

# De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016-2018)

**Pablo Messuti**

pablo.messuti@gmail.com

*Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Instituto de Investigaciones Gino Germani.*

Recibido: 20 de febrero de 2019.

Aceptado: 26 de abril de 2019.

## Resumen

En el presente trabajo analizaremos las políticas de apoyo al cine nacional durante el período 2016-2018 en relación con la dinámica general de la industria audiovisual, atravesada por la convergencia y la digitalización, y de la evolución del sector de acuerdo con las nuevas regulaciones que se desprenden de los instrumentos de fomento lanzados a principios de 2017. Asimismo, estudiaremos el modo en que las transformaciones en el ecosistema de la producción audiovisual ampliada (radiodifusión por vínculo físico, plataformas y canales de TV) repercuten en el destino de los recursos que alimentan el Fondo de Fomento Cinematográfico, dada la interdependencia entre estos sectores.

El nuevo Plan de Fomento implementado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) en 2017 (Resolución 1/2017 y anexos) ha redefinido instrumentos centrales de apoyo al cine nacional en función de la necesidad de captar audiencias acordes a los distintos modelos de producción (cine independiente y cine destinado a públicos masivos). No obstante, el establecimiento de nuevas reglas en torno a la percepción de créditos (Resolución 942/2017) y la ausencia de fondos para solventar la solicitud de créditos industriales otorgados de manera directa por el INCAA hasta el ejercicio presupuestario correspondiente al 2019 (Resolución 1565-E/2017) generan un escenario incierto a futuro dentro de la industria cinematográfica. Aun así, a pesar de los vaivenes políticos y la evolución de los sectores afines, el apoyo al cine nacional se ha constituido a lo largo de los últimos años en una política de Estado, lo que garantiza cierta estabilidad en el funcionamiento de la industria.

**Palabras clave:** cine, audiovisual, convergencia, fomento.

## From cinemas to pixels: policies in support of the Argentine film industry (2016-2018)

### Abstract

In this paper, we analyze policies in support of Argentine cinema during the 2016-2018 period. In doing so, we consider the audiovisual industry's overall situation, marked by convergence and digitalization, and the sector's evolution in response to regulations introduced by development programs launched at the beginning of 2017. At the same time, we study how transformations in the widening ecosystem of audiovisual production (broadcasting via physical media, software platforms, and TV channels) affect how funds from the Fondo de Fomento Cinematográfico (Film Development Fund) are utilized, given the interdependency of the aforementioned areas.

A new development plan, implemented by the Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (National Institute of Cinema and Audiovisual Arts) in 2017 (Resolution 1/2017 and annexes), has redefined central support instruments in view of the need to attract different audiences associated with different production models (independent or mass market cinema). Nevertheless, the establishing of new rules regarding the reception of subsidies (Resolution 942/2017) and the absence of funds to back industrial subsidies awarded by the National Institute of Cinema and Audiovisual Arts up to the 2019 fiscal year (Resolution 1565-E/2017) augur an uncertain future for the local film industry. However, despite political upheaval and the evolution of the audiovisual sector, support for Argentine cinema has become, in the past few years, a matter of state policy, which guarantees a degree of stability in how the industry operates.

**Keywords:** cinema, audiovisual, convergence, promotion.

## Das salas aos pixeles: as políticas de suporte para a indústria cinematográfica na Argentina (2016-2018)

### Resumo

Neste artigo analisamos as políticas de apoio ao cinema argentino durante o período 2016-2018 - em relação com a dinâmica geral da indústria audiovisual, atravessada pela convergência e a digitalização - e com a evolução do setor de acordo com as novas regulações surgidas junto com os novos instrumentos de incentivo e promoção lançados no início de 2017. Além disso, vamos estudar como as transformações dadas no ecossistema da produção audiovisual ampliada (plataformas de difusão de ligação física e canais de TV) afetam o destino dos recursos responsáveis pela alimentação do fundo de desenvolvimento do cinema (Fondo de Fomento Cinematográfico), dada a interdependência entre esses setores.

O novo Plano de Desenvolvimento implementado pelo INCAA em 2017 (Resolução 1/2017 e anexos) tem redefinido instrumentos chave de apoio ao cinema argentino com base na necessidade de captar audiências em sintonia com os diferentes modelos de produção (cinema independente e cinema destinado ao público massivo). No entanto, o estabelecimento de novas regras relativas à percepção de créditos (Resolução 942/2017) e a ausência de recursos para liquidar a solicitação de empréstimos industriais concedidos diretamente pelo INCAA até o exercício correspondente a 2019 (Resolução 1565-E/2017) geram um cenário futuro incerto dentro da indústria cinematográfica. Mesmo assim, apesar das oscilações políticas e da evolução dos sectores relacionados, o apoio ao cinema nacional foi constituído ao longo dos últimos anos como uma política de Estado, o que garante certa estabilidade no funcionamento da indústria.

**Palavras chave:** cinema, audiovisual, convergência, promoção.

## Introducción

En el presente trabajo abordaremos el impacto de las políticas públicas dirigidas al sector audiovisual, particularmente el cine, en función de las reglamentaciones de fomento vigentes, las dinámicas propias a partir de la digitalización de la cadena de valor y la apertura de ventanas de circulación en medios digitales (Gainza Cortés y Bongers, 2018). A su vez, analizaremos los espacios emergentes de comercialización para las películas en las nuevas pantallas. Como veremos más adelante, la interdependencia que existe entre los diversos sectores de la industria audiovisual ampliada (Marino, 2016) nos impide realizar un análisis de las dinámicas de la industria cinematográfica sin considerar las políticas orientadas a otros espacios afines (radiodifusión, plataformas *Over The Top* [OTT] y telecomunicaciones). No obstante, no profundizaremos en el estudio del impacto de la digitalización y las políticas públicas en estas ramas cercanas a la producción cinematográfica, en razón de que nuestro foco se circunscribe al modo como estas industrias alimentan, vía gravámenes o cuotas de pantallas televisivas, el Fondo de Fomento Cinematográfico.

Para alcanzar estos objetivos, se emplearon como fuentes publicaciones específicas del campo: decretos, normas y regulaciones en las que se hayan fijado las políticas de fomento dirigidas al sector en el período entre 2016 y 2018. Además, se analizó la normativa dictada por el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) en torno a la regulación de la convergencia y las telecomunicaciones, aunque solamente se tuvieron en consideración aquellos decretos y resoluciones relevantes para dar cuenta de la injerencia de otros sectores afines en el financiamiento del cine nacional. Se han relevado también otros documentos, como artículos periodísticos, y datos y estadísticas del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), Ultracine, la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (Egeda), el Sistema de Información Cultural de la Argentina (Sinca), e informes de consultoras y organismos internacionales acerca del sector audiovisual. Complementan estas fuentes diversos relevamientos de datos y estadísticas sobre las nuevas modalidades de distribución y exhibición digitales (descargas *peer-to-peer*, *streaming*, OTT, *On Demand*, exhibición por TV por Televisión Digital Abierta [TDA], entre otras). Finalmente, la cobertura de mesas redondas y conferencias en eventos nacionales e internacionales, en las que se dan cita productores, distribuidores y agentes del mercado, ha sido de gran utilidad a fin de delinear hipótesis de trabajo y comprender las estrategias de los distintos actores del medio audiovisual.

Tomaremos como referencia el período entre 2016 y 2018, aunque también haremos una breve reseña histórica de las reglamentaciones que dieron origen a una política pública que se mantiene vigente, con mínimas modificaciones, desde hace más de veinte años. Intentaremos explicar de qué manera los nuevos instrumentos de fo-

mento lanzados por el INCAA, orientados a definir distintos modelos de producción de acuerdo con cada audiencia, han priorizado, en su regulación, el apoyo a los contenidos que involucran presupuestos más elevados, relegando a un segundo plano las obras independientes. A su vez, analizaremos que factores exógenos, como la alta tasa de inflación y la merma del poder adquisitivo de la población, y endógenos, referidos a las nuevas resoluciones de créditos y a las trabas burocráticas en la evaluación de proyectos, darían cuenta del descenso de proyectos en ejecución en 2018, que recién se vería reflejado en las estadísticas de los años siguientes. De todos modos, solo unos pocos indicadores han descendido ligeramente (más adelante analizaremos en detalle estos números) durante los últimos dos años. Esta relativa estabilidad en la evolución de la industria cinematográfica se explicaría por la continuidad de una política de Estado que, independientemente de los distintos gobiernos, permitió asegurar el sostén de la producción nacional.

Al mismo tiempo, la continuidad del apoyo al cine argentino, garantizado por los recursos que alimentan el Fondo de Fomento, dependerá de cómo se resuelva la puja entre diversos sectores del audiovisual ampliado y las regulaciones resultantes de esta disputa. Entre estas normativas, se pueden destacar los distintos proyectos tendientes a fijar impuestos a las plataformas OTT, que permitirían suplir la merma en la facturación publicitaria de los canales y en la renta de videogramas. También se encuentran en la agenda otros planes tendientes a fijar nuevos aportes al fondo en cuestión por parte de las compañías telefónicas y operadores de redes, cuya infraestructura transporta un gran volumen de contenidos audiovisuales, aunque la resistencia de los grupos afectados por estas medidas ha demorado su tratamiento en el ámbito legislativo.

En el primer apartado, analizaremos las transformaciones operadas en el espacio de la producción audiovisual a partir de la digitalización y la convergencia, las que necesariamente obligan a replantear los esquemas de fomento cinematográfico vigentes. En la segunda parte, estudiaremos el funcionamiento de la industria cinematográfica argentina y los instrumentos de apoyo al cine nacional lanzados a principios de 2017, con el foco puesto en su impacto en distintas variables del sector. Nos adentraremos también en el debate en torno a las regulaciones de las nuevas plataformas en red, que en la actualidad no destinan recursos para el financiamiento de la producción nacional.

## **La producción de contenidos de ficción en el escenario de la convergencia**

Las políticas de comunicación audiovisual involucran toda una serie de acciones y medidas dirigidas a dinamizar la producción de contenidos, generar las condiciones necesarias para garantizar la diversidad, regular la asignación de frecuencias y del espectro, y promover el surgimiento de canales de distribución y exhibición no concen-

trados. Contemplan respuestas y objetivos de acción que se relacionan con problemas socialmente considerados (Mastrini, 2013), mediante estimulación directa (fomento) o prohibiciones y limitaciones (poder de policía, en términos jurídicos). Existen distintas escuelas teóricas que definen orientaciones de políticas públicas divergentes: las corrientes pluralistas, en las que se descrea del vínculo directo entre resultados políticos e intereses sectoriales (McQuail, 1998); las desarrollistas, para las que las industrias culturales funcionan como motor económico (Sierra Caballero, 2012), y la corriente crítica, que promueve la intervención estatal para equilibrar las desigualdades que se dan como resultado del accionar de actores económicos de gran peso (Bolaño, 2005).

