

XVII REUNIÓN ANUAL DE LA RED PYMES MERCOSUR

PyMES, Clusters e Innovación: una agenda para el MERCOSUR

“La producción cinematográfica y de contenidos para televisión en Córdoba. Evolución reciente y perspectivas futuras.”

MOTTA, Jorge

jjmotta@eco.unc.edu.ar

IEF – Facultad de Ciencias Económicas
– Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

MORERO, Hernán Alejandro

hernanmorero@eco.uncor.edu

Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS),
CONICET – Universidad Nacional de Córdoba. Argentina /
Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

MOHADED, Nicolás

nmohaded@conicet.gov.ar

Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS),
CONICET – Universidad Nacional de Córdoba. Argentina /
Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es realizar un análisis de la situación actual de la producción cinematográfica y audiovisual en la ciudad de Córdoba, Argentina. El punto de partida es que para lograr la consolidación del sector, es necesario que el mismo se profesionalice. Con este fin, se estudiará el entramado en el que se desarrolla, las políticas que lo condicionan, y se describirán las competencias y capacidades acumuladas por las firmas que lo componen. A partir de esto, se buscará identificar los principales limitantes y desafíos que deben ser enfrentados, con el objeto de consolidar el importante crecimiento verificado en los últimos años. El análisis se basa en un estudio exploratorio cualitativo centrado en cuestionarios estructurados realizados productoras de cine y/o TV; y en entrevistas a diversos informantes claves del sector. El estudio revela que existe un importante desarrollo de competencias por parte de las productoras locales, así como la existencia de instituciones formadoras de recursos humanos y de instancias articuladoras de los distintos intervinientes en el sector. Sin embargo, existen al menos dos limitantes importantes en este proceso de consolidación. En primer lugar, es necesario garantizar el sostenimiento y la profundización de la formación y capacitación de los recursos humanos en una serie de especialidades. En segundo lugar, debido a las características particulares del sector, se presenta como un asunto de vital importancia la formulación de un marco de regulación provincial que favorezca y fomente a la actividad. En caso de no establecerse un marco institucional local apropiado, el sector local se encontraría en una importante desventaja respecto de otros polos de producción audiovisual del país.

Palabras Clave: Industrias Culturales; Producción Audiovisual y Cinematográfica; Córdoba.

Introducción al tema y objetivo general de la investigación

Hasta el comienzo del siglo XXI la producción de cine y de contenidos para televisión en Córdoba (Argentina) era relativamente limitada. En materia cinematográfica, hasta ese momento la actividad se había circunscripto principalmente a la producción de cortometrajes. Solo ocasionalmente se producían largometrajes, pero se trataba de experiencias aisladas, que contaban con medios muy escasos y de muy baja repercusión pública. Los directores locales que tenían la pretensión de realizar cine de manera más profesional emigraban hacia Buenos Aires en busca de oportunidades.

Por otro lado, aunque la producción para televisión era cuantitativamente más importante, estuvo muy limitada en cuanto a sus contenidos, extensión y difusión, en canales que mayormente repetían contenidos producidos en la capital del país. Su génesis está íntimamente relacionada con el establecimiento de los primeros canales de televisión en la ciudad de Córdoba hace poco más de 50 años. A partir de ese momento, y hasta prácticamente finales de la década pasada, su actividad se concentró en la producción de noticieros y programas de interés general, deportivos, entretenimiento y periodismo de investigación, la mayoría en estudio. Esporádicamente, también se produjeron algunos documentales en base al material fílmico de los noticieros y, muy excepcionalmente, alguna serie de ficción.

Este panorama cambió hacia el 2006-2007 en el caso de la producción cinematográfica y dos o tres años después en el de la televisiva. A partir de entonces se comenzaron a producir, en promedio, 3 largometrajes por año, algunos con un aceptable éxito comercial, mientras que también creció sustancialmente la producción de series de ficción, documentales y de animación para TV.

La idea central que guía la investigación es que a pesar de tratarse de una actividad más motivada por la búsqueda creativa y artística que orientada que a la obtención de lucros, su consolidación como actividad productiva está íntimamente relacionada con la generación de condiciones de producción y de trabajo que permitan a los diversos implicados vivir profesionalmente de esta actividad. En ese sentido, son centrales las condiciones sobre las que se halla la actividad para consolidarse como una industria local. Entonces, cobra relevancia explorar las condiciones de base sobre las que se asienta la producción local y las medidas de fomento que la incentivan. Esto es, analizar el grado de desarrollo de las competencias locales, el entramado local productivo e institucional y las políticas sectoriales de apoyo.

De este modo, el objetivo general del artículo es presentar el estado actual de la actividad de producción audiovisual y cinematográfica de la ciudad de Córdoba, describir las competencias y capacidades acumuladas por las firmas del sector, el entramado sobre el que se desarrollan y las políticas que las condicionan. Así como también identificar los principales desafíos que deberán sortear para consolidar el proceso de crecimiento en los próximos años.

El artículo se estructura en 6 secciones. En la próxima sección se realiza una breve caracterización de las ideas teóricas que guían esta investigación y se identifican las fuentes de información con las que se trabajó. A continuación, se presenta una breve evolución histórica de las actividades de cine y televisión en Córdoba. Las dos secciones siguientes están reservadas al análisis de la influencia que las instituciones locales y las políticas públicas tienen sobre las actividades bajo estudio. Posteriormente, el foco de la atención se centra sobre las características de los productores y de la producción en la actualidad. Finalmente se presentan los comentarios finales y conclusiones del estudio.

I. El marco teórico, metodología y fuentes de información

El presente artículo se encuadra en la nueva literatura sobre la economía del conocimiento (v.gr.: Nonaka y Takeuchi, 1995, 2002; Cowan *et al.*, 2000; Ernst y Lundvall, 1997), complementada con aportes de raíz neoschumpeteriana evolucionista (v.gr.: Nelson y Winter, 1977, 1982) e institucionalista (v.gr.: Lundvall, 1992; Johnson, 1992). Gran parte de esta literatura supone que el desempeño competitivo de la empresa depende de la generación de ventajas competitivas dinámicas, principalmente que alimenten su capacidad de cambio y adaptación, su capacidad de innovación. Éstas dependen, en gran medida, de la creación de competencias o capacidades resultantes de la incorporación y acumulación de distintos tipos de conocimiento (Ernst y Lundvall, 1997; Ancori *et al.*, 2000; Lall, 1995).

Desde esta perspectiva la tecnología y las competencias productivas de las empresas son una amalgama de conocimiento; donde se combinan distintas dimensiones del mismo y donde están involucrados distintos tipos de conocimiento.

Primeramente, cabe distinguir distintas dimensiones del conocimiento referidas a su naturaleza como conocimiento en sí, básicamente dos. Por un lado, el conocimiento posee componentes explícitos o codificados, cuándo éste es susceptible de poder “*transmitirse utilizando el lenguaje formal y sistemático*” (Nonaka y Takeuchi, 1995). Por otro lado, el conocimiento posee una dimensión tácita enraizada en la experiencia y que “*es personal y de contexto específico y, así, difícil de formalizar y comunicar*” (Nonaka y Takeuchi, 1995); una forma o componente del conocimiento humano distinto, pero complementario al conocimiento explícito en el proceso cognitivo consciente, que se manifiesta en la forma de hábitos y aspectos culturales que el sujeto difícilmente reconoce en sí mismo (Polanyi, 1967)¹. Ello es así porque se trata de conocimiento que el individuo aplica sin ser totalmente consciente de ello, reglas contextuales que se aplican pero no son enteramente reconocidas como tales por quienes las siguen, razón por lo cual, se trata de conocimiento que es desde difícil a imposible de transmitir (Cowan *et al.*, 2000).

En segundo lugar, cabe distinguir distintos tipos de conocimiento, referidos a su naturaleza de su uso en la empresa, en particular. Por una parte, y en general referidos a la actividad de la empresa, pueden tratarse de conocimientos productivos, técnicos, comerciales u organizacionales, necesarios para el desarrollo de la actividad productiva o innovativa de la firma. Por otra parte, a su vez, pueden distinguirse los siguientes cuatro tipos de conocimiento (Johnson y Lundvall, 1994; OECD, 1996; Lundvall, 1996): el saber qué (el *know what*, referido a todo aquél conocimiento acerca de hechos concretos), el saber por qué (*know why*, referido al conocimiento científico acerca de los principios y leyes de la naturaleza subyacentes al desarrollo tecnológico, de productos y procesos), el saber cómo (*know how*, se refiere a las habilidades o las capacidades necesarias para llevar adelante el proceso de hacer algo, típicamente conocimiento tácito desarrollado a través de la experiencia práctica diaria y el *learning by doing*) y el saber quién (*know who*, que representa el conocimiento acerca de quien sabe hacer qué y quien sabe cómo hacerlo).

Dado que requieren distintos tipos de conocimiento, las empresas deben recurrir a diversos tipos de fuentes para obtenerlo: o bien desarrollarlo internamente, o bien utilizar el conocimiento que ya disponen en sus activos acumulados, o bien obtenerlo externamente. Así

¹ - Propiamente es un concepto desarrollado en el ámbito de la filosofía de la ciencia. En ese sentido, su desarrollo tuvo un impacto muy profundo sobre Thomas Khun, donde el conocimiento tácito tiene un rol clave en sus nociones de paradigmas científicos, sobre todo para caracterizar lo que constituye un estadio de ‘ciencia normal’; y en el anarquista metodológico Paul Feyerabend. Una presentación más que aceptable de los aportes de estos autores puede consultarse en Chalmers (1988).

su desempeño innovador exitoso depende del desarrollo e integración de nuevo conocimiento en el proceso innovativo, tanto a través de actividades innovativas internas, como externas (Cassiman y Veugelers, 2002) y, de esta manera, el nivel de competitividad de un sector productivo está afectado por factores tanto internos, como externos a las empresas.

Así, por un lado, las empresas pueden acudir a fuentes internas a través de esfuerzos por innovar (adquiriendo tecnología incorporada o desincorporada, realizando actividades creativas y de innovación como I+D, etc.) o utilizando el conocimiento acumulado que se cristaliza en sus competencias internas acumuladas, usando sus recursos disponibles. Por otro lado, también las empresas pueden acudir a fuentes externas, obteniendo parte o la totalidad de los conocimientos que utilizan para producir e innovar a partir de la asistencia técnica y/o de la transferencia de tecnología que reciben de otros agentes, como otros productores, clientes, proveedores e instituciones públicas y privadas de educación, ciencia y técnica e instituciones de apoyo. En ello, las vinculaciones tanto formales como informales con otros agentes son canales de circulación de conocimiento de distinto tipo (comercial, productivo, técnico, organizacional) y de distinta naturaleza (codificado, tácito, explícito).

