2010. Ver en http://www.otroscines.com/debates_detalle.php?idnota=4705&idsubseccion=84. [Consulta: jueves 10 de enero de 2013]

comercialización de los productos, por lo que el INCAA debe ocuparse casi exclusivamente de financiar la producción.

Es interesante constatar que, desde el punto de vista formal, esto es falso: la ley vigente establece que el Instituto “tendrá a su cargo el fomento y regulación de la actividad cinematográfica”. La actividad cinematográfica comprende, por supuesto, al sector de producción, pero también a la distribución y la exhibición. Cualquier interpretación que se aparte de la letra de la ley recorta la legislación en función de intereses particulares, y al mismo tiempo limita la posibilidad de que el INCAA amplíe sus horizontes de intervención.

Las disputas entre las asociaciones vinculadas a la producción que defienden sus intereses y el INCAA han sido una constante a lo largo del período que analizamos, y resulta imposible comprender la dinámica de las acciones que lleva adelante el Instituto sin tener en cuenta su influencia.

Por otro lado, observamos que el INCAA ha llevado adelante medidas que buscan transformar al sector pero que no han tenido buenos resultados. Por ejemplo los Planes de Fomento han sido una de las principales herramientas utilizadas por el INCAA para desarrollar la producción local. La implementación de concursos de Operas Primas ha generado que muchos directores logren estrenar su primera película. Pues el INCAA sostenía la importancia de abrir el mercado a nuevos realizadores. El problema que ha persistido con el correr del tiempo es que los directores debutantes no logran sostenerse dentro del mercado, es decir, no existe continuidad para ellos en el circuito comercial. Esto ocurre porque en la mayoría de los casos, la película pasa fugazmente por las salas, casi desapercibida, por lo que se tarda demasiado tiempo en recuperar los costos de la inversión (si es que se recuperan) y el director no vuelve a filmar en tres o cuatro años.

Más allá de los Planes de Fomento, las acciones llevadas a cabo en la década analizada han tenido en general un carácter inorgánico y fragmentario, ya que han tenido más que ver con respuestas a intereses o demandas específicas que con una planificación integral que conciba la producción y sus ventanas de salida de forma integral. Las medidas destinadas al sector de la producción no tuvieron en general una visión holística del

proceso del mercado del cine en su totalidad, y por esa razón no han contribuido a modificar la estructura vigente. Pues como se puede observar, en los presupuestos del Instituto a lo largo de los años el INCAA destina mayor porcentaje de su presupuesto a la producción de films que a su difusión y promoción. El INCAA en gran medida no genera estructuras de lanzamiento para los films que financia que, en teoría, le permitiría tener más cantidad de público en las salas a la hora de estrenar.

Los Planes de Fomento no pueden limitarse a concursos que financian los proyectos ganadores. En el camino de convertir a la actividad cinematográfica en una industria con peso específico en términos económicos y simbólicos, es imprescindible modificar la concepción de lo que implica un “plan de fomento” para la producción. El fomento debe pensarse a partir de una concepción más amplia, que incluya la financiación de la producción e integre al mismo tiempo todas las etapas. Es responsabilidad del organismo político encontrar los mecanismos que induzcan a los actores intervinientes en la etapa de producción a tomar en cuenta el destino de esa producción en la etapa de comercialización.

Otro elemento importante que debe formar parte del balance de los diez años es la creciente importancia otorgada a la financiación de producción de contenidos para la televisión. Esto fue una consecuencia de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la inauguración del sistema de televisión digital. Si bien la llegada a la televisión de documentales y las ficciones producidas ha tenido resultados dispares, es inédita y muy auspiciosa la asociación del INCAA con la televisión en virtud de la producción de contenidos.

Si bien la cantidad de películas financiadas fue en aumento de un año a otro, el porcentaje que representan estas películas en el mercado argentino no varió significativamente a lo largo de la década. La producción argentina ocupa un lugar menor en el mercado local, ampliamente dominado por los productos norteamericanos. Esto no varió a lo largo de todos estos años, con excepción de 2009, donde “El secreto de sus ojos” constituyó un verdadero boom cinematográfico y finalmente logró el Oscar a mejor película extranjera. Se trató, como hemos analizado, de un fenómeno excepcional y

pasajero, porque no fue aprovechado al servicio de fortalecer la posición de conjunto de los productos argentinos en el mercado. Este ejemplo muestra una vez más la importancia estratégica de que la política de cine no gire exclusivamente en torno al fomento de la producción, sino también a la comercialización.

A lo largo del período, se observa una masa de producción heterogénea (en términos de presupuesto, calidad técnica y estética) volcada sobre un mercado chico y fuertemente concentrado. La política de cine se ha mostrado impotente para matizar este problema crucial, y el resultado se reitera de un año al otro: la producción argentina no ha superado, en el mejor de los casos (año 2009) el 15% de demanda del mercado local.

