



**Universidad Nacional de  
Mar del Plata**



**Facultad de Ciencias  
Económicas y Sociales**

**Tesis de Grado**



**Producción de Cine y Territorio**  
**Factores que determinan el Espacio Geográfico del Rodaje**  
***“Mar del Plata Set de Filmación”***

**Autor: Sebastián Marcelo Propatto**

**Licenciatura en Economía**

**Mar del Plata**

**Marzo 2008**



**Universidad Nacional de  
Mar del Plata**



**Facultad de Ciencias  
Económicas y Sociales**

**Tesis de Grado**



**Producción de Cine y Territorio  
Factores que determinan el Espacio Geográfico del Rodaje  
“Mar del Plata Set de Filmación”**

**Autor: Sebastián Marcelo Propatto**

**Director: Mg. Ana Genero de Rearte**

**Codirector: Lic. Natacha Gentile**

**Integrantes del Comité Evaluador:**

**Lic. Amelia Ambrós**

**Mg. Fernando Manuel Graña**

## **Agradecimientos**

A mi familia, mis amigos y todos los que siempre me acompañaron en este largo camino, en especial a mi madre, que toda su vida trabajó incansablemente por sus hijos y continúa haciéndolo.

Agradezco especialmente a mis directores de tesis, Ana Gennero y Natacha Gentile, por enseñarme y acompañarme en este proyecto y por confiar en mí hasta último momento.

Quiero agradecer especialmente a los profesores Miguel Marcelo Garrote y Miriam Berges, no sólo por considerarlos dos pilares fundamentales de mi carrera, sino por brindarme su tiempo todas las veces que lo he necesitado.

Dedico esta tesis a la memoria de mi amigo Mario Nigro.

*“Si supiese que es lo que estoy haciendo, no le llamaría investigación, ¿verdad?”*

Albert Einstein

## **Resumen**

El presente trabajo tiene como finalidad conocer los factores que motivan a los productores de cine a realizar rodajes de distinto tipo (largometrajes, cortos, publicidad, documental, etc.) en un espacio geográfico determinado. El estudio se enfoca especialmente sobre la ciudad de Mar del Plata e intenta evaluar la presencia de dichos factores en la ciudad y la capacidad y el potencial de la misma como receptora y soporte de empresas productoras.

En primer lugar se realiza un análisis histórico y una caracterización de las industrias culturales en general y la industria cinematográfica en particular. Luego se indaga la influencia del territorio en la producción de cine, a través de la identificación de diferentes factores determinantes de la elección del espacio filmico.

La investigación se desarrolla sobre una metodología cualitativa, con entrevistas en profundidad semi estructuradas a informantes claves, las cuales permiten una aproximación inductiva al análisis de la problemática.

Se concluye que la mayoría de los factores que permiten promover la producción de cine en un espacio geográfico se encuentran presentes en la ciudad de Mar del Plata, aunque no en su totalidad, aspecto éste que debería ser analizado por los hacedores de política que intentan convertir a Mar del Plata en un polo generador de productos audiovisuales.

## **Palabras claves:**

Industrias Culturales – Cine – Rodaje – Espacio Fílmico - Territorio

## **Abstract**

*The present work has like purpose of knowing the factors that motivate the cinema producers to make runnings of different type (feature films, short, publicity, documentary, etc.) in a determined geographic space. The study focuses specially on the Mar del Plata city and tries to evaluate the presence of these factors in the city and the capacity and the same potential of like the receiving one and support of producing companies.*

*In the first place it is made an historical analysis and a characterization of the cultural industries in general and the cinematographic industry in individual. Soon the influence of the territory in the cinema production is investigated, through the identification of different determining factors from the election of the filmic space.*

*The investigation is developed on a qualitative methodology, with interviews in depth semi structured key informants, who allow an inductive approach to the analysis of the problematic one.*

*One concludes that most of the factors that allow to promote the production of cinema in a geographic space they find presents in Mar del Plata city, although not in its totality, aspect this one that would have to be analyzed by the policy makers which they try to turn to Mar del Plata city in a generating audio-visual product pole.*

## **Key words:**

*Cultural Industries - Cinema - Running - Filmic Space - Territory*

## Índice

<b>Introducción</b>	5
<b>Capítulo I: Contextualización, Elementos Conceptuales y Metodología</b>	8
A) Un poco de historia	8
B) Importancia económica y evolución reciente de las Industria Cinematográfica	10
C) Elementos conceptuales	13
1- Las industrias culturales y la industria cinematográfica: características del bien producido	13
2- La cadena de valor industrial y las industrias culturales	15
3- La producción de cine en la cadena de valor de la Industria Cinematográfica	15
3.a- Etapa de Producción	16
3.b- Etapa de Procesamiento y Postproducción	17
3.c- Etapa de Distribución	18
3.d- Etapa de Exhibición	19
4- Cine y territorio	21
D) Metodología	25
<b>Capítulo II: Factores que promueven la producción de cine: Análisis de resultados</b>	27
A) Factores Indirectos	28
1- Instituciones de Fomento	28
1.a- Fondos y Festivales Internacionales	28
1.b- Fondo de Fomento Nacional (INCAA)	29
1.c- Coproducción – Programa Ibermedia	34
2- Tv por cable – DVD	37
3- Tipo de Cambio	39
4- Filmación digital (Reducción de costos)	40
B) Factores Directos	42
1- Disponibilidad de tecnología	42
2- Laboratorios	43
3- Film Commissions	44
4- Locaciones – Infraestructura	48
5- Set de interiores	50
6- Presencia de actores y técnicos	52
7- Facultad de cine - Escuelas de Cine	53
8- Oferta de servicios auxiliares al rodaje	55
9- Realización de festivales	57
C) Análisis de los factores	59
<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	66
<b>Anexo I: Participación de las industrias culturales argentinas en el PBI</b>	72
<b>Anexo II: Guía de las Entrevistas</b>	74
<b>Bibliografía</b>	75

## Introducción

Las industrias culturales, entre las que se incluye la industria cinematográfica, tienen cada vez mayor incidencia en las economías regionales, convirtiéndose en un sector importante para el crecimiento y desarrollo económico de los países.

Según datos de la Secretaría de Cultura de la Nación, durante el año 2005, el valor agregado de las Industrias y Actividades Culturales de nuestro país ascendió a 9149 millones de pesos, lo que significó una participación en el PBI equivalente al 3%.

Además, considerando la evolución de las industrias y actividades culturales a lo largo del tiempo, se observa que las mismas han aumentado en valor absoluto y en participación en el PBI. En tal sentido, la participación en el PBI resulta creciente desde el año 2000 hasta el 2005, pasando de 2.3% a 3% y de 6400 a 9100 millones de pesos en valores absolutos. Asimismo, los puestos de trabajo asociados a la cultura alcanzaron para el año 2001 a 174000. (Anexo I)

En comparación con otros países, ello muestra un desarrollo intermedio. En Estados Unidos y Suecia representan un 6% y 6,5% del PBI respectivamente. No obstante, se equipara a España, con el 4,4%, y es similar al aporte que realizan en Australia y Reino Unido, en donde también es del 3%.<sup>1</sup>

Con respecto a la industria cinematográfica en particular, si bien no se cuenta con datos a nivel nacional, desde el año 2003 el sector representa casi el 1% del Producto Bruto Geográfico de la Ciudad de Buenos Aires, y la participación continúa en aumento.<sup>2</sup>

La producción, distribución y exhibición cinematográfica, constituyen las etapas principales de una industria hoy en día considerada como industria cultural, la cual produce un bien que tiene una doble dimensión: cultural y económica.

Es importante destacar que el cine presenta una alta concentración económica en las etapas de distribución y exhibición, principalmente en empresas multinacionales de capital norteamericano, que poseen salas multicine donde la mayoría de las películas que se proyectan son del mismo origen. Esto afecta directamente la demanda de películas nacionales debido a que los gustos de los consumidores se orientan hacia este tipo de films. En la exhibición cinematográfica, las producciones de Estados Unidos llegan al 85% del público.

Por otro lado, la producción de películas nacionales o internacionales está concentrada en su mayor parte en la ciudad de Buenos Aires, dado que en ella el productor cuenta con todo el equipamiento, infraestructura y servicios necesarios para llevar a cabo el rodaje de manera eficiente.<sup>3</sup>

En tal sentido, el presente estudio se pregunta acerca de la posibilidad de que una ciudad como Mar del Plata, del interior del país, con infraestructura y características acordes a esta actividad, pueda involucrarse de manera sostenible en la producción de cine, considerando que en la misma, se destacan determinados elementos que podrían contribuir al desarrollo de la industria cinematográfica local. Entre ellos se puede mencionar por un lado, la importancia que ha adquirido el cine en los últimos años, siendo el bien cultural de mayor consumo en la ciudad, hecho que está directamente relacionado con la realización del Festival Internacional de Cine.

---

<sup>1</sup> OIC. 2004. Industrias Culturales en Argentina. Los años '90 y el nuevo escenario post-devaluación. p. 10

<sup>2</sup> OIC. 2005 Anuario Industrias Culturales 2004. p. 20

<sup>3</sup> ARIAS, F. Abril 2005. Diversidad cultural en la exhibición cinematográfica en la Argentina. Un ejercicio metodológico de medición de la diversidad. p. 70.

Por otro lado, un segundo aspecto, lo constituye el crecimiento paulatino de escuelas de cine, necesarias para la generación constante de mano de obra capacitada en la especialidad.

En tercer lugar, se observa la disminución de los costos de producción gracias al avance de la era digital, facilitando el acceso a la realización de largometrajes a muchos productores independientes, especialmente aquellos que recién se inician en la actividad.

A su vez, las locaciones e infraestructura de la ciudad, hacen que la misma se muestre como un lugar propicio a la hora de decidir realizar inversiones en el rodaje de films, ya sea de largometrajes, cortometrajes, publicidades, documentales, etc.

No obstante lo anterior, y a pesar de que Mar del Plata ha sido elegida en numerosas ocasiones por prestigiosos productores<sup>4</sup>, la producción de cine a nivel local es hasta el momento una actividad artística y económica de incipiente progreso. Por lo tanto, si se quiere fomentar su desarrollo, de manera de avanzar hacia la construcción de un polo generador de productos audiovisuales, es necesario evaluar de manera integral su potencialidad de crecimiento, de manera de promover su consolidación en el tiempo a través de estrategias público-privadas que hagan sustentable a largo plazo las ventajas competitivas existentes.

Asimismo, implementar políticas que promuevan en última instancia la elección de la ciudad como set para la realización de audiovisuales, no solo generará beneficios por la entrega de un producto de características culturales, sino que también producirá impactos en el mercado laboral y en el producto bruto de la región, dado que esta actividad genera efectos positivos en el empleo directo por la cantidad de elencos artísticos, personal técnico y empleados auxiliares que intervienen en la realización de un film, su distribución y comercialización. A su vez puede incidir de manera indirecta en otros sectores como gastronomía y hotelería, contribuyendo a disminuir la estacionalidad presente en los mismos. En relación a esto, cabe destacar que aproximadamente el 30% del costo de un film queda en la ciudad en la que se lleva a cabo el rodaje, motivo por el cual la producción continua de películas en Mar del Plata puede contribuir a la generación de valor en la economía local. Finalmente, el desarrollo de esta actividad, no solo implica una nueva fuente de ingresos para la ciudad, sino que también involucra la promoción de sus atractivos paisajísticos en el resto del país y del mundo, provocando también de manera indirecta un impacto positivo en el turismo.

Por tanto, teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, esta investigación se propone:

Evaluar la factibilidad de Mar del Plata como espacio geográfico para la realización de producciones cinematográficas nacionales o internacionales.

Para alcanzar este objetivo, se hace necesario establecer los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los factores que posibilitan el desarrollo de la producción de cine en un espacio geográfico determinado.

---

<sup>4</sup> En la ciudad se han rodado una gran variedad de films entre los que se pueden mencionar *El Custodio* de Rodrigo Moreno, *Huésped* producida por el *Grupo Hexágono* y en la que han participado cerca de diez actores y técnicos marplatenses, *Como Mariposas en la Luz* coproducida por José Antonio Ciancaglini de Argentina y el grupo español BNC Producciones el cual cuenta con la actuación de Pepe Novoa, *Libertad* de Diego Yaker y *Corazón Iluminado* de Héctor Babenco en la que participa Miguel Angel Solá.

- Evaluar la presencia de los mismos en la ciudad de Mar de Plata mediante un análisis de fortalezas y debilidades.

En el Capítulo I se analiza el desenvolvimiento histórico del cine argentino, de manera tal de comprender las características actuales del sector y su relación con el problema de investigación.

Luego se realiza una caracterización de la Industrias Culturales en general y de la Industria Cinematográfica en particular, destacando la posición que ocupa la etapa de producción dentro de la cadena de valor.

A continuación, se presenta desde la economía geográfica, la influencia del territorio en la producción de cine a través de la identificación de diferentes factores, directos e indirectos cuya relevancia se evalúa mediante la realización de entrevistas en profundidad a informantes calificados del sector.

Finalmente en el Capítulo II, se analizan los factores encontrados, los cuales permiten arribar a las conclusiones que se entiende deberían ser consideradas por los hacedores de política que intenten convertir a la ciudad de Mar del Plata en un polo generador de productos audiovisuales.



## Capítulo I

### Contextualización, Elementos Conceptuales y Metodología

#### A) Un poco de historia

El cine argentino se inicia con la primera filmación realizada en 1897. Sin embargo, de acuerdo a Perelman y Seivach,<sup>5</sup> no es sino hasta comienzos de la Primera Guerra Mundial que surge como medio de exhibición masivo. El primer film con amplia repercusión popular fue *Nobleza Gaucha*, estrenado en 1915 y con ingresos que superan 30 veces sus costos. A su vez fue exportado a España y varios países de la región.

No obstante, las películas que se filman posteriormente, no tienen la misma repercusión, ya que por ese entonces la industria de cine argentino no cuenta con el apoyo estatal necesario para facilitar su desarrollo, tal como sucede en Italia y Alemania, que mediante leyes limitan la importación y estimulan la exportación de largometrajes.

Entre 1930 y 1943, el cine nacional vive lo que se conoce como *Edad de Oro*, con una producción anual promedio de 40 films. Además, por esa época también surge el cine sonoro que potencia el desarrollo de la industria. Desde sus orígenes, el cine argentino alterna éxitos con fracasos pero logrando siempre un balance positivo y sin un apoyo importante del Estado.

En 1931 se crea *Argentina Sono Film*, y al poco tiempo la *Ludminton*. Ellas son las primeras empresas en desarrollar estudios de filmación integrados tratando de imitar la organización empresarial de la industria hollywoodense. *Muñequitas porteñas* es el primer film de *Argentina Sono Film* y se rueda en su mismo año de creación.

También en los años dorados aparecen los *Laboratorios Alex*, que se convierten en los más importantes de Sudamérica por sus modernas reveladoras y copiadoras automáticas. Corresponden a esta etapa las más importantes inversiones en equipamiento e infraestructura de la historia cinematográfica nacional.<sup>6</sup>

Es importante tener en cuenta que el desarrollo de la producción local, así como el de la mexicana que surge por ese entonces, se ve favorecido por la imposibilidad de Estados Unidos de imponer en el mercado hispanoamericano sus films rodados en español, que si bien son filmados con actores y técnicos latinoamericanos, no logran atraer a los espectadores de la región. Aún cuando las producciones norteamericanas son muy importantes, la producción nacional compite con muy buenos resultados.

El auge de la producción argentina continúa en la década del cuarenta. En los primeros años, se instalan treinta estudios de filmación concentrados en su totalidad en la Ciudad de Buenos Aires, los cuales emplean aproximadamente a unas cuatro mil personas. De 32 películas filmadas en 1932, se llega a 50 en 1939 y a 56 en 1942.

Luego de esta etapa de éxito, la producción nacional comienza a declinar, debido a la decisión de Estados Unidos de reducir la venta de celuloide en represalia por la neutralidad argentina durante la segunda guerra mundial. Esto posibilita que México comience a obtener el liderazgo regional. Por otro lado, el público prefiere el cine de Hollywood generando la pérdida de convocatoria en los espectadores de clase media.

---

<sup>5</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P.; 2005. La Industria Cinematográfica en la Argentina. Entre los límites del mercado y el fomento estatal. pp. 13-21.

<sup>6</sup> KATZ, J. 2006. Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana. p 41.

Para hacer frente a esta crisis los productores comienzan a reclamar la intervención del Estado. A partir de esto, en 1944 se sanciona una ley que obliga a todos los cines del país a exhibir una cantidad mínima de films argentinos y se imponen trabas a la importación de películas extranjeras, lo que permite recuperar la producción hacia 1950. No obstante, la *Revolución Libertadora* pone fin a la política de protección al cine, y se comienzan a importar películas extranjeras sin restricción para las cuales existía una fuerte demanda. En 1956 se exhibe la mayor cantidad de films extranjeros y solo se filman 12 películas nacionales.

En 1958, las ideas del *Desarrollismo* permiten crear el *Instituto Nacional de Cinematografía (INC)*, que inicia una política de apoyo a la producción.

A fines de los años 50 surge *Aries Cinematográfica*, una empresa de producción independiente, que con una infraestructura mucho más chica comienza a competir con la única empresa que se mantiene de la etapa anterior, *Argentina Sono Film*. La ventaja de la primera proviene de sus reducidos costos fijos, no solo por una infraestructura menor sino porque alquila los decorados y contrata a los técnicos y elencos en función de la producción.

A partir de 1973 con la llegada de la democracia, el cine argentino comienza a recuperarse y empiezan a exhibirse todas las películas prohibidas por el gobierno militar de la *Revolución Argentina*. La producción nacional es de 39 películas en 1973 y 40 en 1974. Con la muerte de Perón y el inicio del *Proceso de Reorganización Nacional* se interrumpe la recuperación.

Por un lado el gobierno militar apoya la industria nacional, pero por el otro, la censura solo permite exhibir films comerciales. Además, las películas taquilleras se concentran en unas pocas productoras y el apoyo del gobierno recae sobre un grupo reducido de empresas.

En el año 1981 se produce un proceso inflacionario, que junto con la devaluación del peso, provocan el quiebre de una parte importante de la industria nacional. Los ingresos de amplios sectores de la población se reducen notablemente, lo que genera una disminución de los espectadores y el consiguiente cierre de salas, especialmente las más pequeñas.

En 1983 vuelve la democracia y con ella una nueva etapa del cine argentino. Se deroga la política de censura, con lo que las realizaciones de carácter comercial comienzan a perder terreno frente a otras temáticas abocadas a reflejar la situación argentina. Un ejemplo es el film "*No habrá más penas ni olvido*" estrenado en 1983.

En esta etapa, tres productoras argentinas concentran casi todo el mercado: *Aries*, *Argentina Sono Film* y *Cinematográfica Victoria*. En menor escala se encuentran las productoras *Victor Bo Producciones* y *GAG Producciones*.

Esta leve recuperación en los primeros años de la década del 80 se extiende hasta el fin de la misma. La asistencia del público a las salas especialmente a las proyecciones de cine nacional disminuye notablemente, por un lado por la crisis económica del momento, y por otro por la pérdida de interés de los espectadores por las temáticas abordadas y por el desarrollo paulatino del video hogareño. En 1989, la asistencia anual disminuye a 26,4 millones, menos de la mitad de la que había seis años atrás. A su vez el número de salas se reduce a la mitad.

En ese mismo año, asume Carlos Menem y se dicta una Ley de Emergencia Económica que faculta al gobierno a privatizar los medios de comunicación y suspender las subvenciones a los sectores culturales, entre los cuales se encuentra la industria cinematográfica. Por ello, el sector comienza a ejercer presiones al gobierno y apoyado por el Instituto Nacional de Cinematografía, logra exceptuar de esa medida al cine permitiendo que se continúe filmando en el país. Pero la ausencia de capitales de riesgo,

la reducción al mínimo de las salas de exhibición y el alejamiento del público por la aparición de la televisión por cable, hacen necesario el apoyo estatal para poder continuar el desarrollo de la industria.

En la segunda mitad de la década del noventa, se inicia la recuperación de la actividad. En 1994 se reemplaza al *Instituto Nacional de Cinematografía* por el *Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA)*, ente dependiente de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, con autarquía financiera y fuentes de recursos destinados específicamente a la promoción de la cinematografía autóctona.

No obstante, en 1996 se suspende la autarquía financiera del INCAA, obligando a destinar parte de la recaudación del fondo de fomento al Tesoro Nacional. A ello se suma la disminución en la concurrencia de público, lo que provoca nuevamente que en muchas ciudades del interior y barrios de la Ciudad de Buenos Aires se cierren muchas salas y sean reemplazadas por locales bailables, estacionamientos o iglesias evangélicas. Esta desaparición de salas está relacionada con la crisis de la producción cinematográfica, por la falta de pantallas para exhibir películas nacionales que son en última instancia, las más afectadas por este tipo de crisis.

Además, en esta década comienzan a concretarse fuertes inversiones extranjeras en nuevos complejos multicine y se vuelve a convocar al público a las salas, pero a aquellas donde la mayor cantidad de films proyectados son norteamericanos. La aparición de este tipo de salas, afecta a las tradicionales que no pueden competir con ellas ni en precio ni en calidad.

La industria muestra durante los años noventa una alta concentración en las fases de distribución y exhibición, provocado por la inserción de las empresas multinacionales.

De acuerdo a un documento del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires,<sup>7</sup> desde el año 2000 aproximadamente el 70% del total de espectadores es acaparado por los complejos *multipantallas*, lo que afecta negativamente la demanda de películas nacionales y por lo tanto la producción nacional.

La cantidad de espectadores de cine argentino, pasa de un 17% del total en el año 1999, a un 12,6% en el 2001 y un 9,2 % en el 2003. Ello está relacionado con el crecimiento de los *multiplex*, que concentran en mayor medida la proyección de cine norteamericano de mayor asistencia de público. La cuota de pantalla tiene el propósito de remediar este proceso.<sup>8</sup>

## **B) Importancia económica y evolución reciente de la Industria Cinematográfica**

Post-devaluación, comienza a observarse una recuperación parcial del mercado interno de la producción cinematográfica argentina, debido en mayor medida a la posibilidad de insertar los films en el mercado externo.

En el año 2003, el restablecimiento de la autarquía financiera del INCAA junto con la firma de convenios de coproducción con España e Italia, permiten abrir expectativas para el desarrollo de las producciones nacionales. En el siguiente cuadro se observa la evolución de la producción de largometrajes desde el año 1995 hasta el año 2005 inclusive:

---

<sup>7</sup> OIC. 2004. Op. cit. p. 25

<sup>8</sup> ARIAS, F. Op. cit. p. 72

**Cuadro N° 1: Películas de cine nacional producidas.  
Argentina. Años 1995-2005**

Año	Películas Producidas
1995	24
1996	37
1997	28
1998	22
1999	27
2000	39
2001	39
2002	33
2003	67
2004	69
2005	75

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio de Industrias Culturales de la ciudad de Buenos Aires

A partir del 2003, existe un incremento de más del 100% en la producción cinematográfica nacional, con un promedio de 70 películas producidas por año, de las cuales la media de estrenos fue de 60, aunque por lo menos un 20% lo hizo en el exterior.

Para el año 2005, la industria cinematográfica argentina sigue mostrándose sólida en términos de cantidad de filmes producidos y estrenados.

Luego del gran crecimiento en la cantidad de producciones en el 2003, junto con el reforzamiento de la inversión destinada al fomento del sector que se dio con la autarquía financiera del INCAA, la realización de largometrajes se mantuvo en niveles importantes. Como se observa en el Cuadro N° 1, en el año 2005 se realizaron alrededor de 75 películas.

Crecieron fuertemente las coproducciones con otros países, lo cual destaca las potencialidades que allí se abren. En conjunto, tres de cada diez producciones cinematográficas fueron realizadas o bien en coproducción con otros países o directamente para otros países.

Según el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, las producciones publicitarias, en tanto muestran un aumento sostenido (crecieron un 15% en 2003, un 35% en 2004 y nuevamente un 15% en 2005), completan en los tres años un crecimiento global de casi el 80%. En el año 2005 se realizan 990 producciones (15,5% más que en el 2004). A partir de la devaluación del 2002, este tipo de producciones está muy estimulada por las inversiones externas en materia de producción de cortos publicitarios en el país. Así, en el 2005, la mitad se exportó a un total de 40 países.

Con respecto a los destinos de las producciones audiovisuales, estos son muy variados, aunque los principales son Europa y Latinoamérica.

En relación al empleo, la evolución en los últimos años es también muy positiva. Los puestos de trabajo de personal técnico crecen en el 2005 un 28% en promedio (comerciales y largometrajes). Si tomamos como año base al 2002, el personal empleado prácticamente se ha duplicado.

A pesar de estos datos favorables, un aspecto importante que cabe destacar y que se relaciona directamente con el problema de investigación es que si bien la Ciudad de

Buenos Aires no abarca todo el universo de las producciones, la mayoría son realizadas en esa ciudad.