Cobran relevancia, pues, las redes productivas e institucionales sobre las que se asientan las empresas. Por un lado, los elementos más bien explícitos y susceptibles de ser codificados, como el *know what* y el *know why*, pueden transferirse en el mercado como información, si se desarrollan los instrumentos institucionales adecuados. Por ejemplo, la producción y reproducción de *know why* usualmente está organizada en torno a organizaciones especializadas como laboratorios y universidades; y en la medida que existan mecanismos institucionales que faciliten la interacción con estas instituciones o exista formación de recursos humanos para el mercado laboral desde estas instituciones, es accesible a las empresas y productores.

Sin embargo, por otro lado, los elementos tácitos son más bien específicos a la empresa y no se pueden transferir fácilmente en el mercado y, por eso, son una fuente fundamental de diferencias competitivas (Ernst y Lundvall, 1997; Lall, 1995); tanto de una empresa, como de un sector o una región (Morero, 2010). Aquí cobran especial relevancia las redes y espacios colectivos informales, que son uno de los principales canales de transmisión y circulación del conocimiento no explícito o tácito. A través de ellas circula el *know how* productivo, tecnológico, organizacional, comercial, principal fuente de la competitividad colectiva; y el *know who*, que es saber quién domina cada tipo de conocimiento necesario. Éste último, se trata de un conocimiento socialmente enraizado (*socially embedded*) y se vincula al tejido de relaciones sociales con otros agentes e instituciones, que permiten a la empresa acceder a expertos externos (OECD, 1996; Lundvall, 1996).

De este modo, para comprender la potencialidad competitiva de un sector, es fundamental analizar el grado de desarrollo de competencias de los productores, de agentes institucionales públicos y privados de apoyo, de redes productivas² e institucionales de sostenimiento a la actividad y de circulación de conocimiento, así como los mecanismos de regulación y promoción sectorial.

La actividad de producción cinematográfica y audiovisual se ubica dentro de denominadas “industrias culturales” (CITF, 1998). Ésta se trata de una manifestación artística esencialmente industrial (Barnes *et al.*, 2011), que requiere para su funcionamiento unas condiciones determinadas de infraestructura y financiamiento. Este tipo de industrias

² - Lo que involucra las redes o tramas productivas tanto cadenas abajo, como delante de la empresa. Esto es, importa tanto la organización del mercado de insumos, como las redes productivas en sí, como las redes de distribución de la producción.

culturales, se caracterizan distintivamente por ser sectores focalizados en comercializar productos con un alto contenido estético y simbólico (Scott, 2000).

Estas industrias tienen sus particularidades tanto respecto a la producción, como a la distribución de sus productos (Bassett *et al.*, 2002). Respecto a la producción, se caracterizan por: i) tener tecnologías y procesos de trabajo que por lo general requieren elevados niveles de mano de obra calificada; ii) organizar la producción alrededor de redes densas de productores medianos y pequeños fuertemente interdependientes; iii) conformar “complejos industriales multifacéticos” que exhiben una alta demanda de trabajo local y una demanda muy variada de habilidades laborales; iv) generar una enorme variedad de encadenamientos a otros sectores; v) tener un desempeño que depende muy sensiblemente de la infraestructura institucional sobre la que se desenvuelve; tanto por la importancia del soporte de los flujos de conocimiento, como a través de la promoción de las redes de confianza y cooperación entre los productores (Scott, 1997, 2000; Bassett *et al.*, 2002).

Como resultado, son industrias donde las tendencias productivas aglomerativas son muy fuertes y, por tanto, las industrias culturales por lo general, tienden a concentrarse y ‘clusterizarse’ localmente en ciudades que ofrecen condiciones infraestructurales favorables (Bassant *et al.*, 2002). De este modo la importancia del contexto local para el desempeño de las industrias culturales es apoyado tanto por la literatura teórica (Scott, 1996; 2000), como empírica (Bassant *et al.*, 2002; Clare, 2012).

De este modo, cobra especial relevancia el estudio de la actividad cinematográfica desde una perspectiva local como, por ejemplo, la de Córdoba; que es el foco del presente artículo.

La distribución, sin embargo, suele estar enraizada en redes globales que tienden a ser dominadas por una serie de grandes conglomerados culturales y mediáticos. De esta manera, las industrias culturales son atravesadas por dos tendencias, de relaciones locales y globales (Scott, 2000).

A partir de este contexto teórico, acerca del proceso de construcción de competencias de las empresas y de las características de las industrias culturales, surge el principal objetivo de este artículo, que es evaluar la actualidad del grado de desarrollo de competencias de la actividad de producción audiovisual y cinematográfica de la ciudad de Córdoba y su potencialidad productiva. Ello implicará describir las competencias y capacidades acumuladas por las productoras locales del sector, el entramado sobre el que se desarrollan y las políticas de fomento a las que se ven sujetas; y permitirá identificar los principales desafíos que deberán sortear para consolidar su proceso de crecimiento en los próximos años.

La metodología plantea un estudio exploratorio en base a métodos cualitativos, realizado sobre la base de información proveniente de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias involucran una serie de entrevistas a informantes clave del sector³, y entrevistas en base a cuestionarios estructurados a 7 productoras de cine y/o TV; seleccionadas en base a los informantes del sector para cubrir las distintas tipologías de empresas existentes. A diferencia de los estudios cuantitativos, donde se procura la representatividad estadística para el sector en su conjunto, este método cualitativo persigue identificar las diversas vías por las que las distintas empresas obtienen los recursos, conocimientos y capacidades que le permiten realizar su actividad productiva y, al mismo tiempo, posibilita identificar obstáculos a superar.

³ - Ello incluye gerentes de canales de TV, productores, técnicos, guionistas y realizadores, académicos y directores de las escuelas de cine, miembros de asociaciones de productores y de otros espacios colectivos de encuentro del sector (por ejemplo, del nodo Córdoba del Programa de Polos Audiovisuales).

Las entrevistas a productoras se realizaron alrededor de una encuesta estructurada, en el marco de un relevamiento mayor (González y Borello, 2012), que se utilizó como disparador para evaluar la experiencia de las productoras en distintas realizaciones, la comercialización o la actualidad del sector. La encuesta contemplaba un conjunto de preguntas sobre estrategias de diferenciación y diversificación de las productoras; la distribución y comercialización de los productos; la integración o tercerización de las actividades asociadas con la producción audiovisual; el desarrollo y la atracción de recursos humanos calificados; la infraestructura y el personal disponibles; el nivel de las habilidades en las distintas especialidades; las capacidades y principales vinculaciones de las empresas productoras; y la experiencia en programas de financiamiento y consideraciones generales sobre las políticas públicas sectoriales.

La muestra cubrió productoras muy diversas, tanto dedicadas al cine de ficción o documental, como a la realización de series de TV de ficción y documentales, publicidades, videoclips o institucionales, así como programas en estudio para TV. También incluyó a algunas productoras organizadas como empresas, y a otras organizadas bajo la forma de colectivos informales.

El análisis fue complementado con fuentes secundarias de información (por ej.: anuarios del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), páginas web de productoras y asociaciones, libros y bibliografía académica sobre la evolución del cine en Córdoba, etc.), para trazar un breve recorrido histórico de la producción local e identificar y describir las principales instituciones y políticas relevantes.

Dada la importancia de los elementos sistémicos en la evolución de esta actividad, el estudio parte de la caracterización del “ambiente” en el que operan las empresas productoras de cine y de contenidos para televisión. De este modo, se analiza muy especialmente el papel de las instituciones locales en la formación y disponibilidad de recursos humanos calificados y el marco normativo para la actividad y la actuación y las “señales” de los organismos de financiamiento, en las dos secciones siguientes; apelando principalmente al uso de fuentes secundarias, pero también calificando el relato con los resultados de las entrevistas, tanto a productoras, como a informantes.

Recién en un segundo momento el análisis se centra en las productoras locales, en sus recursos, competencias y en sus capacidades para desarrollar estrategias que les permitan consolidarse y crecer. Es la sección V donde se presentan estos resultados, producto de sistematizar la información proveniente de las fuentes primarias del estudio. Previo a todo ello, presentamos una breve reseña histórica del sector local de producción cinematográfica y audiovisual en la sección siguiente; que nos abre el camino para contextualizar las condiciones que hereda la actualidad productiva del sector.

II. Breve evolución histórica de la producción de Cine y Televisión en Córdoba

Trazar un análisis histórico sobre la producción cinematográfica y audiovisual en la provincia de Córdoba se presenta como una tarea en extremo ardua. No es objetivo de esta sección realizar un estudio detallado en este sentido, sino meramente brindar una referencia temporal sobre la cual enmarcar el análisis siguiente. Existen diversos trabajos que tratan la temática a nivel nacional, centrándose principalmente en lo sucedido en los principales centros de producción audiovisual, sin embargo no abundan en datos para el resto del país. Por esta razón, dada la casi inexistencia de fuentes secundarias, gran parte de esta sección se basa en las entrevistas a informantes clave.

Asimismo, y tal como se plantea en Barnes *et al.* (2011), la gran mayoría de la bibliografía existente en esta materia abarca alguna de las dos cuestiones siguientes. O bien se centra sobre los aspectos artísticos donde se analizan en términos estéticos los distintos períodos históricos o, por el otro lado, consta de recopilaciones y catálogos fílmicos. Por lo tanto, la disponibilidad de fuentes secundarias para realizar esta tarea es cuanto menos escasa.

A grandes rasgos se podrían distinguir en la historia del cine nacional seis etapas bien diferenciadas en relación a dos dimensiones, la artística y la productiva⁴:

- Cine mudo (1896-1930)
- Era clásica y dorada (1930-1955)
- Primera ola de “Nuevo Cine Argentino” (1955-1974)
- Cine en la dictadura (1975-1983)
- Recuperación democrática (1983-1990)
- Segunda ola de “Nuevo Cine Argentino (1991 en adelante)

Una característica importante en relación a esta periodización es el hecho de que la producción audiovisual nacional experimentó a lo largo del tiempo auges y depresiones. Una de las principales razones del comportamiento cíclico del sector ha sido, de acuerdo a diversos entrevistados, la fuerte inestabilidad democrática del país. Durante los años en los cuales se daban gobiernos de facto de corte autoritario, aumentaba en gran medida la censura, por lo que se resentía la producción. Asimismo, se producían auges importantes del sector en los años en que retomaban el poder gobiernos democráticos.

Si bien esta fue la evolución a nivel nacional, la producción en la provincia de Córdoba ha sido, al menos hasta mediados de la primera década del presente siglo, bastante marginal en comparación al resto de los polos de importancia del sector en el país. Esto es notorio particularmente en relación a la Ciudad de Buenos Aires, principal núcleo audiovisual, pero también respecto de las provincias de Buenos Aires y de Santa Fe.