EXHIBICIÓN:

En materia de medidas destinadas al sector de la exhibición observamos que el INCAA, si bien buscó solucionar algunos problemas del sector para los actores locales, no tuvo mayores éxitos. Pues el INCAA, aunque llevó adelante medidas para compensar el exceso de presencia de salas extranjeras en el mercado local, no logró equilibrar el mercado. Esta falencia no se produjo porque el objetivo de las medidas fuese erróneo, sino más bien por el modo en que se planificaron e implementaron las medidas para cumplir con este objetivo.

Pues por ejemplo, la creación de los “Espacios INCAA” fue una medida que en muchos casos generó una real democratización del acceso al cine. No obstante, la falta de planificación a largo plazo, la inestabilidad en la ejecución de este programa y el poco fomento a las salas nacionales dieron como resultado más un sostenimiento de los problemas del sector de la exhibición para la producción local, que un real cambio de la estructura.

El proceso de apertura de Espacios INCAA iniciado en 2003 constituyó una de las principales intervenciones públicas explícitas sobre el sector de la exhibición. A principio de 2013 se contabilizan 42 Espacios INCAA distribuidos en 18 provincias del país y la

Ciudad de Buenos Aires. La iniciativa atravesó diferentes momentos a lo largo de la década que analizamos, aunque en términos generales, como hemos señalado, no ha logrado transformar el desequilibrio histórico en favor de las salas de origen extranjero.

Una primera etapa, hasta 2006, se caracterizó por un fuerte impulso a la apertura de salas. Después de inaugurarse el primer “Espacio INCAA” (KM0, en Congreso, donde funcionaba el tradicional cine “Gaumont”) se abrieron más salas en el centro porteño; y sucesivamente en Río Cuarto, Caleta Olivia, Rosario, Tres Arroyos Tandil, Santiago del Estero, Catamarca, Bahía Blanca, San Luis, Resistencia y Tucumán, Villa Carlos Paz, San Juan y otras localidades. En muchas de ellas era la única sala de cine existente, por lo que expresó una democratización real del acceso al consumo de cine. Este impulso inicial, como hemos descrito, también llegó al exterior, con la apertura de una sala en Nueva York.

Sin embargo, a partir de 2006 la intensidad de aquel impulso mermó ya que, a pesar de que se abrieron nuevas salas, comenzaron a cerrarse otras, particularmente en el interior del país, donde su presencia cobraba especial relevancia.

Es necesario señalar que el INCAA no publica regularmente los números de recaudación del programa “Espacios INCAA”, lo que permitiría hacer una evaluación en profundidad de la importancia de estas salas, en particular en lugares del interior del país alejados de los grandes centros urbanos.

El programa “Espacios INCAA” fue concebido con el objetivo de contribuir a resolver parcialmente algunos problemas de exhibición. Sin embargo, la falta de planificación y la improvisación en la toma de decisiones quedó en evidencia también en el sector de la exhibición: el impulso inicial de la apertura de salas, de carácter casi compulsivo, aminoró su marcha con el paso del tiempo, fundamentalmente porque el énfasis del programa estuvo puesto en la cantidad de espacios que se abrían y no tanto en el sostenimiento real de los mismos de acuerdo a las necesidades de cada localidad. Además, el proceso de cierre de salas se agravó con el correr de los años, y el INCAA no compensó en igual medida con la apertura o el reacondicionamiento de salas. A pesar de que la ley establece la obligación del “fomento”, el Instituto fue indiferente frente a la

situación de salas tradicionales como el Cine Cosmos o el Arteplex, cerradas por falta de recursos.

En definitiva, la mirada puesta en el corto plazo impidió que una iniciativa con buenas perspectivas como “Espacios INCAA” se desarrollara favorablemente, y de ese modo encontrara un nuevo punto de equilibrio con las salas de origen extranjero.

A pesar de ello, vale la pena subrayar una vez más el carácter democratizador de este programa, en la medida en que, aún con las limitaciones señaladas, permitieron un fácil acceso (al menos potencialmente) al consumo cinematográfico a cientos de miles de personas.

Por su parte, la puesta en marcha de INCAA TV, una señal televisiva exclusivamente dedicada al cine nacional, es una de las acciones más importantes del período que hemos analizado. No sólo por la potencialidad de llegada de un medio como la televisión, capaz de acceder a millones de hogares en todo el país, sino porque su implementación, en el marco de la conformación del sistema de televisión digital, implicó una inversión millonaria que permitió recuperar para el Estado nacional decenas de miles de producciones cuyos derechos de exhibición estaban en manos privadas.

El mapa de la exhibición se completa con las salas de origen extranjero, principalmente los complejos multipantalla. Desde su llegada al país, han mantenido una relación estructural en asociación con las empresas distribuidoras extranjeras, por la que toman decisiones con un alto grado de autonomía respecto de los entes gubernamentales locales. La lógica costo/ beneficio que persiguen estas empresas ha profundizado la concentración de cines en áreas urbanas. El INCAA al no regular la zona de instalación de cines comerciales, permitió la concentración de salas en pocas ciudades. Imposibilitando así la federalización del acceso a los productos cinematográficos.