La producción audiovisual -filmaciones de cine, publicidad y televisión- continúa consolidándose como un sector estratégico y de gran dinamismo para la ciudad de Buenos Aires, a partir de su aporte en inversión y empleo. Las estadísticas señalan que en el año 2005, más de la mitad de los largometrajes realizados en el país (51%) y casi tres cuartas partes de los comerciales (74%) fueron filmados en la Ciudad.

En términos de empleo, crearon unos 19.000 puestos de trabajo, que fueron ocupados por 3.392 trabajadores. Se trata de empleos técnicos (no artísticos) para comerciales y largometrajes, sin contar a su vez el trabajo generado por las producciones televisivas.

En el caso de los largometrajes, como se ve en el análisis del sector a nivel nacional, se incorpora la modalidad de servicios de producción para el exterior. Esto significó que durante el 2005, cuatro coproducciones y dos servicios de producción de largometrajes para el exterior fueran realizados en la Ciudad de Buenos Aires.

Las estadísticas del BAsset (la Film Commission de la Ciudad de Buenos Aires) registran la evolución de distintos tipos de producciones que piden asistencia a dicho organismo. Aunque no se trate de todo el universo de las producciones de la ciudad, confirma la tendencia de franca recuperación del sector audiovisual y de la potencialidad de la ciudad como plató de filmación. El organismo pasó de otorgar 352 permisos en el 2003 a 3.498 en el 2005. Son permisos otorgados no sólo a producciones publicitarias, sino también a producciones televisivas, cinematográficas, documentales, etcétera.

Las producciones audiovisuales, además del aporte en inversión y empleo, contribuyen a posicionar a la ciudad como set de filmación internacional y a la conformación de un polo de producción audiovisual regional, profesionalizando aún más los recursos técnicos existentes y ayudando a una actualización tecnológica que contribuye a la competitividad del sector.<sup>9</sup>

En síntesis, estos datos muestran la elección recurrente que se hace de la ciudad de Buenos Aires, como lugar de filmaciones de formatos diversos, en especial de comerciales publicitarios dirigidos al mercado local y, crecientemente, a los mercados externos.

Ello es así por diversos motivos entre los que se encuentran la ubicación geográfica de las firmas productoras (Buenos Aires concentra prácticamente la totalidad de las empresas), la posibilidad de contar con tecnología de calidad y todos los servicios necesarios para producir, y las restricciones presupuestarias en especial para las empresas de producción independiente, lo que impide a los productores ejecutivos desplazarse a otras zonas del país.

Teniendo en cuenta estos elementos, en el presente trabajo se indaga acerca de la posibilidad de que una ciudad del interior del país como Mar del Plata, con infraestructura y características determinadas, pueda involucrarse de manera sostenible en la producción de cine, de la misma manera que hoy lo es la Ciudad de Buenos Aires.

---

<sup>9</sup> OIC. 2006 Anuario Industrias Culturales 2005. pp. 30-59

## C) Elementos Conceptuales

### 1) Las Industrias Culturales y la Industria Cinematográfica: características del bien producido.

A fin de determinar cuales son los factores que motivan a los productores a filmar en un espacio geográfico determinado, es importante conocer cuales son aquellos que originan el desarrollo de la industria en una zona determinada, lo que implica, no solo comprender las características de las industrias culturales, sino también las de los bienes y servicios que ellas producen.

En tal sentido, los primeros en utilizar el concepto de *Industria Cultural*, son los marxistas Theodor Adorno y Max Horkheimer en su libro *Dialéctica del Iluminismo*, el cual se escribe a mediados del Siglo XX. En el mismo los autores denuncian la estandarización de los contenidos culturales derivados de la aplicación de técnicas reproductivas aplicadas a la creación cultural.<sup>10</sup>

Asimismo, las industrias culturales entre las que se encuentran el cine, video, televisión, música, libro y diarios entre otras, presentan características particulares que las diferencian del resto de las industrias. En relación a esto, se destaca que el bien que ofrecen se distingue por ser tanto un bien cultural como un bien económico, esto último asociado a la existencia de una determinada rentabilidad y un riesgo de inversión. En el caso particular del sector audiovisual, un informe del Banco Interamericano de Desarrollo<sup>11</sup> describe específicamente que en el mismo convergen la dimensión económica y cultural. Es decir, que asociado al aspecto económico se encuentran por un lado empresarios, capital, recursos humanos, tecnología, producción, distribución, estrategias de mercado, etc., y asociado al aspecto ideológico cultural, es decir la fase de creación artística, se encuentran presentes autores, guionistas y valores estéticos. Y además, estas dos dimensiones están directamente relacionadas con el espacio geográfico en el cual se lleva a cabo el rodaje, ya sea de un largometraje, corto, documental o publicidad, entre otros.

Por su parte, la UNESCO en 1982, precisa las características distintivas de los bienes y servicios culturales y de las industrias que los producen. Así, entiende por bien cultural aquel que trasmite una idea, valor simbólico y modo de vida, e informa o entretiene, contribuyendo a forjar y difundir la identidad colectiva, así como a influir en las prácticas culturales. Además se transmiten sobre soportes capaces de ser reproducidos industrialmente y multiplicados para su circulación masiva. De esta manera, se pueden identificar los servicios culturales como todas aquellas actividades que sin adquirir la forma de un bien material, atienden a un deseo, interés o necesidad de la cultura. Son aquellas actividades en las que el consumidor se informa o disfruta de un bien que no adquiere, y al que solo accede para llevarse consigo las ideas, informaciones, imágenes o emociones que dicho bien le proporciona.<sup>12</sup>

De acuerdo con este concepto, una película (el bien) proporciona un servicio al ser exhibida, debido a que el consumidor no se apropia del bien cultural, sino de ideas, valores, creencias, imágenes o emociones. Distinto es el caso cuando la película es transformada en video o DVD, y por lo tanto el consumidor adquiere un bien cultural.

---

<sup>10</sup> ALBORNOZ, L. 2005. Las Industrias Culturales como concepto. p. 18.

<sup>11</sup> BID. 2002. Programa de desarrollo de la Industria Audiovisual Nacional. p. 1

<sup>12</sup> GETINO, O. Octubre 2005. Las IC como concepto. p. 37.

Se puede por tanto definir a las industrias culturales, también denominadas industrias del entretenimiento o industrias de contenidos, como aquel sector de la economía caracterizado por generar bienes y servicios de contenidos simbólicos (ideas, valores, creencias) siguiendo la lógica de un proceso de producción industrial, y caracterizado por:

- la materia prima, que se encuentra protegida por derechos de autor, y ensamblada sobre un soporte tangible o electrónico. En el caso de la industria cinematográfica, la materia prima o insumo lo constituye el guión.

- Los bienes, (fijados sobre soportes tangibles o electrónicos) son producidos, conservados y difundidos en serie, con circulación generalmente masiva. Con respecto a la industria de cine, el proceso industrial puede ser analizado desde dos puntos de vista: por un lado se encuentra la producción en serie de largometrajes, que es la forma que siguen las productoras especialmente estables para disminuir los riesgos de la inversión y amortizar el costo de la infraestructura, y por otro lado, el proceso industrial se observa en cada película al momento de realizar las copias en forma masiva para su proyección en las salas de todo el país.

- Poseen procesos de apropiación social que es distinto para cada persona. En el caso particular del cine, el valor simbólico es percibido y apropiado por cada individuo de manera distinta, y esto se da porque el film muestra ideas, imágenes, creencias, con las cuales se identifica cada uno de una manera diferente con respecto al otro. El servicio es el mismo para todos: la proyección de una película; no obstante lo que se apropia cada individuo de esa proyección está en función de las vivencias, identidades y creencias de cada persona.

- Implica la integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de la ciudadanía.<sup>13</sup>

- Los bienes se caracterizan por ser no rivales, en el sentido que el consumo que hace una persona del mismo, no impide que otra persona también lo consuma.

- Son bienes no excluibles, ya que el costo marginal de abastecer a un consumidor adicional es prácticamente nulo.<sup>14</sup>

- Se trata de productos que provocan un efecto de diferenciación social, por lo que su consumo es proporcionalmente mayor y más sofisticado en los sectores de mayor poder adquisitivo. En el caso específico de la industria cinematográfica, esta situación se observa especialmente en aquellas filmaciones que son proyectadas en salas de elevada categoría.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> GETINO, O. Op. cit.

<sup>14</sup> KATZ, J. Op. cit. p. 7

<sup>15</sup> GAMIR ORUETA, A. 2005. La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial. p. 181

En casi todas las industrias culturales y en especial en la industria cinematográfica nacional, la tasa de fracasos es alta y los pocos éxitos deben ser suficientes para superar a todos los fracasos. Por tanto, la tasa media de retorno que el productor exige para invertir en estas actividades es elevada, ya que la misma presenta un alto grado de riesgo. Ello influye negativamente en las decisiones de los productores ejecutivos al momento de financiar el rodaje de un film, especialmente aquellos llevados a cabo por productoras independientes que dependen en mayor medida del financiamiento externo, y esto incide en las posibilidades de trasladar el rodaje del film a espacios ajenos al lugar donde se encuentra ubicada la productora.

Por otra parte, el hecho de que determinadas actividades culturales persigan la lógica de un proceso de producción industrial, implica que las mismas se hallan configuradas a través de un entramado de sectores o eslabones que en su conjunto constituyen la denominada Cadena de Valor de las Industrias Culturales, entre las cuales se incluye la cadena de valor de la Industria Cinematográfica.

## **2) La cadena de valor industrial y las industrias culturales.**

El proceso a través del cual se crea un bien incluye diferentes etapas, las cuales conforman en su conjunto lo que se denomina la cadena de valor. De esta manera, la misma se puede definir como el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, las cuales van desde la obtención de fuentes de materias primas, hasta que el producto terminado es entregado al consumidor final.<sup>16</sup>

Todas las empresas integran un eslabón de la cadena de valor, ninguna es habitualmente autosuficiente, lo que significa que todas las etapas están interrelacionadas y son necesarias una a la otra. En tal sentido, cada compañía puede entenderse en el contexto de toda la cadena de actividades creadoras de valores de las cuales ella es sólo una parte.<sup>17</sup>

Así, las industrias culturales como tales, no escapan de esta lógica, por lo que también se hallan organizadas mediante eslabonamientos productivos. En el siguiente apartado, se presenta la cadena de valor característica de la industria cinematográfica y en particular se analiza la cadena de valor de la industria del cine argentino.

## **3) La producción de cine en la cadena de valor de la industria cinematográfica**

Si bien el presente trabajo se orienta específicamente a la etapa de producción, es importante conocer la estructura y comportamiento de la industria en su totalidad, dado que ello permite comprender la función que cumplen las empresas productoras al interior de la cadena productiva, y de esta manera resulta posible determinar la importancia de las interrelaciones entre etapas, como uno de los factores que afectan la decisión del lugar del rodaje por parte del productor.

Así, la cadena de valor de la industria cinematográfica, está compuesta por 4 etapas sucesivas:

---

<sup>16</sup> MORILLO, M. Ene.-Jun. 2005. Análisis de la cadena de valor industrial y la cadena de valor agregado para las pequeñas y medianas industrias. p. 55.

<sup>17</sup> SHANK, J.; GOVINDARAJAN, V.; 1997. Management estratégico de costos. p 63.



- Etapa de producción
- Etapa de procesamiento y postproducción
- Etapa de distribución
- Etapa de exhibición

A continuación se analizan las características particulares de cada una de las etapas y de los actores involucrados en las mismas, siguiendo los trabajos realizados por Pablo Perelman y Paulina Seivach<sup>18</sup> y por Jorge Katz.<sup>19</sup>

### 3.a) Etapa de producción

El primer eslabón de la cadena de valor es la producción del film. Las empresas de producción se encargan de organizar todo el proceso de rodaje, que implica seleccionar el guión, contratar a directores, actores, camarógrafos, iluminadores, sonidistas, montajistas, vestuaristas, músicos, etc., como así también la edición de imagen y sonido y la negociación de los derechos de comercialización con las distribuidoras.

Las productoras pueden ser divididas en dos grupos bien definidos: por un lado se encuentran aquellas empresas estables que invierten permanentemente en la producción de películas, y en segundo lugar se hallan las empresas independientes o que realizan producciones circunstanciales.

Con respecto a las empresas estables, una característica importante es el mayor costo fijo que poseen en relación a las productoras independientes, debido a que deben mantener la infraestructura y los salarios del personal técnico y administrativo en forma permanente. Además cuentan con equipamiento propio y estudios de grabación, lo que las obliga a realizar producciones en forma continua para amortizar las inversiones en los equipos, y también para reducir el riesgo de inversión compensando los éxitos de taquilla con los fracasos.

Entre las productoras estables más conocidas de nuestro país se pueden citar a *Pol-Ka*, *Argentina Sono Film*, *Aries Cinematográfica Argentina* y *Patagonik Film Group*. Las cuales, a pesar de disponer de recursos propios y vínculos sólidos con inversionistas privados en comparación con las productoras independientes, la rentabilidad de la inversión que presentan las hace depender en gran parte de los subsidios otorgados por el INCAA.

También las productoras estables muchas veces se asocian con los canales de televisión para efectuar producciones más rentables, obtener una buena promoción del film y posteriormente poder vender los derechos de exhibición al canal. Un ejemplo de este tipo de coproducciones es el caso del film *Caballos Salvajes* realizada por Canal 13 y la productora *Pol-ka* en 1995. En general, la asociación con los canales de televisión depende de los resultados esperados del film. En este sentido, cuanto mejor es el resultado esperado, el incentivo de la productora a asociarse es menor, ya que al coproducir el canal se hace partícipe de las ganancias. De otra manera, cuanto más incierto es el resultado del film, más atractivo resulta para la productora asociarse con el canal.

Por su parte, las productoras independientes, tales como *Onix*, *Argentina Cine*, *Andón Films*, *Vértigo*, *Humus* y *Promofilms* entre otras, presentan características

---

<sup>18</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. pp. 69-96.

<sup>19</sup> KATZ, J. Op. cit. pp. 38-41

distintas a las productoras grandes. En este caso, por lo general carecen de estudios propios y no disponen de técnicos permanentes, los estudios de filmación que utilizan son en su mayor parte alquilados, y el personal técnico es contratado en forma temporaria para la realización de cada largometraje. Se diferencian también de las anteriores, en que prácticamente no tienen costos fijos, y por lo tanto no están obligadas a filmar de manera continua para amortizar el costo de una gran infraestructura. Así, la producción se torna más flexible y el costo medio de filmación se vuelve mucho más bajo y es en su mayor parte financiado con préstamos del INCAA, créditos y subsidios otorgados por organismos latinoamericanos o europeos, premios obtenidos en festivales o bien aportes de inversores privados.

No obstante, como la mayoría de las veces los recursos obtenidos de esta manera no alcanzan para cubrir los costos del film y obtener una rentabilidad aceptable, otra mecánica utilizada por las productoras independientes es diferir el pago de las remuneraciones a los técnicos, artistas u otros empleados, comprometiéndose a cancelar los mismos al momento de recibir los subsidios del INCAA. Esta modalidad, significa que los trabajadores son los que terminan financiando el rodaje y por lo tanto corren un riesgo que depende del resultado de film, ya que no todas las películas reciben los subsidios del Instituto.

Por otro lado, también existe una categoría de empresas adicional a las anteriores: lo que Octavio Gettino<sup>20</sup> denomina empresas de producción circunstancial, esto es, aquellas que realizan películas que en su mayor parte son proyectos familiares, para que en un futuro se transformen en una productora independiente si es que el realizador de la *ópera prima*<sup>21</sup> logra que esta tenga una buena repercusión.

Una diferencia importante a tener en cuenta entre las productoras estables y las independientes o de producción circunstancial, es que las primeras no solamente producen para cine, sino también elaboran productos para televisión: como telenovelas o series, por lo tanto, el riesgo de invertir en un film no afecta tanto a la rentabilidad esperada por la productora en el caso de que el mismo no tenga el éxito previsto.

### **3.b) Etapa de procesamiento y postproducción**

El segundo eslabón de la cadena de valor de la industria del cine está compuesto por las empresas de laboratorio, las cuales se encargan de realizar el copiado de películas y efectuar el procesamiento de imagen, sonido y diseño en formato filmico. En nuestro país existen tres firmas que participan en esta etapa: *Cinecolor*, *Metrovisión* y *R+T* las cuales se encuentran ubicadas en su totalidad en la Ciudad de Buenos Aires. Según Pablo Perelman,<sup>22</sup> Cinecolor efectúa el 90% de las copias que se realizan en el país.

Los laboratorios representan un gasto importante en la filmación de un rodaje, y como los materiales que se utilizan son en su mayor parte importados, los valores están total o parcialmente dolarizados. Ello provocó que la devaluación del 2001 afecte negativamente a la producción de largometrajes, especialmente el realizado por las productoras independientes que cuentan con recursos económicos sustancialmente menores que en el caso de las productoras permanentes. Así por ejemplo los costos de postproducción, que implican el procesamiento de sonido e imagen, películas vírgenes,

---

<sup>20</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 72

<sup>21</sup> Opera prima hace referencia a la primera cinta de un productor o director.

<sup>22</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 93

etc., fueron los que más aumentaron, ya que siguieron directamente la evolución del dólar. Por su parte la realización de negativos, masterización, copias y corte de negativos, tuvieron una repercusión menor en los costos, pues solo se encontraban dolarizados en un 50%.

Al mismo tiempo, un aspecto importante a tener en cuenta y que afecta la calidad final de la película, es que algunos procesos de laboratorio deben hacerse en simultáneo con la realización del rodaje, y el hecho de que el director tenga que procesar diariamente lo que filma para evaluar si se ajusta a sus expectativas implica un aumento importante en los gastos de cintas y laboratorio, y por lo tanto conlleva a resignar la filmación de algunas escenas para aquellos directores que trabajan con presupuestos estrechos o bien no volver a filmar alguna escena que pueda tener fallas técnicas o artísticas.

### 3.c) Etapa de distribución

La tercera etapa de la cadena de valor está dedicada a la distribución de los largometrajes para que puedan ser exhibidos, ya sea en salas de cine, televisión abierta, cable, o video. Las empresas encargadas de realizar la distribución, obtienen ingresos en función del precio que cobran por la comercialización, siendo el acuerdo más común aquel por el cual la distribuidora coloca el material en las salas a cambio de un porcentaje del valor de la entrada vendida que ronda entre un 10 y un 20 %.

La productora acuerda con la distribuidora la cantidad de copias a realizar y le entrega las películas a ésta. Cuando finaliza la exhibición de la película, las copias deben ser devueltas a la productora. De esta manera, la distribuidora comparte el riesgo de fracaso con el productor y por lo tanto el incentivo a orientar los esfuerzos a que se vendan más entradas. No obstante, al no participar en la etapa de producción, no tienen interés en que la película tenga buenos espacios de exhibición, y por lo tanto promueven más que nada aquellos films que consideran atraerán mayor cantidad de público, independientemente del origen del film. De esta manera, dejan de lado los intereses de los productores nacionales especialmente independientes.<sup>23</sup>

La distribución del material argentino especialmente cine independiente, es realizada por *Distribution Company* y *Primer Plano Films Group*, ambas empresas de origen argentino. Las películas de productoras estables como *Pol-ka* o *Argentina Sono Film* son distribuidas en su mayor parte por distribuidoras internacionales como *Buena Vista – Disney*.

Las principales ventajas de este tipo de distribuciones, especialmente cuando la película logra el éxito esperado en el país de origen, radica en que proveen una red de contactos mucho más grande, la prensa es más importante y presentan la posibilidad de proyectar la película en el extranjero en circuitos comerciales. La desventaja radica en que las distribuidoras le pueden otorgar a la película un interés menor del esperado, debido a que manejan un número elevado de largometrajes, muchos de los cuales se espera que tengan un gran éxito de taquilla como es el caso de los llamados “tanques” norteamericanos. Esto puede provocar que el film se estrene en una época del año de menor cantidad de público o bien en simultáneo con este tipo de largometrajes.

Con respecto al origen de las distribuidoras, las extranjeras, en su mayor parte norteamericanas, son por lo general filiales de productoras del mismo país y controlan,

---

<sup>23</sup> KATZ, J. Op. cit. p. 40

según el CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano), aproximadamente las tres cuartas partes del mercado. Esto implica un elevado grado de concentración en la distribución de films. Entre estas distribuidoras podemos encontrar además de *Buena Vista – Disney*, a *Universal – Paramount*, *Warner*, *Fox* y *Columbia*.

### **3.d) Etapa de exhibición**

La exhibición del film en salas de cine es la última etapa de la cadena de valor de la industria cinematográfica. Este eslabón es, al igual que la etapa de distribución, uno de los más concentrados, dado que aproximadamente el 70 % del mercado se concentra en cuatro firmas internacionales: *Cinemark* y *NAI / Paramount – Showcase* de capital norteamericano, y *Hoyts General Cinemas* y *Village Road Show* de origen australiano. En el caso particular de la ciudad de Mar del Plata opera la firma *Cinemacenter* de capitales norteamericanos, la cual concentra desde el 2004 todos los cines multipantallas de la ciudad.

En relación a esta etapa, se destaca que el número de salas se reduce notablemente durante la década del ochenta y la primera mitad de los noventa, debido a la disminución del público impulsado por el desarrollo del video hogareño y posteriormente la aparición del cable. También, y en paralelo al cierre masivo de salas tradicionales, aparecen los gigantes internacionales, esto es, complejos multisalas especialmente ubicados en shoppings de categoría, que rompen con las costumbres del público. Estos espacios tienen la característica de estar equipados con tecnología importada directamente desde el país de origen, con sonido *dolby digital surround*, pantallas rectangulares de pared a pared y presentar un mayor confort y seguridad en comparación a las salas tradicionales.

Además, sus ingresos no solamente provienen de la venta de entradas, sino también de los consumos que giran alrededor de la proyección de los films, como la venta de comidas y el merchandising de las películas, que tienen el beneficio de que las ganancias no las deben compartir con otros eslabones de la cadena productiva.

En este sentido, a diferencia de la situación Europea, en donde los complejos multisalas solo pueden instalarse en los suburbios, en nuestro país se ubican en el centro de las ciudades más importantes (Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, San Luis, La Plata, Mar del Plata y Santiago del Estero entre otras), lo que genera una situación negativa sobre los cines tradicionales, que no pueden competir contra estos complejos.

Además, esta situación ocasiona cierto efecto nocivo sobre los exhibidores independientes, dado que quedan con poco margen para seleccionar los films a proyectar, debido a que si no siguen la lógica del mercado, las películas que elijan pueden no ser consumidas por el público que se encuentra muy influenciado por la promoción y la prensa que realizan las *majors*.

Asimismo, es importante tener en cuenta que los films que se proyectan, no son elegidos directamente por el público que los consume, sino que son los distribuidores y exhibidores los que determinan a través de programadores las películas a estrenar. Esta situación, afecta particularmente al cine nacional, ya que los espectadores se ven influenciados por estrategias de marketing. Ello provoca que productoras nacionales excepto las más fuertes, no puedan competir con los films internacionales, especialmente norteamericanos y de gran convocatoria.

Así describe la situación anterior el productor cinematográfico Pablo Rovito:

*“Tenemos muy concentrada la actividad. El 60% de los espectadores se concentra en 12 complejos de salas, y la competencia en esos lugares es feroz. Cualquiera que tenga un poco más de 30 años se acuerda de la época en que abría el diario y elegía que película iba a ver y a que cine iba. Eso desapareció. Cada vez más la elección está en el punto de venta, que son los shoppings en donde se concentran las salas.*

*Cuando uno le pregunta a la gente, se encuentra con que la mayoría va siempre al mismo complejo, como por ejemplo el Village o el Cinemark. Pero además, ya ni siquiera van con horario. Dicen: ‘nos encontramos en tal complejo’. Entonces entran en ese corralito, donde no solamente tienen toda la información ambiental de lo que se está dando, sino que la multiplicación de copias de una misma película les permite alternar horarios.”<sup>24</sup>*

En función de esto, los productores argentinos comienzan a reclamar al Estado apoyo para una mejor competencia con los films extranjeros, lo que lleva a que en el 2004 se reglamente por un lado la cuota de pantalla, es decir un espacio de tiempo obligatorio para cada sala en el cual debe proyectar una película argentina, y en segundo lugar la media de continuidad, que consiste en un promedio calculado para cada pantalla que sirve como mínimo de referencia para decidir si el film es remplazado o no. Esto permite que una película argentina medianamente exitosa no sea levantada y reemplazada por una gran producción, si se espera que esta última convoque más público.

