

La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas

*Film Production in Argentina:
Data, Organizational Forms and Types of Companies*

Carolina Barnesⁱ
cbarnes@ungs.edu.ar

José A. Borelloⁱⁱ
jborello@ungs.edu.ar

Adrián Pérez Llahíⁱⁱⁱ
ojetachado@gmail.com

Resumen

Cualquier investigación sobre la producción cinematográfica desde una perspectiva económica u organizacional encuentra serios escollos de información. Parte del problema tiene que ver con deficiencias de los datos disponibles. Pero también debe tenerse en cuenta la misma naturaleza de estas actividades, que se organizan por proyectos y en las cuales la empresa, como agente organizador de recursos, tiene un rol menor al observable en otras actividades económicas. Esto tiene consecuencias en términos de la calidad de la información estadística que se produce. Asociado a ello notamos que se ha avanzado relativamente poco en la producción bibliográfica que apunte a caracterizar a las empresas productoras de cine en nuestro país.

En este marco, el objetivo del artículo es caracterizar la producción cinematográfica en la Argentina. En función de este objetivo nos proponemos: i) desarrollar una tipología de formas de producir cine; ii) describir y comparar la información procedente de las fuentes secundarias existentes; y por último, (iii) caracterizar a los agentes involucrados en la producción cinematográfica.

ⁱ Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento.

ⁱⁱ Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

ⁱⁱⁱ Pérez Llahí se desempeñó como becario del FONCYT en el marco del proyecto “Redes de conocimiento: La industria cinematográfica argentina”.

Agradecemos los valiosos comentarios del editor de la revista y de dos evaluadores a una versión anterior de este trabajo. Una versión previa de este artículo fue presentada en la *XVII Reunión anual de la Red Pymes Mercosur*, UTN, Concepción del Uruguay, 28-30 de septiembre, 2011. Este trabajo es parte de un conjunto de investigaciones más amplio. Agradecemos el apoyo del FONCYT (PICT 2007-00776), de la Secretaría de Políticas Universitarias, del INDEC y de la UNGS. Ver: www.ungs.edu.ar/proyectocine

Las conclusiones centrales del artículo muestran, por un lado, las limitaciones de la información estadística existente acerca del campo cinematográfico argentino y, por otro lado, dan cuenta de una gran diversidad de formas de producción cinematográfica que están íntimamente relacionadas con una diversidad de tipos de empresas. El artículo se basa en la bibliografía existente, un conjunto de fuentes secundarias y los hallazgos de un proyecto más amplio de investigación.

Palabras clave: ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES, PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA, TIPOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN DE CINE.

Abstract

Any inquiry about film production from an economic or organizational perspective has serious information pitfalls. Part of the problem has to do with deficiencies in the available data. But the nature of these activities should also be considered, because they are organized by projects and hence in them the firm (as an organizer of resources) has a minor role than that observable in other economic activities. This has implications in terms of the quality of the statistical information produced. We also note that there has been little progress in the literature on the characterization of the firms that undertake film production in Argentina.

Thus, the objective of this article is to characterize film production in Argentina. Thus, we propose: (i) to evaluate some of the existing secondary sources; (ii) to develop a typology of ways of producing films; and (iii) to characterize the agents involved in film production.

The central findings of the paper show, on the one hand, the limitations of the existing information about Argentine film production, and, on the other hand, that there is a great diversity of film producers. This article is based on existing studies, secondary information and a larger research project.

Keywords: ORGANIZATION OF CULTURAL ACTIVITIES, FILM PRODUCTION, FILM PRODUCTION TYPES.

Recibido: 14/12/2013. **Aprobado:** 18/6/2014.

Introducción

Objetivos del trabajo y justificación

Por diversas razones (que mencionaremos más adelante), desde una perspectiva económica y organizacional, la información secundaria existente acerca de la producción cinematográfica argentina y, de forma más amplia, del complejo audiovisual en su conjunto, tiene diversas limitaciones que restringen su análisis. Este trabajo tiene el objetivo de sistematizar y poner en contexto parte de la información secundaria existente sobre la producción cinematográfica en el país. Para ello nos planteamos un desarrollo en dos

pasos. En el primero, y a partir de diversas fuentes, hacemos una caracterización cualitativa tanto de las formas de producción cinematográfica como de los agentes que la llevan adelante. En el segundo paso, sistematizamos y ordenamos la información secundaria existente acerca de la producción cinematográfica en la Argentina. Veremos que estos dos pasos están vinculados, ya que algunos de los problemas que encontramos en la información secundaria existente tienen relación con los tipos de producción cinematográfica que se dan en el país.

Al menos al interior de la producción cinematográfica argentina, en el marco de lo que piensan los propios actores de esta actividad, hay una discusión muy viva sobre las características de la producción cinematográfica en el país: si se trata de una actividad industrial o, por el contrario, de una actividad artesanal; si hay un verdadero mercado para las películas que se producen o si, en realidad, se produce con objetivos meramente artísticos.¹ Toda esta discusión tiene ribetes meramente especulativos pero también hay aquí consecuencias concretas que hacen a las condiciones de trabajo y a los salarios de los trabajadores y técnicos involucrados, a la continuidad a futuro del complejo y a las riquísimas interacciones que se dan con otras esferas tanto del propio complejo audiovisual (TV, publicidad) como del perfil productivo de la Argentina. Esto es, hay un plano de gran interés en lo discursivo para los que participan de la producción cinematográfica, tanto en el nivel de las firmas y de las personas pero también en el de las instituciones (INCAA, sindicatos, asociaciones, etc.); muchas de esas discusiones se reflejan también en los medios gráficos del sector, en algunos libros y otras publicaciones y en los ámbitos de formación universitaria y profesional. Pero la discusión acerca de la naturaleza de la producción cinematográfica argentina tiene otros ribetes que no son nada etéreos y que hacen, por ejemplo, a profundizar las acciones para construir un perfil productivo de bienes y servicios en el que ocupen un lugar destacado actividades, como el cine, con un enorme potencial para incorporar profesionales, técnicos y trabajadores especializados con remuneraciones por encima de la media nacional.²

¹ Véase, por ejemplo, Battle (2009); también Musaluppi (2012).

² El OEDE del MTYS registró un promedio, por persona de “remuneración por todo concepto” para la producción de films y videocintas que es un 16% superior al total de todas las actividades económicas.

Por lo mencionado hasta aquí, y debido a los pocos trabajos que existen acerca de la producción cinematográfica desde una perspectiva económica u organizacional,³ consideramos que este artículo puede contribuir a comprender algunos de los procesos que tienen lugar en la actualidad. En este sentido, al interiorizarnos en las distintas formas de encarar un proyecto cinematográfico encontramos que estas no están disociadas de los tipos y diversidad de empresas productoras que participan en el mercado. Pero, a su vez, la heterogeneidad en los datos procedentes de las fuentes secundarias respecto a la cantidad de empresas también está relacionada con las propias características que tiene este sector.

Con el objetivo de abordar las temáticas planteadas, el artículo se organiza en cuatro partes. En la primera, se presentan una serie de elementos de contexto: una definición actual del resbaloso campo de la producción cinematográfica; una breve presentación del contexto mundial en el que se ubica la producción cinematográfica argentina; una sucinta revisión de sus principales antecedentes históricos; y una descripción de la situación actual. En la segunda, se realiza una caracterización de las formas de producción cinematográfica en la Argentina y de los principales tipos de agentes que la llevan adelante. En la tercera, se discuten los datos existentes acerca de la producción cinematográfica y se comparan los alcances y la cobertura de diversas fuentes. En la última sección se presentan las conclusiones y reflexiones finales.

La producción cinematográfica argentina en contexto

Qué es hoy la producción cinematográfica

El ámbito de la actividad audiovisual contemporánea se presenta como una suerte de complejo campo expandido que rebalsa lo que se entiende, en un sentido estricto, como producción cinematográfica. Esta última, una denominación que, hasta hace un par de décadas implicaba una pertenencia técnica (el soporte filmico en formato profesional, 35 mm) y una serie de prácticas ya consensuadas (como el estreno en una sala comercial), presenta en la actualidad un nivel de ambigüedad tal que resulta necesario recortarla de

³ Hay un par de textos que abordan esta temática de manera muy breve pero que son un antecedente importante; véase Fabbro y Paladino 1994; Fabbro 1994.

un modo medianamente artificial. Que la escena audiovisual se expanda alrededor del cine de un modo acelerado y caótico, no implica que el cine haya dejado de existir, sino que ahora resulta necesario aclarar sus límites, cuando antes estos se daban por descontados por mera tautología.