Los exhibidores extranjeros componen un sistema verticalista y transnacional de negocio, en línea con las transformaciones del capitalismo descritas en el capítulo 2. De este modo han reemplazado el modelo de negocio de cine tradicional, la empresa familiar, cuyo retroceso se observa en el cierre de salas nacionales.

Por otra parte, la exhibidoras extranjeras (Hoyts, Cinemark, Village Cinema, etc.) cuentan con la capacidad para instalar sus demandas. Sistemáticamente se han opuesto a las medidas proteccionistas del cine argentino, acusando al INCAA de atentar contra la libertad de empresa y asegurando en múltiples oportunidades que aquellas les ocasionan cuantiosas pérdidas.

Sin embargo, los grandes complejos de exhibición se cuentan entre los grandes ganadores del mercado cinematográfico local. El accionar de estas empresas ha convertido en letra muerta muchas de las disposiciones del INCAA, pues se trata de actores que han operado en el mercado sin un control riguroso por parte del Estado y sin ser sancionados cuando se comprobaron faltas.

Los niveles de recaudación récord prueban que el cine en tanto hábito cultural conserva plena vigencia. Esto significa que el desarrollo acelerado de la tecnología que permite descargar películas y compartirlas todavía no pone en riesgo la vitalidad del negocio del cine. En segundo lugar, los complejos multipantallas son el único actor del mercado cuyos ingresos no dependen exclusivamente de la venta de entradas. Lo que se denomina *Candy Bar*, es decir, la venta de bebidas y comidas rápidas, representa un porcentaje cada vez más importante en las ganancias de estos complejos. Por otra parte, es importante agregar que a través de la instalación de salas extranjeras se han permeado nuevos consumos culturales ajenos a las costumbres locales (por ejemplo, el consumo en las salas de proyección).

En suma, la política de cine actúa en el contexto de un mercado pequeño (existen alrededor de 850 salas de cine en todo el país) y con altos niveles de concentración, en el que las grandes empresas extranjeras han conservado en la década analizada el poderío económico que ostentan desde que se instalaron en el país. Por otro lado, observamos que las medidas del INCAA llevadas adelante para transformar el sector tampoco dieron mayores resultados. Es el caso de la reglamentación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad: tanto los exhibidores como el propio INCAA fueron los principales actores que impidieron su efectiva implementación. Por un lado, los exhibidores, en algunos casos, se negaron explícitamente a cumplir con ambas medidas, en otros casos generaron

mecanismos para evitar el cumplimiento de las resoluciones. Por el otro lado, podemos decir que el INCAA no generó los mecanismos suficientes para controlar si los exhibidores cumplían o no con la Cuota de Pantalla y Media de continuidad. Y en los casos que se observó el incumplimiento, el Instituto no llevó adelante sanciones fuertes para estos actores.

DISTRIBUCIÓN:

En materia de medidas tomadas por parte del INCAA en la última década para el sector de la distribución encontramos continuidades y rupturas, respecto a la década anterior y dentro de este mismo período. Para un mejor desarrollo dividiremos el análisis en dos direcciones: por un lado, las acciones realizadas por parte del Instituto para el mercado interno del cine; por el otro, medidas destinadas a la distribución en el mercado externo.

En cuanto al mercado interno observamos que una misma cuestión se mantuvo a lo largo de la década. Se trata del reclamo sostenido por los distribuidores locales al INCAA sobre la limitación a la cantidad de copias con las que ingresaban al país las películas norteamericanas.

Dentro de esta cuestión, hubo algunos elementos que perduraron a lo largo de este período y otros que fueron variando. Por el lado de las constantes, observamos que el grupo de actores que reclamó siempre fue el mismo, es decir, las distribuidoras locales. También que este sector le reclamó al INCAA, y no a otro organismo del Estado, una solución. Por último observamos que el Instituto permaneció 8 años sin tomar medidas explícitas y definidas para resolver esta demanda. Claro que esto no significa que el INCAA no haya tomado una posición al respecto.

Esta demanda surgió en 2003 y se mantuvo hasta 2011, año en que el INCAA publicó la resolución N° 2114/2011, mediante la cual se reglamentó el arancelamiento a

copias extranjeras. Es decir, el reclamo de las distribuidoras locales estuvo presente a lo largo de las tres gestiones del INCAA en la última década.

Respecto a la construcción de la cuestión, observamos que los argumentos que la constituyeron y justificaron fueron variando a lo largo de la década. En 2003, el tipo de cambio y la inflación fueron los argumentos usados por las distribuidoras locales para exigir la limitación de las copias de películas extranjeras. Algunos distribuidores denunciaron que las copias de las películas se pagaban en dólares y que su costo se encarecía bastante. En el caso de las distribuidoras extranjeras, al tener el tipo de cambio favorable, ingresaban al país con gran cantidad de copias.