A su vez, el Estado intenta apoyar la producción de cine argentino mediante la creación de espacios públicos de exhibición, para de esa manera asegurar a los productores un espacio para la proyección de sus films. El precio de las entradas es notablemente menor al resto de las salas. Estos complejos están funcionando en mayor medida en la Ciudad de Buenos Aires, y los casos más conocidos son el *Complejo Tita Merello* y los *Espacios INCAA – Kilómetro 0* en el viejo cine *Gaumont*, el cual es acondicionado por el Instituto junto a otras salas del interior del país para la proyección de películas de origen nacional. En el caso particular de la ciudad de Mar del Plata, esto funciona en la sala de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP), y en el Teatro Auditórium.

De acuerdo a Perelman y Seivach<sup>25</sup> esta medida es importante para los productores nacionales, pero el problema no radica tanto en la cantidad de salas de exhibición, sino más bien en la competencia con las películas extranjeras que llegan al país con una gran inversión en publicidad y buenas críticas, sin que hubiese hasta hace poco una media de continuidad que garantizase el cumplimiento efectivo de la cuota de pantalla para el cine nacional. Además, plantean que se pueden crear salas estigmatizadas de cine argentino, y esto es un riesgo ya que lo que se requiere es tener los mismos espacios que las producciones que provienen de otros países.

---

<sup>24</sup> FEINMANN, V. Nov. 2004. El libro y el cine intercambian experiencias. p. 11.

<sup>25</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 92

#### 4) Cine y Territorio

Llegados a este punto, y luego de haber presentado un panorama acerca de la complejidad presente en las industrias culturales en general, así como de la industria audiovisual en particular, entendiendo esta última como el producto de diferentes etapas encadenadas, resulta importante, a los fines de la presente investigación, concentrar el análisis en el primer eslabón de la cadena productiva, esto es, en la producción de cine, y en particular en la relación que ésta posee con el territorio, de manera de identificar los factores que motivan a los productores a filmar en un espacio geográfico determinado.

A tal fin, se recurre a la Geografía Económica y a la Economía Regional como disciplinas que explican los determinantes del desarrollo de las industrias en las diferentes regiones. En el sentido, de acuerdo con el Dr. Ricardo Méndez,<sup>26</sup> se entenderá el territorio como un agente activo que influye en forma directa, tanto sobre las posibilidades para que surjan iniciativas empresariales en determinado tipo de actividades, como favoreciendo o dificultando su desarrollo posterior, su decisión de implantarse en determinados lugares y delimitar sus áreas de actuación.

Siguiendo esta idea, los factores que motivan el desarrollo industrial en una determinada región, están inmersos en la realidad espacial del propio territorio, sea un país, región, área metropolitana, o cualquier ciudad. De esta manera, pueden considerarse por ejemplo los siguientes:

- El acceso al capital y la oferta de mano de obra
- El grado de acceso a la tecnología apropiada
- El grado de acceso a la información estratégica
- El volumen de empresas existentes y su distribución
- Las condiciones naturales y las herencias derivadas del pasado
- Las pautas culturales dominantes
- La organización político - institucional
- La movilidad de la población

A su vez, Francisco Albuquerque<sup>27</sup> enumera ciertos factores que deben ser considerados esenciales para favorecer el desarrollo de la industria en una localidad:

- El sistema educativo, de capacitación y su vinculación con la producción
- El acceso a infraestructuras básicas de calidad (Energía, Agua, Transporte y Telecomunicaciones)
- Relaciones laborales favorecedoras del involucramiento de trabajadores
- Acceso eficiente a servicios de sanidad
- El acceso al crédito y financiamiento especialmente para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

A los fines de dar cumplimiento a los objetivos planteados en el presente trabajo asociados a la producción de cine, para comprender la forma en que se unen la producción cinematográfica con el espacio de filmación, se utiliza el trabajo de los

---

<sup>26</sup> MENDEZ, R. 2004. Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global. pp. 2-3

<sup>27</sup> ALBUQUERQUE, F. 2004. El Enfoque del Desarrollo Económico Local. p. 8

geógrafos Agustín Gámir Orueta y Carlos Manuel Valdés,<sup>28</sup> los cuales analizan los determinantes que relacionan al cine con el espacio geográfico. De acuerdo con Orueta y Valdés<sup>29</sup>, existen determinados elementos que son tenidos en cuenta por los productores, y que influyen en su decisión del espacio geográfico de filmación. Es importante considerar que los diferentes factores son considerados en conjunto y no en forma aislada, por lo que las posibilidades de desarrollo industrial en un determinado territorio serán mayores en la medida que más aspectos pueda cubrir el mismo:

- En primer lugar prevalecen factores tales como la red de infraestructuras y locaciones existentes, el tejido productivo y las posibilidades de acceso al territorio, como así también la existencia de servicios a la producción, tales como alojamiento y manutención.

- Un segundo elemento está directamente relacionado con los costos. El rodaje de una película requiere diferentes gastos de la productora para poder ser llevado a cabo. Entre estos se encuentran gastos de traslado, hotelería y gastronomía, tasas y permisos locales, como así también los desembolsos en otros servicios anexos y necesarios a la producción cinematográfica (alquiler de vehículos, helicópteros, barcos, contratación de carpinteros, herreros, servicios de seguridad, etc.). Lo anterior implica que sólo grandes proyectos cinematográficos, sobre los que se espera una considerable recaudación, puedan afrontar el coste de rodar en lugares alejados de la casa productora. Ello indica además que en la medida que una ciudad pueda cubrir estas actividades y a un costo menor en relación a otras, mayores serán las posibilidades de ser elegida por los productores.

- Un tercer aspecto está relacionado con el interés del director por reflejar el paisaje. Cuando el rodaje transcurre en lugares alejados de los estudios, se debe básicamente al interés del director (o productora) por mostrar con la mayor exactitud y veracidad posibles las localizaciones que afectan a la narración, o cuando los escenarios presentan una mejor calidad visual o poseen determinados monumentos y paisajes.

En relación a esto último, Orueta y Valdez<sup>30</sup> explican que el grado de protagonismo que se concede al paisaje en el cine puede variar significativamente. En un extremo de la escala se encuentran películas en las que el paisaje, lejos de ser un escenario, es el protagonista no declarado. Tal es el caso de aquellas filmaciones en las que los personajes sirven de conductores para que el espectador aprecie las cualidades del paisaje, en especial cuando se trata de espacios naturales sin explorar. En el otro extremo se incluyen aquellas películas en las que resulta indiferente cualquier espacio geográfico para el desarrollo de la trama argumental. En general esto se observa en muchos films de acción, en los que cualquier paisaje casi siempre urbano, resulta válido e intercambiable. Pero la mayor parte de las películas se encuentran en una posición intermedia entre ambas situaciones extremas.

- Por otra parte, en el caso de aquellos territorios que no sólo sirven de escenario puntual de un rodaje sino que ya colaboran en distintas producciones, aparecen otro grupo de actividades más consolidadas y con una mayor vinculación con la actividad cinematográfica. Tal es el caso de la presencia de personal auxiliar a la filmación como

---

<sup>28</sup> GAMIR ORUETA, A.; VALDEZ, C. M. 2007. Cine y Geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas. pp. 1-27.

<sup>29</sup> GAMIR ORUETA, A.; VALDEZ, C. M. Op. cit p. 11

<sup>30</sup> Ibid. p. 19-23

artistas, técnicos de fotografía, edición, sonido, etc. que son tenidos en cuenta por productores que llegan al territorio y necesitan de los mismos para la realización de trabajos específicos.

- Asimismo, otro factor importante que influye en el desarrollo de la industria del cine en una región o localidad determinada, es la intervención y apoyo por parte del Estado. La producción de cine presenta una dimensión industrial que se está superponiendo cada vez más a su dimensión artística. En tal sentido, es importante concebirla como una actividad empresarial más cuyos productos se elaboran, distribuyen y exhiben ante el espectador-consumidor, utilizando las mismas estrategias empresariales de integración horizontal y vertical, formación de redes, aumento de escala, estandarización, apertura hacia otros mercados, acceso a la tecnología, etc. que adoptan otras ramas de la industria.

En relación a ello, un informe del Ministerio de Economía,<sup>31</sup> afirma que en referencia a los bienes culturales, la cuestión política entra en juego en el mismo momento en que estos bienes sean considerados como bienes públicos. De esta manera, en la medida en que estos productos generen una utilidad que exceda a la que obtiene el propio consumidor, los procesos de producción y de circulación comercial no deberían ser librados a la lógica del mercado, sino que por el contrario, deberían estar intervenidos por el Estado a través de políticas públicas activas a favor de los consumidores.

Ello implica que en la medida que el Estado (Municipal, Provincial o Nacional) intervenga en el desarrollo industrial estableciendo mecanismos de promoción y fomento (como en el caso de la Provincia de San Luis), mayores serán las posibilidades de desarrollo de la industria en una determinada región.

- Relacionado con lo anterior, pero más que nada con cuestiones de orden administrativo, es relevante la presencia en el espacio de rodaje de instituciones sin fines de lucro y generalmente promovidas por los gobiernos locales o regionales, cuyos principales objetivos son los de actuar como intermediarios entre la administración pública y la industria cinematográfica. Se trata de las denominadas Film Commission o Film Office, las cuales se encargan de promocionar, difundir y apoyar a los productores y realizadores que pretenden rodar en el territorio.

Para cubrir estos fines, las Films Commission ofrecen información sobre la industria de servicios que exista en la zona a ser utilizada por el equipo de rodaje, información sobre las características físicas del territorio e incluso llegan a ofertar un inventario ordenado de localizaciones. Además, tal como vuelven a explicar Orueta y Valdés,<sup>32</sup> es habitual que presenten un catálogo de películas ya filmadas en ese entorno como reclamo publicitario.

En resumen, en los párrafos precedentes se han expuesto algunas consideraciones sobre las industrias culturales y en particular la industria cinematográfica, haciendo hincapié en los bienes y servicios que producen, los cuales se caracterizan principalmente por ser tanto culturales como económicos. En tal sentido, dado que los mismos generan un efecto de diferenciación social, y a la vez tienen características que los hacen ser considerados como bienes públicos, que conforman la identidad colectiva,

---

<sup>31</sup> CEP. 2004. La Industria del Libro en Argentina. p. 1.

<sup>32</sup> GAMIR ORUETA, A.; VALDEZ, C. M. Op. cit. p. 26



se vislumbra como imprescindible la intervención del Estado, no solo para regular el mercado sino también para fomentar la producción cinematográfica nacional.

Por otro lado se explicó la función que cumplen las productoras de cine, analizando el comportamiento de las mismas en el mercado y la relación e influencia que ejercen sobre éstas las demás actividades que forman parte de la cadena de valor. Surge como variable relevante a analizar, la importancia de contar con un laboratorio de revelado dentro del ámbito en el cual se rueda el film.

Por último, se presentaron ciertos elementos que parecen influir en el desarrollo de la producción de cine en determinados espacios geográficos, revelando la existencia de factores que son tenidos en cuenta por las empresas productoras al momento de seleccionar el lugar de rodaje. Así, aparecen como variables relevantes: la presencia de locaciones e infraestructura asociados a la actividad, servicios necesarios para la producción como hotelería y gastronomía, la reducción en los costos de filmación, la presencia de personal auxiliar al rodaje, el acceso a la tecnología, la existencia de Film Commissions y la intervención del Estado en la promoción y fomento.

Ello posibilita asumir a priori que existen factores claves y con diferente grado de influencia, que motivan a los productores el decidir rodar en un territorio, espacio geográfico o localidad determinada.

En el siguiente capítulo, se pone en evidencia a partir de los elementos conceptuales presentados y de entrevistas realizadas a referentes claves del sector, los factores que efectivamente son tenidos en cuenta por los productores en el momento de elegir el lugar de rodaje, y se realiza un análisis de la presencia de los mismos en la ciudad de Mar del Plata destacando de manera explícita sus fortalezas y debilidades.

## D) Metodología

Si bien la relación entre cine y geografía, y más específicamente el análisis de los determinantes del espacio geográfico de filmación, es un área dentro de la economía industrial de reciente investigación, ha sido posible mediante un intensivo trabajo de búsqueda bibliográfica y documental, obtener la información que permitió conceptualizar correctamente la tesis y conseguir los fundamentos teóricos necesarios de manera tal de poder concretar los objetivos propuestos en este estudio.

En relación a esto, se destaca que la presente investigación, realizada entre octubre de 2006 y marzo de 2008, es de tipo exploratorio y descriptivo. Se intenta descubrir y comprender, a través de un enfoque cualitativo basado en la utilización del método inductivo, cuáles son los factores que intervienen al momento de decidir el espacio geográfico para la realización de un rodaje, y la percepción de los realizadores respecto a las características y relevancia que dichos factores poseen a la hora de elegir a la ciudad de Mar del Plata como espacio de filmación.

De esta manera, se considera como Espacio Geográfico de Filmación, aquel territorio que es utilizado como soporte para el rodaje de producciones audiovisuales, entre las que se incluyen largometrajes, cortometrajes, documentales y publicidad. Si bien se pueden incluir también las producciones destinadas específicamente para televisión, a efectos de acotar el estudio se consideran solamente las realizaciones destinadas a ser exhibidas en cine, independientemente de que a su vez sean reproducidas en otros medios.

Al mismo tiempo, para determinar los factores que afectan la elección del espacio fílmico y su presencia e importancia en la ciudad de Mar del Plata, se parte de la información obtenida por el relevamiento bibliográfico, pero es a través de entrevistas en profundidad semi estructuradas a informantes calificados y a diferentes actores del sector, como se puede analizar la problemática objeto del presente estudio. (Anexo II: Guía de las entrevistas)

La selección de informantes se realizó desde dos perspectivas: por un lado teniendo en cuenta a aquellos actores que trabajan en la producción audiovisual, y por otro lado aquellos que trabajan para el desarrollo de la producción. Dentro del primer grupo, se han realizado entrevistas personales a los siguientes profesionales:

- Julio Lascano. Productor y director de largometrajes, cortometrajes y publicidad en Mar del Plata. Director de arte de Caótica Producciones. Entrevista realizada el 21/03/07.
- Ignacio Laxalde. Productor de Cine Independiente. Integrante de la Productora Cinematográfica Humus ubicada en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevista realizada el 05/10/07.
- Carlos Pontano. Productor de publicidad y programas para televisión en Mar del Plata. Director de Bloom Producciones y Pontano Publicidad. Realizada el 15/04/07.
- Oscar Alvarez. Director. Realizador. Director de la Escuela de Cine F. Fellini de Mar del Plata. Entrevista realizada el 19/09/07.
- Diego Ruiz. Realizador. Profesor de la Escuela F. Fellini de Mar del Plata. Entrevista realizada el 19/09/07.

Dentro del segundo grupo, es decir aquellos informantes que trabajan para el desarrollo de la producción, se hicieron entrevistas personales a:

- Marcelo Marán. Secretario de Cultura del Partido de General Pueyrredón. Entrevista realizada el 19/02/07
- Marcelo Giancaterino. Integrante de *MdQ Film*. Entrevista realizada el 29/12/06.
- María Gitlein y Gabriel Babela. Voluntarios de *MdQ Film*. Entrevista realizada el 10/01/07.

Finalmente, la información se completó, con el aprovechamiento de fuentes secundarias de información, utilizándose las siguientes entrevistas:

- Pablo Rovito. Productor cinematográfico. Entrevista realizada por Virginia Feinmann en noviembre de 2004 para el Observatorio de Industrias culturales de la Ciudad de Buenos Aires.<sup>33</sup>
- José Ramón Novoa. Productor de cine de Venezuela. Entrevista realizada por Rodolfo Rico en julio de 2004 para la revista virtual *Espacio Cine Independiente*.<sup>34</sup>
- Pablo Trapero. Productor cinematográfico. Entrevista realizada por Roberto Blanco en Octubre de 2004 para la revista *Nueva*.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> FEINMANN, V. Op. cit. pp. 10-15

<sup>34</sup> RICO, R. A. Julio 2004. El cine multipaís. Entrevista a José Ramón Novoa.

<sup>35</sup> BLANCO, R. Octubre 2004. 'Quiero que mis películas sean solidarias con las ideas.' Entrevista a Pablo Trapero.

## Capítulo II

### Factores que promueven la producción de cine: Análisis de resultados

Partiendo de los elementos conceptuales expresados en el Capítulo I y habiendo realizado el análisis de las entrevistas, se han identificado una serie de factores que influyen de manera diferente en las decisiones de los productores a la hora de elegir el lugar de filmación. En virtud de estas diferencias consideradas sustantivas, y con la finalidad de ordenar la presentación de los mismos, se decidió dividirlos de acuerdo al siguiente criterio: por un lado se asociaron aquellos factores que si bien afectan la producción de cine, solo tienen una influencia indirecta en la elección que hace el productor del lugar geográfico de filmación; y por otro lado se encuentran aquellos factores que no solo influyen en la producción, sino que intervienen de manera directa en la selección del espacio geográfico de rodaje.

Por tanto esta división deriva en dos grupos: el grupo I asociado a los factores indirectos y el grupo II asociado a los factores directos, de acuerdo a la menor o mayor influencia que ejercen sobre las decisiones del productor vinculadas a la elección del espacio geográfico de la filmación.

#### Grupo I – Factores Indirectos:

- Instituciones de Fomento:
  - a) Fondos y Festivales Internacionales
  - b) Fondo de Fomento Nacional (INCAA)
  - c) Coproducción - Programa Ibermedia
- TV por cable - DVD
- Tipo de cambio
- Filmación Digital (Reducción de costos)

#### Grupo II – Factores Directos:

- Disponibilidad de tecnología
- Laboratorios
- Film Commissions
- Locaciones - Infraestructura
- Set de Interiores
- Presencia de Actores y Técnicos
- Facultad de Cine - Escuelas de cine
- Oferta de servicios auxiliares al rodaje
- Realización de Festivales

Se analizan a continuación las características particulares de los factores identificados en ambos grupos, intentando descubrir en primer lugar su importancia en la decisión de los realizadores, como así también la presencia de los mismos en la ciudad de Mar del Plata.

## **A) Factores Indirectos**

### **1) Instituciones de Fomento**

Hay una serie de factores que permiten que la producción de cine se desarrolle como industria, uno de ellos es el financiamiento necesario para llevar a cabo una producción cinematográfica. En el caso particular de la producción de cine nacional, la escasez de capital y las restricciones en el acceso al crédito, son los principales problemas que enfrenta las productoras especialmente independientes, y ello dificulta la competencia con las películas extranjeras principalmente las norteamericanas, que tienen asegurados los ingresos por la venta de los derechos de exhibición en cine o televisión y la edición en video y DVD.<sup>36</sup>

La escasez de financiamiento para filmar una película se debe a sus resultados inciertos, y a que no se sabe hasta el día de su estreno cuál va a ser la convocatoria real de público. Además, la voraz competencia con los films norteamericanos demandados por la mayoría de la población, repercute negativamente en las posibilidades de desarrollo del cine argentino. Por otro lado, el riesgo se ve incrementado cuando se busca que la producción tenga un estándar mínimo de calidad y una aceptación del público, ya que se incurre necesariamente en un mayor costo. Por ello, para que un país o una región desarrolle la industria cinematográfica se requieren medidas de protección y de fomento.

En Argentina no existe el cine independiente desde el punto de vista económico. La mayoría de las producciones necesitan de subsidios y créditos para ser viables económicamente. Además, la falta de financiación al ser una actividad que requiere de costos de producción y distribución elevados, se traduce en un condicionamiento a la libertad creativa en pos de una mayor atención de los gustos y demanda del público, especialmente en las producciones independientes.<sup>37</sup>

En relación a esto el productor Pablo Trapero opina que:

*“El concepto de cine independiente es falso porque es totalmente dependiente de un montón de cosas. Las producciones dependen de mucha planificación, de construcciones creativas y financieras. Y es dependiente de los recursos económicos y de la gente que forma parte de una industria de laburantes.”*

Existen diferentes fuentes de financiación a las que pueden acceder las productoras. Entre ellas se pueden nombrar a Fondos y Festivales Internacionales, el Fondo de Fomento Nacional, y el Programa Ibermedia destinado específicamente a la realización de coproducciones entre productoras de diferentes países.

#### **1.a) Fondos y Festivales Internacionales**

Una de las formas que tienen las productoras de financiar sus largometrajes es a través de los Fondos Internacionales. Entre los más importantes se encuentran el *Fond*

---

<sup>36</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 27

<sup>37</sup> OIC. 2005. Pymes de la cultura. El desafío de la competitividad. Encuentro internacional pymes de la cultura. Buenos Aires. 8 y 9 Nov. p. 29

*Sud Cinéma* en Francia, *Euroimage* el cual se conforma con el aporte del Consejo Europeo, y el *Hubert Bals Fund* de Holanda.

El *Fond Sud Cinéma*, es un fondo dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores y del Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia. Financia películas de ficción, animación o documentales para ser exhibidas en salas francesas. *Euroimage*, vigente desde 1998, provee ayuda para la distribución y exhibición en salas europeas. El *Hubert Bals Fund* creado en 1988, es un fondo conformado con los aportes del Ministerio de Relaciones Exteriores, organismos públicos y ONGs de Holanda, y asiste con no más de € 30.000 a largometrajes y documentales de productores de países en desarrollo. Varios proyectos argentinos recibieron el aporte de este fondo, entre ellos *La Ciénaga*, *Tan de repente*, *Bolivia* y *Un oso rojo*.<sup>38</sup>

Para el productor Ignacio Laxalde,

*“los Fondos Internacionales de Fomento son muy importantes debido a que permiten desarrollar la producción internacional.”* Por otra parte opina que *“si bien una productora grande tiene más posibilidades de conseguir créditos y subsidios de estas Instituciones que una productora pequeña, todas en mayor o menor medida tienen acceso”*

En muchos casos, la única manera que tienen los productores independientes y en particular aquellos jóvenes que realizan su ópera prima de obtener ganancias reduciendo el riesgo, es recurriendo a estos fondos internacionales, o bien a los premios obtenidos en Festivales importantes, como el de *Róterdam*, *Cannes*, *La Habana*, *San Sebastián*, *Chicago*, *Berlín*, o incluso el mismo *Festival Internacional de Cine de Mar del Plata* entre otros.

Para Julio Lascano, en el financiamiento cinematográfico deben participar tanto capitales privados como públicos. Cree que esto es así porque considera a la producción de cine como una forma de inversión, pero también como un aporte al arte y la cultura, por lo que ese aspecto no debe ser descuidado por los productores ejecutivos, y en este sentido las empresas privadas también deben colaborar con el fortalecimiento de la cultura y la identidad nacional. Asimismo, también considera que es importante la presencia de fondos internacionales que impulsen a productores independientes y con recursos limitados a la realización de películas.

### **1.b) Fondo de Fomento Nacional (INCAA)**

El motivo por el cual existen políticas públicas de apoyo a la producción de cine argentino son varias: en primer lugar, contribuye al desarrollo de la identidad, idiosincrasia y cultura nacional, a conocer la historia y las problemáticas locales, como así también a conocer el país y sus diferentes localidades.<sup>39</sup> En segundo lugar, sin el apoyo del sector público, la mayoría de las películas no podrían realizarse, en función del elevado riesgo debido a las inversiones que implica. Asimismo, el apoyo al cine argentino permite aumentar la competencia del mismo en el exterior, implica crecimiento económico y por lo tanto generación de empleo. Por último, se puede

---

<sup>38</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 56

<sup>39</sup> Ibid. p. 45

argumentar la asistencia estatal al desarrollo de la industria de cine, alegando la fuerte competencia con las películas norteamericanas y en condiciones de inferioridad.<sup>40</sup>

Desde 1994, la fuente principal de financiamiento en Argentina es el *Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales* (INCAA). El mismo, regulado por la *Ley 17.741 de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica* modificada por la *Ley 24.377*, está constituido como un ente dependiente de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, con autarquía financiera y fondos destinados específicamente al desarrollo de la cinematografía argentina. A su vez dispone de diferentes instrumentos como cuotas de pantalla y otras medidas de fomento, por medio de las cuales se benefician los productores.

Su principal objetivo es transformar al cine argentino en una verdadera industria cultural, para lo cual, se vale del *Fondo de Fomento Cinematográfico* conformado entre otros con los siguientes aportes:<sup>41</sup>

- Un impuesto del 10% aplicable sobre el precio básico de cada entrada a espectáculos cinematográficos, el cual recae directamente sobre los espectadores.
- Un impuesto del 10% aplicable sobre el precio de venta o locación de todo tipo de videograma grabado, el que recae directamente sobre los adquirentes o locatarios.
- Con un impuesto del 40% del total de las sumas percibidas por el COMFER por la facturación a los canales de televisión abierta y por cable.
- De los intereses, sanciones y multas que se apliquen.
- Con recursos provenientes del reembolso de créditos.

A su vez, de acuerdo al artículo 24 de la Ley<sup>42</sup>, el fondo de fomento será aplicado a:

- El otorgamiento de subsidios a la producción y exhibición de películas nacionales.
- La concesión de créditos cinematográficos.
- La coproducción de películas cinematográficas nacionales.
- Otorgar préstamos a las empresas productoras para la adquisición de maquinarias, equipos, instrumental y accesorios para su equipamiento industrial.
- La participación en festivales cinematográficos de las películas que determine el Instituto.
- La realización de festivales cinematográficos nacionales e internacionales en la República Argentina.
- La promoción en el país y en el exterior, de actividades que concurran a asegurar la mejor difusión, distribución y exhibición de las películas nacionales.