Tal como afirma Octavio Getino (2005), el espacio audiovisual se ha complejizado de un modo enorme, dando cabida y generando relaciones con sectores que van desde las empresas de programación y distribución de contenidos hasta fabricantes de satélites vinculados con la industria aeroespacial. No obstante, esta situación de sinergia propia de la actividad comercial se ve, en el ámbito local, ponderada por la intervención del Estado que, como en casi cualquier cinematografía nacional moderna, se presenta como el principal ente de financiamiento y patrocinador de la actividad. Resulta sintomático, en este sentido, el cambio de denominación de la institución estatal central de promoción del cine, que en 1994 pasó de llamarse “Instituto Nacional de Cine” (INC) a llamarse “Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales” (INCAA). El cine (la producción de *films* de largometraje), acaso como una práctica remanente cargada de prestigio y reconocimiento cultural, sigue teniendo una presencia central entre las actividades del campo audiovisual, y es, en términos simbólicos, uno de sus motores de mayor visibilidad social. Así, el límite de lo que podríamos llamar producción cinematográfica no se deja describir como categoría técnica o comercial sino institucional. Y resulta necesario ajustar los parámetros de inclusión para reconocer como cine (nacional) a producciones que se realizan originalmente en formatos digitales y/o que son estrenadas en salas no comerciales (museos, centros culturales, etc.). Desde luego, se incluye aquí a la producción documental, en tanto esta aparece como una forma de producción articulada dentro del abanico de posibilidades previstas, incluso por el mismo Instituto. De hecho, desde al año 2007, el fuerte crecimiento que la actividad ha presentado en la última década logró que el INCAA creara un régimen propio para la evaluación de las producciones de este tipo.⁴

En el caso argentino, pero también en el de otros países, la producción cinematográfica debe ser examinada en el contexto más amplio de la producción audiovisual por las múltiples relaciones entre el cine propiamente dicho y la TV, la publicidad y otros medios (internet, celulares). Muy sintéti-

⁴ Aprea (2008).

camente, esas relaciones se dan a través de: el mercado de trabajo, la incursión de muchas de las firmas productoras en todos o algunos de estos mercados audiovisuales, y los mercados de exhibición (con productos pensados, frecuentemente, para más de un mercado). De manera aún más abarcativa, la producción audiovisual, como otras producciones culturales, se desarrolla en dos grandes esferas: una regida por una lógica de la ganancia y otra donde los criterios de orden responden a otras lógicas, no necesariamente comerciales.⁵ Si bien entender la producción audiovisual en su conjunto implica, también, mirar esa otra producción en las márgenes del mercado, esa es una temática que queda fuera de esta contribución y que desarrollamos en otros trabajos.⁶

Contexto mundial y ubicación de la Argentina

La producción cinematográfica es parte de un complejo más amplio, el de la producción audiovisual, que incluye a la TV y a la publicidad. La Argentina ocupa una posición intermedia a nivel mundial con una producción cinematográfica (pero también televisiva y de publicidad) muy superior a la media del resto de América latina (excepto Brasil y México) pero lejos de EE.UU. y la India, y también por debajo de productores tradicionales como Francia e Italia y de potencias emergentes en lo cinematográfico como Corea del Sur y China.⁷ Tomando en consideración el periodo 2007-2009 Argentina mantuvo un promedio anual de 89 *films*, siendo el 2007 el de mayor producción. En los últimos años la cantidad de *films* estrenados en la Argentina han tenido un incremento importante (2010: 138, en 2011: 129 y en 2012: 145).⁸ Esta situación posiciona al país, si bien lejos del epicentro de la producción

⁵ Markusen (2010).

⁶ Quintar y Barnes (2014).

⁷ En el caso de Brasil, la empresa Globo se constituye en un exportador de audiovisuales, que condujo a Brasil al cuarto lugar como productor y tercero como exportador audiovisual, pero no ha transnacionalizado su producción. En cambio en el caso de México, Televisa actúa en la región como una genuina corporación transnacional, que compra canales e internacionaliza sus actividades productivas; García Canclini (2000), p. 98. Las comparaciones entre países, sin embargo, deben hacerse con cuidado ya que (como veremos más adelante en el texto), en promedio, las películas de los países menos industrializados tienden a ser de un presupuesto mucho menor. Esto no quita que, al interior de la producción de cada país, haya *films* muy distintos en términos del presupuesto y de las horas-hombre involucradas.

⁸ Datos de Anuarios INCAA.

de películas a nivel mundial, cada vez más consolidado en América Latina de cara al mercado internacional.⁹

En este contexto, la Argentina se ha convertido en un país exportador de sus producciones, no solo cinematográficas, sino también televisivas. Esta característica también es compartida con otros países latinoamericanos como Venezuela y, en menor medida, con Colombia, Chile y Perú. Tanto la Argentina como los países señalados, presentan una situación ambigua, por un lado están en la búsqueda de nuevos mercados para su producción cultural y, por el otro, tienen que proteger su industria, no sólo de las de las empresas extra-regionales, sino de las propias transnacionales latinoamericanas.¹⁰

En este panorama, la revisión histórica de los procesos iniciales de desarrollo de la producción cinematográfica reviste un carácter central para comprender de forma más acabada el alcance y las dimensiones de la producción cinematográfica en la actualidad.

La producción cinematográfica argentina: Antecedentes históricos

La producción (pero también la exhibición) cinematográfica tienen una larga historia en la Argentina. Los primeros pasos en la filmación y en la exhibición (1896-7) son prácticamente contemporáneos con lo que se da en los países europeos y en los EE.UU.¹¹ Internacionalmente, se reconoce que es en la Argentina donde se produjo el primer largometraje de animación (1917).¹² Pero, hasta principios de la década de 1930, la producción se llevaba a cabo (tal como también sucedía inicialmente en EE.UU.) de manera artesanal y desconcentrada.¹³ Cuántas películas se produjeron en el país hasta la aparición de los primeros estudios es aún motivo de discusión entre los especialistas y esto se debe a diversas razones. Por un lado, el hecho de que el grueso de la producción la hicieran pequeños emprendimientos, muchos de los cua-

⁹ En este apartado se presenta información procedente de diversas tablas de UNESCO disponibles en <http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/movie-statistics.aspx>. El periodo de referencia es 2007-2009.

¹⁰ García Canclini (2000).

¹¹ Finkielman (2004). Profundizaremos en cuestiones que hacen a la exhibición y consumo cinematográfico en otro artículo de este *dossier*.

¹² Peña (2012).

¹³ *Ibidem*, p. 21.

les no dejaron, prácticamente, rastros. Además, al menos hasta 1910 aproximadamente, las películas eran, diríamos hoy, cortos que duraban menos de diez o quince minutos y esto también hace difícil la contabilidad ya que, frecuentemente, se mostraban varios de estos cortos en una misma sesión de exhibición. Al menos en la primera década del siglo veinte ninguna de las actividades que hoy constituyen el complejo cinematográfico estaba estabilizada y quizás esto era más marcado para la producción misma donde todo se estaba transformando al mismo tiempo: emergían los géneros, se experimentaba con diversos esquemas de verosimilitud, se avanzaba en formas de acompañar los filmes con sonido y se agrupaban capitales que venían de otras actividades hacia la producción de películas.

La producción cinematográfica no tenía aún la visibilidad que sí fue adquiriendo la exhibición como lo demuestra el censo de 1914, donde se registran, una por una, todas las salas de exhibición pero no parecen haberse relevado las firmas productoras. De todos modos, antes de 1930 probablemente se produjeron entre 150 y 200 películas en la Argentina, aunque se han “perdido más del noventa por ciento de los *films* realizados en el país durante el período silente”.¹⁴ Hay información que permite mostrar que en el período 1897-1930 hubo unos 44 equipos de dirección que dirigieron unos 200 *films* (muchos de corta duración); entre ellos se destacaron: Max Glücksmann, con 31 películas, José A. Ferreira, Eugenio Py y Federico Valle (cada uno con 25 películas), Julio Irigoyen y Mario Gallo (cada uno con 11 *films*), Quirino Cristiani y Ricardo Villarán (cada uno con 8 películas), Edmo Cominetti y Nelo Cosimi (con 7 *films* cada uno) y Rafael Parodi, con 5.¹⁵

El proceso de conformación de grandes empresas productoras se inicia a principios de los años 30, cuando surgen los primeros estudios como Argentina Sono Film (1933) y Lumiton (1931), que fueron las pioneras en desarrollar estudios de grabación integrados, tomando como parámetro las formas de organización empresarial de la industria norteamericana. Es más, muchos estudios, como los Estudios San Miguel o los Estudios Baires se hicieron a partir de planos de algunos estudios de Hollywood. En este período se crean también los Laboratorios Alex que luego se convertirían en los más poderosos de América latina. Hacia el año 1937, existían alrededor

¹⁴ Peña (2012); Cuarterolo (2013).