A partir del 2004 y con la puja de la reglamentación de la Cuota de Pantalla y la Media de Continuidad, las distribuidoras locales argumentaban que existía una competencia desleal entre los tanques norteamericanos y las películas nacionales. Pues las películas de Estados Unidos entraban al mercado local con gran cantidad de copias y no dejaban pantallas libres para las películas nacionales. Este argumento se mantuvo hasta el 2011 en forma constante. Finalmente, ese año el INCAA reglamentó el arancelamiento a copias extranjeras. Es válido decir que esta medida estaba en concordancia con las medidas implementadas por el gobierno nacional de restringir la importación de productos.

Según el INCAA, el objetivo de la resolución 2114/2011 fue desalentar la proliferación de copias de películas extranjeras en favor de habilitar más pantallas para la exhibición de cine nacional. No obstante, el resultado de la medida no cumplió con los objetivos buscados. En su implementación, la medida se tradujo en la regulación del pago de un arancel por copia, que quedó establecido de acuerdo a la cantidad de pantallas en las que se exhibiera la película y la región en la que se proyectara.

Si bien la medida buscaba desalentar la cantidad de copias por películas, no varió mucho la situación de las películas nacionales respecto a las extranjeras. Ya que Estados Unidos siempre lideró la cantidad de copias con las que estrenaba en el mercado local. En promedio el cine norteamericano poseyó el más del 70% de la cantidad de copias del mercado local. Y paralelamente, la recaudación que tuvieron las distribuidoras locales

tampoco varió significativamente. Las distribuidoras extranjeras continuaron, después de 2011, obteniendo la misma cantidad de recaudación que tenían antes de la resolución N° 2114/2011. En los 10 años que analizamos, estas empresas siempre obtuvieron más del 50% de la recaudación del mercado local.

Por lo tanto, si bien la resolución 2114/2011 buscó atender a la demanda de los distribuidores locales (de limitar la cantidad de copias con las que ingresan al país las películas extranjeras), falló en su implementación. El arancelamiento de las copias extranjeras no resolvió la cuestión que intentaba satisfacer, dado que no se tradujo en el mercado en un descenso de la cantidad de copias de esos títulos.

El status quo de las empresas extranjeras que dominan el sector de la distribución no sufrió alteración alguna, porque la limitación de las copias de películas extranjeras depende más de la capacidad de financiación que ellas tienen, que de una limitación real impuesta por el INCAA. Es preciso tener en cuenta que estas empresas han decidido históricamente la cantidad de estrenos y el número de copias con las que las películas norteamericanas salen al mercado sin la intervención de agentes locales.

Con relación al mercado externo, se observa un cambio de paradigma sobre la forma de pensar al cine. Desde el 2003 hasta el 2005, observamos que el INCAA trató de generar medidas e intercambios de codistribución con otros países y produjo gestiones que permitieron abrir nuevos mercados al cine local. Gran parte de los ingresos del sector de esos años surgieron de las divisas de la exportación de películas. Los premios internacionales también acompañaron el surgimiento de nuevos compradores y mercados de venta.

A partir de 2006, el entonces presidente del INCAA, Jorge Álvarez, mantuvo constante la idea de una producción cinematográfica local capaz de generar divisas y ganancias en el exterior. De ese modo el INCAA comenzó a delinear medidas que acercaban al cine a la definición de industria. El trabajo conjunto del INCAA, la Cancillería y el Ministerio de Economía puso de manifiesto un plan para la exportación de películas nacionales al exterior. Y al mismo tiempo colocó al cine al mismo nivel que el de cualquier otra industria de productos exportables, como la automotriz o la ganadera. Las campañas

en el exterior y la creciente participación del INCAA en viajes de negocios, comenzaban a ubicar al cine como una actividad productora de divisas. Éste proceso culminó con la firma del decreto 1528/12, mediante el cual se otorgó a la actividad cinematográfica el status de actividad industrial, con todos los beneficios que ello implica.

La conversión del cine en industria fue, a diferencia de otras medidas, una iniciativa llevada adelante por las autoridades del INCAA. Es decir, ningún grupo de actores (productores, distribuidores o exhibidores) la consideraron durante esos años entre sus demandas centrales. Esta interpretación cobra fuerza si se toman en cuenta las reuniones que mantuvo el secretario de Comercio, Guillermo Moreno, con las distribuidoras extranjeras (entre noviembre de 2011 y enero de 2012), en las que se le solicitaba a esas empresas que comenzaran a distribuir películas nacionales. En este tipo de encuentros se buscaba encontrar una relación armónica entre ingresos y egresos en la actividad cinematográfica. Es decir, se la piensa, ya no como una industria generadora de contenidos y símbolos nacionales, sino más bien desde la capacidad de generar divisas e ingresos al país. En otras palabras, en estas reuniones se privilegiaba la industria cinematográfica como generadora de activos más que de símbolos nacionales.