La producción en Córdoba tuvo desde sus inicios hasta años muy recientes la característica de ser principalmente independiente. Esto implicaba que no existía ni una fuente importante de fondos para las realizaciones, ni una visión comercial en términos estrictos por parte de los mismos productores. Es decir, se realizaban producciones audiovisuales, pero el objetivo final era más que nada artístico y no se buscaba un rendimiento económico a partir del mismo. Estos dos objetivos (lo artístico y lo comercial), suelen tensionar en las industrias culturales en general, como señala la literatura empírica (Brandellero y Kloosterman, 2010; Caves, 2000; Cowen y Tabarrok, 2000). Esta es una de las razones de por qué el esquema de financiamiento de la actividad cinematográfica en el mundo tiende a ser el subsidio estatal o esquemas de financiamiento público-privado; sumándole a ello el poder simbólico que la actividad involucra. Ni el sector local, ni el nacional, son ajenos a estas tendencias.

Uno de los hitos locales más importantes en materia de producción audiovisual fue la creación en 1964 del Departamento de Cine y TV en la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). El mismo surgió a partir del impulso que presentaba en dichos años otro centro universitario, el Instituto de Cinematografía de la Universidad Nacional del Litoral. De hecho, la gran mayoría de los docentes en Córdoba provenían de dicha institución. La tradición más fuerte del Instituto de Cinematografía era la documental enmarcándose dentro de lo que luego se conocería como “Escuela Argumental”.

⁴ - La periodización es una adaptación de Barnes *et al.* (2011) y Getino (1998). Respecto de este último trabajo se han combinado algunas etapas que en el mismo se diferencian ya que no afectan la interpretación histórica que aquí se pretende.

Particularmente, uno de sus puntos fundacionales fue la filmación del cortometraje documental “Tire Dié” estrenado en 1958, considerado también piedra basal de la corriente llamada “Nuevo Cine Latinoamericano”. Es por esta razón que Córdoba heredó esta influencia, manteniendo una fuerte tradición documentalista. Históricamente la producción interna del Departamento de la UNC fue abundante⁵. En realidad estos productos internos no podrían ser considerados como producción del sector *per se*, ya que la gran mayoría no alcanzan a ser distribuidos por medio alguno. Son trabajos requeridos para la aprobación de las diversas materias que componen el currículo de la carrera y en principio no tienen como objetivo final ser difundidos.

Sin embargo hacia finales de 1975 con la escalada de la violencia a nivel político las escuelas de cine a nivel nacional fueron cerradas; y la misma suerte corrió la dependencia de la UNC. No fue sino hasta 1987 que el Departamento se reabre, aunque con un presupuesto muy escaso y una pequeña dotación de docentes. A partir de este período se comienza a dar un vertiginoso aumento en la cantidad de alumnos, así como en la cantidad de producciones que se realizan. No sólo esto, sino que se amplían los horizontes y en los últimos años se incrementó la producción de distintos tipos de ficciones e incluso de series de TV, dimensión muy poco transitada con anterioridad.

La formación que se dicta en la UNC permite acceder en la actualidad a los títulos de Técnico en producción de medios audiovisuales con una duración curricular de tres años y con el cursado de dos años adicionales se accede a la Licenciatura en Cine y Televisión. Hacia 1995 surge como opción formativa La Metro, que brinda tecnicaturas superiores en diversas orientaciones relacionadas con el sector audiovisual, así como una licenciatura en publicidad. En 2005 aparece otra institución privada de formación “La Lumière” que brinda diversos cursos de formación en distintas especialidades del sector.

Cuadro 1. Producción cinematográfica histórica de la Provincia de Córdoba⁶

Años	Producciones (por tiempo de duración)				
	Cortometrajes (Menos de 30')	Mediometrajes (de 30' a 70')	Largometrajes (más de 70')	Sin datos	Total
<i>Antes de 1960</i>				13	13
<i>1960-1969</i>	32	3	2	8	45
<i>1970-1979</i>	26	11	2	6	45
<i>1980-1989</i>	25	4	2	4	35
<i>1990-1999</i>	32	0	1	6	39

Fuente: Elaboración propia en base a Saenz (2004)

Una medida de la evolución de la producción cinematográfica en Córdoba puede ser apreciada a partir del Cuadro 1. Es de destacar la escasa proporción de largometrajes realizados, que no superan los dos por década. Sin embargo existe una tradición en materia de cortometrajes relativamente importante que refleja la existencia histórica de competencias locales. A pesar de esto, el sector audiovisual local no fue capaz de profesionalizarse y

⁵ - De acuerdo a entrevistas con autoridades académicas del Departamento, se estima que en la actualidad se estarían elaborando entre 7 y 8 cortometrajes documentales y entre 2 y 3 largometrajes por año.

⁶ - Por producciones aquí se entiende a todas aquellas películas realizadas originalmente en soporte fílmico de cualquier duración en la Provincia de Córdoba, por realizadores cordobeses o formados en la provincia.

permitir a los realizadores sustentarse económicamente a través de la práctica del mismo. Las producciones locales tuvieron, como se mencionó previamente, un carácter independiente y fueron realizadas en gran medida a partir de voluntades particulares de expresión, con pocas oportunidades de, o poca atención en, las cuestiones de distribución. Un aspecto relevante que surge del relevamiento es la particularidad de los soportes filmicos empleados. Alrededor del 80% de las producciones recabadas fueron filmadas en 16mm, un formato de inferior calidad al estándar habitual en producciones profesionales (35mm) pero que resulta más económico. Esto refuerza en alguna medida el argumento de que el objetivo final de las producciones no era la distribución comercial, sino una búsqueda estética de expresión personal.

Es particularmente relevante el hecho de que el despegue en la producción local recién se haya materializado desde el año 2006 en adelante. A nivel nacional en 1994 se promulga la ley de fomento al cine (ver Sección IV) que tiene un impacto poco importante a nivel local; sólo un reducido número de producciones logra financiamiento del instituto de cinematografía. Para que se diera un viraje en esta tendencia tuvo relevancia la participación de actores locales en la materia. A partir de la conformación de una organización informal denominada “Córdoba Produce Cine”, cuyos miembros eran realizadores locales, se comienzan a instrumentar una serie de talleres y seminarios con el fin de acceder a subsidios nacionales para la realización de producciones. A partir de esta iniciativa se incrementó de manera notable la realización de largometrajes cordobeses, pasando a producirse entre 2 y 3 en forma anual.

En materia de distribución televisiva, Córdoba cuenta con tres canales de aire históricos que han seguido trayectorias diferenciadas. En 1960 surge el primero de estos, Canal Doce, que sería el segundo canal de TV abierta del país, después del estatal Canal 7. El mismo surge como una iniciativa privada, materializado a través de una sociedad anónima de nombre Telecor, siendo sus fundadores empresarios locales. A lo largo de las décadas del '60 y '70 se produjo la instalación de repetidoras en distintas localidades de la provincia y en algunas provincias cercanas, para ampliar la cobertura del canal. Hacia 1980 Canal Doce renueva en gran medida su infraestructura incorporando la tecnología que permitía la emisión de programación en color y a mediados de la década del 1990's incorpora la emisión satelital. En 1999 un grupo económico nacional, Grupo Clarín a través de Artear, compra la mayoría accionaria del canal, por lo que gran parte de la programación pasa a incorporar los contenidos de Canal Trece de Buenos Aires.

En 1962 se funda Canal 10 que se ubicaría dentro de la órbita de la UNC conformando los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la misma. Este canal también adopta para su funcionamiento la estructura legal de una sociedad anónima, de la cual el 99,2% era propiedad de la UNC, mientras que el 0,8% restante corresponde a la Municipalidad de Bell Ville. El componente accionario de la UNC fue declarado intransferible, con el objeto de que el canal permaneciera bajo el control público por medio de la Universidad. En 1965 se inauguran los estudios de la planta transmisora en el barrio de Marqués de Sobremonte, donde confluían los estudios de televisión y los de radio que pertenecían al multimedia. Desde finales de la década del 1980's y durante la del 1990's el canal atravesó una fuerte crisis económica que derivó en la casi virtual eliminación de contenidos propios, y convirtiéndose virtualmente en repetidor de producciones de canales de Buenos Aires, con la excepción de algunas horas de programación de noticieros locales. Sin embargo desde la segunda mitad de la década pasada, se produjo una fuerte modificación en la política del canal, revitalizando los contenidos propios, en asociación con productores locales. Esto implicó que se revirtiera la tendencia previa y se incorporara una gran cantidad de programación local, constituyendo la misma en la actualidad una importante proporción de la emisión diaria (ver sección siguiente).

El último canal de aire que surgió en la provincia fue Canal 8. Si bien su constitución legal data de 1963 con la conformación de la firma DICOR S.A. y la adjudicación de la operación de un nuevo canal a la misma; recién comenzó las emisiones de programación en el año 1971, debido a dificultades de diversa índole, principalmente políticas. A mediados de la década del 1980's el canal sufre una fuerte crisis económica, para afrontarla ingresan nuevos capitales a la firma, vinculados a la Asociación Productora Argentina (APA). A partir de este nuevo impulso se instala una serie de estaciones repetidoras, que le permiten al canal cubrir prácticamente la totalidad de la provincia y alcanzar algunas áreas cercanas de provincias limítrofes. Desde sus inicios, Canal 8 estuvo vinculado a Canal 11 de Buenos Aires, al que le adquiriría programación por medio de la firma Teleinterior S.A., cuyo propietario era uno de los principales miembros de APA. Con la relicitación de las licencias de diversos canales de Buenos Aires hacia principios de los 1990's, el grupo nucleado en APA adquirió Canal 11, que sería renombrado Telefe S.A., y que incorporó definitivamente dentro de su órbita al Canal 8 local. A partir de entonces, la programación de Canal 8 estuvo fuertemente ligada a los contenidos producidos por Telefe.

III. Instituciones locales, acciones colectivas y formación de recursos

Parte del proceso de construcción de competencias de las productoras locales es producto de sus trayectorias y motivaciones individuales, pero fundamentalmente son la resultante de la construcción colectiva de competencias técnicas, productivas, artísticas, que emergen como parte de un sistema productivo local. Esto es, de la diversidad de instituciones y actores formadores de mano de obra, de provisión de equipos, de distribución y emisión de contenidos; y del grado de virtuosidad de las interrelaciones entre estos actores e instituciones.

Así, no es neutral la existencia de Universidades y su grado de vinculación con productoras; la existencia de otras escuelas de cine y su grado de articulación con las necesidades de las productoras de contenidos locales; la existencia de canales de emisión de TV, su relación con productoras locales y Universidades; y la extensión de las salas de exhibición de cine y sus políticas de exhibición, así como de Cineclubes o espacios de proyección alternativos. De este modo, en esta sección se describe el entramado institucional sobre el que se asienta la actividad productiva cinematográfica y audiovisual de Córdoba, así como las principales instancias asociativas que han surgido para sustentar su actividad y la medida en que ambos colaboran en los procesos de construcción de competencias productivas locales.