¹⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pel%C3%ADculas_argentinas_de_1920_a_1929.

de 27 empresas productoras. En este período las películas argentinas se distribuyen por varios países de América Latina y se realizan ventas a España, Brasil, Rumania, Turquía y Medio Oriente.¹⁶ Entre la mitad de la década de 1930 y la mitad de la década de 1950 la Argentina se convierte en uno de los países con mayor producción de películas fuera del ámbito de los países centrales y, a su vez, también se desarrollan una serie de nexos con la producción norteamericana.¹⁷ La década del 40 y parte de la década del 50, tienen como rasgo distintivo el proteccionismo estatal destinado principalmente a la implementación de medidas de fomento para dicha producción como por ejemplo, las cuotas de pantallas, medias de continuidad, etc.¹⁸

Casi todos estos grandes estudios estaban localizados en Buenos Aires aunque los más grandes se ubicaban en sus suburbios pero también había algunos en otros lugares del interior, como Mendoza.¹⁹ El censo económico de 1946 muestra que, mientras 16 estudios localizados en la Capital Federal ocupaban a un total de 656 personas, sólo 5 ubicados en el Gran Buenos Aires y uno en Mendoza ocupaban a un total de 902 empleados y obreros.²⁰

El censo de comercio de 1954 y el económico de 1964 parecen agrupar a la distribución con la producción cinematográfica, con lo cual sus resultados no son estrictamente comparables con los del censo de 1946 o los del censo posterior, de 1974. Si sabemos que luego de la mitad de los cincuenta se termina el llamado “período de oro” de la cinematografía argentina y el promedio de películas que se estrenan en las décadas posteriores va a mantenerse casi todos los años por debajo de 40 *films*, anuales, cuando en la décadas de 1940 y 1950 se había llegado casi a los 60.

Durante los años 70, se consolida el proceso de concentración tanto en el ámbito de la producción como en el de la distribución. Es así que se produce un fortalecimiento de las empresas más importantes, como Aries en el campo de la producción, que a su vez se ve fortalecido por la adquisición de los estudios Baires o la fusión de los laboratorios cinematográficos Alex y

¹⁶ Maranghello (2005).

¹⁷ Curubeto (1993 y 1998).

¹⁸ Getino (2005).

¹⁹ Ozollo (2013).

²⁰ Se trataba de Argentina Sono Film y de Pampa Film, en Martínez; de Baires Film, en Pacheco; de Estudios San Miguel, en Bella Vista; de Lumen Estudio Cinematográfico, en San Isidro; de Lumintón SA, en Munro; y de Film Andes, en Mendoza (Anuario Cinematográfico de Cine, 1943).

Tecnofilm. Por su parte, Argentina Sono Films interrumpe sus actividades en el año 1977 siendo adquirida por la empresa MBC. Sin embargo, es importante destacar que los grandes beneficiados con esta situación continúan siendo las productoras y distribuidoras extranjeras, particularmente norteamericanas, que incrementan su poder sobre el mercado argentino en dichos años.²¹ Se produce un incipiente proceso de división del trabajo y las firmas se hacen más pequeñas, de hecho los censos económicos de 1974 y 1984 colocan el número de firmas productoras en 44, para el primer año (con un total de 569 ocupados), y de 47 para el año 1985, con un total de 366 ocupados.

Con el advenimiento de la democracia en 1983, la mayor parte de las filmaciones se concentran en tres grandes productoras: Aries, que se caracteriza por la realización de filmaciones netamente comerciales, y que en los años siguientes incorpora varias películas de interés artístico; Argentina Sono Film, que reanuda sus actividades; y Cinematográfica Victoria, que se centra en la realización de películas de humor liviano y erotismo de baja intensidad; a estas se agregan las empresas de Víctor Bo Producciones y GAG Producciones que también producen películas orientadas al público masivo.²² En esta etapa, la mayoría de las productoras se dedican a la realización de películas comerciales; el desarrollo de otro tipo de películas se solventa con el aporte de los propios directores-guionistas y con el soporte financiero del Instituto Nacional de Cine (INC).

Durante la primera mitad de la década del 90, se produce, por un lado, una reducción de los fondos del Instituto y, por otro lado, una caída de las inversiones privadas que ocasiona que las principales empresas productoras (Aries, Argentina Sono Films y Victoria) adopten la estrategia de producir películas de bajo costo, a través, entre otras cosas, de la reducción de los tiempos de filmación. A pesar de ello, la mayoría de estas apuestas terminan en fracasos comerciales. Ante esta situación, Argentina Sono Film se concentra en la distribución de películas y videos e incursiona en la producción de televisión; Aries Cinematográfica toma un camino similar.²³

La sanción de la Ley de Fomento y Regulación de la Industria cinematográfica de 1994, hizo posible que los recursos del Instituto (rebautizado

²¹ Perelman y Seivach (2005); Getino (2005).

²² Perelman y Seivach (2005), p.19.

²³ *Ibidem*.

INCAA) se incrementarían de forma significativa, al modificar y ampliarse las fuentes de recaudación de dicho organismo. Este aumento de fondos disponibles por parte del INCAA trae como correlato una mejora en el sector que comienza a percibirse a partir de 1995, cuando se pone en vigencia la ley.

Contexto actual

El crecimiento de la producción nacional desde comienzos de la década de 1990 ha sido notable, sorteando inclusive la profunda crisis de 2001-2002 y en el marco de importantes dificultades de financiación vinculadas a una competencia desigual en el mercado doméstico. Mientras que los estrenos anuales de películas nacionales durante los 45 años que van de 1955 al 2000 nunca superaron los 40, a partir de esa fecha se van a superar las marcas de la era de oro del cine nacional, incluso alcanzándose en algunos años casi el doble de películas de los mejores años de la era dorada del cine argentino. Y este crecimiento se ve reflejado en los datos anuales que publica el OEDE del MITYSS y el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales (Cuadros 1 y 2). El Cuadro 2 también muestra la importancia de la publicidad y el hecho de que haya personas que trabajan tanto en publicidad como en largometrajes.

Cuadro 1: Empleo y firmas registradas y empleo por firma en la producción y distribución de filmes y videocintas, 1996-2012

Años	Empleo	Empresas	Empleo por empresa
1996	1.833	311	5,9
1997	1.989	287	6,9
1998	1.873	279	6,7
1999	1.884	256	7,4
2000	1.816	232	7,8
2001	1.783	206	8,7
2002	1.689	199	8,5
2003	2.052	227	9,0
2004	2.525	275	9,2
2005	3.937	322	12,2
2006	5.416	379	14,3
2007	6.243	417	15,0

2008	6.700	451	14,9
2009	6.071	448	13,6
2010	6.377	460	13,9
2011	6.503	464	14,0
2012	6.322	446	14,2

Fuente: Elaboración propia sobre OEDE, Caracterización y evolución del empleo registrado y de la cantidad de empresas.

Cuadro 2: Puestos de trabajo registrados por SICa en publicidad y largometrajes, 1996-2012

Año	Publicidad	Largometrajes	Publicidad y largometrajes
1996	950	442	s.d.
1997	s.d.	s.d.	s.d.
1998	s.d.	s.d.	s.d.
1999	s.d.	s.d.	s.d.
2000	1.344	628	222
2001	1.326	552	165
2002	s.d.	s.d.	s.d.
2003	2.045	963	300
2004	2.854	673	379
2005	3.539	818	394
2006	3.760	902	536
2007	3.892	1.071	523
2008	3.761	1.143	568
2009	3.289	1.073	492
2010	3.658	835	419
2011	3.469	999	434
2012	2.779	1.166	448

Fuente: Elaboración propia sobre estadísticas anuales de SICa, 1996-2012.