---

<sup>40</sup> KATZ, J. Op. cit. p. 46

<sup>41</sup> LEY N° 17.741. 1968. Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional. Art. 21

<sup>42</sup> LEY N° 24.377. 1994. Ley Modificatoria de la Ley N° 17.741. Art. 24

- El tiraje de copias, gastos de publicidad y anticipos de distribución para fomentar la comercialización de películas nacionales en el exterior.
- La organización de concursos y el otorgamiento de premios.

#### Ejemplos de aplicación de medidas de fomento en Argentina

- b.1) El sistema de subsidios a la producción cinematográfica
- b.2) El sistema de créditos a la producción cinematográfica
- b.3) La cuota de pantalla y la media de continuidad

#### b.1) El sistema de subsidios a la producción cinematográfica

El otorgamiento de subsidios representa la mitad de los fondos de fomento del INCAA. De acuerdo al artículo 26 de la Ley<sup>43</sup>, el INCAA subsidiará las películas de largometraje cuando contribuyan al desarrollo de la cinematografía nacional en lo cultural, artístico, técnico o industrial.

Los requisitos mínimos que debe cumplir un film para acceder a los subsidios son:

- Ser hablado en idioma castellano, y realizado en su mayoría por personal de nacionalidad argentina o extranjeros domiciliados en el país.
- Haberse rodado y procesado en el país.
- No contener publicidad comercial.
- Ser rodado en paso de 35 milímetros.
- Ser una coproducción con el extranjero, en cuyo caso el INCAA subsidiará en función de la participación nacional en la producción.

Para el otorgamiento de los subsidios, el INCAA realiza una clasificación de los films en:

- ✓ Interés especial: aquellos que ofreciendo suficiente calidad, contengan relevantes valores morales, sociales, educativos o nacionales, estén destinados a la infancia, o alcancen indudable jerarquía artística por el contenido temático de interés que trabajan.
- ✓ De interés simple: que si bien mantienen la calidad de las de interés especial, no son relevantes en cuestiones sociales o educativas.
- ✓ Sin interés: aquellas que apoyándose en temas o situaciones aberrantes o relacionadas con el sexo o las drogas, no atiendan a un objetivo de gravitación positiva para la comunidad.

Los subsidios se integran por dos componentes. Por un lado el *subsidio de taquilla*, o también llamado de *recuperación industrial*, que es determinado en función de la recaudación que obtiene una película por su exhibición en cines. Por otro lado, el subsidio para el *paso a medios electrónicos*, el cual es accesible en función del resultado del film en las salas o su exhibición en televisión. Ambos subsidios en su conjunto no

---

<sup>43</sup> LEY N° 17.741. Op. cit. Art. 26



pueden superar el costo medio fijado por el Instituto: \$ 1.500.000 para películas de interés especial y \$ 1.250.000 para los casos de interés simple.<sup>44</sup>

### b.2) El sistema de créditos a la producción cinematográfica

Los créditos son otra de las formas en que se utilizan los fondos del INCAA y son otorgados a través de entidades bancarias. Para acceder al mismo, las productoras deben presentar el guión, el elenco tentativo, un presupuesto y un plan económico financiero. En función de ello y de las posibilidades de acceso a la distribución y exhibición comercial, se estima el riesgo que será asumido por el Instituto. En la actualidad el máximo préstamo a otorgar no sobrepasa los \$ 500.000. El acceso al crédito es más importante para las películas de costo medio o bajo, ya que dependen en mayor medida del apoyo del Instituto para ser llevadas a cabo. En relación a los cortometrajes, si bien la Ley prevé la entrega de créditos a la realización de cortos, en la práctica esto todavía no ha sido llevado a cabo.<sup>45</sup>

### b.3) La cuota de pantalla y la media de continuidad

Otra de las formas que tiene el INCAA para fomentar la producción de cine nacional, es mediante la cuota de pantalla, que de acuerdo al *artículo 1 de la resolución 2016/04*<sup>46</sup>, consiste en la cantidad mínima de películas nacionales que deben exhibir obligatoriamente las empresas en un período determinado. Hoy el mínimo se encuentra en una película argentina por trimestre para las salas de estreno, y de cuatro películas para las salas no clasificadas.

La cuota de pantalla es de una semana, es decir el productor tiene asegurada la exhibición de su película durante ese lapso, pero para seguir en cartel debe alcanzar la media de continuidad, es decir la cantidad mínima de espectadores exigidos por la resolución que deben asistir a ver el film en una misma sala.<sup>47</sup>

La gran mayoría de las películas, en especial las de directores recién iniciados, no logran superar esa media que varía en función de la preclasificación de los films en A, B o C según la cantidad de salas en las que son estrenados al mismo tiempo. La cuota de pantalla también se debe aplicar a la exhibición de cortometrajes aunque en la práctica todavía no se ha reglamentado, al igual que la aplicación de la misma en televisión.

Esta es una de las principales diferencias con el sistema europeo, en donde la mayoría de las películas que se exhiben en televisión deben ser europeas. La posibilidad de proyectar cortometrajes en cine es muy importante, ya que es el formato con el cual trabajan generalmente en un primer momento los directores jóvenes, y a través del cual se hacen conocidos posibilitando realizar su primer largometraje en un futuro.<sup>48</sup>

En apoyo o fomento de las mencionadas cuotas de pantalla, el Instituto ha creado los *Espacios INCAA*. Estos tienen por objetivo, además de hacer que el público cambie su

---

<sup>44</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 39

<sup>45</sup> Ibid. p. 40

<sup>46</sup> RESOLUCION N° 2016. 2004. Cuota de pantalla. Art. 1

<sup>47</sup> Ibid. Art. 2

<sup>48</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 50

hábito de asistencia al cine a favor del cine nacional, solucionar el problema de las posibilidades de estreno del film y su posterior mantenimiento en cartel.

Para el productor Daniel Burman, las políticas públicas de fomento deberían estar puestas más que nada en el acceso democrático a los medios de comunicación, para que también puedan desarrollar su carrera aquellos estudiantes de cine o nuevos directores que lograron hacer una película con fondos propios o no, pero que no logran acceder al circuito comercial por el costo publicitario y demás. Así afirma que *“...es más barato para Marlboro publicitar en Av. Corrientes que para una película argentina.”*<sup>49</sup>

Con respecto al INCAA y a su apoyo a la producción de cine argentino, hay diferentes opiniones encontradas al respecto. Julio Lascano afirma que la presencia del Instituto es necesaria, especialmente cuando se quiere acceder al circuito comercial:

*“Tengamos en cuenta que hay como dos maneras de hacer cine. Una sería filmar con un presupuesto, con apoyo del Instituto si uno quiere entrar a las salas comerciales, y otra es hacerlo de manera absolutamente independiente, es decir con lo que tenés filmas una película, en donde hablar de 35mm es difícil y acceder al circuito comercial aún más.”*

Por otro lado, observa Lascano, que el apoyo del INCAA en el acceso de las películas al circuito comercial está mal dirigido y que en general son los films de productoras estables las que más acceden a los créditos y subsidios, lo que en parte puede afectar al desarrollo del cine argentino:

*“Muchas productoras independientes no tienen las mismas oportunidades que Polka. Uno lo que ve en los shoppings son las películas norteamericanas en gran medida, y eso no está bien, porque el espectador se educa con un tipo de cine, y lo que hace falta son más películas para ver en salas comerciales, que no solamente en el Festival de cine puedas ver películas de otros lugares. Y eso incentivaría más a filmar acá, porque se sentiría que el único cine posible no es el norteamericano.”*

No obstante, hay opiniones que indican que el Instituto está intentando lograr que el cine argentino sea una verdadera industria. En tal sentido, el productor Pablo Rovito opina lo siguiente:

*“Lo que veo con optimismo, es que en este momento hay como nunca, un importante apoyo del Estado en cuanto a regular el mercado, e intentar entender el fenómeno productivo y acompañarlo. Hace 17 años que hago cine y política en cine, y es la primera vez que veo un entendimiento del tema en este sentido. Es bueno que desde el Estado se esté asumiendo a la Industria Cultural como Industria.”*

Por su parte, para el realizador Oscar Alvarez, sin el apoyo del Estado no se puede hacer cine en Argentina:

*“Países como Inglaterra, España, Canadá, Australia, necesitan de subsidios para producir. Ni te digo nosotros. Pensá que una película de un millón y medio de pesos que es lo normal, necesita que la vean muchas más personas que ese número para cubrir el costo por si misma. Porque un 10% tiene de impuestos, un 20% se queda el*

---

<sup>49</sup> OIC. 2005. Op. cit. p. 22

*distribuidor y encima lo que se queda el exhibidor. Más de la mitad se lo lleva la cadena de distribución y exhibición. Y encima tenés que contar que se dan entradas gratis que te quitan ingreso y se supone que vos no contás con eso. Esto hace que el promedio baje. Si no hay financiamiento del Instituto no se puede hacer cine en Argentina.”*

Por su parte Marcelo Marán, Secretario de Cultura del Municipio de Gral. Pueyrredón, cree que el Instituto es necesario para darle impulso a los productores a filmar, tanto independientes como no, y para posibilitar mediante la aplicación de leyes el acceso de los films a la pantalla grande:

*“Con respecto al costo de un film y las posibilidades de créditos y subsidios, creo que hay muchas posibilidades desde el INCAA para acceder a los mismos. No solamente se llevan los subsidios las más grandes como Pol-ka, etc. Hay créditos para todo tipo de películas. De todos modos creo que esto no complota con el tema de la industria local, con el desarrollo de la industria del cine en la ciudad. El hecho de poder acceder o no a los apoyos del Instituto puede complotar con el desarrollo de la cinematografía nacional. Aunque es importante tener en cuenta que en estos últimos años se han filmado un montón de películas con el apoyo del Instituto, lo que implica que está funcionando bien. Yo creo que los realizadores se quejarían automáticamente si el Instituto no estuviera aportando... ...El cine nacional se vende muy bien, y sin embargo hay una pelea de lo realizadores, del INCAA y demás a sostener la cuota de pantalla, la cantidad de películas argentinas que tiene que haber en los cines. Porque si eso lo dejás al libre mercado, desaparece el cine nacional, porque hay intereses mucho más grandes.*

*Es la batalla de siempre, es una batalla que yo creo que va a ser eterna. Ahí hay un efecto que está dado por la publicidad y por el poder económico, que hace que la elección de la gente esté dirigida hacia los productos que son masivos, y eso es una realidad. ¿Cómo modificas eso? Y bueno, son políticas culturales nacionales que deberían ser aplicadas con mucho rigor y con mucho poder, porque si vos empezás a seguir la estructura te encontrás con poderosos. Uno de los negocios más importantes que hay es el de la diversión, y está controlado absolutamente. No es una cuestión de voluntarismo, es un sistema donde hay intereses económicos.”*

En definitiva, los comentarios anteriores muestran la importancia del Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales en el desarrollo de la industria cinematográfica argentina. Ello es así, no solo por los beneficios económicos que implica, sino también porque contribuye a la generación de la identidad e idiosincrasia de la sociedad. Además, la propia característica de bien público, conlleva la necesidad de contar con un ente estatal que regule el mercado, equilibrando el beneficio social con el privado.

### **1.c) Coproducción - Programa Ibermedia**

Por otra parte también se destaca como un factor que afecta al desarrollo de la industria del cine, especialmente para aquellas productoras que no pueden financiar su proyecto, la posibilidad de realizar coproducciones, es decir producciones conjuntas

entre dos o más productores de un mismo país o de diferentes países.<sup>50</sup> Realizar producciones conjuntas, tiene tanto su ventaja como desventaja.

El principal beneficio radica en la posibilidad de que el proyecto se pueda concretar, ya que un socio aporta su capital, como así también la oportunidad de comercializar el film en otros lugares. No obstante, las ganancias del productor pueden verse reducidas, debido a que son compartidas entre los distintos participantes en función al aporte realizado.

Una de las formas que tienen los productores nacionales de realizar su proyecto, es a través de la coproducción con el INCAA. De acuerdo al artículo 48 de la Ley 17.741,<sup>51</sup> el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales podrá producir películas de largometraje por el sistema de coparticipación, mediante aportaciones de capital y de bienes por parte del Instituto, y de capital, bienes y servicios personales por parte de los productores. El capital aportado por el INCAA, no puede exceder el 70% del presupuesto total del film. A su vez se requiere como obligatorio para el acceso a los fondos la participación de un distribuidor, quién debe comprometerse a anticipar los importes relacionados con la publicidad y copias de las películas para que sean proyectadas en las salas.

También relacionada con la coproducción, está la realización de películas en asociación con canales de televisión. De esta manera, las productoras se aseguran la promoción del film en la pantalla televisiva, especialmente en los programas de mayor audiencia, y la posterior venta de los derechos de exhibición al canal. Además, el productor cuenta con ingresos que no tendría si el film no logra buena repercusión en las salas.

Con relación a este tema María Gitlein y Gabriel Babela, voluntarios de *MDQ Film*, plantean que:

*“A las productoras independientes les resulta muy difícil llegar a este tipo de coproducciones. Sólo las más conocidas tienen acceso, como Pol-ka o Argentina Sono Film.”*

Por otra parte se encuentran las coproducciones entre diferentes países. Las mismas tienen la posibilidad de financiar parte de su producción a través de los fondos internacionales. Uno de los fondos más importantes de asistencia a films realizados entre productoras de diferentes países, es el *Fondo Iberoamericano de Ayuda Ibermedia*, más conocido como *Programa Ibermedia*. Creado en noviembre de 1997 a partir de la Cumbre de Jefes de Estados realizada en la Isla Margarita, su principal objetivo consiste en estimular la coproducción de películas para cine y televisión en Iberoamérica, financiando el montaje inicial de proyectos cinematográficos, la distribución y promoción de películas en el mercado regional, y la formación de recursos humanos para la industria audiovisual. La asistencia es tanto técnica como económica.

Está constituido por 19 países entre los que se encuentran España, Portugal, Argentina, Brasil, Cuba, Colombia, Venezuela, Chile y México. España financia aproximadamente el 50% del programa.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> BID. 2002. Op. cit. p. 3

<sup>51</sup> LEY N° 17.741. Op. cit. Art. 48

<sup>52</sup> BID. 2002. Op. cit. p. 28

Los préstamos del Fondo no deben exceder los U\$S 200.000 y no pueden superar el 50% del presupuesto total del film coproducido.<sup>53</sup> Entre 1998 y 2001, 32 films argentinos recibieron el apoyo de este fondo, entre los que se encuentran *Antigua vida mía*, *El bonaerense* y *Todas las azafatas van al cielo*.

De acuerdo con el Dr. Néstor García Canclini,<sup>54</sup> Ibermedia es uno de los grandes acontecimientos de los últimos años, ya que a partir de la creación del mismo, se han coproducido en solo seis años un 178% más de películas que en los quince años anteriores a su nacimiento (164 contra 59). A su vez, cree que las productoras independientes no deben competir con las grandes transnacionales, sino más bien intentar encontrar su lugar, el cual se ve potenciado a través de este fondo.

Por otro lado, considera que la única posibilidad de recuperar enteramente la inversión de un film es exportando el mismo, ya que el mercado interno es insuficiente para ello. En este sentido resalta la importancia del Programa Ibermedia como medio de acceso de las producciones a otros países.

El productor José Ramón Novoa explica que la producción es una de las tareas más complicadas en la realización de un film, sobre todo en la parte del financiamiento. Considera como primera medida recurrir a los institutos nacionales de apoyo al cine, y luego la posibilidad de coproducciones internacionales, ya que genera multiplicación de fondos y por otro lado la película se convierte en multipaís:

*“Al hacer una coproducción con España, una coproducción con Chile, lográs que la película tenga esa nacionalidad también. Y permite que el productor tuyo en Chile venda ya la película como si fuese chilena. Por ejemplo el caso del film Punto y Raya, que está coproducido por España, Chile, Uruguay y Venezuela. Y al ser los cuatro países miembros del Fondo Ibermedia, te permite aplicar allí también. Lo fundamental para hacer una coproducción con cualquier país de Iberoamérica es que tú tengas un productor de ese país de acuerdo en participar en ese proyecto. Y conseguir un coproductor, es el trabajo del productor de toda la vida. Esto es como una gran familia... ...es gente que se va conociendo a través del tiempo.”*

En síntesis, en relación a las Instituciones de Fomento, y a partir del análisis de las diferentes opiniones de los entrevistados, se puede concluir que las mismas son fundamentales para el desarrollo de la cinematografía nacional e internacional. Asimismo, se observa que a pesar de que los intereses económicos de los grandes empresarios siempre están presentes, la mayoría opina que todas las productoras pueden llegar a acceder a las diferentes fuentes de financiamiento público, lo que muestra la importancia de estas instituciones.

Por otra parte, con relación específica al Fondo de Fomento Nacional, se puede apreciar que el INCAA es considerado por los informantes como un factor muy importante para que el cine logre su desarrollo pleno como industria, debido a que posibilita que pequeños productores puedan llevar a cabo su proyecto. Además obliga a que el rodaje sea realizado en el país y a que el personal contratado sea en su mayoría de nacionalidad argentina, lo que impacta positivamente en la economía nacional.

Asimismo, con referencia a la coproducción, se destaca que existen diferentes posibilidades para que los realizadores puedan concretar el proyecto. Merece especial consideración el Fondo Ibermedia, el cual es calificado como uno de los grandes

---

<sup>53</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 56

<sup>54</sup> OIC. 2005. Op. cit. p. 40

acontecimientos de los últimos años respecto al fomento de la producción cinematográfica, ya que genera multiplicación de fondos y a su vez posibilita la exportación del film.

## 2) TV por cable - DVD

Dos factores que afectan el desarrollo de la industria del cine son la difusión de la TV para abonados y la aparición del DVD. La televisión por cable, puede afectar positivamente la generación de productos audiovisuales, ya que es una forma de penetrar en el mercado mediante la venta de los derechos de exhibición, lo que permite que sean vistas las producciones de algunos directores, especialmente los nóveles, que en un primer momento no tienen acceso a la pantalla grande de exhibición comercial. Además, es una de las principales formas de marketing con la que cuentan los productores para publicitar el film.

En relación a ello, los derechos de exhibición a canales de televisión pueden ser a perpetuidad, como los contratos con *Volver* que paga alrededor de \$ 20.000 por una película de productores independientes, o bien por cantidad de repeticiones, como los contratos con *I-Sat* que paga en promedio \$ 4.000 por los derechos de exhibición durante dos o tres años. No obstante, la señal *Volver* no ha comprado films desde el año 2001 y hasta el 2004 inclusive, sin contar con datos sobre compras posteriores.<sup>55</sup>

Pero también el desarrollo de la TV para abonados, tal es el caso de nuestro país, implica un mayor consumo de material proveniente de Estados Unidos, lo que afecta notoriamente la competitividad de la industria nacional. De acuerdo a datos del CEDEM, en el año 2001 un 77,1% de las películas proyectadas en canales de cable son de origen estadounidense, contra un 8,4% de películas argentinas. En relación a esto el productor Pablo Rovito cree que la falta de acceso de las películas argentinas a la pantalla chica es uno de los graves problemas que enfrentan los pequeños productores:

*“Veo mal la absoluta inexistencia de una pata audiovisual (TV y video cable) en la Argentina. La TV y el cable no te pagan nada y es donde más se ven las películas. Y no pagan porque no hay regulación. Entonces el producto extranjero barato mata a la industria nacional. Ese es un grave problema a futuro y habría que atacarlo rápidamente.”*

Por su parte María Gitlein opina que el problema pasa más que nada por las posibilidades que tiene el canal de conseguir auspiciantes, por lo que estos priorizan la proyección de cine norteamericano, ya que permite obtener una rentabilidad considerablemente mayor:

*“A vos te ponen un tanque como Matrix 3 Recargado o Harry Potter, y los anunciantes que juntan un mes antes de proyectarlas es impresionante. Y si te pasan Una estrella y dos cafés ¿¿quien te va a anunciar?!”*

De esta manera se destaca que una de las principales explicaciones del escaso acceso de las películas nacionales a la pantalla chica, se debe a que aún no se ha implementado la cuota de pantalla para televisión por parte del INCAA.

Por su parte Ignacio Laxalde cree que:

---

<sup>55</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 66

*“El acceso de las producciones a la pantalla chica es importante, pero no determinante al momento de decidir realizar un producto audiovisual.”*

Ello es así, debido a que los ingresos por la venta de los derechos a los canales de TV no guardan relación con el costo del film, y por lo tanto la posibilidad de obtener financiamiento adicional por este medio no constituye un verdadero incentivo para los productores, especialmente para aquellos independientes.

Con respecto al DVD, el mismo constituye otra salida para las películas argentinas, aunque no todas se editan en ese formato. Una de las ventajas de la edición en DVD, es la posibilidad de obtención de los subsidios del INCAA al realizar el pasaje a medios electrónicos. No obstante la película debe proyectarse primero en una sala para hacerse acreedora de tales subsidios.

Es importante tener en cuenta, que con el DVD u otro medio electrónico de soporte, es el público el que elige la película y no al revés, donde los consumidores deben elegir solamente aquellas producciones que se encuentran en cartel. La parte negativa de la edición del film en DVD o video, radica en la posibilidad de realizar las ya conocidas copias ilegales, lo que desincentiva a los productores especialmente independientes a editar en ese formato. En relación a lo anterior Diego Levis opina que:

*“La facilidad tecnológica para realizar copias de películas a bajo costo, determina un problema evidente para industrias que basan su actividad en la venta de un objeto cuyo valor de uso está más determinado por el valor de su contenido simbólico que por su valor material. A su vez, las redes telemáticas acentúan el problema al permitir el intercambio gratuito de obras, y el hecho de no comprender este nuevo paradigma, afecta directamente a la producción, ya sea por la transferencia de archivos mediante Internet, como por la venta de copias ilegales.”<sup>56</sup>*

En definitiva, la ventaja de la edición en soporte electrónico deriva principalmente de la posibilidad de obtener los respectivos subsidios del INCAA más que de la venta de copias.

En relación al análisis previo, cabe destacar que la proyección de las películas en pantalla chica no es considerada significativamente positiva por los diferentes entrevistados para lograr mejores resultados financieros, ya que los ingresos por la venta de derechos a los canales son considerablemente bajos y además la presencia constante de producciones extranjeras especialmente norteamericanas, afecta negativamente a la producciones nacionales. Al mismo tiempo los dueños de los canales prefieren la proyección de películas norteamericanas, ya que obtienen una rentabilidad mayor por los elevados ingresos por publicidad. Por ello, los informantes consideran fundamental una mayor intervención del Estado, reglamentando fundamentalmente la cuota de pantalla para TV, de manera tal de poder competir en mejores condiciones.

No obstante se reconoce también, que aun superándose estas cuestiones, la proyección en TV es importante, pero no determinante al momento de decidir realizar un producto audiovisual, por lo tanto la misma es considerada como un factor necesario pero no suficiente para lograr un verdadero desarrollo de la cinematografía argentina.

---

<sup>56</sup> OIC. 2005. Op. cit. p. 32

### 3) Tipo de Cambio

Otro factor asociado a las decisiones de los productores de cine, a la hora de elegir un espacio geográfico, es el tipo de cambio, dado que el mismo se encuentra directamente relacionado con los costos de producción, de manera que en definitiva, afecta el desarrollo de la producción audiovisual, tanto en forma positiva como de forma negativa. En forma negativa, lo destaca el hecho que una tasa de cambio alta reduce la ganancia de los productores, al aumentar los costos de producción, en especial los gastos de procesado que se encuentran 100% dolarizados, como así también los gastos de rodaje por ejemplo el alquiler de equipos, al ser las cámaras importadas en su totalidad lo que afecta la rentabilidad de las inversiones locales.