El principal formador de la mano de obra local es la **UNC** en lo que, en la actualidad, constituye el **Departamento de Cine y TV** de la recientemente creada Facultad de Artes. La mayoría de los productores y realizadores locales han tenido algún paso por la misma. Desde 1987 se dicta en la Universidad la Licenciatura en Cine y Televisión y un título intermedio, de Técnico Productor de Medios Audiovisuales. Desde aquél entonces suelen ingresar entre 200 y 300 alumnos anualmente, con algunos picos, como en 2012 que ingresaron cerca de 500 estudiantes. En la actualidad hay alrededor de 1.200 estudiantes tanto de la tecnicatura como de la Licenciatura⁷.

⁷- Las entrevistas permiten afirmar que la titulación no es un requisito de ningún modo indispensable para desempeñarse en el sector (de hecho, algunos de los principales socios de productoras locales de trayectoria, nunca han finalizado sus estudios de grado), y que los estudiantes de la Universidad comienzan a realizar audiovisuales desde el comienzo de sus estudios. Por lo cual, es posible sostener que la matrícula en cine y TV de la UNC es una *proxy* de mínima del tamaño de la oferta laboral del sector. A ello habría que agregarle, los egresados anteriores que no han emigrado, los estudiantes de las escuelas privadas de cine, y los estudiantes de los institutos terciarios de publicidad.

Funcionan en el Departamento 5 centros con el objetivo de que los estudiantes realicen algún tipo de práctica profesional. En primer lugar, está el **Centro de Conservación y Documentación Audiovisual**, que funciona desde 1994, abocado al rescate, preservación y difusión de material fílmico histórico y documental. Este centro tiene sistematizado un archivo en soporte digital y analógico de canales locales⁸, de canales nacionales⁹, y de canales extranjeros¹⁰. Dentro de este centro se forman recursos humanos en la recuperación de archivos fílmicos, que participan en los convenios específicos que firma el centro de recuperación de archivos y, de hecho, algunas de las series documentales más exitosas de las productoras locales han surgido a partir del trabajo de la digitalización del archivo histórico de Canal 10¹¹, que dio origen al Centro.

En segundo lugar, funciona un canal de aire de cortísimo alcance, **TV5 Canal Escuela**. Como su nombre adelanta, es un canal para que los estudiantes realicen prácticas y desde donde se transmiten producciones de los alumnos, entre otro material. Por otro lado, en este marco realizaron durante tres años, junto con la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC, un conjunto de 70 programas de 50 minutos para Canal 10, denominado “Universidad Abierta”. Luego pasaron a realizar un programa también para Canal 10, de 24 minutos, denominado “Microcine, espacio abierto”, que se transmite en la actualidad. En TV5 Canal Escuela, trabajan alrededor de 20 personas actualmente, la mitad estudiantes de grado.

En tercer lugar, también funciona en el Departamento el Centro Experimental de Animación (**CEAn**), donde se capacita en animación. Este centro articula distintos festivales y encuentros de la temática. En particular, han organizado junto a la UNVM la realización en Córdoba de un Festival internacional de animación, el ANIMA, que se realiza bianualmente desde el 2001. Aquí se exhiben cortos y largometrajes de animación seleccionados por un jurado internacional de animadores¹², se realizan capacitaciones en temáticas relacionadas a la estética y tecnología de la animación, y se presentan ponencias y posters seleccionados por referato, constituyendo el único congreso específico sobre animación de América Latina. Por otro lado, desde el centro difunden y promueven la participación en otros encuentros de animadores a nivel nacional, en Rosario, por ejemplo, y en reuniones con canales infantiles nacionales de la TV digital abierta, como Paka Paka.

Por último, se encuentran el Centro de Producción, donde se realiza publicidad institucional, y el Centro de Extensión, desde donde funciona la programación del Cine Club Universitario

Las entrevistas en las productoras han permitido corroborar que la Universidad no sólo funciona como un formador de mano de obra, sino también como un articulador de los productores entre sí, y entre éstos y las posibilidades de realización de productos. Ello tanto a través de la generación de espacios informales de intercambio de experiencias, así como la organización de diversos Festivales y como enlace con Canal 10. También las entrevistas han señalado que la formación de la mano de obra de la UNC adolece de especialidades lo que, además de significar algunos baches en competencias específicas, desemboca eventualmente en problemas por falta de profesionalidad. Las productoras han tratado de suplir estas falencias a través de distintas clínicas de capacitación; en tanto que las escuelas privadas de cine contribuyen a cubrir algunas especialidades.

⁸ - En particular de Canal 10 entre 1962 y 1980 y sus corresponsalías entre 1972 y 1978 (exceptuando 1976) y de Canal 12 entre 1966 y 1995.

⁹ - En particular, de Canal 7 entre 1968 y 1975, y de Canal 9 entre 1968 y 1972.

¹⁰ - Como de RTVE entre 1976 y 1979, UPI entre 1962 y 1975, DPA entre 1965 y 1972, y ETES entre 1974 y 1979, 1969 y 1972; así como documentales franceses varios.

¹¹ - “Crónicas de archivo”, producida por Garabato Animaciones y Canal 10, para Canal Encuentro.

¹² - Hacia 2009, en el jurado estaban animadores extranjeros que han sido nominados al Oscar; así como otros realizadores de prestigio internacional, y muchos de los animadores más importantes a nivel nacional.

De este modo, completan el panorama de la formación de mano de obra local las escuelas privadas de cine, audiovisuales y publicidad. En primer lugar, se destaca “**La Metro**”, que es una escuela privada que ofrece títulos terciarios y cursos en cine y TV. Dicta una Tecnicatura Superior en Cine y Video, cursos especializados en guión, edición de video y sonido, y un postítulo en animación en 2D y 3D. Por las características de sus cursos, brinda una oferta más flexible de mano obra y cuenta con un equipamiento un poco más actualizado que la UNC, aunque en limitadas especialidades. Por lo general, comparte profesores con la UNC, y muchos de los productores locales dan cursos en esta escuela; lo que genera cierto *feedback* entre la producción en sí y la formación de mano de obra. Muy recientemente ha surgido la “**Escuela La Lumière**”, que muestra un correlato con las necesidades locales de profesionalización en especialidades. Así, brinda cursos cortos en áreas específicas: guión para cine y TV, en dirección y puesta en escena, maquillaje artístico, animación y cine infantil y en postproducción. También funciona **Mariano Moreno Instituto Superior**, donde se brindan cursos cortos en Producción de Radio y TV.

Por la historia del mercado audiovisual cordobés, donde tradicionalmente la inserción en el mercado de producción cinematográfica o de TV, implicaba la emigración o bien significaba un nicho muy acotado; y la inserción laboral temprana estaba en la producción de publicidades, una parte de la mano de obra local, por así decirlo, “se salta el paso” por escuelas de cine y se forma directamente en publicidad¹³. Así, por ejemplo, funciona en Córdoba el “**Colegio Universitario IES**”, que brinda títulos terciarios de diversa índole. Entre ellos otorga un título de Técnico Superior en Publicidad (3 años) y con un año más de Administración de Empresas Publicitarias. Muy recientemente ha creado un título de Técnico Superior en Producción de Contenidos, enfocado a la realización para TV e internet.

Respecto a la exhibición cinematográfica, pueden distinguirse distintos segmentos. En primer lugar, por un lado, están las **cadena internacionales y nacionales de cine** (Hoyts, Showcase, Sunstar), que no suelen proyectar producciones locales y cadenas locales (Cines Dinosaurio), que han acompañado en los últimos años a las productoras manteniendo semanas en cartelera algunas de las películas que han logrado mayor difusión. En segundo lugar, hay un conjunto de **cines tradicionales reconvertidos** en la década de los 1990 (Cines Gran Rex y Cinerama), para adaptarse a la competencia de las cadenas; que eventualmente han apoyado no sólo la proyección de largometrajes, sino incluso la de cortometrajes. Sin embargo, a veces por la limitada cantidad de pantallas o por cuestiones comerciales, no siempre el tiempo en cartelera es suficiente para exhibir las producciones locales. Por último, hay un segmento de **cineclubes y cinebares**, muy importante para la exhibición de la producción local, e incluso organizan actividades de formación, encuentro y difusión.

La sala más destacada en este segmento es el **Cineclub Municipal Hugo del Carril**, que cuenta con poco más de una década de funcionamiento y donde se exhibe frecuentemente producción local de distinto tipo. Allí funciona un cineclub de cortos que exhibe producción local y de la provincia semanalmente. Además de ser el cineclub más activo en proyección de largo y cortometrajes, brinda cursos de capacitación no especializados y organiza bianualmente desde 2006 junto a otros centros culturales el Festival Latinoamericano de Cortometrajes “Cortópolis”, que incluye concursos de cortometrajes, exhibición y cursos, seminarios y talleres de capacitación en la producción de todo tipo de formatos audiovisuales. El Cine Teatro Córdoba es otro de los cineclubes más activos en exhibición en general, y donde se han proyectado los largometrajes locales.

¹³ - Las encuestas muestran incluso productoras de series de ficción integradas sólo por socios que vienen formados de institutos terciarios que brindan títulos en publicidad.

Localmente funcionan dos Espacios INCAA, uno en la ciudad de Córdoba, **Espacio INCAA Km. 700 Ciudad de las Artes**; y **Espacio INCAA Km. 725 Unquillo**, en el Gran Córdoba. Estas salas exhiben producción local regularmente. Por último, hay un conjunto de cineclubes o cinebares más informales (La Quimera, Cinéfilo Bar, etc.), pero donde la programación y/o el funcionamiento de algunos son conducidos directamente por socios de las productoras locales.

Referido a la distribución, las productoras locales se han organizado colectivamente para realizar la distribución de sus producciones. Han creado **Cine Cordobés**, donde confluyen algunas productoras de cine para realizar la distribución y promoción de sus películas. En esta área, han desarrollado clínicas para capacitarse en la tarea de distribución; para lo cual incorporaron personal de una distribuidora nacional de DVD.

Respecto a la televisión, Córdoba cuenta con tres señales de TV abiertas por aire y una señal abierta de TV digital. De los canales de aire dos han sido tradicionalmente repetidoras de Buenos Aires (**Canal 8** “Teleocho”, repetidora de Telefe, y **Canal 12**, repetidora de Canal 13 del Grupo Clarín) con escaso contenido de producción local (aunque la producción local empieza a ocupar más lugar en Teleocho) y por lo general programas de estudio (aunque en la historia cordobesa reciente haya algunos casos anecdóticos en ambos canales para señalar¹⁴), y un canal vinculado a la Universidad Nacional, **Canal 10**, que forma parte del Multimedia SRT, una Sociedad Anónima de la UNC. Recientemente se lanzó el primer canal de noticias de TV digital abierta desde las Provincias, Cba24n, que trasmite las 24 horas en el canal 31 de la grilla de la TV digital, con una producción propia de 14 horas, y también forma parte del Multimedia SRT.