La política pública y especialmente los subsidios y otros apoyos del INCAA son uno de los motores centrales de la expansión inédita de la producción nacional, aunque no deben soslayarse otros elementos sistémicos significativos. Entre ellos podemos mencionar, la multiplicación y mejora

cuantitativa de sus recursos humanos, la maduración en las capacidades empresariales e institucionales, los nexos con la TV o el fenómeno de la “innovación distribuida” que fue el llamado “Nuevo Cine Argentino”, que comenzó a comienzos de los noventa.²⁴

En este contexto de creciente producción y de políticas que dan impulso a esta actividad, no se debe perder de vista lo complejo y las distintas fases y circuitos por los que una película debe transitar. Y en este proceso, el modo de organización y el tipo de producción filmica está asociado a las empresas que lo llevan a cabo.

Una aproximación a las formas de producir cine en la Argentina

Las implicancias de hacer una película

La realización de una película cinematográfica implica una serie de procedimientos necesarios y consecuentes para llegar al objetivo final: “la película”. Cada uno de estos pasos de elaboración supone tareas que deben ser completadas por alguien. Pero no todas las películas suponen la misma división del trabajo. O sea, por ejemplo, en las películas más “chicas”, con un presupuesto limitado, muchas personas cumplen múltiples funciones. La gran mayoría de las películas argentinas son relativamente “chicas” si las comparamos con grandes superproducciones de Hollywood pero también es cierto que dentro de ese tamaño “chico” conviven películas muy distintas. Por un lado, hay producciones casi caseras que involucran un puñado de personas que trabajan con actores no profesionales en escenarios naturales y cuya postproducción y edición las realiza el mismo grupo. Por el otro, hay películas en las que hay una mayor división del trabajo, con actores y técnicos profesionales y rodadas en diversos escenarios, inclusive en escenarios artificiales armados *ex profeso*.

Parte de la complejidad de un análisis de este tipo radica en que, bajo un mismo rótulo, se organizan productos finales muy heterogéneos. Así, habla-

²⁴ Borello y González (2013). En general se ha tendido a entender la innovación como algo que sucede al interior de las organizaciones, más allá del énfasis en la interacción que le han dado muchos autores. Sin embargo, es posible pensar a la innovación también como un proceso de creación colectiva. Ya hay muchos autores y ejemplos de este fenómeno aunque no hay muchos análisis que consideren a los típicos procesos de creación colectiva que se dan en las industrias culturales como innovación distribuida.

mos de cine cuando nos referimos a un proyecto de algunos cuantos millones de dólares de inversión, que involucra el trabajo calificado de un par de centenares de personas y un plan de actividades organizado a lo largo de varias semanas. Pero también hablamos de cine cuando nos referimos al resultado del trabajo de un grupo de media docena de individuos que ejecutan un subsidio mínimo a lo largo de algunos fines de semana de todo un año. A ambos resultados se les llama “cine” y suelen tener las mismas vías de circulación, pese a las astronómicas diferencias en su proceso de producción. Es importante tener en cuenta a la hora de organizar las diferentes tipologías de producción, que la envergadura y la complejidad del proyecto son variables independientes, y estas, a su vez, no tienen una proporcionalidad directa ni con la calidad del producto final, ni con el posterior desempeño de la explotación del film. Las relaciones entre estos diferentes momentos responden a un entramado complejo que debe tener en cuenta rasgos particulares de la producción, pero también de la distribución y de la recepción.

Si bien se trata de una actividad sumamente heterogénea en sus modos de producción, se puede establecer cierta secuencia de actividades más o menos comunes que suelen presentarse en casi cualquier proyecto de producción de una película, como puede verse en el Cuadro 3.

Cuadro 3: Etapas para la realización de una película cinematográfica

Etapa I. Guión

El o los guionistas trabajan en el armado del guión, que puede estar basado en una novela, obra de teatro, cuento o idea original.

Según sea el tipo de proyecto, este puede haberse iniciado con un guión que es presentado en el mercado en busca de financiación (a través de festivales, concursos, etc) o bien puede tratarse de una idea de producción previa, que es trabajado por un grupo de guionistas para obtener este insumo inicial. Dentro del cine argentino es más común el primer caso.

Etapa II. Preproducción

Una vez definido el guión y obtenida la financiación se procede a preparar los elementos necesarios para comenzar la filmación de la película. Esto incluye elementos estrictamente materiales, pero también los recursos y servicios humanos necesarios. Se organiza la logística necesaria para el rodaje, se buscan las locaciones, se confeccionan los contratos, etc. En esta etapa se redacta el guión técnico de la película en el cual ya van a constar las cantidad de tomas y los movimientos de cámaras que se efectuarán durante el rodaje.

Según se trate de un film de ficción o de un documental, la estructura de producción varía considerablemente. En realidad, la división que estamos haciendo aquí se aplica mejor a un film de ficción. Las formas de trabajo del documental, al menos en nuestro país, suelen ser mucho más sencillas.

Etapas III. Rodaje/Filmación

El momento de la filmación es donde el cineasta debe poder controlar todo lo que sucede entre el instante en que empieza a funcionar la cámara y el momento en que deja de hacerlo. Se supone que un film *standard* suele llegar al momento de filmación con un plan de rodaje muy minucioso en el que están ya previstas todas las personas y actividades involucradas en él. En esta instancia existen diferentes decisiones que el cineasta debe tomar y estas están directamente relacionadas con el tipo de *films*, sea ficción o documental. En el caso de los documentales, esta instancia de rodaje adquiere una importancia central ya que no se suele trabajar con un guión tan riguroso.

Etapas IV. Postproducción

En esta etapa se realiza la selección y el ordenamiento de los planos que se filmaron para luego editarlos. A este proceso se le suma el trabajo sobre la banda sonora (doblaje, ruidos adicionales, música) y las tareas relacionadas con la aplicación de efectos especiales y títulos.

Fuente: Elaboración propia en base al texto de Beceyro (2008).

Formas de producción cinematográfica

El proceso de realización de una película, como vimos, involucra una serie de variables necesarias para la concreción de un film, pero, a la vez, está sujeto al proyecto cinematográfico que se pretende filmar. Consideramos que existe una estrecha vinculación entre el tipo de películas que se producen y las empresas productoras que llevan adelante esta tarea. Autores como Perelman y Seivach (2005) y Getino (2005) identifican a dos grandes grupos de empresas, que se diferencian, entre otros atributos, por el tipo de películas que realizan:²⁵

- Empresas “estables” que producen películas “comerciales”: se trata de un grupo pequeño de firmas que invierten de forma permanente en la producción de películas y, para ello, cuentan con equipos de

²⁵ Además de estos autores las diferentes formas de producción cinematográficas descriptas a continuación fueron construidas a partir del análisis de diferentes fuentes: entrevistas, la realización de un grupo focal, y el libro editado por el BAFICI y compilado por Sergio Wolf en 2009: *Cine argentino. Estéticas de la producción*.

filmación y personal propios y, en algunos casos, poseen sus propios estudios de grabación. Su estructura de funcionamiento los obliga a realizar un mínimo de películas por año para cubrir sus costos fijos de infraestructura y personal y para amortizar las inversiones en equipamiento, más allá de que muchas de estas empresas dependen, en muchos casos, de los subsidios del INCAA, para tener márgenes de rentabilidad. Las empresas que logran mantener cierta estructura de funcionamiento importante suelen realizar otras actividades complementarias como cortos publicitarios, tiras o unitarios para la televisión abierta o por cable. Se trata de productoras cuya estrategia central es producir *films* que tengan un claro éxito de taquilla, esto es, que atraigan un número significativo de espectadores. En general, las películas que producen estas empresas no suelen tener presencia en los festivales ni reciben premios de la crítica y tienden a estrenarse en temporada alta.²⁶ Es habitual que el elenco principal de estas producciones sean actores reconocidos popularmente, y por lo general, se tratan de películas que salen al mercado con gran cantidad de copias.