El enfoque en torno a los objetivos, fundamentos y principios rectores de las políticas de comunicación variará según la tradición teórica que oriente la acción estatal. Según Marino (2017), “las políticas públicas implican en general la materialización de los rasgos característicos de los modelos de Estado imperantes en cada momento histórico” (p. 14). Históricamente, existen diversos roles cumplidos por el Estado en función de la matriz ideológica que sustenta la intervención. El Estado gestor o productor de contenidos audiovisuales responde a una tradición en la que la radiodifusión estatal en monopolio (por ejemplo, BCC o el sistema de medios públicos) permite visibilizar contenidos culturales relevantes por fuera de las lógicas del mercado. El Estado incitador de las actividades de mercado a partir de ayudas directas e indirectas, por su parte, se funda en la necesidad de resguardar identidades nacionales y valores, expresados en obras audiovisuales, frente al predominio de mercados globalizados que impiden el desenvolvimiento de las industrias locales. Finalmente, el Estado árbitro es deudor de las concepciones más liberales, que fijan las condiciones de actuación de los agentes sociales y económicos con mínimas intervenciones por parte del aparato estatal (Bustamante, 2004).

La economía política de la comunicación y la cultura, en sus vertientes anglosajona (Garnham, 2005; Mosco, 2006) y francesa (Flichy, 2009; Miège, 2006), ha analizado no solo las regulaciones económicas y políticas de las industrias culturales, sino también el vínculo entre dinámicas productivas y espacios simbólicos (Mosco denomina *estructuración* a esta relación). El distinto peso de ciertos actores del campo comunicacional, cada uno con su agenda e intereses, funda la necesidad de intervención estatal a fin de garantizar ciertos valores y principios que aseguren, según esta tradición, la pluralidad de voces, la diversidad audiovisual, la limitación de la concentración y la formación de audiencias. El universo que contemplan las políticas de comunicación es vastísimo; sin embargo, dadas la convergencia y la interrelación entre los eslabones de la producción audiovisual, es preciso atender a estas dinámicas globales para comprender qué sucede en un sector específico (el cinematográfico, en nuestro caso). Si bien las políticas de fomento se implementan a nivel local, existe una serie de medidas

a nivel supranacional (por ejemplo, en el cine, los convenios de coproducción, que son acuerdos entre los distintos países y mercados regionales, como Ventana Sur) que es fundamental para comprender el desarrollo de las industrias locales.

En el espacio audiovisual, la trama de interacciones entre los distintos agentes es compleja, en la medida en que participan los sectores de la producción (las empresas productoras, las cámaras que los nuclean, las asociaciones de gestión de derechos, entre otros), la distribución (empresas distribuidoras locales y dependientes de la grandes *majors*) y la exhibición (los complejos de salas, dependientes de compañías de exhibición o del Estado -como Cine.Ar Salas-; canales de TV, y plataformas OTT autónomas -como Netflix- y de cableoperadores). Si bien las transformaciones tecnológicas han gravitado significativamente en las dinámicas productivas, principalmente a partir de la creciente integración entre la radiodifusión y las telecomunicaciones, resulta fundamental evitar, como señala Califano (2016), una concepción erróneamente imparcial frente a los desarrollos técnicos, debido a que se trata de un proceso dinámico de interrelación entre actores, instituciones y agentes que pugnan por diversos intereses y recurren a mecanismos de petición formales e informales.

El reacomodamiento de los sectores que integran el audiovisual ampliado, producto de la transición tecnológica, entre otros factores, ha generado una puja creciente entre los grupos de comunicación audiovisuales y productores de contenidos tradicionales, por un lado, y los nuevos actores globales, cuya participación en la generación y distribución de producciones audiovisuales se ha incrementado en los últimos años, por otro (Rivero y Zanotti, 2017). Los grandes conglomerados mediáticos tradicionales han tendido a la financiarización (Sierra Caballero y Maniglio, 2016) y la integración horizontal, vertical o conglomeral (Bustos, 2016; Bustos y Casado del Río, 2016), lo que ha acentuado la concentración y, en algunos casos, ha limitado la producción y circulación de contenidos diversos (Albornoz y Leiva, 2017; Chaparro, 22 de julio de 2014; De Moragas, 2013; Hermida, 2006; Kulesz, 2016).

Por su parte, los nuevos jugadores (Sierra Caballero, 2016) que incursionaron en la industria audiovisual han redefinido la cadena de generación de valor en el ecosistema audiovisual (Califano, 2017; Herrero Subías, 2009; Katz, 2015; La Torre, 2014; Rossi, 2013), en especial, a partir del surgimiento de modelos de negocio aplicados a la circulación de contenidos en redes, ausentes en etapas previas (Hendrickx, 2015; Labrada Rubio, 2015; Marino, 2016; Siri, 2016) y de la extensión de la comunicación audiovisual móvil (Aguado Terrón, Feijóo González y Martínez, 2013).

La convergencia puede analizarse desde distintos niveles. Desde la perspectiva jurídica, en los entornos convergentes operan varios servicios en una misma red (por ejemplo, prestadores OTT que ofrecen TV, música o cine por Internet) y, viceversa, un mismo servicio se ofrece en varias redes (es el caso de la TV, que puede verse por

Internet, por las redes de cable de los servicios de radiodifusión física y por aire). Tecnológicamente, la convergencia supone un único soporte material, el lenguaje informático, para medios y producciones diversas (cine, música, radio, artes visuales, entre otros) (Levis, 2009). En su dimensión social, implica los distintos usos y apropiaciones de los nuevos medios, a partir de las potencialidades que trae consigo el consumo en red. Finalmente, en términos económicos, conlleva la creciente integración de la industria de las telecomunicaciones, la producción audiovisual y la radiodifusión. Esto último es un proceso que se inició hace más de veinte años, en el que se acentuó la concentración y centralización de las industrias culturales (Becerra, 2015). En efecto, con la transición tecnológica y la convergencia, ya no resulta viable analizar la industria cinematográfica sin tener en cuenta la evolución de otras ramas afines, como las dinámicas de los sectores ligados a las telecomunicaciones, cuya participación en el negocio audiovisual es creciente, especialmente mediante la producción de contenidos de ficción para nuevas plataformas (Neira, 2018). Esta interdependencia se explica no solo por el origen de los recursos que integran el Fondo de Fomento Cinematográfico, sino también, por un lado, por las estrategias de diversificación de las productoras de cine -las que con mayor frecuencia financian ficciones para TV (Observatorio de Comercio Internacional, 2012)- y, por otro, por la participación de los canales de TV y, últimamente, las empresas OTT en la producción de telefilmes.

La especificidad del cine se funda en la proyección en salas, que produce una experiencia sensorial ausente en otras pantallas, y en toda una tradición institucional que impide absorberlo sin más en el concepto más amplio y abarcador del audiovisual (Onaindia y Macedo, 2013). Pero en términos de políticas públicas, el audiovisual, el cine y las telecomunicaciones se condicionan entre sí, aunque resulta fundamental discriminar cada sector para su regulación, en tanto que las industrias culturales y los productores de contenidos audiovisuales son fundamentales para la consolidación de las tradiciones culturales, los valores y la idiosincrasia de los pueblos, y por tal motivo están contenidos en el marco de protección de la Convención de la Diversidad de la Unesco, reconocida en el Sistema Interamericano de Derechos Humanos (De Charras, 2011). Los servicios de telecomunicaciones, por su parte, se encuentran liberalizados al amparo de los distintos acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC). De ahí que las políticas de protección de la producción local (cuotas de pantalla, cuotas de producción nacional y fomento estatal) resulten contradictorias con el paradigma liberalizador que promueven estos organismos. Para citar un ejemplo, las industrias de producción de contenidos locales se encuentran en desventaja frente a un actor global como Netflix, que opera en múltiples países sin pagar gravámenes ni emplear técnicos en los países en los que interviene. La provisión de servicios equivalentes y la utilización de idénticas redes para vehicular distintos tipos de contenidos no son argumen-

tos suficientes para aplicar las mismas reglas a mercados e industrias de escalas y tamaños no comparables (esta última perspectiva se refleja en varios informes financiados por empresas multinacionales). En resumen, el debate en torno a la regulación de los servicios OTT es complejo, pero se pueden identificar dos posturas bien definidas: una liberalizadora y otra tendiente a establecer cargas tributarias diferenciales a estos sitios.

En el ecosistema digital, surgen novedosas modalidades de consumo audiovisual que entran en tensión con el cine, cuya primera ventana de exhibición es la sala tradicional (en efecto, numerosas normativas de fomento emplean este criterio para diferenciarlo de otras expresiones audiovisuales). Así, en el desarrollo de los servicios en línea participan tres agentes económicos diferentes: los proveedores de servicios OTT, los fabricantes de artefactos y, por último, los proveedores del servicio de Internet (PSI) (Bizberge, 2015; Rossi, 2018). Los contenidos pueden ser producidos por las mismas plataformas (por ejemplo, Netflix, que en los últimos años se ha constituido como productor de series y películas); por productoras pequeñas, medianas o asociadas a las grandes *majors* y, en menor medida, por organizaciones de la sociedad civil y universidades. Existen diversos modelos de negocio para estas plataformas: SVOD (*Subscription Video On Demand*), acceso a diferentes programas y series por una tarifa plana, TVOD (*Transactional Video On Demand*), consumo del producto audiovisual a demanda, FVOD (*Free Video On Demand*), servicio ofrecido por un operador de cable sin costo adicional y AVOD (*Advertising VOD*), que son plataformas gratuitas financiadas exclusivamente por publicidad (YouTube sería un ejemplo de esta categoría).<sup>1</sup> Los distintos agentes que intervienen en el negocio audiovisual, de diverso peso y escala, mantienen disputas en torno a los patrones de regulación de la convergencia y el modo como favorecen a sus intereses. Sin la producción de contenidos, la infraestructura de red no mantendría los índices de conectividad en constante crecimiento. Pero, inversamente, los productos audiovisuales se benefician de esta nueva ventana, pues alcanzan nuevos mercados a nivel mundial.