Hasta hace 3 años Canal 10 mantenía una relación estrictamente comercial con las productoras locales, donde vendía el espacio para los fines de semana y el resto de la semana repetía contenido de canales de Buenos Aires (en algún momento de Canal 9, más recientemente de Canal 7) y con escasísima producción propia y acotada al noticiero local. En la actualidad la producción propia se ha más que doblado en pantalla, incluye una programación más diversa, y la relación con las productoras locales es fluida y de amplia cooperación, tanto para la producción de programas en estudio, como para la realización de series de ficción y documentales.

En la actualidad existe en general una política del canal de crear un mercado de producción local. Ello ha derivado en, por un lado, que se realice la mayor parte de los programas de estudios que no son noticieros en productoras locales; y por otro, el apoyo a la realización de series de ficción documentales. Sobre todo en el primer caso, la colaboración busca aprovechar sinergias en el uso de la capacidad instalada local y en el debate de los contenidos. En el segundo caso, en la realización de series, el apoyo es más diverso. En general, el canal ha participado con muchas de las productoras en los concursos del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), brindando un apoyo institucional y ofreciendo la pantalla para las distintas producciones. Por lo demás, la ayuda del canal a las productoras es variada y se ajusta a las necesidades puntuales de cada una. Así, en ocasiones ha colaborado asistiendo en logística, en otras ofreciendo sus islas de edición y equipos de pos producción, en otras oportunidades ha colaborado prestando equipos o consiguiéndoles los estudios para montar la escenografía.

También hay dos señales de cable cordobesas: **Canal C**, que funciona desde 2005 e incorpora alrededor de un 50% de producción local en su programación (se trasmite por cable para

¹⁴ - Por ejemplo, las ficciones cordobesas emitidas en Teleocho “La bruja, mi hijo y yo” (2001) y “Una piedra en mi zapato” (2002), y la ficción emitida en Canal 12 “Pinta el Camino” (2006), realizada por Garabato Animaciones, con financiamiento del INCAA y de sponsors locales.

Córdoba y emite señal por internet); y **Showsport**, un canal de deportes con una antigüedad de alrededor de 15 años. Este canal ha comenzado a co-producir con Canal 10 la emisión de deporte local. La producción local que incorporan estos canales es básicamente programas en estudios y cobertura de eventos y noticias en exteriores. Por otro lado, Colsecor, una asociación de cooperativas de distribución de TV por cable, cuenta con un canal de emisión satelital (**Colsecor TV**) desde 2002 con producciones propias, que se emite desde Córdoba.

Los productores y realizadores locales se nuclean en dos organizaciones de productores. Éstas son los Productores y Realizadores Asociados de Córdoba (**PRAC**), donde tienden a concentrarse los realizadores de TV, y la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (**APAC**), donde tienden a concentrarse las productoras de cine. En la primera los asociados son realizadores individuales, en tanto que en la segunda los asociados son las productoras o colectivos como tales. Ambos constituyen espacios de encuentro del sector y de representación gremial, para la discusión de acciones y medidas que afectan al sector y que se mantienen en diálogo permanente. Además, los integrantes de una y otra asociación, se encuentran en otras instancias colectivas, como los plenarios y comisiones del **Nodo Córdoba del Polo Centro** del Programa de Polos Audiovisuales del Consejo Asesor del SATVD-T.

Básicamente, este Nodo ha significado un espacio de encuentro entre asociaciones o colectivos, para la discusión de necesidades de la producción local y la articulación de acciones para afrontarlas. Confluyen en él integrantes de la UNC, de Universidades privadas de Córdoba (Universidad Blas Pascal y Universidad Católica de Córdoba), de organizaciones de productoras (APAC y PRAC), de los Sindicatos (de actores, de TV), de los SRT, de Fundaciones, de distribuidoras de cable, de las escuelas privadas de cine, etc. Principalmente ha consolidado un espacio de encuentro, de cristalización de demandas y acciones. En particular, ha realizado clínicas de capacitación para suplir falencias en algunas áreas de la realización audiovisual, particularmente: en guión, en dirección y en producción. Estos cursos fueron dictados por un *mix* de especialistas de Buenos Aires y productores locales con experiencia. De este modo, capitalizan y socializan el conocimiento local generado que se ha demostrado como exitoso, y procuran incorporar conocimiento desde otras regiones en las áreas donde identifican falencias (ver, por ejemplo la sección V).

Otro espacio de socialización, éste de competencias productivas, surgió luego del destacado desempeño de las productoras locales en la primera tanda de concursos del Consejo Asesor del SATVD-T (ver sección siguiente). A partir de allí surgió **Córdoba Produce**, un colectivo que reúne a las productoras locales que han obtenido premios desde estos concursos. Desde Córdoba Produce han recibido directamente un subsidio para realizar un conjunto de series para TV colectivamente. Esto es, los distintos participantes trabajan en conjunto, colectivamente, aportando distinto equipo, personal y competencias en general. Algunas productoras aportan actores, otros algunos equipos, otros guionistas, otros técnicos. Es un espacio claro de fortalecimiento de competencias y creación de sinergias productivas, en este caso, en la producción para TV.

IV. El papel de las políticas públicas de incentivo a la actividad

Más allá del desarrollo previo de un conjunto de competencias productivas básicas en la producción audiovisual, un tanto refugiadas en la producción publicitaria, y un tanto de carácter más bien independiente; el desempeño reciente del sector local encuentra un correlato de políticas públicas favorables que lo impulsan fuertemente. En particular, todo un ambiente más receptivo y de mayores recursos que estipula la nueva **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual** argentina desde el 2009, para TV; y las activas políticas del

INCAA en la última década y el acompañamiento del Gobierno Provincial, articulando algunas medidas de financiamiento, en producción cinematográfica.

En lo que se refiere a la producción cinematográfica existe un marco general que viene impulsando al sector en general a nivel nacional desde la década de los 1990's a través de la **Ley de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica Nro. 17.741/94**, que posibilitó que los fondos del INCAA se incrementaran significativamente desde 1995, ampliando sus fuentes de recaudación, y con ello los fondos disponibles para el financiamiento de las películas. Muy recientemente se estableció mediante el **Decreto 1528/12** la asimilación del sector cinematográfico y audiovisual a la actividad industrial y, en tal carácter, susceptible de acogerse a los regímenes de promoción de este tipo de actividades (una medida similar cimentó un crecimiento sin igual en la historia argentina en el sector del software, y fue la base de un régimen de promoción sectorial específico). En el mismo acto, a través del **Decreto 1527/12** se aumentó un 60% el monto máximo de financiamiento del INCAA a proyectos para largometrajes (de \$ 3,5 millones por película, a \$ 5,5 millones). De todas maneras, estas medidas aún no han sido implementadas, y en lo que respecta a la última década, además del aumento en general del presupuesto y personal del INCAA¹⁵, y particularmente para la industria local, impactan un conjunto de medidas de política del organismo denominadas "**Acción Federal**", enfocadas a impulsar la producción cinematográfica en las Provincias.

Estas medidas incluyen, por un lado, el establecimiento de líneas de financiamiento específicamente para las Provincias, a través de concursos federales, tanto de corto (**Concurso Federal Infancias**) como de largometrajes (**Concurso Federal Raymundo Gleyzer**); la apertura de salas de exhibición alternativas de cine argentino (**Espacios INCAA**) a lo largo del país (en 2006 se abre el Espacio INCAA dentro de la ciudad de Córdoba y luego se inaugura el Espacio INCAA en el Gran Córdoba); y por último, la realización de una serie de **clínicas de capacitación**. Las entrevistas y distintos informantes han dado cuenta de la importancia y el gran impulso que han significado estas clínicas desde el 2007 en adelante para las productoras locales. Desde aquél momento, la cantidad de largometrajes cordobeses concretados aumentó considerablemente (ver sección V, a continuación).

Por último, respecto a la producción cinematográfica hay que destacar algunas medidas a nivel provincial que han sido muy importantes para las productoras locales. En particular, en 2008 a través de un decreto el Gobierno de la Provincia creó un **Fondo de Fomento a la Actividad Cinematográfica y Audiovisual**, administrado desde la Agencia Córdoba Cultura y su área de Cine, Video y TV; fondo a través del cual el Gobierno otorgó un crédito sin intereses a las productoras que habían obtenido premios del INCAA para la realización de largometrajes, permitiéndoles disponer adelantadamente el monto total del subsidio¹⁶. Por otro lado, cabe acotar que en la actualidad las productoras, a través de sus asociaciones, junto al Gobierno Provincial y otros actores colectivos vinculados al sector, avanzan rápidamente en consensos alrededor de un marco normativo de promoción sectorial. Este contemplaría la creación de un ente provincial de promoción de la actividad y tres formas de financiamiento: los créditos que instituía el decreto provincial, aportes no reembolsables y un esquema de financiamiento privado.

¹⁵ - El personal del INCAA prácticamente se duplicó entre 2003 y 2008, pasando de poco más de 240 ocupados a más de 530 trabajadores. Además, las transferencias al sector privado del Instituto han pasado de un nivel de 40 millones de pesos en 2004 a alrededor de 125 millones para el 2011, siempre en niveles de entre un 80% y un 95% en concepto de subsidios a productores.

¹⁶ - El INCAA otorga los subsidios de sus premios en cuotas a lo largo de la realización, lo que genera algunos problemas financieros a las productoras. El decreto procuró cubrir estos problemas a través del adelanto y tres películas se realizaron con este beneficio: "De Caravana", "Hipólito" y "El invierno de los raros".

En la producción audiovisual local para TV uno de los factores más importantes que la ha impulsado ha sido la política nacional con la implementación de la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522**, sancionada en octubre de 2009; particularmente a la producción de series de TV, tanto de ficción, como documental.

La Ley ha significado un impulso a la producción local con la literal creación de un mercado de series locales para TV, desde dos frentes. Por un lado, establece cuotas de emisión de producción local independiente para los canales abiertos¹⁷ en pantalla de TV. Y por otro lado, establece la transición del sistema a los servicios digitales; lo que ha abierto canales, cobertura y ampliado enormemente las posibilidades de producción locales. Esto último, se reglamentó a través de la creación del **SATVD-T** y su Consejo Asesor¹⁸, a través de los decretos 1148/09 y 364/10.

En términos generales, el Consejo Asesor del SATVD-T planifica la transición en 10 años del sistema analógico al digital. Ello involucra la inversión en infraestructura para la cobertura de la transmisión digital, el aprovisionamiento y distribución de equipos de recepción, el impulso, capacitación y desarrollo de una industria de sostenimiento técnico del sistema y de producción de contenidos y cuestiones vinculadas a la definición de derechos emergentes. También opera bajo su órbita el **Programa de Polos Tecnológicos Audiovisuales**, que organiza por regiones al país (que reúnen varias provincias) y nodos (centrados en las Universidades Nacionales), para nuclear a los distintos colectivos vinculados a la producción audiovisual y articular acciones. Esto es, crea una institución para la articulación de diversas actividades y acciones (ver sección anterior).