- Empresas “independientes” y de “producción circunstancial” que producen películas “independientes” y de forma esporádica: dentro de este grupo podríamos encuadrar a un conjunto amplio de productoras. Por un lado, firmas medianas que hacen *films* no tan masivos pero que alcanzan un desempeño que les permite seguir reproduciendo la actividad. Son empresas que carecen de estudios propios y que no poseen personal fijo a su cargo, sino que a la hora de encarar la producción de una película alquilan los equipos y contratan el personal necesarios para el rodaje. El tipo de películas que encaran este tipo de productoras son, por lo general, de un costo medio o bajo. Los proyectos que realizan son financiados, frecuentemente, por el INCAA, por créditos o subsidios provenientes de países extranjeros, o a través de premios obtenidos en festivales y por aportes privados. Un rasgo característico de este tipo de producciones es que el rol de director es coincidente con el de guionista

²⁶ La no presencia en festivales y premios internacionales deviene en que la mayoría de estos proyectos cuentan con financiación y por eso no requieren de estas instancias para conseguir los recursos necesarios para llevar adelante sus películas.

y, en algunos casos, también con el de productor.²⁷ Por otro lado, se encuentran las productoras circunstanciales que producen de forma artesanal y ocupan un sector marginal del mercado. Se trata de empresas o grupos de personas que intervienen en el mercado del cine de forma extraordinaria o muy esporádica, y lo hacen con el objetivo de entablar relaciones con el medio artístico o buscar prestigio en el ámbito de la cultura; en algunos casos pueden estar motivados por el propósito de financiar algún proyecto familiar. Las películas que producen estas firmas se orientan a un público más restrictivo y los *films* suelen ser exhibidos en festivales con el propósito de obtener premios nacionales e internacionales. Por lo general, estos *films* involucran otro espectro de actores y suelen obtener una buena recepción de la crítica especializada.²⁸ Es frecuente que estas producciones se estrenen en temporada baja y que la cantidad de copias que se distribuya en el mercado sea significativamente menor respecto de las películas comerciales.

Dentro del complejo conjunto de empresas cinematográficas coexisten estas dos formas de producción cinematográfica. A su vez, hay diferentes tipologías de empresas, aquellas que se dedican sólo a la producción de cine y otras que combinan la producción con otras actividades complementarias como los servicios de producción, incluyendo aquellos que se realizan antes (pre-producción) y aquellos que tienen lugar después del rodaje (llamados de post-producción), los efectos especiales y el alquiler de equipos e instalaciones, etc.

Como se mencionó, existen productoras que apelan a diferentes estrategias empresariales (algunas de las cuales pueden, a su vez, tener un correlato en los modos de organización del trabajo al interior de las empresas y en su patrón de vinculaciones hacia fuera); entre ellas podemos diferenciar claramente tres formas de inserción en el mercado:²⁹

²⁷ Véase el relato sobre cómo se hizo “El estudiante” en:

http://www.otroscines.com/columnistas_detalle.php?idnota=5714&idsubseccion=11&PH_PSESSID=894a764420536b9a8b5ca28609099f36

²⁸ Si bien esta observación es variable, por lo general este tipo de películas, en algunos casos llamadas de autor suelen tener una recepción positiva (por parte de la crítica especializada) a diferencia de lo que acontece con las películas comerciales, pero no siempre es el caso.

²⁹ Véase, también Borello (2013); Borello y González (2012).

- Producción exclusiva de cine: son un grupo reducido de empresas productoras que sólo se dedican a la producción cinematográfica, entre ellas puede mencionarse: Matanza Cine (Trapero), BD Cine (Burman y Dubcovsky) y El Pampero (Mariano Llinás, Alejo Moguillansky, Agustín Mendilaharsu y Laura Citarella).
- Producción para cine, publicidad, TV por cable y por aire: gran parte de las productoras diversifican sus actividades para poder seguir funcionando, y es así que muchas tienen una vinculación directa con el sector de la publicidad, y como actividad anexa y complementaria se involucran en la producción de películas. Otras productoras realizan diferentes productos para la TV por cable y para la TV abierta, además de la producción de películas.
- Servicios anexos a la producción y postproducción para películas nacionales y extranjeras: dentro de estos servicios podemos mencionar a las firmas que orientan sus actividades a la producción, pero a la vez realizan servicios de apoyo (alquiler de equipos, efectos especiales, etc.) y las tareas de postproducción (edición y selección de planos, etc.) en proyectos liderados por otras empresas. A su vez, hay empresas que solo realizan servicios complementarios a la producción de cine para terceros.

Por último, como una actividad diferencial pero que puede formar parte de las mencionadas anteriormente, se encuentra la siguiente:

- Realización en formato de co-producciones: este tipo de producciones se realizan frecuentemente con el financiamiento de recursos nacionales y extranjeros, en esquemas de co-producción que pueden involucrar a varios países.

Estas cuatro formas de perfil empresarial que pueden adoptar las empresas productoras de cine en un determinado momento marcan, en gran medida, el uso de recursos tanto físicos como humanos y su manera de organizarlos. Por ejemplo, realizar una película de ficción requiere, normalmente, de un equipo de personas más amplio que un documental, aunque los tiempos de realización del segundo tipo de película pueden extenderse más. Así, en una película de ficción, un equipo numeroso trabaja en forma permanente en la etapa de pre-producción, que lleva de dos a tres meses; luego llega al

momento del rodaje, que puede concentrarse entre dos y seis semanas en su parte de trabajo más intenso. A su vez, los gastos de producción de una película de ficción son más elevados que los que se requiere normalmente para la realización de un documental. Lo mismo sucede si se habla de las ganancias. De este modo, uno de los responsables de la productora Cine Ojo, hace alusión a esta problemática “producimos un promedio de cuatro películas por año, pero para hacerlo debemos mantener una estructura permanentemente, y la mayor parte del dinero se va en sueldos”.³⁰

En cambio, la realización de un documental precisa de un equipo más reducido, pero sus tiempos son más largos: preparar un film puede llevar tal vez dos años de trabajo entre investigación, contactos, viajes, búsqueda de financiamiento; incluso a veces en el momento del montaje se necesita filmar tomas no previstas y nuevamente se vuelve al rodaje.

La elección de un tipo de producto audiovisual (ficción, documental, de animación, corto publicitario, etc.) va a determinar, en parte, la estructura general de los recursos materiales y humanos necesarios para el desarrollo de las distintas producciones audiovisuales. Por lo general, las películas que se realizan en la Argentina, más allá del género que se elija, no cuentan con importantes recursos económicos; salvo excepciones, son producciones modestas. Por otra parte, existen diferentes estrategias que despliegan las empresas productoras para poder permanecer en el mercado, salvo un grupo minoritario que puede dedicarse de manera exclusiva a la producción de películas, el resto debe combinar la producción de películas con actividades conexas. Es así que estos mecanismos de organización de los recursos humanos y económicos se despliegan en función del proyecto cinematográfico a desarrollar y del tipo de empresa que lo lleva a cabo.

Precisamente, para comprender aun más el funcionamiento de las empresas productoras, es que a continuación nos interesa dimensionar el universo de productoras existentes y sus características societarias y su distribución geográfica. Todo ello, a través de la comparación de distintas fuentes de información que muestran la variabilidad de los datos existentes, que dan cuenta también del modo particular de organización de este sector cinematográfico.

³⁰ Sartora (2009), p. 54.

La producción cinematográfica según distintas fuentes

Demografía y algunas características de las productoras

Con la finalidad de aproximarnos a la demografía y características de este complejo entramado de productores y empresas productoras relacionadas con la industria cinematográfica, se identifican y analizan diversas fuentes de información:³¹ la base de productoras del INCAA del año 2010, la del Observatorio de Industrias Creativas (OIC) de la Ciudad de Buenos Aires, el Censo Económico del año 2004, el listado de empresas productoras disponible en el sitio Cine.ar del año 2011, y la Guía de la Producción Audiovisual Argentina correspondiente a los años 2008 y 2009. Las dimensiones básicas que están presentes en estas fuentes son la cantidad de empresas productoras, las características societarias y su distribución territorial (Cuadro 4).³²

Cuadro 4: Empresas productoras de cine según diversas fuentes

Fuente	Año	Número de empresas	Características societarias (%)	Alcance territorial de la base
Censo Económico	2004	135	38 % Productores sin inscripción societarial 25% (SRL), 33% (SA): 4% (SH), Centros y asociación civil	Nacional
Guía Audiovisual	2008/2009	96	S/D	Nacional
OIC	2009/2010	716	82% Productores sin inscripción societarial; 7 % (SRL), 10% (SA): 1% (SH) y	Ciudad de Buenos Aires

³¹ Si bien las fuentes son de diversa procedencia (organismos estatales y privados), el análisis también se ve enriquecido por esta multiplicidad de fuentes.

³² Como se verá en el Cuadro 2, no se dispone de datos acerca de la razón social para dos fuentes analizadas.

			Cooperativas de Trabajo	
INCAA	2010	879	62% Productores sin inscripción societad; 18% (SRL); 16 % (SA); 4% (SH), Asociaciones Civiles, Cooperativas de Trabajo, Fundaciones y Universidades	Nacional
Cine.ar	2011	164	S/D	Nacional

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INCAA, OIC, Censo 2004, Cine.ar y Guía audiovisual.