Al mismo tiempo, es importante destacar la cuestión del doble comando en la dirección de los asuntos del cine. Por un lado, el INCAA, fuertemente preocupado por los aspectos vinculados al fortalecimiento de la producción, por otro lado, la Secretaría de Comercio Interior, dirigida por Guillermo Moreno, que toma a su cargo la negociación con las empresas distribuidoras, para impulsar la comercialización del cine en el mercado interno y externo. Este doble comando revela la incapacidad del INCAA de tomar bajo su responsabilidad plena la puesta en circulación de los productos en el mercado. Por otro lado, la medida adoptada por el secretario de Comercio Interior, puede repercutir de modo directo en el mercado interno del cine local. Pues los productores nacionales buscarán que las grandes distribuidoras sean quienes comercialicen sus films. Ya que las distribuidoras extranjeras buscarán no sólo distribuir el film en Argentina sino también en otros países. Además, la estructura de comercialización de las grandes distribuidoras extranjeras, en comparación con las locales, otorga más seguridades en términos de

rentabilidad y estabilidad. Por otro lado, las distribuidoras extranjeras poseen relación directa con las grandes cadenas de exhibición, lo que posibilita mayor oportunidad para las películas nacionales para estrenar en salas comerciales. Por lo tanto, esta medida puede llegar a beneficiar a los productores locales, pero no así a las distribuidoras nacionales. Esta iniciativa puede llegar a generar un cambio en el status quo del mercado local, pero no sin perjudicar a las distribuidoras locales.

En el marco de la apertura de nuevos mercados, el INCAA llevó adelante “Ventana Sur”, un proyecto que buscó mejorar el posicionamiento de las películas nacionales en mercados ajenos. Ventana Sur tuvo su primera edición en 2009 y se reiteró en los siguientes tres años. Este tipo de medidas ha favorecido al cine local, no sólo en el sector de la distribución sino también en la producción, ya que se comienza a gestar un círculo en el que las películas nacionales pueden ser colocadas en mercados extranjeros y luego se puede reinvertir en el mercado local. Este tipo de proyectos pueden gestar un nuevo modelo de venta del cine nacional, y acercar progresivamente al cine local al modelo de industria que se ha delineado.

Las modalidades implementadas por el INCAA de vender títulos argentinos en el exterior no contemplaron la denuncia por parte de los distribuidores locales que aseguraba que, a la hora de vender películas al exterior, se encontraban con que las películas locales más codiciadas ya habían vendido sus derechos de explotación a empresas extranjeras. Esto se debe a que muchos productores, en pos de terminar con sus películas, buscan financiación en el exterior. En dichos acuerdos, los productores ceden los derechos de explotación en pos de obtener dinero para terminar el film. Este modelo de financiación imposibilita, por un lado, que los productores capitalicen el éxito económico y social de las películas, y por otro, que las distribuidoras locales puedan comercializar esos títulos.

Otra de las demandas que el INCAA no resolvió respecto a la venta en mercados externos fue el reclamo instaurado por distintos productores acerca de la inexistencia de una plataforma de comercialización de películas argentinas. En el modelo imperante cada productor vende su película de modo individual. A diferencia del modelo norteamericano,

donde las películas se venden por paquetes, es decir, se combinan títulos más atractivos con otros de menor interés, el modelo implementado por el INCAA es más selectivo e individualizado, lo que impide que películas más “pequeñas” tengan circulación en el mercado.

Existen, por lo tanto, dos claves importantes que deben tenerse en cuenta a fin de generar un modelo de negocio eficiente en los mercados externos y con fuertes repercusiones en el mercado local. Por un lado, la creación de una plataforma comercial de películas nacionales, que permita la venta por paquete y ya no película por película. Y por el otro, asegurar que los productores no cedan sus derechos de explotación de películas en pos de terminirlas. La combinación de ambos elementos permitiría pensar en un modelo de negocio coherente con la definición del cine como una industria de contenidos.

MEDIDAS PARA MÁS DE UN SECTOR:

Algunas iniciativas intentaron apuntar a dos o tres sectores al mismo tiempo. Observamos que durante el período analizado se mantuvo constante la demanda por parte de algunos actores del mercado cinematográfico local por una mayor transparencia en los ingresos y egresos del Instituto. No obstante, vislumbramos que los actores que reclamaban han variado con el transcurso de los años. Hasta la gestión de Liliana Mazure, es decir durante las gestiones de Jorge Coscia y Jorge Álvarez, en mayor medida eran los productores, directores y distribuidores locales quienes reclamaban al Instituto que publique sus balances, sus ingresos, sus egresos y beneficiarios. En cambio, a partir de la gestión de Mazure, quienes comenzaron a reclamar fueron la Sindicatura General de la Nación y el Ministerio de Economía. Se pasó pues de actores pertenecientes a la esfera del mercado del cine a entes estatales.