Además de la capacitación que ha logrado generar el Nodo Córdoba del programa de Polos y la extensión de la cobertura de transmisión y la extensión de la recepción, la producción local para TV se ha visto muy particularmente favorecida por las políticas de promoción de contenidos del Consejo, articuladas a través de su **Plan Operativo de la Promoción y Fomento a la Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales**. Así, desde 2010 el Consejo Asesor suscribe un convenio con la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) y el INCAA para instrumentar, hasta el momento, tres tandas anuales de concursos nacionales para la televisión digital.

En las dos primeras tandas de concursos, los fondos provenían íntegramente del Consejo Asesor del SATVD-T. A través de estos concursos, dicho Consejo adquiriría las series y las productoras involucradas cedían sus derechos que pasaban a formar parte del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA); desde donde los canales adherentes pueden recibir contenidos. El INCAA realizaba la evaluación técnica y artística de los proyectos. En los casos de concursos de series federales (no para unitarios), adicionalmente, el INCAA facilitaba un equipo capacitador a los ganadores en las áreas de guión, dirección y producción, en tanto la UNSAM realizaba la logística administrativa.

La primera convocatoria fue en el año 2010 e incluyó nueve concursos. Dos fueron para material terminado (37 documentales y 38 cortometrajes); tres fueron concursos federales, esto es, establecían cuotas por región (Córdoba y Santa Fe integran una región, de unas 5 a nivel nacional) o provincia (18 series de ficción, 30 series documentales y 54 unitarios); y

¹⁷ - Esta cuota mínima depende del tamaño de la ciudad donde se ubica la estación. Para ciudades de más de 1.500.000 de habitantes, esta cuota es del 30% de la emisión; para ciudades de más de 600.000 habitantes, la cuota es del 15% de la emisión; en tanto que para otras localidades la cuota es del 10%.

¹⁸ - Este Consejo funciona bajo la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios; y está integrado por representantes de todos los Ministerios del Gobierno Nacional y de Jefatura de Gabinete. Adicionalmente, es asesorado por un Foro Consultivo y una Comisión Federal con representantes de las provincias, municipios y comunidades.

cuatro fueron concursos nacionales de los cuales tres eran para productoras con antecedentes (16 series documentales, 7 series de ficción y 5 series de ficción para señales públicas) y uno para producción de series para señales públicas independientemente de los antecedentes de las productoras.

La convocatoria de 2011 amplió la cantidad de concursos a dieciséis. Tres de ellos fueron para proyectos pequeños ya terminados (50 animaciones cortas, 50 cortometrajes y 50 documentales terminados) en montos de entre \$ 2.500 y \$ 3.000; siete para proyectos para producir federales, esto es, con una cuota por región o por provincia (12 series de ficción, 6 series de ficción temáticas, 18 series documentales, 6 series animadas, 6 series animadas temáticas, 14 programas para señales públicas y 24 unitarios), en montos de entre \$ 90.000 y \$ 856.000, y donde se aceptaban productoras con y sin antecedentes; y cuatro concursos nacionales (esto es, sin cuota por región o provincia), tres para productoras con antecedentes (7 series de ficción, 10 series documentales, 10 series documentales para canales de TV) y una para productoras en general (6 series de animación), en montos de entre \$ 720.000 y \$ 1.625.000. Además, había dos concursos de 10 series de ficción cada uno en alta definición. La sección siguiente resume el desempeño de las productoras locales en estos concursos.

Las entrevistas han mostrado que la asesoría técnica del INCAA, tanto en concursos nacionales como federales ha significado para las productoras locales un fortalecimiento de competencias y aprendizaje en diversas áreas. La información secundaria también confirma que como producto de la colaboración entre el INCAA y el Gobierno de la Provincia se concretaron más de 20 clínicas de capacitación en diversas áreas, con visitas de realizadores y productores de otras provincias.

Por otro lado, el INCAA propone un viraje de política para la tercera convocatoria de concursos. A diferencia de estas dos últimas convocatorias, la tercera presentará particularidades. Por un lado, el INCAA aportará recursos propios para TV. Por otro, los nuevos concursos cederán los derechos a las productoras (y no al BACUA, como en las anteriores ediciones), para que éstas puedan negociar su emisión. Se prevén concursos federales con cuota por provincia, para series documentales en asociación a canales educativos (Encuentro, Paka Paka o Tecnópolis TV), de telenovelas para canales públicos o privados y para la realización de telefilmes.

Por último, en el marco el Consejo Asesor del SATVD-T junto con el INCAA organizaron una ronda de negocios a fines de 2011, denominada **VENTv**, con el objetivo de reunir a los realizadores de series de ficción ganadoras de los concursos, con compradores internacionales de contenidos (tales como RTVE de España, Canal + de Francia, HBO Latin America o RCN TV de Colombia, entre cerca de 100 compradores). El encuentro se realizó en Buenos Aires, pero contó con productoras de todo el país, donde las cordobesas presentaron sus realizaciones premiadas.

V. Características de las productoras cordobesas de Cine y TV

El crecimiento experimentado por la actividad audiovisual en Córdoba ha sido acompañando por una expansión en el número de productoras. Mientras que una década atrás había entre 25 y 30 empresas, en su mayoría dedicadas principal o subsidiariamente a la producción de contenidos para televisión, en la actualidad están en actividad más de 40 empresas, varias de las cuales están orientadas principalmente a la producción cinematográfica.

Antes de presentar las características estructurales y el grado de desarrollo de competencias de las productoras encuestadas y entrevistadas, cabe presentar algunos indicadores del desempeño del sector productivo local.

Respecto a la producción cinematográfica, desde el 2009 se han estrenado 14 películas “cordobesas”¹⁹, es decir un promedio algo superior a 3 películas al año. De estas, 13 fueron filmadas en la Provincia de Córdoba, en su mayoría con técnicos y actores locales. Varias de ellas han obtenido premios o menciones en festivales nacionales (BAFICI, Festival de Cine de Mar del Plata, FICIC) e internacionales. También varias han tenido un buen, o al menos un aceptable, nivel de público a pesar de la escasez de copias²⁰ y los problemas de distribución comercial.

A pesar de estos logros y de la creciente profesionalización lograda en los últimos años, para un número significativo de técnicos, artistas y actores, su participación en el mundo del cine todavía es sólo parcialmente rentada, lo que no les permite obtener los recursos económicos que necesitarían para dedicarse exclusivamente a esta actividad

Respecto a la producción para TV, la producción de contenidos ha crecido en los últimos años tanto debido al mayor contenido local de las señales tradicionales, como por el impulso gubernamental a la producción de material para la Televisión Digital Terrestre (TDT). Las producciones más complejas, por sus contenidos, son las orientadas a la TDT. Estas son las que pueden obtener, a través del INCAA, el financiamiento previsto en el Plan Operativo de la Promoción y Fomento a la Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales.

En los dos concursos realizados hasta el momento, las productoras cordobesas tuvieron un buen desempeño. En la edición de 2010, en el segmento de concursos federales, donde estaban establecidas cuotas por región y donde se competía en ocasiones sólo con Santa Fe, otra provincia de importante producción audiovisual, fueron premiadas 3 series de ficción²¹, 2 series documentales²² y 4 unitarios²³. En tanto que en el segmento de concursos nacionales, donde se competía en igualdad de condiciones con las restantes productoras del país, las productoras cordobesas obtuvieron dos de las cinco series de ficción premiadas para señales públicas para productoras con antecedentes²⁴, y dos de las doce series documentales para señales públicas²⁵. Todas las series y unitarios ganadores han sido transmitidos en la TV abierta en Canal 10 de Córdoba.

En la edición 2011, más allá de los premios federales, el desempeño de Córdoba en los concursos nacionales ha sido particularmente bueno en la categoría de series de animación, donde la mitad de los premios quedaron en manos cordobesas, con tres ganadores titulares²⁶ de los seis premios (además, en los concursos federales se computan dos premios más). En los demás concursos nacionales se obtuvo un premio (de los 10) para la realización de series documentales para productoras con antecedentes²⁷ y dos premios para realizar series

¹⁹ - El listado de películas incluye: La criada; Buen Pastor, una fuga de mujeres; Yatasto; Curapaligué; La sombra azul; Japón; De Caravana; Salsipuedes; Hipólito; El invierno de los raros; El espacio entre los dos; Ferroviarios; Albor; Fotos de Familia. Es de destacar, que algunas de estas películas fueron filmadas antes del 2009. En contrapartida, no se incluye en esta lista largometrajes dirigidos por directores cordobeses que residen en otros lugares del país y que utilizan equipos técnicos de fuera de Córdoba. Tampoco se consideran largometrajes producidos para circular por fuera del circuito comercial.

²⁰ Para “De Caravana”, la película más taquillera, según información periodística vista por más de 40 mil espectadores, sólo hay tres copias

²¹ - Las series son “Corazón de Vinilo”, “Córdoba Castings” y “Las otras Ponce”.

²² - Las series son “Luz Mediterránea” y “Nosotros campesinos”.

²³ - Los unitarios son “Popular y cordobés”, “Reforestando identidad”, “Los mágicos” y “El Che Cordobés”.

²⁴ - Las series son “Edén”, de Oruga Films y el Multimedia SRT, y “La Purga”, de Garabato Animaciones, Prisma Cine y el Multimedia SRT.

²⁵ - Las series son “La 40” de Atrox Fábrica de Imágenes y el Multimedia SRT y “Argentinos por adopción”, de Garabato Animaciones.

²⁶ - Los ganadores fueron “Los tres sargentos”, “Antón” y “Güiro y el gran tesoro comechingón”.

²⁷ - La serie es “Héroes de hoy, pioneros argentinos”.

documentales para TV pública (de 10 premios)²⁸, en tanto que en la categoría de series de ficción un proyecto quedó como suplente.

Debido a estos financiamientos la producción de series de ficción ha dejado de ser un hecho excepcional en la televisión cordobesa. Varios de estos emprendimientos han sido bastante ambiciosos tanto en extensión (hasta 13 capítulos), como en complejidad técnica y artística. Un par de esas series tuvieron presupuestos cercanos a los 300 mil dólares, casi tan amplios como los de las películas cordobesas de mayor presupuesto, demandaron más de 50 días de rodaje y participaron, incluidos extras, más de 100 personas en cada una.

Las productoras encuestadas tienden a ser empresas jóvenes, fundadas después del año 2000. Del mismo modo, los productores y directores también tienden a ser jóvenes, en varios casos por debajo de los 30 años. Dado que se trata de un mercado emergente y en el que muchos de los dueños o socios de las productoras valoran la búsqueda de sus propios “objetivos artísticos” a un nivel similar o, en ciertos casos, mayor a los objetivos “estrictamente comerciales”²⁹, el tejido empresarial no es estático, siendo relativamente frecuente que algún agente decida el cese de actividades de un emprendimiento, para iniciar otro con nuevos socios.