El Censo Económico del año 2004 identifica solamente 135 productoras en todo el país, 91 de ellas en la Ciudad de Buenos Aires. Tanto los datos publicados por el INCAA como los que registra el OIC del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires muestran que hacia el 2010 había en esa ciudad alrededor de 700 empresas productoras. Si bien podemos suponer -y la información complementaria que proveen otras fuentes así lo señala- que efectivamente ha habido un aumento significativo de la actividad cinematográfica del 2004 hasta la fecha, sin embargo, no es factible que el incremento haya sido tan importante. Con lo cual debemos suponer que una parte muy significativa de las empresas productoras son, como se las ha denominado en varios informes “circunstanciales” y, deberíamos agregar, “invisibles”.³³

Al contrastar y comparar los datos de productoras relevadas por el Censo 2004 y la base INCAA 2010, encontramos que existen un número reducido de productoras relevadas en ambas bases. El resultado de esta comparación arroja como resultado que un total de 36 empresas productoras se encuentran relevadas en ambas bases (Censo 2004 e INCAA 2010) que, en su conjunto, asciende a un total de 1.048. La diferencia existente puede ser explicada por varias razones que pueden ser complementarias entre sí: incremento de la actividad cinematográfica y específicamente de la participación de nuevas productoras en ese campo, el carácter cambiante y flexible de las

³³ Getino (2005).

productoras, que se conforman muchas veces en torno a proyectos específicos, la sub-representación que puede tener los datos relevados en el Censo Económico o la sobre-representación de empresas en el caso de las bases del INCAA y del OIC. De todas maneras, es absolutamente sorprendente la diferencia entre los números del Censo y los de las otras fuentes. Lo cual estaría reflejando la heterogeneidad que hemos esquematizado en la sección anterior del artículo.

Por otro lado, se analiza una comparación entre la información de la base del OIC de la Ciudad de Buenos Aires y la del INCAA, encontramos que un total de 102 empresas aparecen registradas en ambas bases; recordemos que las cifras de empresas registradas en la Ciudad de Buenos Aires alcanzaban cifras similares (alrededor de 700 empresas productoras) asentadas en ese ámbito geográfico. O sea que las empresas coincidentes son sólo una en siete. La comparación de los listados de empresas del Censo 2004 y del OIC de la Ciudad de Buenos Aires arrojó como resultado que tan sólo 27 empresas se encuentran en ambas bases. Nuevamente, más allá de las dificultades para comparar los listados de empresas, es sorprendente la falta de coincidencia entre bases.

Comparando las bases de la Guía Audiovisual y Cine.ar, encontramos que 59 empresas se repiten en ambas bases, un número que representa un porcentaje mucho mayor de recurrencia que las comparaciones de bases presentados con anterioridad. Si se cotejan los datos de empresas relevados por el Censo -que contiene un número intermedio de firmas respecto a las otras bases utilizadas-, notamos que sólo 12 empresas están presentes en las tres bases: sólo en 4 casos coinciden las empresas de la Guía Audiovisual y el Censo 2004 y en 9 casos son coincidentes las empresas del censo y el listado de empresas procedentes del sitio Cine.ar. A su vez, un dato que nos parece por lo menos llamativo es que en el Censo no figuran empresas importantes en el sector de la producción como por ejemplo Argentina Sono Film, Aries Cinematográfica Argentina, entre otros casos.

A continuación se presenta la distribución de las empresas productoras según su localización, y un dato relevante es que -prácticamente para todas las bases consultadas más allá de la disparidad numérica entre ellas- casi el 80% de las empresas están concentradas en la Ciudad de Buenos Aires y ubicándose en segundo lugar en la provincia de Buenos Aires, con un

porcentaje notablemente inferior (Cuadro 5).³⁴ Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que diversos relevamientos recientes muestran que, en los últimos diez años, ha habido una expansión muy significativa de la producción audiovisual en el interior del país.³⁵

Cuadro 5: Distribución geográfica de las productoras cinematográficas según las distintas bases (en porcentajes)

Zona geográfica	INCAA	Censo 2004	Guía audiovisual	Cine.ar
Capital Federal	81,0%	67,4%	80,2%	85,4%
Buenos Aires	10,6%	10,4%	5,2%	7,9%
Córdoba	2,1%	3,7%	3,1%	1,8%
Santa Fe	1,1%	4,4%	7,3%	1,8%
Mendoza	0,9%	3,0%		1,2%
San Luis	0,7%	1,5%		
Salta	0,6%	0,7%	1,0%	0,6%
Tucumán	0,6%	1,5%		0,0%
Río Negro	0,5%	1,5%		1,2%
Catamarca	0,3%	1,5%		
Total de empresas en cada base	879	135	96	164

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INCAA, OIC, Censo 2004, Cine.ar y Guía audiovisual.

A partir de esta breve revisión de las bases existentes, pueden hacerse algunas generalizaciones acerca de la información procedente de las mismas. Primero, resulta extraño que dos fuentes elaboradas por instituciones estatales conocidas, como el INCAA (nacional) y el OIC (gobierno de la ciudad) incluyan más de 700 productoras (en el caso del OIC solamente para la Ciu-

³⁴ Los porcentajes eran menores al 0,34%, en el caso del INCAA y al 0,75% en el caso del Censo económico para las provincias de: Chaco, Misiones, Jujuy, Chubut, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Rioja, Neuquén y San Juan.

³⁵ Borello (2013); Motta y Morero (2013); González, Barnes, Castro y Borello (2013).

dad de Buenos Aires) cuando la cantidad de estrenos cinematográficos anuales, de películas argentinas, se ubica en alrededor de una centena. La relación nos estaría dando 7 productoras por película, por año. Segundo, que más allá de lo efímero de muchas de estas empresas, en general, hay poco solapamiento entre bases, inclusive, por ejemplo, entre las del INCAA y la del OIC, que fueron elaboradas alrededor de la misma fecha pero que coinciden en alrededor de 1 cada 7 empresas registradas. Tercero, es evidente que algunas fuentes, como el Censo Económico, son de muy dudosa calidad y cobertura. Cuarto, que más allá de las serias deficiencias de las bases consultadas, su examen nos permite afirmar que esta actividad está muy concentrada geográficamente.

Y por último, a pesar de los problemas de las bases consultadas, puede afirmarse que, en gran parte, la producción cinematográfica es llevada adelante por muchas empresas relativamente efímeras, seguramente muy pequeñas, relativamente informales y poco consolidadas.³⁶

Algunas cuestiones que ya pudimos vislumbrar a partir de la comparación de las diversas bases de productoras serán profundizadas en la sección siguiente y a través del análisis de datos provistos por el INCAA en dos anuarios, 2009 y 2010. Allí se presenta un listado de empresas productoras que presumiblemente estaban activas en esas fechas (o en los años inmediatamente anteriores) ya que han estrenado películas en alguno de esos dos años.

Caracterización de las productoras cinematográficas en los años 2009 y 2010

La diversidad de fuentes que hemos examinado muestra el carácter efímero que distingue a gran parte de las empresas productoras. En la actualidad, la gran mayoría de estas incursionan en el mercado cinematográfico de manera esporádica y con un bajo nivel de producción de películas. Por lo dicho, el objetivo de este apartado es el de caracterizar a las productoras activas en los años 2009-2010 y de este modo, mostrar la permanencia de algunas de las firmas en el mercado y la inestabilidad de la gran mayoría de las empresas.

Para ello, partimos de la base del análisis de algunas variables como la cantidad de películas producidas, la recaudación obtenida y el número de espectadores que concurrieron a las salas en 2009 y 2010. Como puede verse más abajo (Cuadros 6 y 7), 50 productoras estrenaron películas en el 2009 y 77 lo hicieron en el 2010. La suma de los dos años nos da un total de 127

³⁶ Algunos de estos temas se examinan en más detalle en Borello y González (2012).

productoras. De ese total, sólo 11 de ellas tuvieron actividad en ambos años, una proporción que probablemente subraya la volatilidad de estas empresas o el hecho de que participen de otros mercados (TV, publicidad) y/o tengan otros ingresos (como los subsidios estatales). La distribución en términos de espectadores y de recaudación por película es muy diferente entre empresas. Así, por ejemplo, del total de 50 productoras del 2009, una de ellas, Haddock Films (con tres películas producidas y estrenadas) alcanza el 60% del total recaudado por el cine argentino ese año. Las 4 primeras productoras concentran el 80% de la recaudación (ver Cuadro 6). Esto demuestra que hay una gran disparidad en la recaudación por película y los datos también muestran que la recaudación de algunas películas, más allá de que hayan sido realizadas con un bajo presupuesto, es muy baja inclusive en relación a la recuperación de los costos. Ese mismo año, solo 6 productores estrenaron más de una película, y el resto, la gran mayoría, estrenó sólo una.