El negocio tradicional del cine se basaba en la explotación comercial de los filmes en distintas ventanas que se sucedían con una brecha temporal de alrededor de tres meses (los derechos de cada producto se gestionaban en cada uno de los territorios). La primera ventana fue durante muchos años la renta de video, ahora reemplazada por las plataformas OTT; la segunda, los canales *premium*; la tercera, los canales de cable y la cuarta, la TV de aire. Este modelo se encuentra en crisis debido al influjo creciente de la exhibición de contenidos audiovisuales en red y las nuevas demandas por parte de los consumidores, quienes priorizan el acceso a cualquier serie o película instantáneamente y desde cualquier lugar. El INCAA se ha hecho eco de esta tendencia

---

<sup>1</sup> Las compañías OTT (Over The Top) destinan cuantiosos recursos a la producción de telefilmes, debido a las fuertes restricciones que fijan las grandes *majors* para comercializar sus películas en esta ventana. Sin embargo, en los últimos años se han adaptado paulatinamente al nuevo escenario a partir del lanzamiento de sus propias plataformas.



al lanzar Cine.Ar Estrenos, sitio web que exhibe filmes argentinos en simultáneo al estreno en salas, mediante la suscripción a demanda con el mismo precio que la entrada de las salas. Existen distintas modalidades bajo las cuales los productores gestionan la comercialización de sus películas en estas nuevas pantallas: derechos con exclusividad -lo que, sin duda, comporta un valor elevado, dado el costo de oportunidad que supone no volcarlos en otros sitios-, sin exclusividad, en distintas ventanas, por un tiempo determinado y en determinadas regiones, entre otras (Bianco, 2017).

Este nuevo escenario obliga no solo a reformular los impuestos destinados a la renta de video que engrosan el Fondo de Fomento (ahora reemplazados por el alquiler en plataformas), sino también a rever las estrategias de las empresas productoras. A su vez, como mencionábamos, las cuotas de pantalla y las de producción nacional constituyen instrumentos indispensables para preservar la producción cultural local, que expresa nuestra idiosincrasia e identidades, y sostener un modelo de fomento alternativo al paradigma liberalizador de bienes y servicios culturales impulsado por la OMC. No obstante, si bien son una condición necesaria para el despegue de la cinematografía local, su efectividad es dispar, en tanto la concentración en la distribución y exhibición -áreas integradas por un porcentaje elevado de compañías extranjeras dependientes de las *majors*- constituye un freno a la consolidación de una oferta audiovisual variada y diversa (Barnes, Borello, González y Quintar, 2014; Centro Universitario de las Industrias Culturales Argentinas, 2017). Ciertamente, estas medidas no garantizan *per se* una producción diversa, de calidad, cuyo público sea receptivo, pero sin ellas la industria local sería inviable.

Finalmente, la vigencia de un sistema jurídico vetusto de protección de propiedad intelectual, que plantea plazos contradictorios con la dinámica de transformaciones vertiginosas de las redes, se ha revelado como inadecuada de acuerdo con la naturaleza técnica de Internet, en la que predomina la copia (Kors, 2011). Los grandes estudios de Hollywood aún mantienen un fuerte poder de *lobby* para imponer sus agendas sobre la regulación de *copyright* en los distintos tratados internacionales que reglamentan la propiedad intelectual (Luchetti, 2016; Zallo, 2011).

### **Políticas de fomento cinematográfico (2016-2018)**

¿Cómo se funda la necesidad de que el Estado destine recursos al fomento de la industria audiovisual? Sin duda, la transnacionalización del negocio cinematográfico y la creciente injerencia del cine norteamericano en las pantallas de los diversos países constituyen una amenaza a las expresiones de las identidades, los valores y la idiosincrasia de los pueblos, expresados en las obras audiovisuales. De hecho, en la Argentina, la reforma de la Constitución Nacional de 1994 incluye un artículo específico que obliga al Congreso al fomento y la protección del audiovisual. En efecto, en el inciso 19 del artículo 75 se promueve la sanción de leyes “que protejan la identidad y pluralidad

cultural, la libre creación y circulación de las obras del autor; el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales”. Con el fin de definir específicamente en qué consiste el fomento cinematográfico, recuperaremos las elaboraciones de Lima (2016) en torno al fundamento jurídico, objetivo y alcances de estas políticas. El concepto de *fomento* o *ayuda pública* tiene como objeto preservar y resguardar un bien común (en este caso, la diversidad de las expresiones audiovisuales) mediante distintos tipos de incentivos (préstamos, subsidios y desgravaciones fiscales, entre otros) y coacciones (por ejemplo, las cuotas de pantalla o cuotas de producción nacional). De este modo, Lima (2016) distingue dos tipos de estímulos, económicos y jurídicos:

Los primeros suponen un beneficio patrimonial para el destinatario (sea este de tipo monetario o no), en tanto que los segundos refieren a las medidas que otorgan al beneficiario una ventaja que no se traduce directamente en una ventaja patrimonial sino en una mejora de las condiciones en las que se va a desarrollar su actividad económica (lo que permite incluir a los sistemas de cuotas en la idea de fomento) (p. 41).

Por otro lado, las industrias culturales en general, y la industria cinematográfica en particular, se han constituido en las últimas décadas en motores de la economía a nivel mundial. A partir de la digitalización, han extendido su alcance gracias a las nuevas ventanas de comercialización que trajo consigo la masificación de Internet, que permitieron amplificar las audiencias. A diferencia de otros espacios de las industrias culturales, el sector cinematográfico en la Argentina ha contado con cierta continuidad en una política de Estado (Getino, 2005) que, a pesar de los cambios de gobierno, ha garantizado el financiamiento de la producción audiovisual mediante créditos y subsidios, entre otros instrumentos. El Fondo de Fomento Cinematográfico, regulado por la Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional 17.741 (en adelante, Ley de Cine) y su importante modificatoria, Ley 24.377, se integra por:

- Un impuesto del 10% del precio básico de toda entrada para presenciar espectáculos cinematográficos en todo el país, cualquiera sea el ámbito donde se realicen.
- El 10% del precio de venta o locación de todo tipo de videograma grabado, destinado a su exhibición pública o privada, cualquiera fuera su género. Este gravamen es casi inexistente en la actualidad debido a la drástica disminución de la edición de videos en estos formatos causada por el cambio tecnológico. Por tal motivo, en la mayoría de los países se encuentran en estudio diversas iniciativas destinadas a gravar la exhibición de filmes en plataformas OTT, el nuevo canal de exposición en las redes.
- El 40% del total de las sumas efectivamente percibidas por el Enacom en concepto de gravámenes –televisión y radiodifusión– a la facturación publicitaria.

El sector audiovisual se compone principalmente de pymes que desarrollan sus actividades de forma diversificada en distintas ramas: producciones televisivas, películas, servicios de producción y, en algunos casos, publicidad, edición y posproducción. En

términos generales, su estructura es flexible, dado que cuentan con un personal estable muy reducido (asesor legal y administrativos) y contratan a empresas pequeñas para que realicen la mayoría de los servicios (*catering*, iluminación, alquiler de equipos, sonido y posproducción, vestuario, etcétera). En muchos casos, se conforman sociedades transitorias para cada uno de los proyectos, en la medida en que solo un grupo reducido de empresas está en condiciones de generar producciones audiovisuales con cierta continuidad (Bulloni Yaquinta, 2008). Estas productoras realizan la mayor parte de sus películas en coproducción con canales de TV para minimizar los riesgos y garantizar la circulación de sus filmes en diversos mercados. El apoyo financiero del Estado ha permitido consolidar un tejido pyme en crecimiento, que no solo dinamizó la producción y generó nuevo empleo en el sector, sino que también incrementó el número de producciones anuales. La autarquía del INCAA, reestablecida en 2002 mediante el Decreto N° 1536/02, ha permitido sostener una política que no ha sufrido modificaciones sustanciales, a pesar de los vaivenes políticos y sociales de los últimos veinte años (recordemos que en 1994 se sancionó la modificatoria de la Ley de Cine).

En los últimos años, se han lanzado distintos regímenes de promoción industrial en algunas regiones del país: San Luis, Córdoba y Misiones, entre otras provincias. La declaración del cine como industria en el área de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mediante el Régimen de Promoción de la Actividad Audiovisual 3876, ha permitido generar un polo audiovisual en la zona gracias a las facilidades impositivas y la exención de derechos.<sup>2</sup> Sin duda, la escala de las producciones y el tamaño pequeño de las empresas condicionan estructuralmente la capacidad exportadora de producciones audiovisuales a otros países, a pesar de que se han formado redes institucionales que complementan los programas de fomento encarados por el Estado. En un negocio internacionalizado (González, 2018) como el del cine, los acuerdos de distribución y coproducción con otros países, principalmente de habla hispana, juegan un rol preponderante, en la medida en que garantizan la circulación de las producciones en otras ventanas y permiten recuperar el dinero invertido con la ampliación de mercados.<sup>3</sup>

Desde finales de los noventa, la formación de técnicos y profesionales del medio y la capacitación en torno al manejo de las nuevas tecnologías digitales se han per-

<sup>2</sup> El proyecto de promoción industrial de la actividad audiovisual (Ley de Promoción de la Industria Audiovisual Argentina) presentado por la diputada Liliana Mazure prevé para todo el país un esquema similar al Régimen de Promoción de la Actividad Audiovisual de la ciudad de Buenos Aires, aunque ha sido frenado en la Cámara de Diputados.

<sup>3</sup> Los convenios entablados con países del Mercosur, como la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM); las iniciativas gubernamentales de otros países, como Ibermedia; algunos mercados, como Ventana Sur; las ayudas a la comercialización en el exterior en festivales del INCAA; el apoyo que se desprende la Ley de Cine y la innovación en formatos televisivos constituyen fortalezas que deben ser profundizadas y mejoradas a futuro (Borello, González, Rud & Yoguel, 2018). Sin embargo, de acuerdo con los datos relevados por los autores, el déficit externo en la exportación de cine y producciones audiovisuales parecería haberse acrecentado en el último tiempo, a pesar del aumento sostenido de espectadores de cine en las salas del exterior.

feccionado no solo gracias al crecimiento de la matrícula de las escuelas de cine, sino también a la formación en instituciones como el Centro de Formación Profesional del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA) y los departamentos audiovisuales de las nuevas universidades del conurbano, como la Universidad de Tres de Febrero (UNTREF) y la Universidad de San Martín (UNSAM). La factura técnica del cine argentino estrenado en los últimos años, en términos generales, no es comparable con la de otras épocas, en las que los problemas de sonido, iluminación y edición eran muy frecuentes. Sin duda, los presupuestos argentinos no guardan relación con los de las películas europeas y norteamericanas (el costo medio de los filmes es de 39.000.000 pesos, según la asociación Directores Argentinos Cinematográficos [DAC], 2018); aun así, a lo largo de los últimos años se ha consolidado un núcleo de profesionales del medio muy consistente y capacitado, representado por diversas asociaciones profesionales, como la Asociación de Directores de Fotografía (ADF) y la Asociación de Editores Argentinos (EDA), entre otras.