En lo que respecta a los mercados a los que destinan su producción se observa un alto nivel de diversificación productiva. En general, la mayoría hace TV y aproximadamente la mitad incursiona en el cine, sea como actividad principal o complementaria. Además todas tienden a hacer algo de publicidad e institucionales. El bajo nivel de especialización se refuerza si se observa el tipo de actividades que las productoras realizan para los mercados de cine y TV. La mayoría hace tanto tareas de pre-producción, como de producción y pos-producción, además de dedicarse a la venta de servicios de producción. Este bajo nivel de especialización productiva es claramente una estrategia para sobrevivir en un ambiente donde las limitaciones financieras constituyen un importantísimo escollo a la actividad de las empresas.

Es de destacar que la incursión de las empresas en el rubro publicidad no sólo le permite a muchas empresas conseguir los recursos que permiten la continuidad de sus actividades, sino que tradicionalmente ha sido un área de experimentación que ha dejado enseñanzas valiosas para el cine y la TV.

Dado que el nivel de actividad no es parejo a lo largo del año (ni de un año a otro), las productoras tienden a organizarse de forma muy flexible de forma de tener la menor cantidad posible de costos fijos, con escaso personal estable y con contrataciones de acuerdo a las necesidades de producción. Son muy escasas las productoras que tienen más de 10 ocupados, y cuando ello ocurre normalmente parte de esos ocupados se dedican a otras tareas, tales como publicidad o material institucional. En este sentido, Córdoba replica la forma de organización característica de las productoras de Buenos Aires (González y Borello, 2012)

Por el mismo motivo, la variable de facturación es un indicador poco confiable del tamaño de una empresa, ya que es altamente dependiente de los proyectos encarados en el año en cuestión. De las 7 empresas encuestadas, sólo una había alcanzado en el 2011 un volumen de facturación del orden de 1 millón de dólares.

El carácter flexible y, en muchos casos, informal de las productoras³⁰ se refleja también en el reducido nivel de activos físicos acumulados. En general no tienen oficinas propias, ni estudio

²⁸ - Las series son “Raíz de ocho” y “Vuelo de cabotaje, retrato de un retrato”.

²⁹ - Aunque esta es una característica propia de las industrias culturales en general, como señala la literatura empírica (Brandellero y Kloosterman, 2010; Caves, 2000; Cowen y Tabarrok, 2000).

³⁰ - En general los socios son monotributistas, aunque en algunos casos las mismas exigencias de la actividad están induciendo a algunos a adoptar formas societarias más complejas.

de grabaciones. Además, en un marco donde la producción es circunstancial, el rápido ritmo de cambio tecnológico amenaza con volver obsoleto el equipamiento adquirido impidiendo así el recupero de las inversiones efectuadas. Es por ello que tampoco es infrecuente que carezcan hasta de equipamiento propio para filmar, o que tengan un equipo mínimo. En estos casos deben recurrir al mercado local con el fin de alquilar el equipamiento necesario.

De todas maneras, cabe destacar que hay proveedores locales en todos los rubros necesarios para producir, tanto para TV, como para cine. Las entrevistas efectuadas señalan que si bien hasta hace algunos años no había provisión local de algunos equipos en particular, estas falencias ya estarían solucionadas. Hay proveedores nacionales de equipos y cámaras que cuentan con sucursales solamente en Córdoba, además de en Buenos Aires; buenos proveedores en accesorios de cámaras, grips, equipo de sonido, iluminación y posproducción, etc. También hay productoras locales que cuentan con equipo y lo alquilan. Eventualmente los proveedores de implementos tienen el *know who*, de quien posee los distintos tipos de equipos y son los que intermedian localmente para que cada productora consiga el equipamiento que requiere en particular, obrando de enlace³¹. La falta de estadísticas adecuadas no permite hacer una estimación cuantitativa del orden de magnitud del sector de proveedores³²; aunque de acuerdo a las entrevistas efectuadas el entramado de proveedores está en condiciones de satisfacer las necesidades de las productoras locales sin problemas.

De hecho, puede verse en el cuadro 2 a continuación el alto uso de distintos servicios productivos contratados a terceras empresas, por parte de las productoras encuestadas. La provisión interna sólo es predominante en el uso de equipos de posproducción (para el 86% de las empresas, y la empresa restante, se provee tanto internamente, como a través de contrataciones) y en la publicidad de las producciones. Las productoras de la muestra tienden predominantemente a acudir a la red de proveedores externos tanto para el uso de set de filmaciones, grúas y servicios de locación (entre un 70% y un 86% de las empresas), como para escenografía, vestuario, técnicos en HD, alquiler de cámaras y archivos de imagen y sonido (para el 60% de las productoras encuestadas). El casting es una actividad que predominantemente oscila entre la provisión interna y externa para las productoras encuestadas.

³¹ - Un informe del Departamento de Cine y TV de la UNC señalaba que hace una década, hacia el 2001 existían en Córdoba alrededor de 200 técnicos que ofrecían sus servicios junto con el equipo (Sorrentino, 2001). La misma fuente daba cuenta del funcionamiento de alrededor de 30 productoras de programas de TV y de publicidad.

³² - Debido a la naturaleza de esta actividad, que no está tipificada en códigos clasificatorios industriales particulares, sino que está clasificada en distintos y diversos códigos, no es posible identificar a la existencia de productores locales de equipos (aunque las entrevistas dan cuenta de la existencia de ellos, particularmente en la producción de accesorios para cámaras). Lo propio ocurre con los proveedores de equipos, que algunas veces son las propias productoras o particulares, o empresas cuya actividad está tipificada en otra área (como la organización de eventos, por ejemplo) o agregadas con otras actividades (como alquiler de equipos en general). En ese sentido, urge diseñar un relevamiento, para tipificar las características de la provisión local, pero principalmente para poder dar cuenta del orden de magnitud de la provisión local y de la capacidad instalada total de Córdoba.

Cuadro 2. Carácter de la provisión de servicios productivos. Muestra de Productoras Cordobesas.

<i>Servicios productivos</i>	No usa ese servicio	Lo provee internamente	Lo contrata a terceras empresas o individuos	Mixto (lo provee y lo contrata)	Total
Cámaras		28,6%	57,1%	14,3%	100%
Equipos de posproducción		85,7%		14,3%	100%
Prensa	28,6%	14,3%	42,9%	14,3%	100%
Publicidad	28,6%	42,9%	14,3%	14,3%	100%
Vestuario (alquiler o realización)		14,3%	57,1%	28,6%	100%
Selección de actores ("casting")		28,6%	28,6%	42,9%	100%
Escenografías		28,6%	57,1%	14,3%	100%
Vehículos		14,3%	42,9%	42,9%	100%
Grúas	14,3%		71,4%	14,3%	100%
Servicios de locación			71,4%	28,6%	100%
Set de filmación	14,3%		85,7%		100%
Técnicos HD	28,6%		57,1%	14,3%	100%
Distribuidoras de cine y video	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%	100%
Ventas internacionales	42,9%	14,3%	28,6%	28,6%	100%
Archivos de imagen y sonido	14,3%		57,1%	28,6%	100%

En cuestión de servicios logísticos y otros servicios anexos, la provisión externa es totalmente predominante en las productoras encuestadas, como puede verse en el cuadro 3 a continuación. De este modo, se trata de un sector productivo que, por un lado, apoya su actividad en una diversa red de provisión de servicios y que, por otro, genera demanda a una gran variedad de otros sectores.

Cuadro 3. Carácter de la provisión de servicios de logística y anexos. Muestra de Productoras Cordobesas.

<i>Logística y otros servicios</i>	No usa ese servicio	Lo provee internamente	Lo contrata a terceras empresas o individuos	Mixto (lo provee y lo contrata)	Total
Catering		14,3%	42,9%	42,9%	100%
Seguridad	14,3%		85,7%		100%
Seguros	14,3%		85,7%		100%
Transporte			42,9%	57,1%	100%
Contaduría	14,3%	28,6%	28,6%	28,6%	100%
Asesoramiento legal	28,6%		71,4%		100%

Respecto a competencias laborales del sector local, en materia de recursos humanos hay coincidencia en los distintos entrevistados y encuestados que la oferta de personal calificado es abundante y que en los últimos años se ha ido especializando y ganando experiencia. De todos modos, también señalan que en este ítem Córdoba está en desventaja respecto de Buenos Aires, pues en esta última hay un mayor nivel de especialización. El cuadro 4 a continuación muestra cómo las productoras locales encuestadas califican en promedio a las competencias de los recursos humanos a nivel local, respecto al nivel en la capital del país, como referencia del nivel nacional.

Cuadro 4. Percepción de la calificación de los recursos humanos. Muestra de Productoras Cordobesas (Calificación de 1 a 5).

<i>Actividades de la Productoras</i>	Promedio Buenos Aires	Promedio Córdoba
Producción ejecutiva	4,71	3,14
Dirección	4,71	3,86
Guionista/s	4,43	3,14
Actores	4,29	2,86
Extras	4,29	3,29
Especialistas (dobles, etc.)	3,43	1,4
Fotografía	4,71	4,14
Arte	4,43	3,57
Montaje y edición	4,86	4,29
Efectos especiales	4,29	3,43
Sonido	4,43	3,29
Prensa	4,29	2,67
Catering	4,57	3,5
Utilería, carpintería, escenografía	4,43	3,43

En general, consideran que el nivel de los recursos humanos locales está por debajo en todas las áreas de actividad, pero las distancias son significativamente bajas en materia de fotografía, montaje y edición, arte, efectos especiales y dirección. Por el contrario, las productoras locales sienten que el nivel de los recursos humanos locales es más rezagado en las áreas de producción ejecutiva, guión, actuación, prensa y especialistas (dobles, etc.). En ese sentido, es de destacar las instancias de capacitación que se han desarrollado muy recientemente, la mayoría por propia iniciativa de las productoras (ver sección IV), para tratar de cubrir las falencias en competencias laborales.

El carácter embrionario de la actividad cinematográfica y de producción de contenidos local para televisión también se refleja en que todavía la publicidad y la generación de material para instituciones constituyen la principal fuente de financiamiento para muchas de estas empresas. La otra gran fuente de financiamiento, que rivaliza en importancia con la anterior, son los subsidios del INCAA, lo cual es un indicador de la relevancia que ha adquirido la política estatal de promoción de la actividad; y sigue al modelo predominante en el mundo de financiamiento de la actividad cinematográfica. La venta de servicios de producción o de posproducción es otra fuente que reviste cierta importancia para algunas empresas. En cambio, la recaudación de las películas y los premios en dinero en festivales sólo generan ingresos para un reducido número de empresas, y por lo general de importancia menor.