Cuadro 6: Productoras con actividad durante el año 2009

Total de productoras que estrenaron películas: 50			
Productor con más de una película	Películas	Espectadores	Recaudación (pesos)
1 ALEPH MEDIA S.A.	3	42.749	749.945
2 HADDOCK FILMS	3	978.664	14.067.958
3 AZPETIA CINE S.R.L.	2	2.439	16.040
4 CRUZ DEL SUR CINE S.R.L.	2	736	9.444
5 LAGARTO JUANCHO & ASOC. PROD. S.R.L.	2	3.237	36.039
6 MC PRODUCCIONES S.R.L.	2	786	4.837
Total de productores con 1 película estrenada: 44			
Productoras con mayor recaudación	Películas	Espectadores	Recaudación (pesos)
1 PAMPA FILMS S.A.	1	485.036	6.708.235
2 TRES MENTES S.A.	1	357.614	4.637.107
3 BD CINE S.R.L.	1	223.456	2.851.647
4 PATAGONIK FILM GROUP S.A.	1	213.237	2.394.348
5 DI CESARE LEONARDO PABLO	1	134.633	1.735.844
6 BUENOS AIRES PRODUCCIONES S.A	1	114.046	1.546.459

7	MC MILLECENTO S.R.L.	1	112.168	1.386.237
8	ADART PRODUCCIONES S.R.L.	1	70.757	941.456

Fuente: Elaboración propia en base al Anuario INCAA 2009.

En el año 2010, hubo un incremento en el número de productoras que estrenaron películas en comparación con el año 2009, alcanzando a 77 productoras. De estas, las primeras siete concentraron más del 80% del total recaudado. En comparación con el año 2009 hubo una distribución más pareja de la recaudación aunque la mayor parte de las empresas tuvo un nivel de recaudación muy bajo. Durante ese año, exactamente el doble de productoras lograron estrenar más de una película y las restantes 65 alcanzaron a estrenar una sola.

Si bien en muchos casos no existen diferencias entre el número de películas estrenadas en los años analizados, la disparidad que existe entre la recaudación de las empresas más importantes es notoria respecto a las productoras más pequeñas.

Cuadro 7: Productoras con actividad durante el año 2010

Total de productoras que estrenaron películas: 77				
	Productor con más de una película	Películas	Espectadores/ Película	Recaudación/ Película
1	ALEPH MEDIA S.A.	3	75.059	1.234.725
2	PATAGONIK FILM GROUP S.A.	2	429.757	7.142.701
3	MATANZA CINE S.R.L.	2	309.354	4.861.627
4	BD CINE S.R.L.	2	245.703	3.671.550
5	ILLUSION STUDIOS S.A.	2	206.494	4.141.986
6	COOP. DE TRABAJO KAOS LTDA	2	4.329	54.308
7	RIZOMA S.R.L.	2	4.021	34.834
8	LAGARTO JUANCHO & ASOC.PROD.S.R.L.	2	1.608	8.263
9	MARTINEZ CANTO JUAN ANDRES BALDOMERO	2	1.481	2.374
10	BIN CINE Y VIDEO S.R.L.	2	1.449	12.093
11	MARISTANY JUAN CARLOS	2	1.184	9.713
12	MAGOYA FILMS S.A.	2	194	398

Total de productores con 1 película estrenada: 65				
Productoras con mayor recaudación		Películas	Espectadores/ Película	Recaudación/ Película
1	HADDOCK FILMS	1	134.301	2.122.983
2	SCHAPCES MARCELO HUGO	1	126.238	1.910.943
3	ZAZEN PRODUCCIONES S.A.	1	57.209	747.488
4	TELEVISION FEDERAL .A..-TELEFE	1	54.260	757.901
5	DIDA FILMS S.R.L.	1	47.845	615.175
6	FERNANDO AYALA Y HECTOR OLIVERA S.A.	1	37.159	530.647
7	LERMAN SANCHIS DIEGO	1	20.410	340.916
8	AQUAFILMS S.R.L.	1	18.259	306.671

Fuente: Elaboración propia en base al Anuario INCAA 2010.

El análisis que hemos hecho en esta sección a partir de dos anuarios recientes del INCAA muestra que muchas productoras seguramente no recuperan las inversiones efectuadas en la realización de una película a través de la recaudación, aunque esta sí es una fuente importante de ingresos para algunas firmas. El análisis también muestra que la incursión en la producción cinematográfica es, para algunas firmas, algo que no sucede todos los años. Esta información, en conjunción con los datos de las fuentes señaladas en el apartado anterior estaría dando cuenta de este proceso. A su vez, el análisis también sugiere que la producción cinematográfica en la Argentina se financia también por otras vías, como los subsidios del INCAA, al mismo tiempo que agentes económicos que operan en actividades vinculadas, como la producción televisiva o la publicidad, incursionan esporádicamente en la producción cinematográfica (como vimos antes en los datos presentados en el Cuadro 2).

Una encuesta a productoras audiovisuales y un relevamiento de la producción televisiva realizados por nuestro equipo recientemente muestran que estas serían explicaciones plausibles a lo observado de la lectura de los anuarios del INCAA.³⁷

³⁷ Borello y González (2012); Borello (2013).

Más allá de la fuerte dinámica de la actividad audiovisual en la Argentina, en los últimos años, sin embargo, resulta algo más difícil explicar las debilidades e inconsistencias de las fuentes estadísticas que se analizan en este artículo y su relación con las características de las empresas. En referencia a este aspecto, se puede observar la preeminencia de un reducido número de empresas productoras y el carácter más heterogéneo y volátil de la gran mayoría, así como su baja producción (la gran mayoría de las empresas producen solo una película en el año). En definitiva, como lo señalamos a lo largo de este artículo, estas firmas se constituyen en un conjunto menos visible y cambiante que los agentes involucrados en el circuito de la distribución y la exhibición (cuestión que se discute en los otros trabajos de este *dossier*).

Conclusiones y reflexiones finales

Los tres objetivos centrales que nos planteamos al comenzar este artículo apuntaban a caracterizar y comparar las fuentes de información secundaria disponibles y dar cuenta tanto de las formas de producción cinematográfica como de los agentes que llevan adelante esa actividad.

A través del análisis de las fuentes secundarias existentes percibimos que existen datos dispares y serios problemas con la cobertura, consistencia y confiabilidad de los mismos. Podríamos interpretar las limitaciones de la información existente de forma *naïve*, como una dificultad técnica, o bien podrían ser una expresión del escaso interés de la mayoría de los analistas por muchas de las cuestiones que hemos indagado en este trabajo. En ese sentido, éste es un estudio que ha mostrado, en especial, las limitaciones de la información disponible sobre la pequeña producción fílmica. Ya que las pequeñas empresas son las que seguramente más rotan. En ese sentido, al menos para ese estrato de empresas, debiera hablarse de producción artesanal y no industrial.

Al mismo tiempo, la característica relativamente volátil de la producción cinematográfica nos está señalando que una parte significativa del andamiaje que sostiene a la producción cinematográfica no son las empresas sino las redes de técnicos, guionistas y directores. En ese sentido, la producción cinematográfica se asemeja a otras actividades, como la producción de *software*, donde los proyectos y las redes sociales que los hacen posibles son más importantes que las empresas.³⁸

³⁸ Markusen (2004).

Y este tema nos lleva a los otros dos objetivos del artículo: la caracterización de las formas de producción y de los agentes. Primeramente, señalamos que más allá de que tanto las empresas como las películas son mucho más pequeñas que gran parte de las firmas de otros países más industrializados, igualmente, dentro del espectro de firmas nacionales hay una variedad de situaciones. Por un lado, vimos que es posible hablar de empresas estables que producen películas comerciales y, por el otro, de empresas independientes y de producción circunstancial que producen películas independientes y de forma esporádica. Señalamos, también, que en términos de los mercados y de las actividades específicas que realizan dentro de la producción audiovisual, las firmas pueden clasificarse en tres formas: aquellas que sólo se dedican a la producción cinematográfica; otras que además del cine se orientan a la publicidad y/o a la TV por cable o abierta; y por último, aquellas que brindan servicios a la producción o a la pos-producción de películas nacionales o extranjeras. Todas estas formas pueden darse en el marco de acuerdos de co-producción con firmas e instituciones de otros países.