¿Qué relación se puede establecer entre este incremento de las capacidades profesionales y los esquemas de fomento? Si bien el vínculo no es lineal, la estabilidad y la consolidación de las políticas del fomento han garantizado un crecimiento sostenido del sector (con algunos altibajos), que aumentó el empleo en los distintos rubros técnicos<sup>4</sup> e indirectamente promovió la profesionalización en cada uno de ellos. De todos modos, el carácter transitorio de los emprendimientos, la falta de continuidad en el tiempo de las empresas, la centralización geográfica de los proyectos en el área de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el tamaño reducido de las productoras (en su mayoría, pymes que subcontratan gran parte de los servicios) nos impide pensar en una industria cinematográfica afianzada.

Periódicamente se realiza una actualización de los costos medios y topes de subsidios en función de diversas variables de la economía, como el valor de los insumos en dólares, el índice de inflación y el presupuesto del INCAA. Esto ha permitido direccionar recursos según los distintos modelos de producción (las tres primeras vías comentadas anteriormente), aunque con el nuevo plan de fomento, establecido por el INCAA en la Resolución 1/2017, se ha procurado afinar los subsidios en relación con las audiencias, debido al desfasaje entre el número de estrenos y la baja cuota del mercado local. Si bien en 2017 el número de estrenos nacionales ascendió a 220 filmes, superando los 200 de 2016 y 185 de 2015 (INCAA, 2017, 2018), la cuota del mercado local continúa en niveles bajos. En 2017 descendió al 12,8%, número ligeramente inferior al de los dos años previos (14,4% en 2016 y 14,5% en 2015) (Egeda, 2018). Asimismo, en las nuevas reglamentaciones se han contemplado otros eslabones de la

<sup>4</sup> La serie histórica de puestos de trabajo en largometrajes a nivel nacional confirma el incremento del empleo en el sector, según datos proporcionados por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (2019).

cadena de valor fundamentales en la producción cinematográfica, como el desarrollo de proyectos y guiones. En resumen, el nuevo régimen general de fomento reformula el sistema de vías, al reemplazarlas por una clasificación de proyectos según:

- Las audiencias a las que están destinados (audiencia masiva, media y documentales digitales).
- Los géneros (ficción, documental y animación).
- El tipo y la periodicidad de la convocatoria (por ventanilla continua o por convocatoria previa).

Recordemos que el sistema previo establecía cuatro vías de fomento, con distintos montos, definidos por los antecedentes de los productores y directores. En paralelo al Nuevo Régimen de Fomento, se ha lanzado un Régimen de Fomento Federal (INCAA, Resolución 65/2017), que incluye diversas convocatorias según géneros, regiones y antecedentes, de manera que se continúa con la tarea iniciada en la gestión previa mediante los concursos nacionales y federales del Plan de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales para Televisión Digital, implementado por el Ministerio de Planificación, y el desarrollo de polos audiovisuales a lo largo de todo el país (Albornoz y Cañedo, 2016; Gutiérrez, 2016). De todos modos, el futuro del sistema de la TDA es incierto, debido a que la grilla se ha reducido significativamente y la participación de los medios comunitarios entró en crisis (Vinelli, 2017). A su vez, en el proceso de asignación de frecuencias se ha priorizado el reparto del espectro a compañías que ofrecen servicios de telefonía móvil (Krakowiak, 2017).

En la misma línea, el nuevo régimen ha redefinido el subsidio por medios electrónicos en función de la exhibición de contenidos en la plataforma Cine.Ar (antes Odeón), bajo dos modalidades: fija y variable. El acortamiento de los períodos establecidos entre las distintas ventanas de exhibición (salas, plataformas, TV por cable y TV de aire) y el crecimiento del acceso a la banda ancha han dado lugar a la apertura de nuevos canales de exhibición, en los que el estreno en salas se da de forma simultánea al lanzamiento en plataformas OTT (es el caso de Cine.Ar Estrenos). Sin duda, la necesidad de ampliar las audiencias del cine argentino responde a la voluntad de disminuir la brecha existente entre el número de estrenos y la cantidad de espectadores del cine.

Como observamos en las tablas anteriores (Tablas 1 a 6), desde 2015 hubo un descenso significativo de la cantidad de espectadores totales (Tabla 1). Este declive marcado, sin duda, ha repercutido fuertemente en el cine nacional, aunque la disminución en esta categoría ha sido menos acentuada que en el número total. Teniendo en cuenta que el número de estrenos nacionales ha aumentado sensiblemente en los últimos años (Tabla 3), se observa una disminución de la asistencia a películas nacionales, a pesar del incremento de títulos estrenados. La recaudación total y de cine argentino se ha incrementado probablemente debido a la inflación creciente.

A pesar de esta continuidad en las políticas públicas, la regulación del plan de fomento ha desencadenado cuestionamientos por parte de asociaciones de productores pequeños y medianos, en particular, en relación con el nuevo sistema de puntaje de evaluación de proyectos, considerado como una barrera de entrada restrictiva para la financiación de películas de presupuestos acotados. El riesgo de este sistema consiste

**Tabla 1<sup>\*</sup>.** Espectadores totales por año.

Año	Espectadores	Variación respecto al año anterior
2013	48.477.670	
2014	45.822.610	-5,48%
2015	52.230.747	13,98%
2016	50.972.786	-2,41%
2017	49.402.057	-3,08%

**Tabla 2.** Espectadores nacionales por año.

Año	Espectadores	Variación respecto al año anterior
2013	7.488.395	
2014	8.176.110	9,18%
2015	7.573.516	-7,37%
2016	7.347.371	-2,99%
2017	6.502.811	-11,49%

**Tabla 3.** Cantidad de estrenos por año y origen de la película.

Año	Nacionales	Extranjeras	Total
2013	168	218	386
2014	173	233	406
2015	185	248	433
2016	200	246	446
2017	220	253	473

**Tabla 4.** Recaudación total por año.

Año	Recaudación	Variación respecto al año anterior
2013	1.683.010.815	
2014	2.016.818.967	19,83%
2015	3.173.044.752	57,33%
2016	3.957.390.748	24,72%
2017	4.840.832.433	22,32%

**Tabla 5.** Recaudación nacional por año.

Año	Recaudación	Variación respecto al año anterior
2013	243.487.210	
2014	335.335.383	37,72%
2015	413.057.324	23,18%
2016	505.999.431	22,50%
2017	564.840.230	11,63%

**Tabla 6.** Recaudación extranjera por año.

Año	Recaudación	Variación respecto al año anterior
2013	1.425.084.075	
2014	1.669.400.657	17,14%
2015	2.745.460.781	64,46%
2016	3.431.920.553	25,00%
2017	4.254.471.338	23,97%

\* Fuente de todas las tablas: elaboración propia sobre la base de datos del INCAA (2018).

en la posibilidad de que las producciones independientes se encuentren relegadas a la percepción de montos mucho más reducidos, que son lo que se derivan de los concursos por convocatoria previa (a diferencia del sistema de ventanilla continua, que involucra recursos más abultados). Asimismo, la reducción de la partida del presupuesto destinada al fomento audiovisual (50%, según la Ley de Cine) y las demoras en el funcionamiento de los comités de evaluación de proyectos designados por el Consejo Asesor generan un escenario de gran incertidumbre a futuro (Colectivo de Cineastas, 2018). A nivel federal, diversas asociaciones nucleadas en la Mesa Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Nacional Audiovisual han planteado sus inquietudes en torno a la defensa de las fuentes de trabajo en la industria audiovisual y la falta de participación en las reuniones de consulta para la elaboración de anteproyecto de Ley Marco Regulatorio para las Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual. Para contrastar la ausencia de créditos para 2018 y con el fin de evitar la parálisis en la realización de películas, el INCAA, mediante la Resolución 1565-E/2017, ha implementado un régimen especial de anticipo de subsidios, aunque resulta una medida paliativa que no logra compensar el estancamiento de la industria.

Paralelamente, los nuevos plazos estipulados para el cobro de los créditos y la ausencia de actualización del costo medio y los topes de subsidios de una película nacional en función de la inflación creciente son dos factores que atentan contra la continuidad de la producción nacional. El establecimiento de nuevas reglas para la percepción de créditos mediante la Resolución 942/2017 del INCAA y la ausencia de fondos para solventar la solicitud de créditos industriales otorgados de manera directa por el organismo hasta el ejercicio presupuestario correspondiente al 2019 han retrasado la conformación de comités de créditos debido a la ausencia de recursos para costear los distintos proyectos presentados, que se encuentran demorados. En efecto, la resolución de créditos ha establecido condiciones muy restrictivas y tasas elevadas para la percepción de las líneas de apoyo al cine y el audiovisual nacional. Según un documento elaborado por la DAC:

Habiendo fijado en 10.000.000 \$ el costo medio, se decidió fomentar un cine barato, proletarizando la producción. A esto se agrega que se tomó como parámetros [sic] del máximo a otorgar (obviamente con costo respaldatorio) lo siguiente:

- el 50% del presupuesto cuando la ley permite hasta el 70% pero se laudó en contra del productor
- el 80% del tope fijado por INCAA para el subsidio fijo para audiencia media (Directores Argentinos Cinematográficos, 2018).

Para esa entidad, esto implica una reducción de los montos, al tiempo que se extienden los plazos de otorgamiento, se baja la cantidad de proyectos por solicitante y se establecen nuevas exigencias, entre otros condicionantes. Por parte del INCAA, se

sostiene que el financiamiento del cine nacional se encuentra garantizado por los adelantos ya mencionados y que solo se trata de una medida transitoria.

En cuanto a la distribución y exhibición, aún resta definir una política mucho más activa, a pesar de que el instituto desde hace un tiempo destina recursos al apoyo de lanzamientos y al pago del VPF (*Virtual Print Fee*), un impuesto que permite a los exhibidores financiar el recambio tecnológico. El sector mantiene un grado de concentración muy elevado y buena parte de las distribuidoras dependientes de las grandes *majors* ha adquirido títulos argentinos, con lo que las empresas pequeñas y medianas han perdido participación en el negocio (esta transformación del sector, impulsada por la Secretaría de Comercio en la gestión previa, sin duda ha favorecido a los grandes distribuidores). De acuerdo con el relevamiento de Rud (2017), las distribuidoras nacionales que más películas han estrenado fueron: Distribution Company, Alfa Films, Líder (de corte comercial), Primer Plano, Diamond Films y Energía Entusiasta. Las distribuidoras extranjeras dominantes son: Buena Vista/The Walt Disney Company, Warner, Fox Film Argentina, Sony/Columbia y UIP Universal-Paramount. Estas grandes empresas concentran gran parte del negocio de distribución de películas nacionales. Según datos del INCAA (2017), Buena Vista/The Walt Disney Company suma una participación del 71,45% de los espectadores de películas nacionales. Le siguen Warner con un 10,41% y Fox Film Argentina con un 6,55%. La oferta de pocos títulos muy taquilleros compensa en parte las pérdidas generadas por los otros filmes (se venden por paquetes). Esto se logra gracias a la intensidad de la difusión en distintas plataformas y una distribución agresiva en las sucursales que las *majors* tienen en todas partes del mundo.