Pero por otro lado, un tipo de cambio alto fomenta la exportación de películas en el exterior, lo que hace atractiva la producción de films, ya que los realizadores no dependen necesariamente del mercado interno para alcanzar el retorno esperado de la inversión. Con relación a esto último, Néstor García Canclini<sup>57</sup> argumenta que si bien en algunas producciones, el mercado interno puede lograr recuperar enteramente la inversión, no existe una industria verdaderamente sustentable si no se piensa en las posibilidades del mercado externo. Del mismo modo, un cambio alto fomenta la inversión cinematográfica en Argentina por parte de productoras internacionales. Al respecto, el productor Carlos Pontano opina lo siguiente:

*“Argentina es la principal plaza de América Latina, porque tiene muy buenos productores y técnicos, y porque dado el contexto actual, a nivel internacional es muy barato”*

En el mismo sentido, Diego Ruiz opina que la devaluación generó el despegue de la producción de audiovisuales en Córdoba, aunque en este caso también se destaca el apoyo del Gobierno de la Provincia:

*“El 1 a 1 en Córdoba, que es donde yo estudié, fue destructivo para lo local. Pero cuando se abrió se empezó a filmar mucha publicidad para afuera. Hasta publicidades de shampoo para Venezuela. Allá hay tres productoras generales. Lo que si es importante es que la Provincia te apoya mucho. Se da mucha plata para producir.”*

Para Oscar Alvarez:

*”Con el 3 a 1 vos te encontrás que los productores disponen en Argentina de buenos técnicos, buenas locaciones, buen equipamiento, buena infraestructura de servicios, con un costo que es muy bajo. Como el caso de este productor que vino a Mar del Plata a filmar una publicidad ambientada en México”.*

De acuerdo al análisis de este factor y considerando las opiniones de los informantes, el tipo de cambio y en particular el contexto actual de tipo de cambio alto, es muy importante por diferentes motivos: por un lado porque implica la posibilidad de que productores extranjeros elijan Argentina como escenario para realizar su película por ser un país ‘barato para filmar’, lo que permite además mostrar los paisajes del país al resto del mundo, y a la vez actúa como inercia para que otros productores se interesen por filmar acá. A su vez, la diferencia actual en la paridad cambiaria posibilita la

---

<sup>57</sup> Ibid. p. 41



recuperación y crecimiento de muchas productoras pymes argentinas, ya que permite exportar películas al exterior y por lo tanto no depender solamente del mercado interno.

Por otro lado, permite el crecimiento del mercado de la publicidad audiovisual, que es la antesala y la base para el desarrollo de productoras de cine.

#### **4) Filmación Digital (Reducción de costos)**

Filmar implica costos, y estos varían en función de cada film, dado que los mismos están asociados con la cantidad de actores y técnicos involucrados, los equipos utilizados, el vestuario, la música, la edición la publicidad realizada entre otros. Y todos inciden, en mayor o menor cuantía, y tienen influencia al momento de ejecutar un proyecto cinematográfico.

En cuanto a la distribución de los costos dentro del film, estos pueden variar en función del presupuesto

Por ejemplo, una película calificada por el INCAA como de presupuesto medio (\$ 1.500.000), destina el 85% del mismo a la filmación, postproducción, y laboratorio y un 15% a la distribución.<sup>58</sup>

En este sentido, uno de los costos más importantes de filmar y que más influye al momento de decidir realizar un proyecto cinematográfico, se encuentra en las cámaras utilizadas. Ello es así, ya que filmar en 35mm es mucho más costoso que hacerlo en digital, aún utilizando las mejores cámaras del mercado. Esto se debe al elevado costo del celuloide, que es el material filmico empleado para grabar en 35mm. Además, una filmación de estas características, tiene la desventaja de la necesidad de procesar constantemente la cinta para evaluar la calidad de la escena, lo que implica que los costos varían en forma proporcional a la cantidad de veces que la misma es grabada.

En cambio en digital, las tomas pueden ser observadas instantáneamente, por lo que se optimiza el tiempo y se reduce el presupuesto. Simultáneamente, también se evitan gastos de postproducción ya que la edición puede ser realizada en una computadora.

Al respecto, Julio Lascano opina que:

*“Antes hace más o menos 15 años, para poder filmar y editar necesitabas una isla de edición, me refiero a casseteras, editor, monitores, etc., y las cámaras eran como muy costosas todas, y las que no, no tenían la calidad para llegar a la pantalla grande.*

*Pero hoy por hoy con los avances de la tecnología, podés filmar una película con una cámara semi hogareña y editarla con una computadora, y luego la podés pasar a 35. Por supuesto que no tenés la misma calidad, pero se puede y se hace y esas películas también pueden acceder al circuito comercial. El cine en 35 está decayendo bastante. La calidad es mucho mejor en 35 obvio, porque es papel fotográfico y lo digital tiene una compresión en la información, pero de a poco todo va mejorando y los avances del cine digital ya van emulando al cine en 35”*

La desventaja que presenta la filmación digital en relación a la de paso de 35milímetros, radica en que con la primera no obtienen los subsidios del INCAA, aunque es posible realizar el pase de digital a filmico, siendo el costo del mismo alrededor de USD 30.000. También es importante destacar que el avance tecnológico en materia de digitalización, ha posibilitado que micro o pequeñas productoras accedan a

---

<sup>58</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 113

equipamiento de alta calidad con una inversión considerablemente reducida.<sup>59</sup> Al respecto, Pablo Rovito opina que:

*“Los avances tecnológicos permitieron un abaratamiento muy fuerte en el proceso productivo inicial, en la filmación. Trabajar con sistemas digitales y luego trasladarlos a 35mm con buena calidad, hizo posible lograr una película terminada con una inversión inicial mucho más baja. Es un nuevo modelo de producción. No es el blockbuster ni la película de bajísimo presupuesto, sino la película de presupuesto medio.”*

Por su parte, y en pos de una mayor reducción de costos, una práctica usual de las productoras independientes, es recurrir al alquiler de los equipos. Al respecto, Julio Lascano expresa:

*“Nosotros alquilamos todos los equipos, hoy conviene más alquilar que comprar. El formato más económico con el cual puedes hacer un transfer a 35 es HDV, que es una símil HD pero con calidad inferior. El costo de alquilarla es más o menos \$200 por día. La cámara cuesta alrededor de USD 5.300. Es un modelo que salió hace dos años y tiene una excelente definición. Una Cinealta de Sony similar a 35mm, cuesta alrededor de USD 103.000 y el alquiler es de más o menos \$ 3.000 por jornada.*

Del análisis anterior, se desprende que la utilización de cámaras digitales es un factor importante que afecta la decisión de productores al momento de decidir llevar a cabo un proyecto cinematográfico, especialmente aquellos independientes que manejan presupuestos estrechos. En este sentido, los costos de una película se reducen drásticamente con la utilización de las cámaras digitales y la edición digital. Adicionalmente, una alternativa para disminuir costos, es recurrir al alquiler de equipos, la cual es una práctica frecuente entre productores independientes y en particular aquellos que disponen de bajos presupuestos.

A medida que este tipo de filmaciones sea cada vez más utilizada y con el avance tecnológico también se genere una mejora en la calidad de imagen, se puede llegar a hablar de un cambio de paradigma en la industria cinematográfica, ya que el soporte fotográfico se dejará de usar, con la consiguiente reducción de costos por ahorro del celuloide.

---

<sup>59</sup> SORRENTINO, P. E. 2001. Diagnóstico de las industrias de Producción Audiovisual de la ciudad de Córdoba. p. 16

## B) Factores Directos

### 1) Disponibilidad de tecnología

El grado de acceso a la tecnología en el espacio de rodaje, es uno de los elementos que influye en el desarrollo de la industria del cine, ya que para filmar se requieren equipos que reúnan un estándar mínimo de calidad para que el film sea aceptado, bien sea por el público o por las instituciones de fomento que puedan llegar a financiar parte del mismo.

Si la cámara utilizada no tiene una buena resolución, puede afectar la estética, y a su vez llegar a provocar el rechazo del público. Existen diferencias en función de la cámara utilizada. Por ejemplo la *High Definition (HD)* es la más sofisticada y es similar al filmico. Otras cámaras de calidad inferior aunque muy utilizadas por productores independientes son la *HDV*, la *Beta Digital*, *Beta*, *DV* y *Mini DV*.<sup>60</sup>

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante que una ciudad en la cual se intenta desarrollar la industria audiovisual, pueda abastecer a los realizadores de cámaras de calidad y accesorios necesarios a la filmación.

Con respecto a la ciudad de Mar del Plata y las posibilidades de acceder a este tipo de equipamiento Julio Lascano opina que:

*“Acá en Mar del Plata no hay empresas que alquilen este tipo de equipos, lo cual es una dificultad.*

*Es una de las desventajas que presenta nuestra ciudad que puede influir al momento de decidir filmar acá o no.*

*Por otro lado hay cosas que no están. Por ejemplo no tenés un delivery de artículos de cine por si tenés un problema en la filmación. En Capital hay casas que atienden las 24 horas del día y si tenés que alquilar alguna cámara, o se te rompe un lente, necesitas un trípode, etcétera te lo envían”*

Apoyando el comentario anterior, Oscar Alvarez opina que:

*“El acceso a la tecnología de calidad en Mar del Plata es muy limitado, casi cero. Si hablás de HDV que es un intermedio hay algo de disponibilidad. Acá tenés cuatro o cinco cámaras. Que más que mal es una mínima capacidad de producción para alguien que venga a hacer una película acá. ¡Pero mínima!*

*Luego se hace un transfer, pero se sabe que es un formato que no tiene definición como un filmico.”*

Por su parte Carlos Pontano, también considera que a Mar del Plata le falta mayor equipamiento para cine:

*“High Definition, que es lo lógico que se usa para hacer una película en Argentina y luego hacer un transfer a 35mm, no hay en Mar del Plata. Las productoras como Polka por ejemplo, se tienen que mover y acá no tienen cámaras buenas, tienen que traer todo, hasta el equipo técnico. Creo que los productores independientes tienen acceso a la tecnología, pero a la que no es profesional. Usan la HDV, la 200 de Panasonic o la 100 de JVC que son de menor valor”*

---

<sup>60</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 75

En contraste a los comentarios anteriores, algunos informantes afirman que la falta de equipamiento en Mar del Plata no es un inconveniente, ya sea por la cercanía con Buenos Aires, o bien porque el productor que elige la ciudad para rodar suele traer siempre su equipo completo:

El mismo Julio Lascano opina que:

*“Hoy en día en Buenos Aires hay bastante oferta de equipamientos para poder trabajar. Y al ser la movida cada vez más grande, la oferta también es mayor y con precios accesibles.”*

El productor Ignacio Laxalde considera que:

*“El hecho de no contar en Mar del Plata con tecnología necesaria para filmar con buena calidad, no creo que sea un impedimento para elegirla como ciudad de filmación. Eso depende de cada proyecto”*

Por otra parte, la Municipalidad desde el área de Industrias Culturales está trabajando de manera incipiente en el equipamiento de la ciudad, en pos de un impulso al desarrollo del sector. Este es un aspecto positivo, especialmente para aquellos productores locales que deciden realizar sus proyectos en la ciudad.

Así explica el Secretario de Cultura de Mar del Plata Marcelo Marán:

*“Acá influye mucho el tema de la filmación digital, que hace que aparezcan cada vez más realizadores de cortos, y largometrajes.*

*Todo esto es muy incipiente. Estamos trabajando en algo que antes no existía. Ahora por ejemplo adquirimos dos máquinas profesionales de filmación digital para producir desde acá algunas cosas en documentales, publicidad y demás.”*

Como surge del análisis, Mar del Plata no presenta un nivel de equipamiento de calidad al que puedan recurrir los productores en caso de necesitarlo, lo que puede afectar negativamente para la realización de determinadas producciones que requieran de estos equipos. No obstante, esto es relativizado por algunos entrevistados, ya sea por la cercanía con Buenos Aires o porque por lo general el productor suele traer todo el equipamiento.

Lo anterior implica que el acceso a la tecnología en la ciudad no es un determinante para que la misma sea elegida como espacio de rodaje.

Por otra parte, si la ciudad comienza a ser elegida cada vez más por diferentes productores, es dable esperar un aumento en la demanda de equipamiento para cine, y por lo tanto una respuesta desde el lado de la oferta.

El rol del Municipio o la Provincia en su definición estratégica de apoyo a la industria en la ciudad, implicaría a su vez un impulso al desarrollo de la oferta de equipamientos necesarios para rodar.

## **2) Laboratorios**

Analizados con anterioridad, pero ahora desde su importancia en el desarrollo de la industria en una zona geográfica determinada, un factor necesario para agilizar el rodaje es la presencia de laboratorios de revelado cercanos al lugar en donde se lleva a cabo el mismo. Estos son imprescindibles porque son los que van a realizar todo el tiraje de

copias, como así también son requeridos para la edición del material que permitirá la verificación de las escenas.

A pesar de esto, actualmente las nuevas tecnologías permiten sustituir la necesidad constante del laboratorio hasta el último momento, aquel en el que la película se encuentra editada, y solo se requiere su paso a 35mm y la posterior realización de las copias necesarias para ser exhibida.

Respaldando el comentario anterior, todos los entrevistados sobre este tema, coinciden en que los laboratorios no son un factor determinante del lugar elegido para el rodaje.

Julio Lascano, por ejemplo afirma lo siguiente:

*“El tema de los laboratorios no es una complicación para filmar acá. En Mar del Plata no hay un laboratorio de revelado, pero hoy en día el que filma en 35mm, no lo hace sin un sistema de filmación en video para luego poder ver las escenas sin necesidad de procesar el material. Actualmente cuando se hace cine, hay un sistema híbrido que además de filmar en cinta de cine, filma también en video, lo que se llama el ‘video assist’. Con este sistema el productor puede ver todo en una tele con un cassette de video y no hace falta revelar la cinta. De hecho cuando se edita, se hace primero en digital y luego se manda a cortar, y la cinta se toca por primera vez”*

De la misma manera, Gabriel Babela opina que:

*“Las productoras no tienen que estar constantemente conectadas con el laboratorio. Vos tenés la posibilidad de hacer un preview para poder ver la película sin necesidad de revelarla. Están instalados en Capital por una cuestión operativa, de comunicación, porque en Buenos Aires tenés todo.”*

Por su parte la respuesta de Marcelo Marán fue la siguiente:

*“Con respecto a los otros sectores de la cadena productiva como los laboratorios y la distribución o comercialización, no afecta tanto el hecho de que los mismos se encuentren en Buenos Aires. Además no necesariamente tienen que estar en el mismo lugar físico, y menos hoy por hoy con las posibilidades de comunicación que hay.”*

En función de lo anterior, se concluye que si bien los laboratorios son un eslabón importante de la cadena de valor de la industria cinematográfica, no son un factor fundamental para que Mar del Plata sea elegida como escenario para un rodaje. Esto es así, no solo por la cercanía con la ciudad de Buenos Aires (donde se encuentran la totalidad de las empresas que prestan estos servicios), sino también porque las nuevas tecnologías, con las cuales filman la mayoría de los productores, permiten prescindir de los mismos hasta el momento en que el proyecto debe ser transferido a 35mm.

### **3) Film Commissions**

De acuerdo a la bibliografía consultada, las comisiones de filmación o *films commissions*, son instituciones que funcionan en diferentes lugares como centros de promoción y asistencia a la producción cinematográfica. Su principal objetivo radica en estimular el rodaje en la zona en la cual trabajan. Estas sirven de puente entre las

empresas interesadas en producir cine y los medios locales, que centralizan en ellas toda la información que la industria necesita.

En tal sentido, en el año 2002, el INCAA crea la Comisión Argentina de Filmaciones (CAF), que tiene como principal objetivo la promoción de nuestro país como espacio para realizar rodajes, mediante la difusión de lugares paisajísticos o históricos, como así también del capital humano necesario para que el proyecto pueda ser alcanzado, especialmente para aquellos productores internacionales que no traen todo el personal necesario para filmar. También otorga permisos necesarios para realizar el rodaje, ofrece información sobre infraestructura disponible e información legal necesaria para evitar que los productores cometan infracciones.

A su vez, existen distintas film commissions, para la promoción de cada una de las ciudades en las que se encuentran. Tal es el caso de *Baset*, Buenos Aires Set de Filmación. La misma funciona en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y tiene como principales objetivos:

- Brindar asesoramiento y asistencia a los productores en las tramitaciones concernientes a la obtención de permisos de filmación y demás aspectos vinculados con la producción audiovisual.
- Promover y difundir a nivel nacional e internacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como Set de filmación.
- Ofrecer una base de datos con locaciones y servicios privados de producción, a fin de satisfacer las diferentes necesidades que surgen en el diseño de una producción.
- Realizar contactos con productoras y prestadoras especializadas de servicios de filmación, casting, alojamiento, movilidad, etc.

En el interior del país, también existen film commissions, tales son los casos de las Provincias de San Luis y Buenos Aires.

En el caso de San Luis, la misma cuenta con su propia *Ley de Promoción de la Industria del Cine N° 5675*,<sup>61</sup> que tiene como objetivo impulsar las inversiones en este sector en la Provincia, promover el desarrollo turístico, generar empleo y fortalecer el desarrollo cultural a nivel local y regional.

También posee en fondo de fomento, el que se destina a subsidiar el desarrollo de películas, conceder créditos, fomentar a los films desarrollados en San Luis a la participación en festivales cinematográficos, realizar gastos de promoción, tiraje de copias, anticipos de distribución, realización de concursos y otorgamiento de premios.

La film commission de San Luis es la denominada *Oficina de Localizaciones Cinematográficas* cuyo objetivo es prestar asistencia a las producciones audiovisuales que se realicen allí. Ofrece asistencia en la búsqueda de locaciones, facilidades para contactar servicios de producción y para realizar gestiones gubernamentales.

En el año 2002, la provincia otorga créditos por \$20 millones con los cuales son premiados 10 de 45 largometrajes. La devolución de los fondos comienza seis meses después del estreno en 12 cuotas trimestrales.<sup>62</sup>

Por su parte la Provincia de Buenos Aires cuenta con *BAFilm*, la cual se crea en el año 2003 con el fin de promocionar y favorecer el anclaje de producciones audiovisuales en la provincia. Su función es auspiciar y facilitar la utilización de

---

<sup>61</sup> LEY N° 5675. 2004. Promoción de la Industria del Cine. Provincia de San Luis. Art. 1

<sup>62</sup> PERELMAN, P.; SEIVACH, P. Op. cit. p. 45

locaciones bonaerenses a través de una serie de servicios gratuitos que se brindan a las productoras nacionales y extranjeras de cine, televisión, publicidad y gráfica.

Orienta a las productoras en la búsqueda de locaciones, informando acerca de la viabilidad de rodar en diferentes espacios de acuerdo a las necesidades técnicas y artísticas de cada producción. Por otro lado asiste en la tramitación de permisos de rodaje, asesora en logística de hospedaje y transporte, y gestiona facilidades que agilicen el trabajo de producción. *El Custodio*, filmada en Mar del Plata, es una de las producciones que contó con el apoyo de *BAFilm*.”

En lo que respecta a Mar del Plata, y en pos de generar un desarrollo pleno de la industria del cine en la ciudad, la Secretaría de Cultura y el Ente Municipal de Turismo impulsan desde el año 2004 el funcionamiento de una film commission: la Oficina de Promoción Cinematográfica, más conocida como *MdQ Film*.

El objetivo de esta oficina consiste en promover, gestionar y facilitar todo tipo de producciones audiovisuales: cinematográficas, televisivas, de video, fotográficas y publicitarias, en el ámbito del Partido de General Pueyrredón, como así también estimular la participación de las personas interesadas en esta temática.<sup>63</sup>

*MdQ film* cumple una serie de funciones tendientes a promover a la ciudad como centro receptor de filmaciones, siendo un apoyo importante para facilitar en Mar del Plata la generación de audiovisuales.

Entre las principales funciones de la Oficina, se pueden encontrar:

- La gestión de permisos de rodaje y realización de producciones en espacios o edificios públicos que pertenezcan al municipio, solicitar cortes de calles, facilitar el acceso a equipos como grúas, camiones, etc.
- Brindar información sobre locaciones, espacios públicos, servicios y recursos humanos disponibles, así como otros datos solicitados por las productoras.
- Ofrecer un registro de Profesionales y Empresas relacionadas con la industria audiovisual.
- Realizar cursos, seminarios y conferencias, etc. destinados a la capacitación y actualización de los profesionales, como así también organizar festivales y muestras para difundir obras.
- Ofrecer una mediateca especializada que tenga como fin preservar el patrimonio audiovisual local.<sup>64</sup>

En apoyo al funcionamiento de *MdQ*, el Secretario de Cultura de Mar del Plata, Marcelo Marán, opina que:

*“MdQ film pertenece al municipio y colabora con la gente que quiere venir a filmar acá gestionando los permisos, realizando los trámites necesarios para facilitarle la filmación al productor. Si necesita un barco o un helicóptero le hace el trámite, una determinada locación, permisos para cortar la calle, etc. Cubre como cualquier otra film commission del mundo, la problemática de tener que venir a filmar a Mar del Plata y no saber donde ir, con quién hablar, con quién hacer un casting, etc. Hay que facilitarle la reducción de costos a los productores, y ahí esta MdQ film ”*

---

<sup>63</sup> Decreto Reglamentario 0445. Enero 2004. Municipalidad de General Pueyrredón. Funcionamiento de la Oficina de Promoción Cinematográfica. Inciso N° 1

<sup>64</sup> Ibid. Inciso N° 2

Por su parte Marcelo Giancaterino, integrante de *MdQ Film* comenta que:

*“Mar del Plata lo que tiene a favor es que es un centro turístico a nivel mundial muy conocido, tiene una Secretaría de Cultura que se está desarrollando y que ha tenido como iniciativa formar MdQ Film.*

*Como ahora esto se está conociendo bastante, y los productores que llegaban empezaban a tocar puertas para hacer trámites administrativos medio engorrosos, por ahí pasa por acá y nosotros le realizamos algunos trámites y le facilitamos la filmación, al menos ofreciéndole direcciones y servicios para que pueda filmar. Nosotros también contamos con una base de datos muy importante de actores, técnicos, camarógrafos, etc.”*

María Gitlein y Gabriel Babela, voluntarios de la Oficina, expresan lo siguiente:

*“Nuestra función más que nada consiste en gestionar los permisos municipales, sacar fotos, promover las películas en los festivales nacionales e internacionales, recomendar lugares para aquellos productores que no conocen la ciudad y vienen a filmar.”*

Oscar Alvarez expresa que *MdQ Film* influye en la generación de producciones, pero cree que es necesario más apoyo para generar un mejor dinamismo:

*“A mi me gustaría que funcionara más. Tiene que haber una situación mucho más dinámica. Le faltan algunas cosas. Yo tengo un archivo de locaciones o de actores y se lo tengo que dar a la municipalidad porque no tienen. El casting de actores que se hizo se hace a partir de un planteo mío. Con la ayuda de una empresa de fotografía local se ha hecho un casting de más o menos 200 personas para poder disponer de actores.*

*Pasa también que hay poca gente y el presupuesto es acotado, esa es una realidad.”*

Por su parte y haciendo coro al comentario anterior, el productor Ignacio Laxalde desconoce sobre el funcionamiento de *MdQ Film* en la ciudad, lo que muestra a su vez la falta de posicionamiento de la misma entre los productores.

En función de la información presentada, reconoce la importancia de las Film Commissions como medio de promoción ya sea del país o la región en la que se encuentren.

Con respecto a *MdQ Film*, surge que la creación de la Oficina tiene como objetivo fundamental el desarrollo de la industria del cine en la ciudad de Mar del Plata, actuando no sólo como medio de asistencia a la realización de producciones, sino también como mecanismo de promoción y fomento.

No obstante, de acuerdo a la opinión de los entrevistados y a consultas personales realizadas a la institución, se observa que la misma no está cumpliendo todas las funciones para las cuales ha sido creada. En este sentido, no cuenta con un registro detallado de locaciones o publicidad con respecto a las diferentes realizaciones en que ha participado, de la misma manera que presenta la film commission de la Ciudad de Buenos Aires. A su vez, excepto en época de festivales, no realiza funciones de promoción sino que trabaja solamente como medio de asistencia, y sin una conexión directa con la oficina provincial. Por otro lado, estas asistencias deben cubrir todos los aspectos de apoyo necesarios, los cuales hoy no se están llevando a cabo en su totalidad.



Es importante destacar, que ya sea por razones presupuestarias o no, *MdQ* no cuenta con un equipo de profesionales dedicados exclusivamente a la promoción de la ciudad como escenario de rodaje, sino que un equipo de colaboradores plenamente capacitados trabaja ad honorem, y por lo tanto no dedican el tiempo necesario más allá de la época de festivales.

Por ello, si se intenta convertir a la ciudad en plató de filmación, estos aspectos deben ser evaluados por los funcionarios y responsables del área en el desarrollo de estrategias y políticas de acción, ya que *MdQ Film* es una de las vías principales para lograr este objetivo.

#### **4) Locaciones - Infraestructura**

La presencia de locaciones en el lugar de filmación es uno de los factores directos más importantes que tienen en cuenta las productoras al momento de decidir donde realizar el rodaje. Es primordial que la ciudad donde se filme cuente con muchos paisajes, lugares históricos, etc., que sean interesantes como locaciones para la película. Cuanto más se aproxime una ciudad a las necesidades del film, mayores serán las probabilidades de que sea elegida como centro de filmación, ya sea por productores nacionales como internacionales.

Junto con las locaciones, el grado de desarrollo en infraestructura que presenta la ciudad, es otro de los factores que influye en el productor al momento de determinar el lugar de filmación.