Evidentemente, estas clasificaciones son de tipos ideales que no necesariamente se dan de forma pura. Y, al mismo tiempo, en la producción cinematográfica, el tipo de proyecto va a tener un efecto sobre el tipo de firma o la orientación de la misma. Esta característica propia de esta actividad ocasiona que técnicos y personas en general se constituyan en la base de la misma. Esto refleja, también, un cierto nivel de invisibilidad de la actividad ya que la unidad usual en los estudios económicos es la empresa.

En este sentido, es necesario enfatizar que las empresas productoras se caracterizan por su relativa inestabilidad o, en otras palabras, que estas tienen un grado de permanencia y continuidad en el mercado cinematográfico mucho más cambiante respecto a los otros dos grandes conjuntos empresarios ligados a la actividad cinematográfica: los distribuidores y los exhibidores.

El modesto ejercicio que hemos realizado nos señala la necesidad de mejorar las estadísticas existentes sobre la producción cinematográfica en la Argentina, lo que se debiera hacer, necesariamente, a partir de y en forma coordinada con los esfuerzos que ya vienen realizando diversas instituciones y asociaciones como el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA), el OIC de la Ciudad de Buenos Aires, el ahora Ministerio de Cultura de la Nación, el Ministerio de Trabajo, Seguridad y Empleo y el Instituto de Estadísticas y Censos.

El artículo también sugiere algunas líneas de investigación poco exploradas en la bibliografía existente como son, por ejemplo: la historia de las formas de producción cinematográfica en la Argentina, las trayectorias laborales de los trabajadores del complejo audiovisual y las formas de constitución y disolución de las firmas del complejo audiovisual.

Fuentes

Cine.ar, Empresas productoras, año 2011. Disponible en <http://www.cine.ar/>.

Departamento de Estudios e Investigación del *Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina* (SICA), “Estadísticas anuales”, 1996 a 2012. Disponible en <http://www.sicacine.org.ar/prensa.html#descargas>.

Guía de la Producción Audiovisual Argentina, años 2008 y 2009.

Haciendo Cine, Guía de la Producción Audiovisual Argentina. Production Guide Argentina, 2008 y 2009. Disponible en [http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=investigacion&cid\[\]=3](http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=investigacion&cid[]=3)

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), “Anuario de la Industria del Cine”, años 2009 y 2010. Disponible en http://www.incaa.gov.ar/castellano/nuevo_fiscalizacion_detalle.php?id_fis=62

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), “Padrón de productores”, Octubre 2010. Disponible en <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), Censo Económico 2004 (tabulados inéditos).

Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE), Ministerio de Trabajo, Seguridad Social y Empleo, “Caracterización y evolución del empleo registrado y de la cantidad de empresas”. Serie anual disponible en http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/oede/estadisticas_nacional.es.asp.

Observatorio de Industrias Creativas (OIC) de la Ciudad de Buenos Aires. Información y datos estadísticos disponibles en <http://www.buenosaires.gov.ar/observatorio-de-industrias-creativas>

UNESCO Institute for Statistics (UIS), “Cinema Statistics”, disponible en <http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/movie-statistics.aspx>

Bibliografía

- Aprea, Gustavo (2008), *Cine y políticas en Argentina. Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*, Los Polvorines, UNGS.
- Batlle, Diego (2009), “La era de la madurez”, en Wolf, Sergio (comp.), *Cine Argentino. Estéticas de la producción*, Buenos Aires, BAFICI, pp. 55-78.
- Beceyro, Raúl (2008), *Manual de Cine. Cómo se hace un film*, Rosario, Editora Beatriz Viterbo.
- Borello, José A. (coord.) (2013), *Estudio sobre la TV en una muestra de localidades de la Argentina: Inversión publicitaria, costos de producción y alternativas de financiamiento local*, UNGS (publicado en CD).
- Borello, José A. y González, Leandro R. (2012), “Características de la producción audiovisual en la Argentina: resultados de una encuesta reciente a productoras”, *Imagofagia*, N° 6. Disponible en http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=243
- Borello, José A. y González, Leandro R. (2013), “Industrias culturales, innovación y formas de organización en un país semi-industrializado: El caso de la producción audiovisual en la Argentina”, ponencia presentada en el *Primer congreso de LALICS*, Río de Janeiro. Disponible en http://www.redesist.ie.ufrj.br/lalics/papers/84_Industrias_culturales_innovacion_y_formas_de_organizacion_en_un_pais_semi_industrializado_El_caso_de_la_produccion_audiovisual_en_la_Argentina.pdf
- Cuarterolo, Andrea (2013), “Introducción: Investigar sobre cine silente en Latinoamérica”, *Imagofagia*, vol. 8. Disponible en http://asaeca.org/imagofagia/sitio/images/stories/pdf8/n8_dossier1.pdf
- Curubeto, Diego (1993), *Babilonia gaucha: Hollywood en la Argentina, la Argentina en Hollywood*, Buenos Aires, Planeta.
- Curubeto, Diego (1998), *Babilonia gaucha: Hollywood y la Argentina-del cine mudo a Evita*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Fabbro, Gabriela (1994), “Las cooperativas de trabajo”, en España, Claudio (comp.), *Cine argentino en democracia 1983/1993*, Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, pp. 288-289.
- Fabbro, Gabriela y Paladino, Diana (1994), “Los sistemas alternativos de producción”, en España, Claudio (comp.), *Cine argentino en democracia 1983/1993*, Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, pp. 285-287.

- Finkielman, Jorge (2004), *The Film Industry in Argentina: an Illustrated Cultural History*, Londres, McFarland.
- García Canclini, Néstor (2000), “Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina”, *Estudios Internacionales*, vol. 33, nro. 129. Disponible en <http://www.revistaei.uchile.cl/index.php/REI/article/view/Article/14982>
- Getino, Octavio (2005), *Cine argentino: entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS.
- González, Leandro, Barnes, Carolina, Castro, Daniela y Borello, José A. (2013), “La producción cinematográfica en la provincia de San Luis y la experiencia de San Luis Cine”, en Ascúa, Rubén, Camprubí, Germán Roitter, Sonia y Borello, José (eds.), *Lecturas seleccionadas de la XVIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur*. Disponible en <http://www.redpymes.org.ar/images/archivo/ReunionXVIII/SECTORRES%20REDES%20ENCADENAMIENTOS%20PRODUCTIVOS%20Y%20CLSTER%20DE%20EMPRESAS.pdf>
- Maranghello, César (2005), *Breve historia del cine argentino*, Buenos Aires, Editorial Laertes.
- Markusen, Ann (2004), “Targeting Occupations in Regional and Community Economic Development.”, *Journal of the American Planning Association*, vol. 70, nro. 3, pp. 253-268.
- Markusen, Ann (2010), “Organizational complexity in the regional cultural economy”, *Regional Studies*, vol. 44, nro. 7, pp. 813-828.
- Motta, Jorge, Morero, Hernán y Mohaded, Nicolás (2013), “La interacción entre las instituciones y la producción cinematográfica y de contenidos para TV en Córdoba”, *Imagofagia*, nro. 8. Disponible en http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/images/stories/pdf8/n8_teorias2.pdf
- Musaluppi, Hernán (2012), *El cine y lo que queda de mí*, Buenos Aires, Capital Intelectual.
- Ozollo, Javier (2013), “Estado, bodegueros y cinematografía: historia y actualidad”, ponencia presentada en *Jornadas “El sistema audiovisual y las ciencias sociales”*, UNGS, Buenos Aires.
- Peña, Fernando Martín (2012), *Cien años de cine argentino*, Buenos Aires, Editorial Biblos.

- Perelman, Pablo y Seivach, Paulina (2005), *La industria cinematográfica en la Argentina: entre los límites del mercado y el fomento estatal*, Buenos Aires, CEDEM-Estudios Especiales.
- Quintar, Aída y Barnes, Carolina (2014), “Cine y video comunitario: un aporte hacia una mayor democratización de la participación social”, ponencia presentada en el *IV Congreso de ASAECA*, Rosario.
- Sartora, Josefina (2009), “La continuidad en el tiempo”, en Wolf, Sergio (comp.), *Cine Argentino. Estéticas de la producción*, Buenos Aires, BAFICI.