El desembarco de las multisalas en la Argentina a mediados de los noventa, que reemplazaron a los viejos cines de barrio, y el surgimiento de toda una serie negocios paralelos, como la venta de alimentos y comida en las salas, redefinieron el panorama de la exhibición, que en años recientes pasó a ser digital, lo que permitió recuperar estándares olvidados, como el 3D. En 2017, se contabilizaron 239 empresas exhibidoras, pero solo 4 de ellas se repartían el 54,75% de las asistencias cinematográficas registradas en ese año: Hoyts, que condensó el 20,47% del total, Village, Cinemark y NAI (INCAA, 2017). Los datos reflejan la concentración del sector, que tiende a priorizar el lanzamiento de filmes muy taquilleros en gran cantidad de salas, lo que deja poco espacio al cine argentino y al cine independiente de otras latitudes. Esto se suma a la presión de las grandes cadenas exhibidoras, que en muchas ocasiones obligan a los productores a entablar acuerdos por fuera de la normativa (que son las cuotas de pantallas y medias de continuidad, reguladas mediante la Resolución 2016/2004 del INCAA)<sup>5</sup> para garantizar el estreno de sus películas, en un contexto en el que se difi-

<sup>5</sup> La Resolución 2016/2004 del INCAA estipula la obligatoriedad de estrenar en salas un filme argentino por trimestre, plazo que puede extenderse de acuerdo con el nivel de recaudación (media de continuidad).



culta la adquisición de títulos locales, por la misma concentración. A fin de evitar estas maniobras, se fijaron nuevas regulaciones para cumplir adecuadamente con la ley e impedir que, por medio de diversas prácticas, se reduzca la mitad de la cuota legal por distintas omisiones en el control y la fiscalización. Recientemente se ha procurado afinar este instrumento a través de la Resolución 1050/2018 del INCAA. En concreto, se establecen cuotas por mitades:

En este caso, se le computará el cumplimiento solo de la mitad de la cuota de pantalla y no, como permitía la legislación vigente hasta el día de hoy, de la totalidad de la cuota. Transcurrida esa semana, si la película cumplió con la media de continuidad, continuará en cartel una semana más, en la misma sala y en las mismas condiciones. Además, se establece la posibilidad de completar el cumplimiento de la cuota de pantalla a través de la permanencia en salas de las películas nacionales que no cumplan con la media de continuidad. Así, si la película estrenada (que no cumple con la media) continúa siendo proyectada durante al menos una semana más, en al menos una función por día, sí se considerará cumplida la cuota en su totalidad. Para ello, deberá haber un acuerdo entre los exhibidores y las distribuidoras en cuanto a las condiciones, que deberán ser informadas al INCAA. En el caso de que esto último no suceda, para completar la cuota, deberá cumplirse la mitad restante con otra película (El INCAA implementó una nueva normativa para la cuota de pantalla, 10 de julio de 2018).

El Plan de Digitalización de Salas (INCAA, Resolución 1264/2014) y el lanzamiento de plataformas de exhibición de contenidos digitales (Cine.Ar Play y Contenidos Digitales Abiertos, ahora Contar), en etapas previas, habían permitido incorporar la exhibición digital, tanto en las salas como en las redes. En el ámbito privado, Cinecolor, laboratorio que procesaba gran parte de los filmes producidos en el país, había implementado hace unos años la distribución satelital mediante Cinecolor SAT en salas como Cinema Adrogué, Monumental Lavalle, Multiplex Canning, Multiplex Belgrano, Cinema City La Plata, Showcase Norte, Showcase Rosario, Village Pilar, Village Recoleta. Con la finalización del programa de digitalización de salas, los productores en la actualidad están en condiciones de presentar la copia final en resolución 2K y 4K, tecnologías consideradas iguales o superiores a los soportes fotoquímicos en el nuevo régimen general de fomento dictado por la Resolución 1/2017. Así, la normativa señala:

Como consecuencia de los cambios tecnológicos que son de público conocimiento, han cesado las actividades en el país de los laboratorios donde se prestaban los servicios de revelado del negativo de 35 mm y los procesos necesarios para obtener la copia del film terminado en material filmico. Que de ello surge la imposibilidad fáctica de realizar en el país el procesado del material de la película tendiente a la obtención de la Copia A en material filmico (INCAA, Resolución 1/2017).

A su vez, mediante el proyecto de creación de un Ente Nacional de Programación Regional (ENRP) se había procurado avanzar en la construcción de salas digitalizadas

en toda la región y fomentar la participación de los organismos audiovisuales latinoamericanos en la creación de una red de exhibición y distribución de filmes por fibra óptica en todos los países de Latinoamérica. En la actualidad, el proyecto ha sido discontinuado.

Como mencionábamos en la introducción, en este escenario de transformaciones tecnológicas vertiginosas y de nuevos hábitos de consumo audiovisual, el INCAA ha contemplado la exhibición de películas en las redes con el lanzamiento de su propia plataforma VOD. En abril de 2017, se ha lanzado Cine.Ar (que reemplaza a Odeón), un canal de exhibición de cine nacional que se divide en tres ventanas: Cine.Ar TV, emisora de TV en la que se transmiten películas durante las veinticuatro horas en TDA y todos los servicios de cable del país; Cine.Ar Play, plataforma de *Streaming on Demand* que dispone de 600 películas y 500.000 suscripciones, y Cine.Ar Salas, red de salas en todo el país coordinada por el INCAA. La principal novedad de esta plataforma, sin embargo, es Cine.Ar Estrenos, basada en un modelo de pago por alquiler en el que el usuario puede disfrutar de filmes argentinos por el mismo precio que una entrada en Cine.Ar Salas y en simultáneo a su estreno. De este modo, se ha procurado acortar los períodos existentes entre las distintas ventanas de comercialización (estreno en salas, plataformas VOD, canales de TV *premium*, y señales de aire y servicios de cable).

En la gestión previa, se había implementado, mediante la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, un adelanto de derechos de antena con el fin de inyectar recursos provenientes de la TV a la producción cinematográfica. Estas medidas, que establecían una cuota de pantalla del cine y las artes audiovisuales nacionales, solo se cumplieron parcialmente. De todos modos, con la derogación de los artículos nodales de la normativa, el futuro de la aplicación de esta medida es incierto. El artículo 67 de la normativa estipulaba:

Los servicios de comunicación audiovisual que emitan señales de televisión deberán cumplir la siguiente cuota de pantalla:

Los licenciatarios de servicios de televisión abierta deberán exhibir en estreno televisivo en sus respectivas áreas de cobertura, y por año calendario, ocho (8) películas de largometraje nacionales, pudiendo optar por incluir en la misma cantidad hasta tres (3) telefilmes nacionales, en ambos casos producidos mayoritariamente por productoras independientes nacionales, cuyos derechos de antena hubieran sido adquiridos con anterioridad a la iniciación del rodaje (Ley 26.522).

Es importante destacar que los derechos de antena para señales y canales nacionales o extranjeros que contaban con un porcentaje destinado a la exhibición de cine superior al 50% de la programación, según la regulación de esta normativa, debían ser adelantados antes del rodaje. De este modo, los canales de TV se habían convertido indirectamente en coproductores de los filmes, de acuerdo con lo estipulado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. No obstante, salvo Telefé, que cuenta con

una unidad en la empresa dedicada específicamente a la producción cinematográfica, en términos generales los canales locales solo financiaron pocos títulos y algunos no cumplieron con la norma.

Otros sectores del audiovisual ampliado, como la radiodifusión por vínculo físico, satelital y radioeléctrico, se han visto forzados a redefinir sus estrategias en función del nuevo escenario dado por la convergencia de medios y la digitalización. De todos modos, la facturación publicitaria en la radiodifusión lineal, a pesar de los cambios de hábitos de los consumidores, todavía representa una participación importante: de acuerdo con un informe del Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel) (2018), alcanza el 36% de las ventas, aunque la publicidad en medios digitales continúa creciendo y en 2017 obtuvo el 32% del total. Los sectores tradicionales (los canales de TV y los operadores de cable) han procurado adaptarse mediante el lanzamiento de sus propias plataformas (Cablevisión Flow y HBO Go, por ejemplo), al igual que las telefónicas y los operadores de red (mediante Claro Video y Movistar Play). Asimismo, la paralización del fomento estatal (por la falta de implementación de los instrumentos de apoyo lanzados en la gestión previa) y la prioridad otorgada en la asignación de frecuencias a la banda ancha móvil han retrasado el desarrollo de la TDA.

Como comentábamos anteriormente, a pesar de que el cine y la producción televisiva y para plataformas son interdependientes, sus caminos divergen en la disputa por preservar los recursos que sostienen los fondos de fomento de cada rama. Mientras que en otros sectores se ve amenazada la sustentabilidad de la cadena de valor, debido a transformaciones en las pautas de asignación de publicidad y a la emergencia de nuevas tecnologías, en el campo del cine estas mutaciones sin duda han tenido efectos significativos en los distintos eslabones de la industria, aunque no han socavado las bases del negocio ni han modificado radicalmente los modelos de producción. Así, los productores de TV demandan una normativa que regule el fomento de contenidos televisivos<sup>6</sup> inspirada en la modificatoria de la Ley de Cine, Ley 24.377. Pero en el cine, a pesar de la redefinición de los prestadores audiovisuales como *servicios TIC* mediante el Decreto 267/2015, aún se mantiene el gravamen a la facturación publicitaria que garantiza la continuidad del Fondo de Fomento Cinematográfico (Porto, 2017).<sup>7</sup> De todos modos, la demora en la

<sup>6</sup> Se ha presentado recientemente en el Congreso de la Nación Argentina un proyecto de fomento a la industria televisiva que persigue crear un fondo para el apoyo de las producciones televisivas. Se puede consultar en el siguiente enlace: <http://www.senado.gov.ar/parlamentario/parlamentaria/395251/downloadPdf>.