La gestión de Mazure fue la única que privilegió en su agenda la búsqueda de transparencia en las cuentas del Instituto. Al asumir la presidencia del INCAA, comenzó a

publicar la lista de quienes recibían los créditos y los subsidios en pos de saldar esta demanda. Pero esta iniciativa, al igual que otras del Instituto, no fue constante ni regular. Si bien la situación mejoró ostensiblemente, sólo se publican datos parciales, y en algunos casos en forma tardía.

Por otro lado observamos que el INCAA realizó a lo largo de los años acuerdos con China, Italia, España, etc. para coproducir, codistribuir y exhibir películas. Si bien esta medida fue constante en la década, no produjo cambios significativos al interior del mercado local. De todas formas se trata de una acción que ha servido de complemento a otras medidas que apunten a los mismos objetivos.

Por último, la implementación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad fue una medida que, si bien alcanzó cierta regularidad, pues se mantuvo desde el 2004 hasta la actualidad, sus objetivos en gran parte no se cumplieron porque ha fallado su implementación.

La Cuota de Pantalla es la única medida que les garantiza a los productores locales el acceso a las pantallas de cine comercial. Esta medida complementa a las políticas de fomento y de subsidios llevadas adelante por el INCAA. Mediante esta medida se asegura que parte de lo que financia sea proyectado en las salas de cine. La Cuota de Pantalla, por tanto, implicó el retorno a un régimen de proteccionismo industrial y paralelamente buscó terminar con el “voluntarismo” en los acuerdos entre productores y exhibidores.

Por su parte, la media de Continuidad es una iniciativa que busca paliar y regular la decisión unilateral de los exhibidores de levantar una película de las pantallas de acuerdo a sus intereses, por lo que estableció la continuidad de películas nacionales en las pantallas.

Como hemos señalado, los productores y directores fueron el sector que con mayor énfasis demandaron la reglamentación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Los complejos exhibidores y las principales empresas distribuidoras, de capital extranjero, establecieron resistencia a ambas medidas. Estas posturas se vieron a lo largo de la década. Si bien los reclamos fueron variando, se mantuvieron firmes en el rechazo de ambas medidas.

La implementación de éstas medidas fue muy importante para el sector de la producción, ya que antes de la reglamentación de la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad las películas nacionales no tenían ningún instrumento que les garantizara proyectarse en circuitos comerciales. Los productores denunciaron a lo largo de la década que el cine local no encontraba pantallas para exhibir sus films: el predominio del cine norteamericano en el cine local generaba una desproporción a la hora de estrenar. Aun cuando las medidas estaban reglamentadas, los productores continuaron denunciando que los exhibidores buscaban alternativas para no cumplir con las disposiciones vigentes.

Los complejos de exhibición multipantallas fueron quienes encabezaron los reclamos contra la reglamentación de las medidas. Afirmaban ante los medios de comunicación que sus intereses comerciales se verían afectados por tener que mantener una película con poco caudal de público. Los argumentos usados por este sector planteaban que, a través de estas medidas, el INCAA restringía la libertad en la programación de las películas, homogeneizaba el tipo de material que se proyecta en Argentina y por lo tanto atentaba contra la diversidad de los films.

Las distribuidoras locales fueron quienes argumentaron que la medida perjudicaba a los films extranjeros de “arte” o con menor capacidad de circulación en pantallas comerciales. Ya que las exhibidoras abocadas a cumplir con la Cuota de Pantalla, preferirían estrenar películas nacionales antes que extranjeras con poca convocatoria.

En 2004, el INCAA decidió reglamentar ambas medidas. Sin embargo, debió incorporar reformulaciones a ambas en varias oportunidades, en 2006, 2009 y 2012. A veces porque se planteaba que las medidas eran ineficaces para corregir la brecha existente entre el porcentaje de público en películas extranjeras y locales. Otras veces porque se denunciaba que las exhibidoras generaban mecanismos para evitar cumplir con la Cuota de Pantalla y Media de Continuidad. Pero en todos los casos observamos que las modificaciones en ambas medidas tuvieron como objetivo compensar los reclamos por parte de los productores y directores.

A pesar de las modificaciones, las medidas no tuvieron los resultados esperados. Las exhibidoras no han cumplido con ninguna de las dos, generando como hemos dicho,

mecanismos para evadirlas. A veces declaraban una cantidad de butacas menor a la real, otras veces, en algunas salas se agregaban funciones a las cinco convencionales para operar contra la media de continuidad.

El hecho de que las medidas no hayan resultado como se esperaba, ni hayan contribuido a modificar el mapa de actores o la recaudación y exhibición de películas nacionales, se debe a las fallas observadas en la fase de implementación. El INCAA no ha generado mecanismos de control eficientes, ni ha establecido sanciones cuando se detectaron incumplimientos. En suma, no encontró el modo de hacer efectivo el cumplimiento de las resoluciones.