Los presupuestos de los largometrajes tienden a oscilar entre los 25-30 mil dólares para algunos documentales de bajo costo y los 350 mil dólares para películas de ficción más complejas. La movilización de recursos que esta actividad genera es importante para el medio local, especialmente en las películas de ficción. Más allá de las actividades de pre-producción que normalmente demandan varios meses, la etapa de rodaje en algunos casos ha superado el mes y demandado la participación de 250 personas.

La coproducción, tanto con otras empresas nacionales como internacionales, es un medio que han comenzado a utilizar las productoras locales para adquirir nuevas competencias, complementar potencialidades y/o tener acceso a otras fuentes de financiamiento. Otro aspecto a destacar, es que dado que las productoras no tienen un plantel técnico estable, sino que lo contratan de acuerdo a sus necesidades, los técnicos tienden a circular por las distintas empresas, difundiendo así experiencias y conocimientos tácitos a lo largo de todo el entramado local.

Es de destacar que en varios casos estas productoras cordobesas ganadoras de los concursos para la producción de material para TV son empresas con una trayectoria importante en cine. También en la producción de contenido para TV son comunes las coproducciones

VI. Conclusiones

A lo largo del trabajo se han enfatizado las características productivas especiales que presentan las industrias culturales, y particularmente el sector de producción audiovisual y cinematográfica de Córdoba como parte de las mismas. El objetivo del artículo ha sido presentar un panorama del estado actual del sistema local de producción audiovisual y cinematográfica y sus competencias, sus potencialidades de desarrollo e identificar posibles limitantes y desafíos.

Las productoras locales muestran un creciente nivel de actividad. En materia cinematográfica hacia mediados del 2012 se encontraban en distintas etapas de producción alrededor de 15 películas; un nivel de proyectos inédito en la historia de la producción local de largometrajes. Tanto la información secundaria como los informantes dan cuenta de la existencia de un entramado de actores satisfactoria para el establecimiento y la consolidación de la producción cinematográfica en Córdoba: una amplia oferta laboral, desde actores a técnicos, importantes instituciones formadoras de recursos humanos en diversas áreas, una masa crítica de productores, directores y guionistas, así como la existencia de espacios de representación colectiva y socialización de competencias, proveedores locales en todos los rubros necesarios; e incluso algunos espacios de exhibición con predisposición a colaborar con la difusión local.

En el segmento de producción para TV, a pesar de que en la década de los 1990's los canales abiertos de TV local prácticamente se convirtieron en simples repetidoras de la programación de los canales de Buenos Aires, a inicios y hacia mediados de los 2000's, existía a nivel local un conjunto de recursos y capacidades "latentes", refugiadas un tanto en la actividad publicitaria y cimentada por la formación de recursos humanos desde los centros académicos; que se activaron fuertemente con el impulso de los instrumentos de fomento que creó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las posibilidades de mercado que ésta abre. El desempeño de las productoras locales en este segmento ha sido particularmente bueno, y presenta todas las condiciones para desarrollarse ampliamente en el corto y mediano plazo.

El artículo ha dado cuenta de la existencia en la actualidad de un dinamismo local de gran magnitud, con un incremento relativo de importancia respecto a períodos anteriores en materia de producción. Ha surgido una fuerte interrelación entre los distintos participantes del sector, sobre todo a partir de la articulación de los productores con las políticas de fomento del INCAA y con la participación en materia de difusión sobre todo de Canal 10. Esto ha llevado a la consolidación de una aceptable masa crítica y a la construcción y acumulación de competencias por parte de las empresas y productores del sector, sobre la base de un rico proceso de experiencia productiva. Además existen localmente recursos altamente capacitados en casi todas las áreas de importancia productiva, e iniciativas conjuntas direccionadas hacia la consolidación local.

Sin embargo, existen diversas limitaciones que deben tenerse en cuenta y abordarse frontalmente para consolidar el sector y cimentar un sólido entramado productivo.

En primer lugar, pese al buen nivel de competencias laborales desarrollado, es necesario sostener y profundizar la capacitación de recursos humanos en aquellas especialidades donde las habilidades están atrasadas respecto a otros polos de producción nacional. Las productoras han mostrado una actitud muy activa en ese sentido, en una primera instancia, identificando las áreas donde era necesario complementar las habilidades de la mano de obra local y áreas

estratégicas críticas para la producción; e instituyendo rápidamente instancias de capacitación, atrayendo formadores desde otros polos de producción audiovisual. Este proceso de desarrollo de competencias debe sostenerse en el tiempo, aunque sólo es posible con un nivel sostenido de actividad productiva que lo acompañe.

En segundo lugar, urge el desarrollo de estadísticas sobre el sector, a fin de poder hacer un diagnóstico más adecuado, no sólo de la producción local en sí y los realizadores, sino también del nivel (y calificación) del empleo que genera la actividad, y del orden de magnitud del entramado productivo y las múltiples externalidades productivas que la actividad genera hacia otros sectores, proveedores de equipo, accesorios, técnicos, etc. En ese sentido, es necesario diseñar un relevamiento, para tipificar las características de la provisión local, pero principalmente para poder dar cuenta del orden de magnitud de la misma y de la capacidad instalada total de Córdoba; y poder diseñar e implementar políticas de fomento adecuadamente focalizadas.

Por último, y lo más importante, es necesario reforzar en la dimensión institucional la promoción local. A pesar de existir normativas e instituciones nacionales que han sido altamente favorables al sector, los instrumentos de apoyo provinciales han sido eventuales, y los esfuerzos para materializar un marco de promoción sectorial a nivel provincial, no han logrado concretarse. En ese sentido, la ausencia de mecanismos locales **institucionalizados** de fomento es una clara desventaja con respecto a otros polos de producción audiovisual en el país. Debido a las características del sector, referidas anteriormente, al respecto de la clusterización y concentración local, el surgimiento de un marco institucional favorable, otorgaría un impulso aún mayor a las producciones locales. En tal sentido, es primordial la institución de un marco regulatorio provincial de fomento a la actividad. Tanto la literatura teórica como empírica sobre este tipo de sectores señala la gran relevancia para la actividad de la promoción a un nivel local. En ese sentido, urgen medidas que se cristalicen en instituciones de fomento que posibiliten una dinámica local propia, que articulen esquemas de financiamiento público-privado que permitan consolidar una industria local, que ya muestra un gran dinamismo productivo y una enorme potencialidad.

BIBLIOGRAFIA

- Ancori, B., Bureth, A. and Cohendet, P., (2000). “The economics of knowledge: the debate about codification and tacit knowledge”, *Industrial and Corporate Change*, Vol 9, Nro 2.
- Barnes, C.; Borello, J. y Pérez Llahí, A., (2011), “Formas de organización de la producción, la distribución y el consumo cinematográfico en la Argentina”, *XVI Reunión anual de la Red Pymes Mercosur*, Concepción del Uruguay.
- Bassett, K.; Griffiths, R.; y Smith, I. (2002); “Cultural industries, cultural clusters and the city: the example of the natural history film-making in Bristol”; *Geoforum*, 33, pp. 165-177.
- Brandellero, A. y Kloosterman, R. C. (2010). “Keeping the market at bay: exploring the loci of innovation in the cultural industries”, *Creative Industries Journal*, 3: 1, pp. 61–77.
- Cassiman, B. and Veugelers, R. (2006) 'In Search of Complementarity in Innovation Strategy: Internal R&D and External Knowledge Acquisition', *Management Science* 52(1): 68-82.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- CITF (1998). “Creative Industries Mapping Document. Creative Industries Task Force. Department of Culture, Media and Sport, London.
- Clare, K. (2012). “The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play”. *Cities*, In press.

- Cowan, R., David, P. y Foray, D. (2000). "The explicit Economics of Knowledge Codification and Tacitness". *Industrial and Corporate Change*, Vol. 9 (2), pp. 211-253.
- Cowen, T. y Tabarrok, A. (2000). "An economic theory of avant-garde and popular art, or high and low culture". *Southern Economic Journal*, 67: 1, pp. 232
- Chalmers, A. (1988). *¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Una valoración de la naturaleza y estatuto de la ciencia y sus métodos*. Madrid: Siglo XXI.
- Ernst, D. y Lundvall, B. (1997). "Information Technology in the Learning Economy. Challenges for Developing Countries". *Druid wp*; N° 97/12.
- Getino, O. (1998). *Cine argentino: entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- González, Leandro y Borello, José A. (2012), "Características de la producción audiovisual en la Argentina: Resultados de una encuesta reciente a productoras", Instituto del Conurbano, UNGS, (mimeo)
- Johnson, B. (1992). "Institutional Learning". En B. Lundvall, (1992), op.cit..
- Johnson, B. y Lundvall, B. (1994). "Sistemas nacionales de innovación y aprendizaje institucional". *Comercio Exterior*, N° 8; pp:695-704.
- Lall, S: (1995). "The creation of Competitive Advantage: the Role of Industrial Policy". En Irfal ul Haque (ed.), *Trade, Technology and International Competitiveness*. Washington DC: EDI Development Series, World Bank.
- Lundvall, B. (ed.) (1992). *National Systems of Innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*. Londres: Printer Ed..
- Lundvall, B. (1996); "The Social Dimension of The Learning Economy"; DRUID Working Paper N° 96-01, Aalborg.
- Morero, H. (2010). "Sistemas de Innovación y Competitividad de las Empresas". *Revista Astrolabio – Nueva Época*, Vol. 5, pp. 185-200.
- Morero, H. y Quaglia, N. (2012). "Sistema Nacional de Innovación: una Perspectiva para el Desarrollo Económico y el Cambio Tecnológico". *Actualidad Económica (en prensa)*, FCE-UNC.
- Mudambi, R. (2008); "Location, control and innovation in knowledge-intensive industries"; *Journal of Economic Geography*, 8, pp. 699–725
- Nelson, R. y Winter, S. (1977). "In search of useful theory of innovation". *Research Policy*, Vol. 6: 36-76.
- Nelson, R. y Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. Oxford University Press.
- Nonaka, I. y Toyama, R. (2002). "A firm as a dialectical being: Towards a dynamic theory of a firm". *Industrial and Corporate Change*, Vol. 11 (5), pp. 995-1009.
- OECD (1996); "The Knowledge-Based Economy"; OECD/CD (96) 102; Paris.
- Polanyi, Michael (1967). *The tacit dimension*. University of Chicago Press.
- Saenz, S. (2004). *El Cine en Córdoba: Catalogo de la producción cinematográfica (1915-2000)*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- Scott, A. (1997). "The cultural economy of cities"; *International Journal of Urban and Regional Research*, 21 (2), 323–340.
- Scott, A. (2000); *The cultural economy of cities*. Londres: Sage.
- Scott, A. (2005); *On Hollywood: The place, the industry*. EUA: Princenton University Press.
- Sorrentino, P. (2001). "Diagnóstico de las Industrias de Producción Audiovisual de la Ciudad de Córdoba". Informe del Departamento de Cine y Televisión. Escuela de Artes. Facultad de Filosofía y Humanidades (UNC).