Hablar de infraestructura implica referirse a la existencia de autopistas y rutas adecuadas, puertos adecuados y con posibilidades de acceso, terminales de ómnibus o trenes, aeropuertos, etc. Dentro de la infraestructura se deben incluir también a los estudios de filmación, pero se ha decidido analizarlos aparte, para diferenciarlo de la infraestructura que está construida para fines distintos a los que atañen en la presente tesis, pero que también puede ser requerida para rodar.

En este sentido, Mar del Plata es una ciudad que presenta un conjunto de locaciones y un nivel en infraestructura, que hacen de la misma un lugar diferenciado para ser tenido en cuenta por los productores para llevar a cabo su historia.

Además, dado el menor costo en comparación con otras ciudades del resto país y del mundo, Mar del Plata puede competir ofreciendo variedad de paisajes de excelente calidad para la realización de films y a un precio considerablemente menor. De hecho el costo de utilización de espacios públicos marplatenses por parte de las productoras es prácticamente nulo.

Según el productor Carlos Pontano:

*“Mar del Plata es una ciudad bastante completa y mucho más barata que Buenos Aires. Tiene mar, tiene sierras, tiene villas si se necesitan, tiene todo lo necesario para hacer un filmico.*

*Es dentro de la estructura del país, una de las ciudades mejor equipadas en infraestructura para poder filmar.”*

Para Oscar Alvarez, la infraestructura y locaciones de Mar del Plata son competitivas en relación a otras ciudades del país o del mundo y considerada que Mar del Plata puede ofrecer una gran variedad de locaciones en un radio significativamente menor, comparado con la Ciudad de Buenos Aires:

*“Mar del Plata tiene muy buenas posibilidades, porque en Buenos Aires para conseguir lo mismo tenés que hacer no menos de 60 o 70 kms.*

*Acá en menos de 15 kms tenés todo. Sierras, la playa, acantilados, la pampa, laguna, médanos. Hay muchas situaciones que si se complementara con todo el circuito de estancias, ofrece un sin fin de locaciones.*

*El costo depende del lugar, pero por ejemplo en Buenos Aires es mucho más costoso en función de que no hay tanta disponibilidad de locaciones.”*

Julio Lascano está a favor de las posibilidades de Mar del Plata como centro de recepción de productores:

*“Mar del Plata por un lado es una ciudad mucho más tranquila que Buenos Aires. Las distancias son más cortas. Tiene playas, sierras cerca, aeropuerto, puerto, Punta Mogotes que es medio atemporal. Tiene mejores precios de alquiler de locaciones que en Capital. Obviamente que todo depende de la historia que se tenga que filmar. La historia te define en gran medida las locaciones y demás. Pero Mar del Plata tiene como mucha cosa vistosa cerca, y eso es bueno. En la medida en que la ciudad pueda adaptarse a las historias de ficción u otro tipo eso es bueno.”*

Marcelo Marán opina lo siguiente:

*“Si hablamos de productores, hay productores nacionales e internacionales que quieren venir a filmar a Mar del Plata, por diferentes razones que van desde sus locaciones, paisajes, hasta su cercanía con Buenos Aires. Hay que tener en cuenta que el mar y las sierras son dos factores fundamentales que Buenos Aires no tiene.*

*De repente uno se puede encontrar con chicos que salen de la Universidad de Avellaneda y que recién empiezan a filmar, hasta el último de los directores que viene a filmar en Argentina, y pasa por Mar del Plata y le parece que puede hacerlo. En ese sentido el mercado es muy amplio, infinito.*

*Un productor grande, al momento de decidir filmar piensa en el mundo. Si filma en Mar del Plata es porque le conviene, por un tema de locaciones, sierra, mar, porque la ciudad tiene un parecido a otras ciudades históricas del mundo o porque esta cerca de Buenos Aires.”*

Por su parte María Gitlein opina que:

*“Los productores vienen a la ciudad porque hay locaciones, paisajes, y además porque Buenos Aires está saturado. Ya no hay permisos para filmar. Ya no hay lugares, porque no solo tenés una película. Tenés documentales, publicidades, video clips, tenés Pol-ka que te está haciendo exteriores y le está sacando el lugar a otras productoras, entonces algunas buscan otro lugar accesible para poder trabajar.”*

En contraposición al comentario anterior, el Secretario de Cultura de Mar del Plata opina que:

*“Con respecto al tema de que Buenos Aires puede saturarse y por lo tanto eso derramaría sobre Mar del Plata, yo no lo creo así. Si Buenos Aires se satura se las arreglan para seguir filmando, para conseguir más fechas, más lugares, se expandirá Buenos Aires. Si se elige a Mar del Plata es por una necesidad específica de locaciones,*

*paisajes, como te dije anteriormente el mar o las sierras. Mar del Plata tiene todo, la pregunta que nos hacemos es ¿Por qué no en Mar del Plata?”*

Del análisis de la información presentada, surge la importancia de las locaciones e infraestructura de una localidad o región, como determinante para que la misma sea seleccionada como espacio de rodaje.

A su vez, se puede concluir que Mar del Plata es una ciudad que puede ofrecer a los diferentes productores, los espacios geográficos necesarios para llevar a cabo una gran variedad de narraciones, sea de largometrajes, cortos, publicidad, etc., y a precios comparativamente menores que en Buenos Aires.

Los informantes destacan como elementos diferenciales en relación a otras ciudades del país en especial Capital Federal, la posibilidad de integrar en un mismo lugar y a corta distancia, locaciones como el mar, sierras, lagunas y médanos, como así también infraestructuras como hoteles, puerto, aeropuerto y la costanera.

Este aspecto debería ser potenciado y promocionado por la film commission marplatense y de la Provincia de Buenos Aires, ante productores y cineastas nacionales, por ser uno de los factores directos que pueden determinar la selección de Mar del Plata como set de filmación.

## **5) Set de Interiores**

La presencia de un estudio de filmación apto para la realización de interiores, forma parte de la infraestructura necesaria para filmar y junto con las locaciones, se transforma en el principal complemento para lograr el desarrollo pleno de la industria, ya que de esta manera el productor cuenta con la posibilidad de llevar a cabo la producción integral del proyecto en un solo lugar, lo que genera una disminución de los costos de traslado de equipos, actores y técnicos, así como también economiza los trabajos de edición en la postproducción.

Hoy por hoy, Mar del Plata no cuenta con un set escenográfico apto para cine. Solamente cuenta con algunos estudios en los cuales se suelen realizar algunas publicidades. La idea de la necesidad de contar con un set de filmación es sostenida por Marcelo Marán, en función de la opinión que ha recibido de un productor de Buenos Aires:

*“Para un productor relativamente importante, algo que le falta a Mar del Plata es un set de filmación que permita hacer interiores. Con respecto a este tema no hay un proyecto verdaderamente definido ni una evaluación de costos. Esto es algo muy importante. Es un plus que te influye mucho al momento de decidir si se viene a filmar a Mar del Plata o no. Para hacer de Mar del Plata una pequeña ciudad del cine, se necesita un set de filmación.*

*Un productor de Buenos Aires me comentó que a nosotros lo que nos faltaba es un set de interiores por ejemplo cercano al aeropuerto, de manera tal de bajar del avión y tener el estudio donde dejar rápidamente los equipos.*

*Si a un productor que viene a filmar exteriores, se le puede solucionar también una cuestión de interiores, eso aumenta notablemente la captación.*

*Pero esto es algo que debe ser impulsado desde el Estado. Son inversiones que el sector privado no hace.”*

Oscar Alvarez también cree que algo diferencial en Mar del Plata es contar con un set de producción:

*“Mar del Plata necesita un lugar de producción de interiores, pero no podés montar un set para que vengan dos producciones por año. Es como un perro que se muerde la cola, no tenés un set porque no hay producciones y no hay producciones porque no tenés un set. Es un tema de apoyo político ese.”*

Por su parte Ignacio Laxalde opina que la presencia en Mar del Plata de un set de filmación influiría para que sea elegida como espacio de rodaje, especialmente porque disminuye los costos y el tiempo de producción.

En oposición a lo anterior, los productores locales Carlos Pontano y Julio Lascano no creen en que un set de interiores apto para cine implique necesariamente una mayor atracción de productoras. En opinión de Pontano:

*“Lo que acá no tenés es un set de filmación de interiores. Pero eso influye relativamente, porque si vos necesitás armar una escenografía para interiores, eso lo hacés en Buenos Aires y los exteriores los podés hacer acá. Es relativo.”*

Para Julio Lascano:

*“Sería interesante que haya un set de interiores acá, pero también es cierto que una productora puede trabajar con exteriores y con interiores de locaciones específicas. No tanto con armado de escenografía en set. Esa es una gran diferencia entre el cine latinoamericano y el europeo especialmente el español. En España se filman muchos interiores en set, y en el cine latinoamericano se va mucho a un lugar a filmar, una casa, un campo.*

*Yo creo que un set acá no serviría tanto para cine. Más que nada para publicidad, en donde vos necesitás cierta pulcritud escenográfica que no la podés encontrar de otra manera.”*

A su vez, Ignacio Laxalde considera que si bien un estudio de filmación es un aspecto importante, en determinados proyectos los interiores pueden ser realizados en locaciones específicas como una casa, edificio o casco de campo.

En relación a la tendencia de los productores de hoy, opina que:

*“No creo que haya una tendencia marcada, depende, pero me atrevería a decir que se filma más en interiores reales.”*

Del análisis de las opiniones de los entrevistados, se puede concluir que la presencia de un set de filmación de interiores es un factor determinante del lugar de rodaje, aunque en algunos casos pueda ser reemplazado por locaciones reales. Es decir que considerando el valor agregado de las diferentes opiniones, queda evidenciado que este factor es importante y en cierta medida determinante del lugar de filmación, dependiendo el mismo de la historia que se quiera narrar, de las necesidades de la misma y en definitiva de la decisión del productor.

Cabe aclarar, que los principales centros de producción tales como Hollywood o más directamente Buenos Aires, cuentan con espacios dedicados exclusivamente a la filmación de interiores, especialmente utilizado por aquellas historias que requieren de

efectos especiales que no pueden emularse con paisajes naturales. En función de esto, se encuentra este factor como aspecto negativo para Mar del Plata que debe ser considerado por el Gobierno Municipal y Provincial si se intenta convertir a la ciudad en un verdadero polo generador de audiovisuales.

## **6) Presencia de Actores y Técnicos**

Un factor adicional que es tenido en cuenta por las empresas productoras es la presencia en la ciudad elegida, de actores y técnicos para la realización de trabajos secundarios, ya que reduce los costos no sólo en lo que respecta a los salarios, sino también por el ahorro que significa en los gastos de traslado. A su vez, esto se ve potenciado en la medida en que los mismos sean más calificados, ya que el productor se asegura contar con personal capacitado para realizar el rodaje.

Según Ignacio Laxalde la presencia en la ciudad de actores y técnicos para la realización de trabajos secundarios, es un aspecto que todo productor siempre tiene en cuenta en su análisis de costo-beneficio a la hora de elegir el lugar de filmación.

En este sentido, Mar del Plata cuenta con actores y técnicos, como sonidistas, iluminadores, programadores. Ellos se encuentran capacitados para ser contratados por potenciales productores que pueden llegar a elegir a la ciudad como set escenográfico y necesitan contar con personal de estas características.

Repitiendo el aporte de Julio Lascano a las actividades conexas que puede ofrecer Mar del Plata, el mismo argumenta que la ciudad cuenta con todo el personal capacitado para hacer sonido, iluminación, actores, productores, etc., de manera tal de poder ofrecerle al productor los servicios necesarios que requiera el film.

Por su parte Oscar Alvarez opina lo siguiente:

*“Por lo general se suele hacer un mix. Se utilizan técnicos de acá, pero la cabeza de equipo viene de Buenos Aires. Acá en Mar del Plata no hay de todo, está acotado a segmentos muy limitados, tenés producción, sonido, edición, pero por ejemplo no tenés que yo sepa gente capacitada en fotografía que es fundamental. Y son siempre tareas secundarias, no se contrata gente que tome decisiones.*

*Pero más que nada se contrata para publicidades, porque no tenés la frecuencia de filmación de películas en Mar del Plata como lo tenés en publicidad.”*

Marcelo Marán cree que:

*“En relación a los productores que vienen a filmar a Mar del Plata, por lo general vienen con todo su equipo. Pero muchos cargos secundarios, como técnicos programadores, iluminadores, sonidistas, extras, directores de arte, los puede encontrar acá. Por lo general contratan lo básico, pero así y todo se está contratando bastante.”*

Sobre los actores Marplatenses, el productor de Buenos Aires Ignacio Laxalde opina que:

*“A juzgar por los comerciales que vi últimamente han mejorado mucho, pero creo que va a seguir creciendo la calidad”*

De acuerdo a lo expresado por los diferentes agentes del sector, queda demostrado que la presencia de actores y técnicos en una ciudad para realizar tareas secundarias, es un factor que todo productor tiene en cuenta en su análisis de costo - beneficio.

Ello implica un aspecto positivo para la ciudad, ya que puede brindarle a los potenciales productores, la mano de obra necesaria para cubrir determinadas actividades en forma inmediata.

Asimismo, si bien no son contratados para trabajos centrales, es un aspecto que repercute positivamente en el empleo y en las posibilidades de que los técnicos y actores marplatenses sean reconocidos por los productores como una etapa inicial de su carrera, que tenderá a evolucionar a medida que más cantidad de rodajes se realicen.

Un aspecto negativo, es la carencia de técnicos en fotografía, la cual es considerada una actividad fundamental en la realización de un proyecto. Esta tarea es trascendente, especialmente en la etapa de preproducción al momento de seleccionar las locaciones, por lo que este aspecto se constituye en una debilidad si se quiere posicionar a Mar del Plata como uno de los principales sets escenográficos del país.

## **7) Facultad de Cine - Escuelas de Cine**

Relacionado con el factor anterior, un elemento que aporta a la elección del lugar es la presencia de una facultad de estudios cinematográficos o de escuelas de cine calificadas. Esto es así, ya que las mismas son uno de los principales lugares de los cuales surgen los productores y técnicos del futuro.

Además, permite que el productor que se inspira en una ciudad para realizar su película, tenga en cuenta la existencia de las mismas para solicitar a los técnicos y especialistas. La modalidad más utilizada es el *meritorio*, que consiste es una pasantía en la cual el técnico participa sin fines de lucro, pero le posibilita aparecer en los créditos del film, por lo que aumenta la calidad de su currículum cuanto más prestigiosa sea la película.

Las escuelas de cine han crecido en forma progresiva en los últimos años, y son muy importantes, debido a que profesionalizan diversas actividades que son imprescindibles para lograr que la filmación resulte aceptable en términos de calidad.

Mar del Plata cuenta con dos Escuelas de Cine, el *Instituto Bristol* y la *Escuela Fellini*.

Según Maria Gitlein, voluntaria de *MdQ Film*:

*“Las escuelas de cine de la ciudad son muy importantes porque de ahí sale mucha mano de obra capacitada”*

Oscar Alvarez, está de acuerdo en que las especializaciones que ofrecen las escuelas de cine locales, influyen en las decisiones de los productores para elegirla como set de filmación o que recurren (habiendo elegido a Mar del Plata) a las escuelas de cine locales para contratar actores y técnicos secundarios. No obstante comenta que esto se da más por un impulso publicitario desde la propia escuela, que por búsqueda de los propios productores:

*“Recurren a nosotros pero no tanto por decisión del productor sino más bien porque nosotros buscamos a los productores para ofrecernos. Tengo un par de alumnos que en este momento están haciendo trabajos para productoras de Buenos Aires, y muchas veces cuando tienen que hacer un casting recurren a la escuela.”*

*Acá en la Fellini se reciben de Técnicos en Realización Audiovisual. Es general. Producción, Edición, Cámaras. Para la cumbre un productor extranjero trabajó con los chicos de la escuela para hacer un documental. Uno de los chicos trabajó temporariamente para el canal Fox. También recurren a nosotros para buscar locaciones.”*

Por su parte, el productor local Julio Lascano hace su propio aporte al estudio del cine:

*“Desde el año pasado abrí un espacio de formación que se llama ‘La Extensión’, donde se hacen prácticas de cine. Es formación para gente que quiere aprender actuación en cine y televisión, guión y dirección en cine y televisión, y también este año abrimos un taller de postproducción digital, para aprender a editar películas.*

*El principal objetivo de La extensión es la integración de alumnos de actuación, dirección y postproducción. El plan de este año es hacer talleres independientes y por otro lado comenzamos una carrera de dos años con residencia filmica.*

*A partir de este año y todos los años, La Extensión va a producir un material filmico en video de mediometrage o largo de ficción. Es una residencia que va a ser actuada por sus alumnos, dirigida y editada por ellos.*

*La idea es poder contar una historia por parte de los alumnos a partir de lo que aprendieron, pero no tiene un fin lucrativo. Es de investigación.*

*El objetivo es apoyar más al cine, que empiecen a surgir equipos de producción. Se trata de fomentar al cine en Mar del Plata.”*

En relación a las Escuelas de Cine de la ciudad y su importancia para los productores, Ignacio Laxalde opinó lo siguiente:

*“Los productores no eligen por escuelas, sino por los trabajos realizados previamente, habiendo estudiado o no. Quiero decir, lo importante es si sabes hacerlo o no. Donde hayas estudiado o si te recibiste es irrelevante. Se juzga por la calidad de los trabajos audiovisuales que hayas hecho.”*

Por otro lado Marcelo Marán, cree en la necesidad de contar con una facultad de cine, es decir que en Mar del Plata se pueda estudiar cine desde un nivel universitario. Y comento que la carrera de cine se estudia en muchas Universidades nacionales como por ejemplo la Universidad de Avellaneda, la Universidad de Tandil o la propia Universidad de Buenos Aires.

*“Creo que un plus que traccionaría a favor del desarrollo de la industria en la ciudad, es que haya Universidad de Cine. Una facultad de cine facilitaría el desarrollo de la producción y la capacitación de técnicos.”*

Por su parte Ignacio Laxalde opina que si bien una facultad de cine no es fundamental, ayudaría a que los productores se inspiren en Mar del Plata al momento de elegir la ciudad de filmación.

Del análisis de los aportes de los diferentes agentes del sector, se puede concluir que la presencia de escuelas de cine, es un factor importante para la ciudad de Mar del Plata, ya que si bien los técnicos pueden llegar a ser elegidos por los trabajos realizados, las

mismas son un medio de capacitación y a su vez de conexión con las empresas productoras.

Por otro lado, el desarrollo de una facultad de cine dentro de la Universidad, permitiría no solo la formación de técnicos y realizadores, sino también la realización de investigaciones tendientes a facilitar el desarrollo del sector. Implica la construcción de un entorno de recursos humanos de calidad y especializados, llevando la competitividad del territorio como factor de producción.

## **8) Oferta de servicios auxiliares al rodaje**

Uno de los factores que influye directamente en la elección del lugar de filmación, es la existencia en el mismo de empresas que ofrezcan servicios auxiliares al rodaje con la calidad requerida por los productores y a precios competitivos. Estos servicios auxiliares o secundarios, no dependen necesariamente de la industria cinematográfica para mantenerse, pero por el contrario, son indispensables para que la misma pueda ser desarrollada en un determinado lugar.

Se pueden nombrar entre otras, a las siguientes actividades:

- Servicios de casting. Si bien esta es una actividad que es llevada a cabo por las propias productoras, en algunas ocasiones se encomienda esta tarea a empresas que se dedican a terciarizar estos servicios.
- Oficios necesarios para realizar el rodaje en donde se pueden incluir a escenógrafos, peluqueros, maquilladores, etc., como así también a herreros, carpinteros y pintores entre otros.
- Servicios de postproducción, tales como edición y sonorización.
- Agencias de publicidad.
- Agencias de seguridad
- Empresas de Transporte.
- Productoras de seguros.
- Hotelería.
- Gastronomía, en donde se incluye el catering.

La realización de una producción audiovisual en un lugar determinado, puede implicar que el 30% del costo quede en el territorio, por lo que implica un impacto positivo sobre el conjunto de las actividades anteriormente especificadas.

De esta manera, el productor cuenta con los servicios necesarios para realizar el rodaje, a la vez que proporciona empleo indirecto a gran cantidad de trabajadores.

Para Julio Lascano, Mar del Plata es una ciudad que está equipada para recibir a un productor y ofrecerle la mayoría de los servicios que necesita:

*“Si bien en Buenos Aires hay mucha más gente que trabaja en cine, en Mar del Plata hay mucha gente capacitada para hacer sonido, iluminación, empresas que organizan castings, servicios de catering, etc.*

*Mar del Plata también tiene una movida gastronómica impresionante, hoteles cinco estrellas, y eso también es muy importante”*

De la misma manera Marcelo Marán opina que:



*“Algo importante que diferencia a Mar del Plata de otras ciudades es el tema de la hotelería y gastronomía.*

*Hay dos temas diferenciados. Uno es que aparezcan realizadores y que Mar del Plata sea un lugar de producción propia de cine, que me parece que para eso falta más. Pero otra cosa es que la ciudad sea un lugar de recepción, un lugar donde se filma, que me parece que para eso no falta tanto. Y creo que al ser un lugar donde se recepcione gente que filme, va a provocar que se filme aún más, que Mar del Plata sea una productora de audiovisuales.”*

En relación al costo de los servicios necesarios al rodaje, Oscar Alvarez opina que:

*“La ventaja comparativa de Mar del Plata es muy importante. La gastronomía de Mar del Plata ofrece precios comparativos muy ventajosos. Cuando vos tenés que trabajar con 50 o 60 personas, los costos de gastronomía, hotelería y movilidad en Mar del Plata están lejos que cualquier ciudad del País.*

*En Buenos Aires te sale más o menos el doble dependiendo de la jerarquía. Te hablo de todo en general, desde hotelería y gastronomía hasta tintorerías. Mar del Plata puede abastecer todo esto y con mucha calidad.*

*El costo de un extra acá es de 50 pesos por día más el catering. En Buenos Aires llega más o menos a 150 dependiendo de la producción que sea. Lo que tiene Mar del Plata accesible es el tema de traslado. Si vas a Córdoba necesitas un día para venir y uno para volver y el costo es mayor. Y tenés aeropuerto que para una producción extranjera influye mucho porque te ahorras tiempo.*

*Aparte si necesitas un equipo o un profesional con urgencia lo podés llegar a tener en el término de horas, porque la disponibilidad de vuelos en Mar de Plata es una de las más importantes en el país. Tiene una línea de ferrocarril accesible para transportar gran cantidad de pasajeros a un costo mínimo. Podés traerte 200 personas en un tren si las necesitas por lo que fuera.”*

Adhiriendo al comentario anterior, Carlos Pontano, quien ha participado en diversas producciones que eligieron a Mar del Plata como set, opina:

*“Lo que nosotros podemos dar en Mar del Plata son catering baratos, extras baratos, lugares en alquiler e infraestructura barata, moverte en Mar del Plata es más barato. Por ejemplo en lo que es publicidad y que yo participé, las de CTI salieron un 30% más barato que en Buenos Aires, y las de Quilmes más o menos un 40%. El catering cuesta alrededor de \$20 pesos por persona por día y un extra ronda los \$50 por día.”*

Al respecto, Julio Lascano plantea que:

*“El lugar de filmación lo definen el presupuesto y la historia. Si el guión implica paisajes porteños se filma en Buenos Aires. Pero el productor también busca abaratar costos, entonces si le resulta menos costoso grabar en Mar del Plata y Mar del Plata le sirve para la historia lo hace. Además, Mar del Plata es una ciudad tranquila y podés trabajar con menos costos que en Buenos Aires, porque no es lo mismo filmar en la 9 de Julio que en la Avenida Luro”*

También Marcelo Marán afirma en relación a esto:

*“Un productor piensa en Mar del Plata si tiene que filmar por ejemplo en una escollera, pero también es un empresario que quiere maximizar el rendimiento de su inversión, y si puede ahorrar costos viniendo a filmar a Mar del Plata se lo ahorra y listo.”*

En resumen, los servicios secundarios son necesarios para rodar un film y son un aspecto que todo productor tiene en cuenta al momento de decidir trasladarse o no a una localidad para filmar.

Según la opinión de los entrevistados sobre este tema, Mar del Plata puede cubrir la mayoría de las actividades requeridas por los diferentes productores, especialmente en lo que respecta a hotelería y gastronomía.

Es importante destacar, que Mar del Plata cuenta con toda la infraestructura en lo que respecta a servicios de seguros, agencias de publicidad, empresas privadas de seguridad, servicios de comunicación y de transporte ya sea privado o público, etc., que implican que la misma puede ofrecer en forma integral, las actividades secundarias que el productor necesita para que el rodaje pueda ser llevado a cabo correctamente y de una manera organizada.

Con relación a los costos de estas actividades, la opinión general es que la ciudad ofrece ventajas competitivas en precios y calidad con respecto a otras ciudades del interior del país incluso Buenos Aires.