<sup>7</sup> El Decreto 267/2015 acentuó la concentración del sector: en concreto, se ha elevado de 10 a 15 la cantidad de licencias de radio y televisión abierta a nivel nacional, y de tres a cuatro en el orden local; la TV por cable pasó a considerarse un servicio TIC; se ha eliminado el límite del 35% de cobertura de audiencias para emisoras de TV abierta y de radio, y las licencias pasaron a ser transferibles (al contrario de lo que indicaba la antigua legislación). Además, los operadores de telefonía solo estuvieron en condiciones de ofrecer TV por cable transcurridos dos años (aunque se habilitó para los grupos de medios la provisión de servicios de telecomunicaciones), se prorrogaron por cinco años todas las licencias audiovisuales para los grupos de medios y se eliminaron las obligaciones de brindar facilidades esenciales por parte de los dueños de las redes con posición dominante.

discusión de un futuro proyecto de Ley de Servicios Convergentes -que unifique la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley Argentina Digital 27.078- ha planteado el interrogante de la sustentabilidad de los recursos que alimentan tal fondo, en la medida en que el paradigma liberalizador de las comunicaciones que ha inspirado a la nueva gestión es contrario a los principios ya mencionados que promueven organismos como la Unesco y distintos tratados internacionales.

En un escenario incierto, en el que los diversos actores de la cadena de valor audiovisual revisan sus estrategias en función de la convergencia, las políticas regulatorias deben contemplar los cruces y las tensiones entre dos esquemas que entran en contradicción: el liberalizador y el tendiente a establecer cargas tributarias diferenciales a los sitios web que exhiben series y películas. Los defensores del segundo esquema sostienen que las plataformas OTT no realizan inversiones significativas en infraestructura de redes (a diferencia de los prestadores por vínculo físico, las empresas de telecomunicaciones que brindan servicios de red y los operadores móviles) y, por tal motivo, no generan empleo genuino en los países en los que operan ni contribuyen a desarrollar las industrias audiovisuales locales mediante la producción de contenidos para cada país. Así, los que promueven la regulación de las nuevas plataformas destacan que las industrias audiovisuales tradicionales y los proveedores OTT ofrecen servicios similares y, por ende, deben ser regulados en las mismas condiciones para balancear el mercado. A su vez, sostienen que estas empresas utilizan las redes y la infraestructura de los proveedores de servicios de Internet sin inversión alguna. Finalmente, la promoción de la diversidad en la exhibición de contenidos solo podría ser garantizada a partir de la reglamentación de estas plataformas, en tanto que la percepción de impuestos que sirvan para inyectar recursos al fomento audiovisual y el establecimiento de cuotas de producción nacional constituyen, desde esta perspectiva avalada por numerosos acuerdos de la Unesco, una condición básica para el equilibrio.

Del otro lado, quienes cuestionan la regulación de los nuevos actores argumentan que es irrelevante la similitud de los servicios, dado que la tecnología empleada en ambos difiere radicalmente. Así, las diversas cámaras que nuclean Internet sostienen que

cualquier política en materia de Internet debe reconocer las particularidades y especificidades de los distintos niveles que componen esta tecnología, respetando su carácter abierto, dinámico y descentralizado. En particular, no se deben imponer regulaciones que generen costos excesivos a la innovación en Internet, que desincentiven el desarrollo de la industria local de servicios y contenidos, ni que generen barreras al uso de los servicios y aplicaciones disponibles. La apertura de la capa de contenidos es una condición fundamental para el desarrollo de oportunidades económicas, sociales y culturales (Levy Daniel, 2016).

A su vez, las cámaras de Internet destacan la necesidad de garantizar un acceso de calidad y a precios asequibles, que favorezca la conectividad sin crear, desde este

punto de vista, barreras normativas a la prestación de servicios. En esta línea, afirman que las características particulares de la oferta de estos servicios (multipantalla y disponibles en varias plataformas) impedirían que el organismo regulador fuera el mismo que establece las normas aplicables al espacio de la radiodifusión.

A nivel mundial, el sector de las OTT se encuentra desregulado en la mayoría de los países, dado que estas compañías no requieren licencias de los gobiernos para operar, ni exigencias en la calidad del servicio, ni autorizaciones del órgano regulador para modificar los precios. Al hallarse fuera del ámbito nacional, sus operaciones no generan empleo en los países en los que participan y no existen obligaciones en torno a la neutralidad de la red, a diferencia de los operadores de telecomunicaciones. A su vez, estas plataformas tampoco cuentan con gastos de interconexión, como en el caso de las compañías de telecomunicaciones, y en muchos casos no están sujetas a impuestos ni gravámenes, por operar en áreas de paraísos fiscales. Por estas razones, se encuentran en estudio en todo el globo numerosas iniciativas dirigidas a diferenciar claramente los servicios de las tecnologías y atender a las asimetrías existentes entre diversos agentes económicos. En general, incluyen una serie de dimensiones a considerar para los servicios no lineales: las normativas en torno a la publicidad; la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes; la promoción de la producción nacional a través de cuotas de pantalla y de producción local; la visibilidad de la diversidad de los contenidos audiovisuales en las interfaces y el establecimiento de gravámenes cuyos recursos estén destinados al fomento audiovisual.

En la Argentina, se ha establecido la percepción del IVA a servicios digitales de empresas del exterior mediante la Ley de Impuesto a las Ganancias 27.430, pero los recursos obtenidos por la nueva carga no engrosan los fondos de fomento del cine y el audiovisual. Con el precedente de la Directiva 2010/13/UE (Parlamento Europeo, 2010) y sus modificatorias, y la retención del 3% sobre el precio neto de las operaciones de servicios de suscripción de contenidos *online* (AGIP, Resolución 593/2014) -que no llegó a aplicarse-, los montos recaudados permitirían compensar en parte la merma de ingresos recaudados por los impuestos a la edición de videogramas que se destinaban a los fondos en cuestión (en la actualidad, ha caído abruptamente el número de títulos editados en DVD y otros formatos).<sup>8</sup> Pero estas utilidades, percibidas a partir de los nuevos gravámenes, no se destinarían a contribuir al Fondo de Fomento Cinematográfico, con lo cual se sustraen recursos generados por la industria audiovisual a otros rubros, lo que contradice uno de los ejes nodales de las políticas dirigidas al sector a lo largo de los últimos años. En este sentido, las cámaras que nuclean a los

---

<sup>8</sup> Recientemente, la diputada por el Frente para la Victoria Liliana Mazure presentó un proyecto de ley que busca aplicar el gravamen del 10% que conforma el fondo previsto en la normativa vigente a los prestadores de servicios audiovisuales a través de plataformas digitales.

distintos actores que integran la industria han solicitado que un 10%, sobre el total del 21% gravado por el IVA, sea destinado a incentivar la industria audiovisual argentina. Recordemos que parte del Fondo de Fomento se nutre de un impuesto a las entradas de cine, recurso que proviene de la industria cinematográfica y se vuelve a inyectar en la cadena de producción audiovisual mediante subsidios y créditos.

Recientemente, con el proyecto de “Ley Corta” de Telecomunicaciones se buscó reemplazar el demorado proyecto de servicios convergentes (Ley Corta: Telefónicas deberán esperar a 2022 para brindar TV Satelital, 28 de junio de 2018), aunque esta normativa aún no ha sido aprobada por el Senado de la Nación. De todos modos, el proyecto de ley no establece especificaciones acerca de si los servicios que difunden obras audiovisuales estarán también sujetos al gravamen establecido por el inciso b) del artículo 24 de la Ley 24.377. La profusa normativa dictada por el Enacom no ha alterado aún este impuesto, a pesar de haber redefinido los servicios de comunicación audiovisuales como *servicios TIC*.

## Conclusión

Hemos analizado las dinámicas de la industria cinematográfica y de producción de contenidos de ficción en el marco más amplio de las transformaciones dadas en el ámbito cultural y de los medios a partir de la digitalización de los distintos eslabones de la cadena de valor. En términos de políticas públicas, hemos realizado un repaso de las distintas modalidades de intervención estatal en el espacio audiovisual, que responden a diversos paradigmas teóricos en torno a los principios y valores que deberían ser resguardados a partir de la regulación del sector. La convergencia entre cine y otros espacios del audiovisual ampliado se da a partir de la integración de la industria cinematográfica con los operadores de redes (móviles y fijos) y las compañías que montan sus negocios en estas infraestructuras (proveedores OTT). Si bien resulta fundamental comprender la evolución de las ramas afines, en la medida en que gran parte de los recursos que alimentan los fondos de fomento provienen de estas industrias, la producción y la exhibición cinematográficas mantienen una autonomía relativa por varios factores.

A lo largo de los últimos veinte años, se ha asegurado la continuidad de una política de Estado de fomento a la industria que, a pesar de sus altibajos y vaivenes, ha garantizado la conformación de un tejido productivo pyme que genera puestos de trabajo y, mediante estrategias de diversificación, produce contenidos tanto para el cine como para TV y plataformas. Sin duda, la cuota del mercado local continúa siendo muy baja y en los últimos dos años el porcentaje de espectadores de películas nacionales ha descendido, a pesar del número creciente de estrenos. El apoyo al lanzamiento (el INCAA cuenta con recursos para esta instancia), al desarrollo de guiones y proyectos, y a la

promoción de la producción en las distintas regiones del país constituye un conjunto de iniciativas que deben ser profundizadas y mejoradas con el fin de acortar la brecha existente entre las audiencias y la cinematografía nacional. La cuota de pantalla, que en general no se cumple por las exigencias que los exhibidores plantean a los productores, a veces por fuera de la ley, es un instrumento imperfecto, aunque fundamental para preservar la diversidad en la oferta de contenidos audiovisuales.

La problemática de la concentración de la exhibición cinematográfica, de larga data, involucra una serie de dimensiones que remite no solo a las dinámicas propias de mercados audiovisuales pequeños, como el de Argentina y otros países periféricos, sino también a la creciente concentración de las industrias audiovisuales y los escasos presupuestos destinados a la comercialización y el lanzamiento de los filmes. La formación de audiencias más receptivas al cine nacional; la desconcentración geográfica de las salas, que en general se instalan en los grandes centros urbanos; el lanzamiento de semanas del cine argentino con descuentos -una iniciativa implementada desde hace años por el instituto-; la localización de salas de los complejos Cine.Ar en grandes centros comerciales, con el fin de que las películas argentinas sean una opción más entre las grandes producciones de Hollywood, son solo algunas de las “buenas prácticas” que ayudarían a consolidar un número de espectadores adecuado a la cantidad de películas financiadas por el INCAA. Sin duda, en un contexto global e internacionalizado, en el que la hegemonía planetaria de Hollywood no ha mermado en los últimos años, la capacidad de desarrollo de los tejidos audiovisuales locales es limitada. Pero aun con estas limitaciones, una política de fomento consolidada es el umbral a partir del cual es posible plantear iniciativas que estrechen el vínculo entre consumidores cinematográficos y productores de películas nacionales.