En síntesis, si bien las medidas, acciones y gestiones que conforman la política de cine apuntaron a cambiar estructuralmente el mercado del cine, la falta o la falla de implementación de las medidas evitó cumplir con ese objetivo.

//BIBLIOGRAFÍA//

- BECERRA, Martin: "Cine, diversidad y redes con anclaje en la Argentina", Universidad Nacional de Quilmes – Conicet. Disponible en web: http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/259.pdf.

- BELTRÁN, L. (1976). "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos", *Nueva Sociedad* N°25, PP. 4-34, Buenos Aires.

- BOLAÑO, C. (2005). "Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva", en C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra (eds). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.

- BOLAÑO, C. (2011). *Comunicación y crisis del capitalismo en América Latina*. Vol. 8, Nº 15, Pp. 133 -146, Universidad del Zulia.

- BOLAÑO, C., MASTRINI, G. y SIERRA, F. (eds.) (2005). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. La Crujía, Buenos Aires.

- BUSTAMANTE, E. (2005). "Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas", en C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra (eds). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.

- GARNHAM, N. (1979). "La cultura como mercancía", en *Ikon Rivista dell'Instituto Agostino Gemelli*, nueva serie, Franco Angeli Editore, No. 3.

- GETINO, O. (2005). *Cine argentino, entre lo posible y lo deseable*, 2° Edición actualizada, Ciccus, Buenos Aires.
- GETINO, O. (2009). *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional. El cine, la televisión, el disco y la radio*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires.
- GRAZIANO, M. (1986). "Política o ley: debate sobre el debate", en *Revista Espacios*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- HUPERT, P. (2011). *El Estado posnacional. Mas allá de kirchnerismo y antikirchnerismo*, Editorial Otras Ediciones, Buenos Aires.
- InfoDAC #69, febrero de 2008. Boletín digital de Directores Argentinos Cinematográficos (DAC). Disponible en web: <http://www.dacdirectoresdecine.org.ar/infodac69/index.html>.
- JAMBEIRO, O., BRITTOS, V. y SIMIS, A. (2005). "Información y comunicaciones globales: para comprender el siglo XXI", en C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra (eds). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.
- MARINO, SANTIAGO (2011) *El Caso Argentina*, en Revisión comparada de las políticas públicas cinematográficas en latinoamérica, (En prensa) Resultados del Proyecto "Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital II" Código A/024079/09. Programa de Cooperación

Interuniversitaria e Investigación Científica de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

- MASTRINI, G. y MESTMAN, M. (1995). “¿Desregulación o rerregulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota”. Ponencia presentada en las / *Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación*, Buenos Aires.
- OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES: Anuario Industrias culturales, ciudad de Buenos Aires, año 2005. Disponible en web:
http://www.buenosaires.gob.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario_2005.pdf.
- OSZLACK, O. y O'DONNELL, G. (1984). “Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación” en Klisberg, Bernardo y Sulbrandt, José (comps.), *Para investigar la Administración Pública*, INAP, Madrid.
- POSTOLSKY, G. Y MARINO (2005). *Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios* en Mucho Ruido, Pocas Leyes, Mastrini G. (Editor), La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- PERELMAN P. y SEIVACH P. (2004). *La industria cinematográfica en la Argentina. Entre los límites del mercado y el fomento estatal*, CEDEM, Gobierno de Buenos Aires.
- KATZ, C. (2010). “Los nuevos desequilibrios de la economía argentina” en *Batalla de Ideas* N° 1, Revista de debate teórico político de la Izquierda Independiente, Septiembre 2010, Buenos Aires.

- SÁNCHEZ RUIZ, E. (2005). "El empequeñecido cine latinoamericano y la integración audiovisual ¿"panamericana"?: ¿fatalidad de mercado o alternativa política?", en C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra (eds). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.

- SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina): *Hacer la cuenta. La gestión pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura*, 1° ed., Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2010. Disponible en web: <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/hacerlacuenta.php>

- SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina): *Valor y Símbolo, dos siglos de industrias culturales de la Argentina*, 1° ed., Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2010. Disponible en web: <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/valorysimbolo.php>

- SMYTHE, DW. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism", *Canadian Journal of Political and Social Theory / Revue canadienne de théorie politique et sociale*, vol I, otoño de 1977, pp. 1 a 27. (traducción española en G.Richeri (comp.), *La televisión, entre servicio público y negocio*, G.Gili, Barcelona, 1983).

- THWAITES REY, Mabel (2005): "Estado: ¿Qué Estado?", en Thwaites Rey, M. y López, A. (eds.), *Entre tecnócratas globalizados y políticos clientelistas. Derrotero del ajuste neoliberal en el Estado argentino*, Buenos Aires, Prometeo.

- ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*, Ed. Akal, Madrid.

- ZALLO, R. (2005). "Nuevas políticas para la diversidad: las culturales territoriales en riesgo por la globalización", en C. Bolaño, G. Mastrini y F. Sierra (eds). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS:

- <http://www.lanacion.com.ar/>
- <http://www.clarin.com/>
- <http://www.pagina12.com.ar>
- <http://www.haciendocine.com.ar/>
- www.otroscines.com
- www.revistabrando.com.ar
- <http://sinca.cultura.gov.ar/>
- www.ultracine.com.ar
- www.cinesargentinos.com.ar
- <http://ar.reuters.com>
- <http://www.cronista.com/>
- <http://pcicine.blogspot.com.ar/>
- <http://www.cinenacional.com>

LEYES CONSULTADAS:

- República Argentina, Ley N° 23697/89, de Emergencia Económica. Publicada en Boletín Oficial N° 26725 el 25 de setiembre de 1989, pág. 1. Disponible en web: http://www.infoleg.gov.ar/?page_id=112
- República Argentina, Decreto N° 1633/89, Instituto Nacional de Cinematografía. Publicada en Boletín Oficial N° 26806 del 22 de enero de 1990, pág. 1. Disponible en web: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=2417>.

- República Argentina, Ley N° 24377/1994, de Cinematografía –modificaciones a la Ley N° 17741. Publicada en Boletín Oficial N° 27999 el 28 de setiembre de 1994, pág. 1. Disponible en web: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=767>.
- República Argentina, Resolución N° 2114/2011, INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES. Publicada en Boletín Oficial N° 32223 el 30 de agosto de 2011, pág 36. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/185000-189999/186104/norma.htm>
- República Argentina, Ley N° 25188/99, de Ética en el ejercicio de la función pública. Publicada en el Boletín Oficial N° 29262 el 1 de noviembre de 1999. Disponible en web: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=2717F57638A77F952A531EB6CCAA549?id=60847>
- República Argentina, decreto N° 1528/2012. Servicios de comunicación audiovisual, Registro de Productoras de Contenidos Audiovisuales, Digitales y Cinematográficos – Creación. Publicado en Boletín Oficial N° 32470 el 30 de agosto de 2012, pág. 2. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/200000-204999/201444/norma.htm>
- República Argentina, decreto N° 1527/12, CINEMATOGRAFIA, SUBSIDIO A LAS PELICULAS NACIONALES DE LARGOMETRAJE - NUEVO TOPE MAXIMO. Publicado en Boletín Oficial N° 32470 el 30 de agosto de 2012, pág. 3. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=201445>
- República Argentina, decreto N° 290/1995, REDUCCION DEL GASTO PUBLICO Y REFORMA A LA CARTA ORGANICA DEL BANCO CENTRAL. Publicado en Boletín Oficial N° 28093 el 1 de marzo de 1995, pág. 2. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=14684>

- República Argentina, decreto N° 1480/1997, APORTES AL TESORO NACIONAL-REEMPLAZO. Publicado en Boletín Oficial N° 28887 el 29 de abril de 1998, pág. 1. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=50550>

- República Argentina, decreto N° 1536/2002, CINEMATOGRAFIA, LEY 17741 – MODIFICACION. Publicado en Boletín Oficial N° 29966, pág. 4. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=77009>

- República Argentina, decreto N° 2278/02, RADIODIFUSION - TRANSFERENCIA DE FONDOS. Publicado en Boletín Oficial N° 30025, pág. 3, el 13 de noviembre de 2002. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=79495>

- República Argentina, Ley N° 25119/1999, CINEMATECA Y ARCHIVO DE LA NACION - CREACIÓN. Publicado en Boletín Oficial N° 29237, pág. 1 el 24 de septiembre de 1999. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=60114>

- República Argentina, Resolución N°2016/2004, CINEMATOGRAFIA - CANTIDAD MINIMA PELICULAS ARGENTINAS CUOTA DE PANTALLA. Publicado en Boletín Oficial N° 30432, pág. 3 el 30 de junio de 2004. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=96178>

- República Argentina, Ley N° 17741/1968, LEY DE FOMENTO DE LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA NACIONAL. Publicado en Boletín Oficial N° 21447, pág. 1 el 30 de mayo de 1968. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=17938>

- República Argentina, Resolución N°1076/2012, CUOTA DE PANTALLA. Publicado en Boletín Oficial N° 32414, pág. 22 el 8 de junio de 2012. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=198398>
- República Argentina, Resolución N°1077/2012, LISTADO DE PELÍCULAS A ESTRENAR. Publicado en Boletín Oficial N° 32414, pág. 21 el 8 de junio de 2012. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=198395>
- República Argentina, Resolución N°1078/2012, INFORMACIÓN A REMITIR. Publicado en Boletín Oficial N° 32414, pág. 22 el 8 de junio de 2012. Disponible en web: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=198396>