## **9) Realización de Festivales**

La realización de festivales de cine es un elemento que permite no sólo dar a conocer las obras de productores, especialmente independientes y noveles, sino que también puede influir en el conocimiento, por parte de los participantes y de aquellos relacionados con la industria, de las características que presenta la ciudad en la que se realiza el festival. Además cuanto más categoría posea el mismo, mayor es la cantidad de productores reconocidos que participan, y por lo tanto esto repercute positivamente en las posibilidades de que la ciudad anfitriona sea seleccionada para la realización de futuros proyectos.

El productor venezolano José Ramón Novoa, no considera a los festivales de cine como un medio de que la película pueda llegar a comercializarse, pero sí para relacionarse:

*“A mi criterio los festivales no sirven mucho para mercadear películas. Sirven simplemente para estar ahí, conocer a otra gente, vincularse con algún productor y eventualmente en algunos festivales que son más serios que otros, lograr algún tipo de receptividad para la distribución. Pero generalmente los festivales están divorciados de la industria y de la distribución. No es posible que yo gane en Francia mejor película, y no conseguí distribuidor.”*

Por su parte Oscar Alvarez cree que el Festival Internacional de Cine es importante para el desarrollo del sector pero no actúa en forma directa:

*“El Festival de Cine Internacional es importante pero como algo colateral. Acá se dio algo muy importante el año pasado. Muchos productores vinieron a comprar muchas películas. El problema es que el productor que viene de afuera tal vez viene dos días y con eso no puede conocer nada. Diferente es la actitud de Coppola que viene y se*

*queda dos meses. Recorre por todos lados y decide montar una productora en Buenos Aires, y es uno de los directores más importantes de todo el siglo.”*

En relación a este tema Gabriel Babela, voluntario de *MdQ Film* expone que:

*“Con los festivales no solo se trata de obtener un premio. Es una forma de conocer al productor. De ver quién hizo esa película. Además es una forma de relacionarse. El Festival Internacional de Mar del Plata es el único de Sudamérica de Clase A. Es como el de Cannes, el de Berlín, el de Nueva York, es lo más top.”*

De lo expresado anteriormente, surge que el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata tiene una de las categorías más elevadas en ese tipo de eventos.

Por otro lado, en Mar del Plata se llevan a cabo una serie de festivales de cine. Tal es el caso de la *Muestra Internacional de Cine Independiente*, que hace de la misma otro punto de conexión entre productores y por lo tanto otra forma de exhibir la ciudad.

Tal como explica Marcelo Marán:

*“...hay festivales de cortos, encuentros de realizadores independientes, el Festival de Cine Independiente que es organizado por marplatenses, lo que en definitiva muestra que hay un cine de arte que es requerido.”*

Las opiniones obtenidas en relación a este factor están orientadas en diferentes sentidos. Por un lado, no se considera la realización de festivales en una ciudad, un medio para que los productores que participan de los mismos elijan en un futuro a la misma como set escenográfico para rodar.

Pero por otro, la realización de estos acontecimientos es un valor adicional, especialmente cuanto más reconocido sea el mismo. Este aspecto es positivo para la ciudad de Mar del Plata, ya que en la misma se llevan a cabo dos de los festivales de cine más importantes del mundo: El Festival Internacional de Cine y la Muestra Internacional de Cine Independiente, eventos que hacen de esta localidad un punto de conexión directa con la industria cinematográfica.

Además, la realización de estos programas, no solo permiten que los diferentes productores se relacionen, sino que también logran que Mar del Plata pueda llegar a ser reconocida en el mundo por el ámbito cinematográfico y el público en general.

Es a su vez un elemento más del entorno territorial, que permite involucrar a la población y a los recursos humanos locales en la industria cinematográfica.

### C) Análisis de los factores

En este apartado se intenta realizar una presentación esquemática de los diferentes factores encontrados, los cuales surgen de los elementos conceptuales de la investigación. Estos fueron puestos a prueba, corroborados total o parcialmente, y a la vez identificados nuevos elementos, por medio del análisis de las entrevistas a los distintos agentes del sector.

En relación a los factores indirectos, resulta útil realizar una breve exposición de sus aspectos favorables y desfavorables, ya que es complejo poder obtener conclusiones sobre el impacto de los mismos en la ciudad de Mar del Plata. Ello es así porque son factores que motivan la realización de producciones per se, nacionales o internacionales, sin tomar en consideración el espacio geográfico en donde se lleve a cabo la misma.

Factores	Aspectos Favorables	Aspectos Desfavorables
<p align="center"><b>-1- Instituciones de Fomento</b></p> <p align="center"><b>-a- Fondos y festivales internacionales</b></p>	<p>Existen Fondos de Fomento internacionales <b>accesibles a los productores nacionales.</b></p> <p>Posibilitan la <b>exhibición de películas en el exterior.</b></p> <p>Los Festivales Internacionales constituyen una vía directa para que los diferentes realizadores puedan <b>hallar inversores</b> para sus proyectos.</p>	
<p align="center"><b>Instituciones de Fomento</b></p> <p align="center"><b>-b- Fondo de Fomento Nacional (INCAA)</b></p>	<p><b>Otorga subsidios y créditos</b> para producción y pasaje a medios electrónicos.</p> <p><b>Financia la competencia de las producciones nacionales en el exterior,</b> a través de beneficios económicos directos.</p> <p><b>Posibilita la realización de coproducciones,</b> financiando hasta un 70% del total del film.</p> <p>Permite la <b>adquisición de equipamiento e instrumental.</b></p> <p>Fomenta la <b>realización de festivales y financia la participación de películas argentinas en festivales internacionales.</b></p> <p><b>Realiza concursos y otorga premios</b> para fomentar el crecimiento de la Industria Audiovisual Argentina.</p> <p>La <b>cuota de pantalla y la media de continuidad</b> permiten resolver el problema de acceso de las películas argentinas al circuito comercial.</p>	<p><b>No todas las producciones acceden a los créditos y subsidios,</b> especialmente las independientes.</p> <p><b>Films de carácter comercial y sin interés social han accedido al otorgamiento de subsidios.</b></p> <p><b>Las películas que acceden a la cuota de pantalla no logran superar la media de continuidad</b> debido especialmente a la falta de publicidad.</p> <p><b>No hay una aplicación de la Cuota de Pantalla en Cortometrajes y Televisión.</b></p> <p><b>Para acceder a los subsidios los films deben tener formato 35mm, lo que implica un aumento en los costos de transferencia de digital a filmico.</b></p> <p><b>Los Espacios INCAA crean salas estigmatizadas de cine argentino.</b></p> <p>La falta de fuentes de financiamiento, <b>obliga a los productores independientes a diferir el pago de</b></p>

	<p><b>Los films subsidiados tienen la obligación de emplear en mayor medida personal de nacionalidad argentina</b>, lo que impacta directamente en el mercado laboral.</p> <p><b>Los films subsidiados deben ser rodados en el país</b>, lo que implica la utilización de sus espacios geográficos y la posibilidad de exhibirlos al resto del mundo.</p> <p>Los <b>Espacios INCAA</b> aumentan las <b>posibilidades de acceso de los films a la pantalla grande</b>.</p>	<p><b>salarios</b> hasta recibir los subsidios del INCAA.</p>
<p><b>Instituciones de Fomento</b></p> <p><b>-c-</b></p> <p><b>Coproducción</b></p> <p><b>-</b></p> <p><b>Programa Ibermedia</b></p>	<p><b>Minimiza el problema del escaso financiamiento.</b></p> <p>La <b>coproducción con canales de televisión, asegura una buena publicidad del film.</b></p> <p>La coproducción entre diferentes países <b>permite la comercialización del film en el exterior</b>, lo que aumenta el retorno de la inversión.</p> <p>El programa Ibermedia <b>genera multiplicación de fondos y convierte la película en multipaís.</b></p> <p>Ibermedia <b>potencia la comercialización del film en el exterior.</b></p>	<p>En caso de beneficios normales, <b>puede provocar una reducción de las ganancias ya que deben ser compartidas</b> entre las diferentes coproductoras, sean nacionales o internacionales.</p> <p><b>Solo las productoras estables</b> asociadas a canales de televisión <b>tienen acceso a la coproducción con los canales de tv.</b></p>
<p><b>-2-</b></p> <p><b>TV por cable</b></p> <p><b>DVD</b></p>	<p>La publicidad en tv es la <b>principal forma de marketing</b> para un film, debido a la cantidad de público al que se transmite en un lapso corto de tiempo.</p> <p>La venta de los derechos de exhibición a los canales de TV <b>permite recuperar parte de la inversión realizada</b>, pero <b>no es considerada un determinante</b> para llevar a cabo un proyecto.</p> <p>El pasaje a medios electrónicos como video o DVD <b>permite obtener subsidios del INCAA.</b></p> <p><b>Con el DVD es el público el que elige el film a consumir.</b> En la pantalla grande la elección es indirecta, ya que la realizan los programadores.</p>	<p>La venta de los derechos de exhibición <b>no alcanza a todos los productores.</b></p> <p><b>Los pagos por derechos de exhibición en tv son considerablemente reducidos en relación</b> con el costo del film.</p> <p><b>La mayoría de las películas exhibidas en TV por cable son norteamericanas.</b></p> <p><b>Falta regulación de la cuota de pantalla para TV.</b></p> <p><b>Para obtener los subsidios</b> por pasaje a medios electrónicos las películas <b>deben ser exhibidas en cartel.</b></p> <p>La edición en DVD aumenta las probabilidades de realización de <b>copias ilegales.</b></p>

<p align="center"><b>-3- Tipo de Cambio</b></p>	<p>Un tipo de cambio alto <b>fomenta la comercialización de películas nacionales en el exterior</b>, lo que aumenta las posibilidades de mayores ganancias.</p> <p>El contexto cambiario actual, permite la recuperación de muchas productoras independientes, por la <b>posibilidad de producir directamente para el extranjero</b>.</p> <p>Un cambio alto <b>motiva la selección de espacios geográficos argentinos para filmar por parte de productoras internacionales</b>.</p>	<p>Un tipo de cambio alto <b>disminuye la ganancia de los productores nacionales</b> al aumentar los costos de alquiler de equipos profesionales y gastos de laboratorio.</p>
<p align="center"><b>-4- Filmación Digital (Reducción de costos)</b></p>	<p>La posibilidad de <b>filmación digital reduce considerablemente el costo y tiempo de rodaje y postproducción</b>, y ello posibilita que pequeños productores puedan concretar su proyecto.</p> <p>Las <b>cámaras HDV permiten la realización de un transfer a 35mm</b>, necesario para obtener los subsidios del INCAA.</p>	<p><b>La calidad de imagen</b> en formato digital <b>se reduce notablemente</b> en comparación formato filmico. (Las cámaras más utilizadas son las <b>HDV</b>, las cuales <b>implican una calidad intermedia</b> en la imagen, aspecto que puede afectar la estética y provocar el rechazo del público).</p>

En relación a los factores directos y según la opinión de los informantes, se exponen las principales fortalezas y debilidades que evidencian los mismos en la ciudad de Mar del Plata, para de esa manera poder arribar a una conclusión sobre la importancia de estos para la selección de la ciudad como espacio geográfico de rodaje.

<p align="center"><b>Factor</b></p>	<p align="center"><b>Aspectos Positivos Fortalezas de Mar del Plata</b></p>	<p align="center"><b>Aspectos Negativos Debilidades de Mar del Plata</b></p>
<p align="center"><b>-1- Acceso a la Tecnología</b></p>	<p>La falta de equipamiento <b>no es considerada un determinante definitivo</b> para seleccionar el espacio geográfico de rodaje.</p>	<p>El acceso a la tecnología de calidad es limitado en Mar del Plata. <b>No se disponen de cámaras HD. Sólo se ofrecen un número reducido de cámaras HDV.</b></p> <p>La <b>escasez de cámaras de calidad obliga</b> a la mayoría de los productores que eligen Mar del Plata <b>a traer los equipos</b>, lo que aumenta el costo de alquiler y traslado de los mismos.</p> <p><b>A diferencia de Buenos Aires, no hay empresas dedicadas a ofrecer accesorios para la producción de cine.</b></p>

<p align="center"><b>-2- Laboratorios</b></p>	<p>La <b>cercanía con Buenos Aires</b> y las posibilidades de un costo mínimo de traslado <b>contrarresta la desventaja de que Mar del Plata no cuente con la presencia de un laboratorio.</b></p> <p><b>La filmación digital evita la necesidad de un laboratorio</b> hasta el momento en que la película terminada debe ser transferida a 35milímetros.</p> <p>La filmación en 35 milímetros asociada al <b>‘video assist’ evita la necesidad de un laboratorio</b> de revelado, de la misma manera que sucede en la filmación digital.</p>	<p>En Mar del Plata <b>no hay empresas de laboratorio.</b></p>
<p align="center"><b>-3- Film Commissions</b></p>	<p><b>Promocionan</b> la ciudad o región como set escenográfico.</p> <p><b>La ciudad de Mar del Plata cuenta con su propia Film Commission: MdQ Film.</b></p> <p><b>Facilita el otorgamiento de permisos</b> para el rodaje y el <b>acceso a locaciones o infraestructura</b> necesaria para el desarrollo del mismo.</p> <p><b>Ofrece un registro de actores y técnicos</b> para las productoras que los soliciten.</p>	<p><b>MdQ Film no centraliza toda la información</b> en la oficina.</p> <p><b>No cuenta con un registro detallado de locaciones.</b></p> <p><b>A diferencia de BAsset, MdQ Film carece de un impulso publicitario y de promoción,</b> indicando las producciones en las que ha colaborado y facilitado el rodaje, información estadística, etc.</p>
<p align="center"><b>-4- Locaciones Infraestructura</b></p>	<p>Las locaciones e infraestructura de Mar del Plata hacen de la misma <b>una de las ciudades mejor equipadas</b> para la realización de diferentes producciones.</p> <p>Su <b>similitud a otras ciudades históricas</b> del resto del mundo hace de Mar del Plata un lugar posible a ser elegido por productoras internacionales, aspecto que se potencia con un tipo de cambio elevado.</p> <p><b>La ciudad es más serena y despejada</b> para que los productores puedan llevar a cabo su trabajo, especialmente en épocas de temporada baja.</p> <p><b>Las distancias entre las diferentes locaciones es reducida</b> y el traslado de una a otra puede llegar a realizarse en pocos minutos en comparación a otras ciudades como por ejemplo Capital Federal, La plata, Rosario o Córdoba.</p> <p>Su <b>cercanía con la ciudad de Buenos Aires</b> y su capacidad de cubrir diferentes historias es un factor diferencial en</p>	<p>Mar del Plata <b>no ofrece determinadas locaciones</b> que pueden ser requeridas por algunas realizaciones en <b>donde la historia requiere de espacios y climas como los que presentan las regiones del Noreste, Cuyo y Patagónica.</b></p>

	comparación a otras ciudades del interior del país.	
<b>-5- Set de Interiores</b>	<p>Mar del Plata ofrece gran diversidad de <b>construcciones</b> que pueden utilizarse <b>para la realización de interiores.</b></p> <p>Existe una <b>tendencia a utilizar locaciones reales</b>, especialmente en las producciones nacionales.</p>	<p><b>No hay en Mar del Plata un estudio de filmación o set</b> apto para la filmación de interiores en largometrajes o grandes publicidades.</p> <p>Ello genera en el productor la <b>necesidad de filmar interiores en una ciudad e interiores en otra</b>, lo que puede desincentivar la elección de Mar del Plata como lugar de rodaje, debido principalmente al aumento en los tiempos y costos del mismo.</p>
<b>-6- Presencia de Actores y Técnicos</b>	<p>Todo productor tiene en cuenta en su análisis de costo – beneficio la presencia de actores y técnicos en la ciudad elegida para rodar.</p> <p>En Mar del Plata residen una <b>cantidad importante de Actores, Conductores, Productores, Directores de Arte, Editores, Sonidistas, Iluminadores, etc.</b>, capacitados para la participación en proyectos audiovisuales.</p> <p>Lo anterior es <b>fundamental para el desarrollo de producciones locales.</b></p>	<p><b>La participación de los actores y técnicos locales</b> queda en la totalidad de las situaciones <b>relegada a trabajos secundarios</b>, ya que la mayoría del personal jerárquico es traído por las propias productoras.</p> <p><b>La falta de un rodaje continuo y sostenible, afecta no sólo las posibilidades laborales de los diferentes actores y técnicos marplatenses</b>, sino también sus posibilidades de darse a conocer entre los diferentes realizadores.</p> <p><b>La ciudad carece de técnicos capacitados en fotografía</b>, actividad fundamental en la etapa de preproducción al momento de seleccionar las locaciones.</p>
<b>-7- Facultad de Cine Escuelas de Cine</b>	<p><b>La ciudad cuenta con dos Institutos reconocidos de Cine</b> <b>Uno de ellos, ha participado en la realización de diferentes producciones</b> locales y también como soporte para producciones de Buenos Aires. Ofrece un registro de locaciones y asistencia técnica a los productores que la necesiten.</p> <p><b>Existen otros institutos, que buscan fomentar la realización de producciones de corto y mediometraje.</b></p> <p>Si bien la mayoría de los productores eligen por los trabajos realizados, la presencia de escuelas de cine <b>implica mano de obra capacitada.</b></p>	<p>La ciudad de Mar del Plata <b>no cuenta con una Facultad de Cine</b>, tal como el caso de la Universidad de Tandil, Avellaneda o Buenos Aires,</p> <p><b>Un ambiente académico incentivaría la realización de estudios relacionados</b> con la Industria y tendientes a influir en el desarrollo del cine en la ciudad.</p>



<p align="center"><b>-8- Oferta de servicios auxiliares al rodaje</b></p>	<p>En la ciudad se realizan <b>servicios de casting</b> que son requeridos por productoras que prevén la realización de una producción en Mar del Plata.</p> <p><b>Mar del Plata está capacitada para ofrecer el personal necesario para el rodaje</b>, no solo en tareas como peluquería y maquillaje, sino también en herrería, carpintería, pintura, etc.</p> <p>La ciudad cuenta con una <b>capacidad hotelera y gastronómica</b> en volumen, calidad y a precios accesibles.</p> <p>Existen en la ciudad una variedad de <b>empresas de seguridad</b>, las cuales en ocasiones son necesarias por los productores para poder rodar en determinados sectores.</p> <p>Muchas empresas ofrecen <b>servicios privados de transporte</b> durante las 24 horas, lo que facilita el traslado de personal y equipamiento.</p>	
	<p>Según la opinión de los informantes calificados, el rodaje en Mar del Plata puede llegar a costar un <b>30% menos que en Buenos Aires.</b></p> <p>El <b>costo de locaciones</b> puede llegar a ser <b>inferior</b> en Mar del Plata que en Buenos Aires.</p> <p><b>El costo de un extra puede reducirse considerablemente en Mar del Plata</b> comparado con Capital Federal. Este aspecto es fundamental para la filmación de publicidades que requieren una gran cantidad.</p> <p>La <b>cercanía con Buenos Aires</b> y las diferentes posibilidades de transporte reducen los costos y los tiempos de traslado en comparación a otras ciudades del interior del país.</p> <p>La <b>utilización de técnicos marplatenses</b> contribuye a reducir el costo, especialmente en los casos de <i>meritorio</i>.</p>	<p><b>Muchas empresas</b>, especialmente gastronómicas y hoteleras, <b>tienen conductas oportunistas en la fijación de precios. Ello muestra una falta de compromiso con el desarrollo de la producción audiovisual en la ciudad.</b></p>
<p align="center"><b>-9- Realización de Festivales</b></p>	<p>Otorgan a la ciudad una <b>vinculación directa y fundamental con la Industria Cinematográfica</b>. Ello marca una diferencia con otras ciudades del Interior del País e incluso del resto del mundo.</p> <p><b>Permiten lucir la ciudad a los productores que llegan al festival.</b></p>	<p><b>Los productores no disponen de suficiente tiempo</b> para recorrer la ciudad y reconocer personalmente la capacidad de la misma como soporte de realizaciones audiovisuales.</p> <p><b>No son considerados un determinante del espacio filmico.</b></p>

	<p>El Festival Internacional de Cine de Mar del Plata es de Clase A, lo que <b>genera la visita de los principales productores del mercado audiovisual.</b></p> <p>Permite que la ciudad <b>sea conocida en el resto del mundo.</b></p>	<p><b>No hay una relación directa entre los festivales y la distribución</b> de los films, lo que afecta la obtención de financiamiento y la comercialización de películas en circuitos comerciales.</p>
--	---	--

En los cuadros presentados, se lleva a cabo una breve exposición de las principales fortalezas y debilidades de cada uno de los factores encontrados, haciendo hincapié en su presencia en la ciudad de Mar del Plata. A partir de esto, y en función del aporte realizado por los agentes del sector, se puede llegar a concluir sobre la importancia de los mismos en la selección de Mar del Plata como set de filmación.

## Conclusiones y recomendaciones

En función al análisis realizado, se pueden obtener algunas conclusiones que responden a los objetivos propuestos.

Por un lado se ha podido determinar que existen algunos factores indirectos que afectan el desarrollo de producciones sin importar el lugar de rodaje, como así también que existen factores directos que hacen que una ciudad posea aspectos diferenciales a la hora de ser elegida como set escenográfico.

Con respecto a los factores indirectos (que permiten o posibilitan el desarrollo de producciones en general) se han identificado como relevantes:

- La presencia de Instituciones de Fomento nacionales o internacionales, han sido calificadas como un factor necesario para el desarrollo de la industria en el país, ya que brindan apoyo directo a la realización de producciones audiovisuales, y por lo tanto permiten el fortalecimiento de la identidad y cultura nacional. En particular, se destaca la promoción que realiza el INCAA, el cual teniendo en cuenta la importancia del cine y su característica de bien público, es considerado un de los pilares fundamentales que impulsan la producción cinematográfica nacional. Ello es así, no sólo por otorgar subsidios y créditos u otras medidas de fomento, sino también porque obliga al productor a emplear personal de nacionalidad argentina y rodar dentro del país, y por lo tanto generar un impacto positivo, no solo en el empleo nacional sino también en la generación de capacidades domésticas en el sector.

- La realización de coproducciones, ya que es una forma de minimizar el problema del escaso financiamiento. Se subraya la presencia del Fondo Ibermedia, debido a que implica multiplicación de fondos y convierte la película en multipaís.

- La posibilidad de exhibir films en pantalla chica, por ser una de las principales formas de marketing y además, permite aumentar, al menos marginalmente, las ganancias por la venta de derechos de exhibición. No obstante, se considera que el acceso es inequitativo, aunque de todas maneras se relativiza el efecto sobre la cantidad de realizaciones.

- La edición en DVD, es evaluada favorablemente, ya que aunque es probable que se realicen copias ilegales, permite obtener los respectivos subsidios del INCAA, incrementando el retorno financiero del productor.

- El tipo de cambio, es una variable que incide indirectamente sobre una mayor o menor realización de films. Se evidencia como positivo el contexto actual de tipo de cambio alto, ya que si bien aumenta los costos de algunos insumos, fomenta la comercialización de películas nacionales en el exterior y motiva la selección de espacios geográficos argentinos por parte de productoras internacionales. El costo de una producción norteamericana puede llegar a ser muy superior al de una producción nacional, por lo que los desembolsos realizados en nuestro país tienen un impacto económico considerable por el ingreso de divisas.

- Las posibilidades de filmación en formato digital, permiten el acceso a la producción audiovisual a pequeños productores que trabajan con presupuestos estrechos, debido a que reduce considerablemente los costos y tiempos de rodaje. Asimismo, la posibilidad de alquilar el equipamiento a bajo costo, es un elemento positivo adicional para los pequeños y medianos empresarios. Se destaca como aspecto negativo, la menor calidad en formato digital en comparación con el filmico, especialmente con las cámaras HDV, las cuales son utilizadas por la mayoría de los productores.

En relación a los factores directos (aquellos que inducen la filmación en un determinado espacio geográfico), se ha analizado su presencia en la ciudad de Mar del Plata. Los resultados de esta investigación muestran como principales fortalezas:

- Film commissions
- Locaciones – Infraestructura
- Presencia de actores y técnicos
- Presencia de escuelas de cine
- Oferta de servicios auxiliares al rodaje
- Realización de festivales

- Las film commissions son instituciones que pueden influir directamente en la selección de una ciudad o región como espacio filmico. Los resultados muestran como principal fortaleza de Mar del Plata, el contar con su propia oficina de promociones cinematográficas. No obstante, es necesaria una mayor participación de la misma, ya que no lleva a cabo integralmente algunas funciones para las cuales fue creada. A diferencia de la film commission de Buenos Aires, *MdQ* no realiza tareas de promoción, sino más bien de asistencia, las cuales presentan a su vez algunas falencias, tales como la falta de un registro detallado de infraestructura y locaciones accesibles o bien de publicidad con respecto a las filmaciones realizadas en la ciudad señalando aquellas a las que ha asistido. Por lo tanto, si bien el factor es considerado una fortaleza, su actual desempeño muestra una serie de debilidades, aspecto que debe ser evaluado por las autoridades locales a la hora de planificar una tarea integral de asistencia y promoción de la ciudad como set.