El nuevo régimen de fomento ha procurado atender a estas problemáticas, al segmentar los públicos en función de los distintos modelos de producción, aunque su regulación no ha respetado el espíritu original de la norma. A su vez, se hizo eco no solo de la digitalización del ámbito de la exhibición y del surgimiento de nuevas pantallas y plataformas, sino también de la definición de audiencias acordes a cada uno de los proyectos, en reemplazo del sistema previo de vías. Si bien la cuota del mercado nacional ha descendido, al igual que el número de espectadores, y la subejecución presupuestaria compromete algunos proyectos a futuro, la dinámica del sector no es comparable con la de otros, como el de los medios gráficos (desfinanciado por el achicamiento de la torta publicitaria y la migración de usuarios a las redes, entre otros factores) y la industria televisiva tradicional (amenazada por el influjo de las nuevas plataformas y por desguace del sistema de medios públicos).

Como vimos, la concentración en el sector de la exhibición, la baja cuota del mercado local, la escasez de recursos destinados al lanzamiento y el incumplimiento, en

algunos casos, de las cuotas de pantallas han conspirado contra la asistencia a películas nacionales y han limitado la exhibición de filmes de procedencias diversas. Los organismos de fomento han atendido a esta problemática al ampliar los concursos según géneros y zonas geográficas, segmentar las audiencias, estimular la exhibición en nuevas pantallas –a través de la redefinición del subsidio por medios electrónicos, bajo las modalidades fija y variable– y contemplar cada una de las etapas que involucra la realización de filmes (mediante nuevas líneas de apoyo al desarrollo de guiones, proyectos y cortometrajes). No obstante, la demora en la conformación de comités de selección, el congelamiento del otorgamiento de créditos y las regulaciones que establecen nuevas exigencias para su percepción atentan contra el crecimiento de la industria y plantean un escenario de incertidumbre a futuro. A pesar de estas trabas y del creciente in-flujo del consumo hogareño en nuevas plataformas, la cantidad de asistentes a las salas sigue siendo elevado y la digitalización del parque exhibidor ha permitido garantizar los estrenos sin los costos de laboratorio asociados al soporte filmico (es verdad que se suman nuevos gastos, como los del VPF, pero han sido absorbidos por el INCAA).

La digitalización de la cadena de valor audiovisual y la convergencia han acompañado la emergencia de actores globales como Netflix y Amazon, entre otros. Los índices bajos de penetración de la banda ancha (y las velocidades de conexión limitadas) en la Argentina y en la región constituyen los principales obstáculos para el despegue de estas plataformas. En este escenario, el consumo de TV en medios tradicionales (de aire, de pago o digital) continúa siendo la opción más elegida, a pesar de la crisis del sector.

En cuanto a la exhibición cinematográfica en nuevas plataformas, aún no se han implementado regulaciones tendientes a establecer cuotas de pantalla televisivas y de producción nacional a los operadores OTT con el fin de preservar el acervo local y absorber recursos de estas compañías globales, que no generan empleo en el país, para fomentar la generación de contenidos (la reforma tributaria obliga a estas plataformas a pagar IVA, pero estas utilidades no se vuelven a inyectar a la industria mediante créditos o subsidios). De la resolución de la disputa entre los dos paradigmas regulatorios en pugna (uno amparado en organismos de la Unesco; otro, en las directivas de la OMC) dependerá el futuro de la consolidación de una oferta audiovisual variada y diversa, que compense la hegemonía global de los grupos de comunicación mundiales y sus estudios asociados. De ahí la importancia de gravar la exhibición de contenidos en plataformas digitales para obtener recursos destinados a fondos de fomento que apoyen la producción local en cada uno de los países. Existen distintos precedentes legales, como la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo, que establecen cuotas mínimas de producción nacional e impuestos a la exhibición, cuyas rentas garantizan la producción local a partir de los fondos así obtenidos. Sin embargo, todavía no se avanzado en la regulación del sector según estos lineamientos.



Las políticas neoliberales en la esfera cultural se basan en el relajamiento de ciertas regulaciones y normativas en pos de incentivar la inversión privada y promover la competencia con el objetivo, según los defensores de este esquema, de bajar los precios de los servicios para los usuarios. No obstante, en general, estos enfoques tienden a relegar a un segundo plano los derechos de las audiencias, la necesidad de desconcentrar el mercado *ex ante* a fin de garantizar la diversidad y pluralidad en la producción y distribución de contenidos, y el fomento a los productores pyme, actores de la sociedad civil y sin fines de lucro. En el caso argentino, la política de medios global, deudora de las tradiciones más liberales (ausencia de límites a la concentración de la propiedad y definición estrictamente tecnológica de la convergencia) contrasta con las políticas específicas destinadas al sector cinematográfico. Estas últimas continúan hasta hoy con una tradición que combina acciones de incitación al mercado (fomento) con esquemas relacionados con las tradiciones críticas, con los que se busca preservar la diversidad de expresiones culturales y las identidades locales.

La política de medios, en términos globales, ha seguido un camino que tiende a la desregulación del sector. A pesar de eso, concretamente en el cine, la continuidad del apoyo al cine nacional, fundada en la autarquía del principal órgano de fomento, el INCAA, ha impedido que las consecuencias de estas políticas en la industria cinematográfica sean tan marcadas.

## Referencias

- Agudo Terrón, J., Feijóo González, C. y Martínez, J. (2013). *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital*. Madrid: Gedisa.
- Albornoz, L. y Leiva, M. (2017). *Diversidad e industrias audiovisuales. El desafío cultural del siglo XXI*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Albornoz, L. A. y Cañedo, A. (2016). Diversidad y televisión en Argentina: el caso del Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 21. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/52875>.
- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (14 de mayo de 1968). Ley de fomento de la actividad cinematográfica nacional. [Ley 17.741]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm>.
- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (28 de septiembre de 1994). Cinematografía. [Ley 24.377]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/767/norma.htm>.
- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (15 de diciembre de 1994). Constitución Nacional de la República Argentina. [Ley 24.430]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>.

- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (10 de octubre de 2009). Servicios de Comunicación Audiovisual. [Ley 26.522]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>.
- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (16 de diciembre de 2014). Argentina Digital. [Ley 27.078]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/239771/norma.htm>.
- Argentina. Congreso de la Nación Argentina. (27 de diciembre de 2017). Impuesto a las Ganancias. [Ley 27.430]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/texact.htm>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (30 de junio de 2004). Cuota de Pantalla. Establécese la cantidad mínima de películas argentinas que deben exhibirse obligatoriamente en cada una de las salas cinematográficas del país inscriptas en el registro que a tal efecto lleva el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. [Resolución 2016/2004]. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-2016-2004-96178/actualizacion>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (29 de junio de 2016). Resolución INCAA 311/2012. Modificación. [Resolución 1264/2016]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=263174>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (2 de enero de 2017). Régimen General de Fomento. [Resolución 1/2017 y anexo]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=270471>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (12 de enero de 2017). Régimen de Fomento Regional. [Resolución 65/2017]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=270806>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (14 de septiembre de 2017). Procedimiento para el financiamiento a la producción de largometrajes de ficción, animación y/o documental. [Resolución 942/2017]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=279616>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (6 de diciembre de 2017). Régimen Especial de Anticipo de Subsidio Extraordinario. [Resolución 1565-E/2017]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=304500>.
- Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). (6 de julio de 2018). Cuota de pantalla. [Resolución 1050/2018]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?jsessionid=95099ED956B71E511AD10646ABB156B4?id=312229>.
- Argentina. Poder Ejecutivo Nacional. (20 de agosto de 2002). Dispónese que el Instituto

- Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, administrador del Fondo de Fomento Cinematográfico regulado por los Artículos 21 y siguientes de la Ley N° 17.741 de Fomento de la Actividad Cinematográfica (t.o. 2001), asignará y redistribuirá los fondos con afectación específica conforme las facultades emergentes de la citada Ley y del presente Decreto, pudiendo efectuar las inversiones que resulten necesarias para la mejor consecución de sus objetivos. [Decreto 1536/2002]. Obtenido de <https://www.economia.gob.ar/digesto/decretos/2002/decreto1536.htm>.
- Argentina. Poder Ejecutivo Nacional. (29 de diciembre de 2015). Ente Nacional de Comunicaciones. [Decreto 267/2015]. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>.
- Barnes, C., Borello, J., González, L. y Quintar, A. (2014). Producción, distribución, exhibición y consumo cinematográfico en la Argentina. *H-Industri@*, 14, 17-49- Obtenido de <http://ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/H-ind/article/view/654>.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Bianco, M. (2017). Los derechos de explotación del contenido audiovisual y la entrada de las plataformas Over The Top (OTT): estudio caso Netflix. *Icade*, 100. Obtenido de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/8027/8405>.
- Bizberge, A. (2015). Los modelos de negocio de la televisión en internet en el mercado latinoamericano. *Austral Comunicación*, 4(1), 83-125.
- Bolaño, C. (2005, noviembre). *La centralidad de la economía política de la comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la comunicación: una contribución crítica*. Ponencia presentada en Congreso Latino de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, Salvador de Bahía, Brasil.
- Borello, J., González, L., Rud, L. y Yoguel, G. (2018). La exportación de cine argentino en el circuito comercial internacional. Prácticas, mercados y políticas. Buenos Aires: Comisión Nacional de Comercio Exterior, Secretaría de Comercio, Ministerio de Producción, Presidencia de la Nación. Obtenido de [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/com\\_inv\\_buenas\\_practicas\\_exportadoras\\_26\\_010618.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/com_inv_buenas_practicas_exportadoras_26_010618.pdf).
- Bulloni Yaquina, M. (2008). La regulación social del trabajo por proyectos. El caso de los técnicos de la producción cinematográfica argentina. *Question*, 1(19). Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32069/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&Allowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32069/Documento_completo.pdf?sequence=1&Allowed=y).
- Bustamante, E. (2004). En la transición de la era digital. Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas. *Questiones Publicitarias*, 1(9), 9-31.
- Bustos, J. (2016). Los grupos mundiales de comunicación y de entretenimiento, en el camino hacia la digitalización. *Cairn*, 17(2), 127-144. Obtenido de <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2016-2-page-127.htm.1>.