- Otra variable considerada como principal determinante del espacio de rodaje, es la presencia de locaciones e infraestructura que permitan cubrir los requerimientos del guión. En este sentido, Mar del Plata se manifiesta como una de las ciudades más equipadas del país. Se destacan como elementos diferenciales el mar, las sierras, lagunas, puerto, aeropuerto y construcciones edilicias, entre otras.

- De acuerdo a la evidencia, todo productor tiene en cuenta el poder contar con actores y técnicos para realización de tareas secundarias al momento de seleccionar el lugar para rodar, ya que implica un impacto positivo en su análisis de costo – beneficio. Del análisis realizado, se concluye que Mar del Plata puede cubrir con calidad y cantidad suficiente, los actores y técnicos que el productor necesite. Si bien la participación de los mismos queda generalmente relegada a trabajos secundarios, es una manera de lograr que estos sean conocidos por los productores y tenidos en cuenta para futuras realizaciones. A su vez, es un medio para generar nuevos puestos de trabajo. Sin embargo, una debilidad que presenta la ciudad es la carencia de técnicos capacitados en fotografía, la cual es una actividad fundamental en la etapa de preproducción al momento de seleccionar las locaciones.

- Un factor considerado positivo para la ciudad es la presencia de institutos de enseñanza, ya que permiten capacitar a futuros realizadores y técnicos, fomentan la realización de producciones y en algunos casos ofrecen servicios a productores que eligen a Mar del Plata como set para rodar.

- Un elemento que presenta la ciudad considerado positivo por los productores, es la oferta de servicios necesarios al rodaje tales como servicios de casting, hotelería y gastronomía, publicidad, agencias de transporte, oficios, agencias de seguridad, etc. En contraposición, se observan comportamientos oportunistas en algunas empresas de servicios como gastronomía y hotelería, con el consiguiente incremento de precios, el desaliento al inversor y la generación de una imagen desfavorable dentro del ámbito

audiovisual. Las conductas individuales, del tipo de las mencionadas previamente, pueden revertirse a través del involucramiento y compromiso de los distintos sectores productivos en un proyecto conjunto de desarrollo de la actividad cinematográfica en la ciudad. En este sentido, Mar del Plata puede tener ventajas comparativas con respecto a otras ciudades del interior del país e incluso Buenos Aires, en los precios de hotelería y gastronomía, traslado (no solo interno sino también por su cercanía con la ciudad de Buenos Aires), servicios de limpieza, etc. Ello provocaría que el productor pueda lograr un producto cubriendo la mayoría de sus necesidades y buscando la maximización del retorno de la inversión.

- Si bien la realización de festivales en una ciudad no es valorado por los entrevistados como un determinante para que la misma sea elegida como set escenográfico, le otorga prestigio no solo en el ambiente cinematográfico sino incluso en el público en general. En este sentido la realización en Mar del Plata del Festival Internacional de Cine así como la Muestra Internacional de Cine Independiente, es considerada como 'diferencial' con relación a otras ciudades del país, incluso del mundo, y constituye un medio más para que aparezca en el imaginario de los productores al momento de elegir el lugar en que realizarán su proyecto.

Finalmente, existen una serie de factores en los cuales Mar del Plata no está preparada para ofrecerlos en forma integral, y que en algunos casos son considerados necesarios para el desarrollo del sector. Estos son:

- Disponibilidad de tecnología
- Laboratorios
- Facultad de cine
- Set de interiores

- La disponibilidad de tecnología, es otro factor que influye en la selección del espacio de rodaje. Si bien la ciudad puede ofrecer algunas cámaras semiprofesionales de filmación aptas para largometrajes, no puede cubrir requerimientos de elevada calidad. No obstante, esto es relativizado por los entrevistados, especialmente por la cercanía con la Ciudad de Buenos Aires, ya que permite trasladar el equipamiento necesario a costos reducidos y en un lapso corto de tiempo. No obstante, a medida que la ciudad se convierta en un polo de filmación, se esperaría un aumento paulatino de la oferta local de este equipamiento. .

- En relación a los laboratorios, si bien se presenta como una debilidad el hecho de no contar en la ciudad con este tipo de infraestructuras, se concluye que no es fundamental la presencia de los mismos para que Mar del Plata sea elegida por productores. Esto es así, dada las posibilidades de filmación digital, la cual es utilizada por la mayoría de los realizadores, como así también por la cercanía con la Ciudad de Buenos Aires, lugar donde se encuentran la totalidad de estas empresas.

- Un factor, que puede influir en el desarrollo de la industria en una ciudad, es la posibilidad de contar con una facultad de cine. Mar del Plata no tiene dentro del ámbito universitario una carrera de estudios audiovisuales, y esto es un aspecto desfavorable en comparación a otras ciudades, especialmente Buenos Aires, por la posibilidad de formar equipos de producción como así también la realización de investigaciones y proyectos productivos tendientes a influir en el crecimiento del sector.

- Otra variable que puede afectar el desarrollo de la producción audiovisual en la región, es la posibilidad de contar en el lugar de rodaje con un set específicamente destinado a la filmación de interiores. Si bien la tendencia de las productoras actuales es

utilizar locaciones e infraestructura reales, algunos proyectos pueden requerir de estas instalaciones (generalmente cuando el director pretende lograr efectos que no son posibles alcanzarlos sin una escenografía creada), por lo que es un aspecto que puede influir negativamente para algunos directores o productores, principalmente internacionales que requieran de los mismos. Además, la posibilidad de contar con un estudio de filmación en la misma ciudad en que se filma exteriores reduce los tiempos y costos de rodaje, siendo éste otro aspecto desfavorable para Mar del Plata.

Conforme al análisis realizado, se concluye que Mar del Plata cuenta con varios factores que pueden posibilitar una reducción en los costos de rodaje y a su vez responder a los principales requerimientos de los productores, determinando su capacidad potencial para convertirse en un polo audiovisual.

Actualmente en Mar del Plata no se ruedan más de 10 producciones al año. Para considerar a la ciudad como polo audiovisual, se requiere un mínimo de 50 a 60 producciones anuales. A medida que el territorio, a través del apoyo gubernamental, sea elegido cada vez más por los diferentes realizadores, mayor será el crecimiento económico no sólo por el empleo directo relacionado con la producción audiovisual, sino a su vez por el impacto positivo en diferentes industrias como la hotelera y gastronómica, construcción (por la necesidad de edificar o remodelar espacios específicos para las producciones cinematográficas), como así también en los demás conjuntos de actividades necesarias para el rodaje.

El desarrollo sostenible de la industria del cine en la ciudad de Mar del Plata es una apuesta a futuro, y por lo tanto es necesaria la realización de inversiones que permitan generar las condiciones para que las empresas productoras encuentren en la ciudad todos los beneficios, de manera tal que puedan llevar a cabo su trabajo con la mayor eficiencia y eficacia, y logrando un producto final que cumpla los requerimientos de calidad que demandan los consumidores.

Para ello, se requiere la elaboración de un proyecto estratégico de promoción de la producción audiovisual en la localidad, con la participación activa de los principales sectores relacionados. Productores, técnicos, actores, funcionarios públicos, integrantes de *MdQ Film* y la film commission de la provincia de Buenos Aires, responsables de escuelas de cine, rectores de las universidades, empresarios de hotelería, gastronomía y transporte entre otros, deben diagramar una mesa de trabajo articulada, estableciendo políticas de acción tendientes a promover y difundir la ciudad como set de filmación.

Esta propuesta estratégica de desarrollo, tiene implicancia sobre diferentes sectores relacionados con la industria, y por lo tanto, sin una participación conjunta y comprometida de los responsables de cada área (Sector Público y Privado), resulta imposible pensar en Mar del Plata como soporte permanente de producciones audiovisuales. Además, no se puede pensar en los factores en forma aislada, sino que deben ser considerados como un todo en conjunto. El compromiso del sector privado con el proyecto, evitaría conductas individuales que desalientan las inversiones y pueden afectar el desarrollo del sector.

En principio, de acuerdo al análisis realizado, los principales aspectos que deben comenzar a evaluarse son:

- En primer lugar, la film commission de la ciudad presenta algunas fallas en la consecución de los objetivos para la cual fue creada, que deben ser corregidas si se intenta dar un mayor impulso a la industria del cine. *MdQ Film* debe convertirse en el pilar fundamental de la promoción de cine en la ciudad, de la misma manera que lo es BAsSet en la Ciudad de Buenos Aires. Esto implica publicidad directa para que Mar del

Plata sea tenida en cuenta por los potenciales productores al momento de seleccionar el espacio de filmación.

- Por otro lado es imprescindible hacer cada vez mayor promoción de Mar del Plata en los festivales, para que la misma se incorpore en la mente de los productores para futuras realizaciones. En este sentido, es necesaria la participación activa de *MdQ Film* en los festivales internacionales y el trabajo articulado con la film commission de la Provincia de Buenos Aires.

- Se puede destacar la falta de equipamiento profesional para obtener un rodaje de la mayor calidad posible. Si bien el productor puede decidir filmar en la ciudad con cámaras de máxima definición y traer todo el equipo para tal fin, hablar de desarrollo de la producción audiovisual en Mar del Plata implica hacer que la misma comience a equiparse cada vez más con tecnología de última generación.

- Es importante evaluar la posibilidad de que la formación en cine sea llevada a un nivel más académico dentro del ámbito de la Universidad, ya que repercutiría positivamente en la capacitación permanente de realizadores y técnicos, como así también en la realización de investigaciones tendientes a convertir a la ciudad en un polo generador de proyectos audiovisuales.

- Otro elemento significativamente negativo, es la falta en la ciudad de un set para la filmación de interiores. Esta es una variable fundamental para que un espacio geográfico sea un verdadero centro receptor de productores, ya que permite a los mismos realizar la película en forma integral en un mismo lugar, y por lo tanto reduce los tiempos y costos del rodaje. Los principales centros generadores de audiovisuales cuentan con espacios aptos para la realización de interiores, especialmente en producciones con alto contenido de efectos especiales, o bien cuando se intenta reconstruir un determinado lugar existente en cualquier otra parte del mundo, o simplemente crear un lugar que no existe en ninguna parte, como sucede en las superproducciones norteamericanas. Esto debe ser tenido en cuenta no sólo por el Gobierno Local, sino también en coordinación con el Gobierno de la Provincia e incluso de la Nación, no solo por el monto de las inversiones que implica, sino también porque es a partir del Estado que debe darse impulso a esta industria, que tendría impactos positivos no solo para la ciudad de Mar del Plata sino también para la provincia de Buenos Aires como un todo.

- Es fundamental analizar desde el sector privado, la posibilidad de establecer tarifas promocionales, especialmente sectores como hotelería y gastronomía, comprometiéndose a evitar conductas individualistas y oportunistas. Además, el rodaje continuo de películas en la ciudad, puede contribuir a resolver la estacionalidad que padece este tipo de actividades.

- Un elemento adicional, es la disponibilidad de datos estadísticos e informes, ya sea sobre producciones como así también sobre el aporte del sector al Producto Bruto Geográfico, de la misma manera que se hace en el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Ello contribuiría a mejorar la calidad de los estudios y análisis que se lleven a cabo sobre la industria cinematográfica en general y en particular sobre su aporte a la economía local.

- Además es importante no dejar de lado el ‘movie tourism’, el impacto causado en el turismo por el reconocimiento de la ciudad, alcanzado a través de la filmación de películas o la realización de festivales de renombre. Esto debe ser tenido en cuenta por los planificadores turísticos al momento de realizar las campañas de promoción.

Como surge de lo anterior, la Industria de Cine es un sector prácticamente nuevo en la ciudad, y se puede concluir en forma general, que la misma tiene la capacidad para

ser receptora de audiovisuales, que posibiliten un aporte más al desarrollo económico de la misma, tanto en lo que respecta a la generación de puestos de trabajo como en los beneficios económicos originados por las inversiones realizadas.

En este trabajo se pone de manifiesto la importancia de las industrias culturales y de la industria del cine en particular en el impacto económico, social y cultural de una región. Por ello, es importante que desde una propuesta estratégica de desarrollo de Mar del Plata, se considere la importancia de las mismas para la ciudad, y que este estudio sea un impulso a la investigación, en pos de un mayor crecimiento y desarrollo de la ciudad en sus diferentes dimensiones.



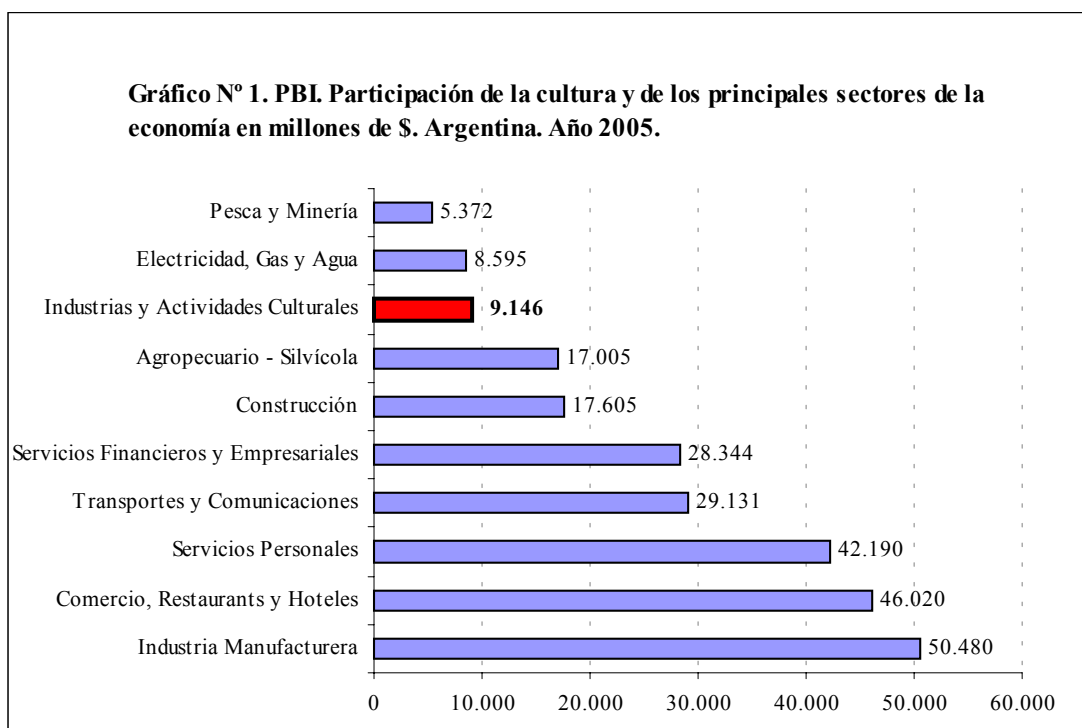
## Anexo I

### Participación de las industrias culturales argentinas en el PBI

<b>Cuadro N° 2: PBI Nacional. Aporte de las principales industrias y actividades culturales. Total y en %. Argentina. 2000 – 2005</b>			
<b>Año</b>	<b>PBI (Millones de \$)</b>	<b>Participación de las industrias y actividades culturales en el PBI (Millones de \$)</b>	<b>% aporte de la cultura al PBI</b>
2000	\$ 276.173	\$ 6.409,7	2,32%
2001	\$ 263.997	\$ 6.347,7	2,40%
2002	\$ 235.236	\$ 5.809,5	2,47%
2003	\$ 256.023	\$ 6.727,4	2,63%
2004	\$ 279.141	\$ 7.959,1	2,85%
<b>2005</b>	<b>\$ 304.764</b>	<b>\$ 9.146,2</b>	<b>3,00%</b>

Fuente: Secretaría de Cultura de la Nación

PBI y valor agregado de las actividades culturales a precios constantes de 1993



Fuente: Secretaría de cultura de la nación

**Cuadro N° 3. Empleo Nacional. Aporte total y en porcentaje de la cultura según años 1992 - 2001**

<b>Año</b>	<b>Total puestos de trabajo</b>	<b>Puestos de trabajo generados por la cultura</b>	<b>% de participación de la cultura en generación de puestos de trabajo</b>
1992	\$ 10.474.000	\$ 185.000	1,76%
1994	\$ 10.645.000	\$ 342.208	3,20%
2001	\$ 11.465.000	\$ 174.700	1,52%

Fuente: Secretaría de Cultura de la Nación

## **Anexo II**

### **Guía de las Entrevistas**

Los factores obtenidos a partir de los elementos conceptuales, fueron analizados en diferentes entrevistas semi estructuradas a informantes calificados. A su vez, estas permitieron identificar nuevos elementos, los cuales fueron puestos a prueba en posteriores encuentros.

En un primer momento, la guía de análisis se dirige a buscar la opinión de los diferentes agentes en relación a los siguientes temas:

- Los subsidios y préstamos a la producción de cine como medio para el desarrollo del mismo (fomento estatal)
- La importancia de la tecnología y el acceso a la misma
- El valor de las locaciones e infraestructura de una ciudad como set para la realización de rodajes
- La presencia de empresas que proveen actividades secundarias a la realización de films
- La trascendencia de contar con un laboratorio en el lugar de filmación
- La influencia de las film commissions en la elección del productor
- La reducción en los costos de filmación como elemento determinante de la elección del espacio de rodaje.
- La importancia de contar con actores y técnicos para tareas secundarias

Posteriormente, además de los factores anteriores, se ha analizado y evaluado:

- La realización de festivales como medio para que una ciudad sea seleccionada como set de filmación
- La presencia de escuelas de cine y facultad de cine como elementos de soporte a la realización de producciones
- La influencia en la decisión de los productores de contar con un set de interiores en el mismo lugar elegido para exteriores

Las entrevistas obtenidas de fuentes secundarias, permitieron por un lado aportar información adicional a variables ya identificadas, como así también reconocer elementos tales como:

- El tipo de cambio como determinante de mayores o menores realizaciones en el país
- La importancia de la televisión por cable y la edición en formatos electrónicos como impulsores de mayores producciones
- La coproducción y la existencia de fondos internacionales de fomento como medio de acceso a la pantalla grande

Las entrevistas fueron orientadas con la intención de analizar y responder los diferentes objetivos, por lo que las mismas se centran específicamente en obtener la opinión de los informantes claves con respecto a la ciudad de Mar del Plata como espacio geográfico de rodaje.

## Bibliografía

ALBORNOZ, L. Abril 2005. Las Industrias Culturales como concepto. In: OIC Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Dossier 2: Diversidad Cultural. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_revista\\_observatorio\\_2.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_revista_observatorio_2.pdf)> [Consulta: 05 Feb. 2007]

ALBUQUERQUE, F. 2004. El Enfoque del Desarrollo Económico Local. Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo.

ARIAS, F. Abril 2005. Diversidad cultural en la exhibición cinematográfica en la Argentina. Un ejercicio metodológico de medición de la diversidad. In: OIC Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Dossier 2: Diversidad Cultural. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_revista\\_observatorio\\_2.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_revista_observatorio_2.pdf)> [Consulta: 05 Feb. 2007]

ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ACTORES. [En línea] <[http://www.actores.org.ar/sec\\_gremial\\_cine.asp](http://www.actores.org.ar/sec_gremial_cine.asp)> [Consulta: 02 Jul. 2007]

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. 2002. Programa de desarrollo de la Industria Audiovisual Nacional. Montevideo. [En línea] <[www.espectador.com/principal/documentos/encuesta\\_industrias\\_culturales.doc](http://www.espectador.com/principal/documentos/encuesta_industrias_culturales.doc)> [Consulta: 29/01/07]

BLANCO, R. Octubre 2004. 'Quiero que mis películas sean solidarias con las ideas.' Entrevista a Pablo Trapero. Revista NUEVA. Buenos Aires. Editorial Aver. [En línea] <<http://www.revistanueva.com.ar/00691/nota01/index.htm>> [Consulta: 29 Ene. 2007]

CENTRO DE ESTUDIOS PARA LA PRODUCCION. 2004. la Industria del Libro en Argentina. Buenos Aires: Ministerio de Economía y Producción. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/libro\\_cep.doc](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/libro_cep.doc)> [Consulta: 5 Nov. 2006]

DECRETO REGLAMENTARIO 0445. ENERO 2004. Municipalidad de General Pueyrredón.

FEINMANN, V. Nov. 2004. El libro y el cine intercambian experiencias. In: OIC Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Dossier 1: Economía y Cultura. [en línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_revista\\_observatorio\\_1.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_revista_observatorio_1.pdf)> [Consulta: 05 Feb. 2007]

GAMIR ORUETA, A. 2005. La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial. Madrid: Universidad Carlos III. [En línea] <<http://e-archivo.uc3m.es:8080/dspace/handle/10016/736>> [Consulta: 30 Nov. 2006]

GAMIR ORUETA, A.; VALDEZ, C. M.; 2007. Cine y Geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas. Madrid. Universidad Carlos III. [En línea] <[http://e-archivo.uc3m.es:8080/dspace/bitstream/10016/828/1/Gamir\\_Manuel\\_Cine\\_Geografia\\_mayo\\_07.pdf](http://e-archivo.uc3m.es:8080/dspace/bitstream/10016/828/1/Gamir_Manuel_Cine_Geografia_mayo_07.pdf)> [Consulta: 02 Jul. 2007]

GETINO, O. Octubre 2005. Las IC como concepto. In: OIC Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Dossier 3: Cultura, Medios e Industrias Culturales. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_revista\\_observatorio\\_3.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_revista_observatorio_3.pdf)> [Consulta: 05 Feb. 2007]

KATZ, J. 2006. Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana. Santiago de Chile: CEPAL. [En línea] <[www.cepal.org/publicaciones/DesarrolloProductivo/2/LCW92/Intro.pdf](http://www.cepal.org/publicaciones/DesarrolloProductivo/2/LCW92/Intro.pdf)> [Consulta: 14 Sep. 2006]

LEY N° 5675. 2004. Promoción de la Industria del Cine. Provincia de San Luis.

LEY N° 17.741. 1968. Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional.

LEY N° 24.377. 1994. Ley Modificatoria de la Ley N° 17.741.

MENDEZ, R. 2004. Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global. Barcelona: Editorial Ariel.

MORILLO, M. Ene.-Jun. 2005. Análisis de la cadena de valor industrial y la cadena de valor agregado para las pequeñas y medianas industrias. Mérida: Revista FACES Universidad de Los Andes. V. 8. N° 10. [En línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/257/25701006.pdf>> [Consulta: 24 Nov. 2006]

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES. 2004. Industrias Culturales en Argentina. Los años '90 y el nuevo escenario post-devaluación. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_trabajo\\_numero\\_1.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_trabajo_numero_1.pdf)> [Consulta: 13 Dic. 2007]

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES. 8 y 9 Nov. 2005. Pymes de la cultura. El desafío de la competitividad. Encuentro internacional pymes de la cultura. Buenos Aires. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion\\_jornada\\_pymes\\_2005.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/publicacion_jornada_pymes_2005.pdf)> [Consulta: 24 Nov. 2006]

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES. 2005. Anuario Industrias Culturales 2004. Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario\\_2004.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario_2004.pdf)> [Consulta: 18 Sep. 2007]

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES. 2006. Anuario Industrias Culturales 2005. Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario\\_2005.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario_2005.pdf)> [Consulta: 18 Sep. 2007]

PERELMAN, P.; SEIVACH, P. 2005. La Industria Cinematográfica en la Argentina. Entre los límites del mercado y el fomento estatal. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales. [En línea] [http://www.cedem.gov.ar/areas/des\\_economico/cedem/pdf/estudios\\_especiales/ind\\_cine\\_arg2.pdf](http://www.cedem.gov.ar/areas/des_economico/cedem/pdf/estudios_especiales/ind_cine_arg2.pdf) [Consulta: 22 Nov. 2006]

RESOLUCION N° 2016. 2004. Cuota de Pantalla.

RICO, R. A. Julio 2004. El cine multipaís. Entrevista a José Ramón Novoa. ESPACIO CINE INDEPENDIENTE. Portal virtual del Cine Iberoamericano. Venezuela. [En línea] <[www.cineindependiente.com.ar](http://www.cineindependiente.com.ar)> [Consulta: 29 Ene. 2007]

SHANK, J.; GOVINDARAJAN, V.; 1997. Management estratégico de costos. Buenos Aires: Noma.

SINDICATO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ARGENTINA. [En línea] <[http://www.sicacine.com.ar/largos\\_salarios.php](http://www.sicacine.com.ar/largos_salarios.php)> [Consulta: 02 Jul. 2007]

SORRENTINO, P. E. 2001. Diagnostico de las industrias de Producción Audiovisual de la ciudad de Córdoba. Fac. de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba. [En línea] <[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/diagnostico\\_de\\_las\\_industrias\\_de\\_produccion\\_audiovisual\\_de\\_cordoba.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/diagnostico_de_las_industrias_de_produccion_audiovisual_de_cordoba.pdf)> [Consulta: 07 Dic. 2006]