- Bustos, J. y Casado del Río, M. (2016). Emergencia de los GAFAs y cambios en el sistema comunicativo global. *Telos*, 104, 38-49. Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero104/>.
- Califano, B. (2016). La relevancia del Estado en la elaboración de políticas públicas de comunicación. *Revista Estado y Políticas Públicas*, 4(6), 133-148.
- Califano, B. (2017). Políticas de medios y tecnologías de la información: de Argentina Digital a las modificaciones de Cambiemos. En Labate, C. y Arrueta, C. (comps.). *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios* (pp. 39-66). Jujuy: Ediunju.
- Centro Universitario de las Industrias Culturales Argentinas (2017). *Situación de las industrias culturales argentinas en el período 2014/17*. Obtenido de <http://dha.undav.edu.ar/wp-content/uploads/2017/11/Informe-CUICA-1.pdf>.
- Chaparro, E. (22 de julio de 2014). Neutralidad de la red: indefiniciones e imprecisiones a la orden del día. *Fundación Vía Libre*. Obtenido de <https://www.vialibre.org.ar/2014/07/22/neutralidad-de-la-red-indefiniciones-e-imprecisiones-a-la-orden-del-dia/>.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP). (27 de agosto de 2014). Obligaciones tributarias. [Resolución 593/2014]. Obtenido de <https://www.agip.gob.ar/normativa/resoluciones/2014/agip/res-593-agip-2014>.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1º de septiembre de 2011). Régimen de Promoción de la Actividad Audiovisual. [Ley 3.876]. Obtenido de <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley3876.html>.
- Colectivo de Cineastas (28 de junio de 2018). Por el fomento al cine nacional. *Otros cines*. Obtenido de <http://www.otroscines.com/nota-13504-por-el-fomento-al-cine-nacional>.
- De Charras, D. (2011). Pluralismo y diversidad. Dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales. En Baranchuk, M. y Rodríguez Usé, J. (coords.). *Ley 26.552: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual* (pp. 67-92). Buenos Aires: AFSCA-UNLZ.
- De Moragas, M. (2013). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Madrid: Gedisa.
- Directores Argentinos Cinematográficos (2018). Análisis de la resolución 942/17: “financiación” y resolución 888/17 costo medio: una política de achicamiento del cine argentino. Obtenido de [http://www.dac.org.ar/pdfs/analisis\\_resoluciones\\_942-17\\_y\\_888-17.pdf](http://www.dac.org.ar/pdfs/analisis_resoluciones_942-17_y_888-17.pdf).
- El INCAA implementó una nueva normativa para la cuota de pantalla. (10

- de julio de 2018). *Otros Cines*. Obtenido de <http://www.otroscines.com/nota-13548-el-incaa-implemento-una-nueva-normativa-para-la-cuota-d>.
- Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (2018). *Panorama audiovisual latinoamericano 2018*. Madrid: Egeda. Obtenido de <http://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2018/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202018.pdf>.
- Flichy, P. (2009). El individualismo conectado. Entre la técnica digital y la sociedad. *Telos*, 68, 13-25.
- Gainza Cortés, C. y Bongers, W. (2018). El cine digital en Chile y Latinoamérica: genealogías de un cambio en la cultura audiovisual del nuevo milenio. *Cuadernos.info*, 43, 19-30. Obtenido de <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.43.1476>.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29.
- Getino, O. (2005). *Cine argentino, entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ediciones Picus.
- González, L. (2018). Cruzando el Atlántico: cine argentino en España. *Imagofagia*, 17, 41-70. Obtenido de <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/1505>.
- Gutiérrez, N. (2016). Almacenamiento y distribución de producciones audiovisuales argentinas en Internet: los casos de Contenidos Digitales Abiertos y Cinema Argentino. *Question*, 1(49), 478-487.
- Hendrickx, N. (2015). Diagnóstico del mercado *theatrical*, televisión, DVD y Blu-Ray, y plataformas digitales VOD en América Latina. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, Dirección de Cinematografía. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Diagn%C3%B3stico%20del%20Mercado%20-%20N.%20HENDRICKX.pdf>.
- Hermida, R. (2006). Cine Nacional es diversidad cultural. En Moneta, J. C. (dir.). *El jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR* (pp. 137-154). Montevideo: Unesco. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001508/150824s.pdf>.
- Herrero Subías, M. (2009). La economía del producto audiovisual en el mercado de la comunicación. *Communication & Society*, 22(1), 7-31. Obtenido de [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=18](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=18).
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. (2018). *Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2017*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Obtenido de [http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario\\_2017.pdf](http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario_2017.pdf).

- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. (2017). *Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2016*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Obtenido de [http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario\\_2016.pdf](http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario_2016.pdf).
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Madrid: Ariel.
- Kors, V. (2011). *Derecho de autor en industrias culturales: alcances de la legislación, protección y nuevas tecnologías*. Buenos Aires: Duotono.
- Krakowiak, F. (2017). La pelea por el espectro y su impacto sobre la Televisión Digital Terrestre. En González, D. y Nicolisi, A. (comps.). *Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas* (pp. 57-63). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. Obtenido de <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/59e79166cba11.pdf>.
- Kulesz, O. (2016). *El impacto de las tecnologías digitales en la diversidad de las expresiones culturales de España e Hispanoamérica*. París: Unesco.
- Labrada Rubio, F. (2015). *Panorama de plataformas de distribución digital de cine VOD y sus modelos de negocio*. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, Dirección de Cinematografía. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Plataformas%20Digitales%20-%20F.%20LABRADA.pdf>.
- La Torre, M. (2014). *The Economics of the Audiovisual Industry: Financing TV, Film and Web*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Ley Corta: Telefónicas deberán esperar a 2022 para brindar TV Satelital. (28 de junio de 2018). *El Cronista Comercial*. Obtenido de <https://www.cronista.com/negocios/Ley-Corta-Telefonicas-deberan-esperar-a-2022-para-brindar-TV-Satelital-20180628-0014.html>.
- Levis, D. (2009). *La pantalla ubicua*. Buenos Aires: La Crujía.
- Levy Daniel, M. (2016). *Servicios Over-the-Top: principios fundamentales para su tratamiento regulatorio en Argentina*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información, Universidad de Palermo. Obtenido de [https://www.palermo.edu/cele/pdf/investigaciones/Policy\\_paper-Servicios\\_OTT-MLD.pdf](https://www.palermo.edu/cele/pdf/investigaciones/Policy_paper-Servicios_OTT-MLD.pdf).
- Lima, F. (2016). *Ayudas administrativas a la cinematografía* [tesis de doctorado]. San Pablo: Universidad CEU San Pablo.
- Luchetti, K. (2016). Hollywood, el copyright y el TPP. *Chasqui*, 132, 205-222.
- Marino, S. (2016). *El audiovisual ampliado*. Buenos Aires: Ediciones El Salvador.
- Marino, S. (2017). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007)*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

- Mastrini, G. (2013). *Las industrias culturales en Argentina* [tesis de doctorado]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/24687/1/T35195.pdf>.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Miège, B. (2006). La concentración de las industrias culturales. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 155-166.
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79.
- Neira, E. (2018). Impacto del modelo Netflix en el consumo cultural en pantallas: Big Data, suscripción y *long tail*. *Anuario AC/E 2018 de Cultura Digital*, 68-79. Obtenido de <https://www.accioncultural.es/media/DefaultFiles/flipbook/Anuario2018/files/basic-html/page68.html>.
- Observatorio de Comercio Internacional. (2012). *La exportación de contenidos y servicios de producción televisiva en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos, Ministerio de Hacienda, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Obtenido de <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=39253>.
- Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva. (2018). *Ficción televisiva Iberoamericana en plataformas de video on demand*. Porto Alegre: Editora Meridional.
- Onaindia, J. y Macedo, F. (2013). La industria audiovisual. *Palermo Business Review*, 8, 183-217. Obtenido de [http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial\\_05onaindiaWEB.pdf](http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial_05onaindiaWEB.pdf).
- Porto, R. (2017). *Derecho social a la convergencia. La construcción de la sociedad de la información*. Buenos Aires: ElDial.com.
- Rivero, E. A. y Zanotti, J. (2017). Debates hacia la Ley de Comunicaciones Convergentes en la Argentina: de las audiencias públicas al comité de expertos. *Revista Eptic*, 1(19), 170-183. Obtenido de <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/6362>.
- Rossi, D. (2013, septiembre). *Redistribución del excedente en el sector audiovisual: diversidad y sustentabilidad frente a las profecías pendulares*. Ponencia presentada en XI Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, Río Cuarto, Argentina. Obtenido de [https://www.academia.edu/6324766/Redistribuci%C3%B3n\\_del\\_excedente\\_en\\_el\\_sector\\_audiovisual](https://www.academia.edu/6324766/Redistribuci%C3%B3n_del_excedente_en_el_sector_audiovisual).
- Rossi, D. (2018, septiembre). *Sistema de producción y distribución audiovisual argentino: análisis de riesgos de sostenibilidad*. Ponencia presentada en XVIII Congreso REDCOM (Red de Carreras de Comunicación de la Argentina), La Plata, Argentina.

- Rud, L. (2017, noviembre). *Parecidos pero diferentes. Las políticas cinematográficas de Corea del Sur y de la Argentina (1995-2015)*. Ponencia presentada en Jornadas de Estudios en Cultura y Comunicación, Buenos Aires, Argentina. Obtenido de [https://www.academia.edu/32709517/Parecidos\\_pero\\_diferentes.\\_Las\\_pol%C3%ADticas\\_cinematogr%C3%A1ficas\\_de\\_Corea\\_del\\_Sur\\_y\\_de\\_la\\_Argentina\\_1995-2015\\_](https://www.academia.edu/32709517/Parecidos_pero_diferentes._Las_pol%C3%ADticas_cinematogr%C3%A1ficas_de_Corea_del_Sur_y_de_la_Argentina_1995-2015_).
- Sierra Caballero, F. (2012). *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Madrid: Gedisa.
- Sierra Caballero, F. (2016). Nuevas pantallas y política audiovisual. *Chasqui*, 132, 9-19.
- Sierra Caballero, F. y Maniglio, F. (2016). *Capitalismo financiero y comunicación*. Quito: Ediciones CIESPAL.
- Siri, L. (2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine? *Hipertextos*, 5(4), 47-109. Obtenido de <http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2016/11/El-rol-de-Netflix-en-el-ecosistema-de-medios-y-telecomunicaciones.-Siri.pdf>.
- Sistema de Información Cultural de la Argentina. (2019). Puestos de trabajo en largometrajes a nivel nacional. Obtenido de <https://www.sinca.gob.ar/DatosBasicosSeries.aspx?Id=89>.
- Unión Europea. Parlamento Europeo. (10 de marzo de 2010). Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo. [Directiva 2010/13/UE]. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN>.
- Vinelli, N. (2017). Medios alternativos, populares y comunitarios: desigualdades, fomento e incorporación de tecnologías. En Beltrán, R. y Becerra, M. (eds.). *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización* (pp. 9-17). Buenos Aires: Ricardo Beltrán. Obtenido de <http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2017/12/Sin-fines-de-lucro-con-tecnolog%C3%ADas-y-organizaci%C3%B3n.pdf>.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.