

## La interacción entre las instituciones y la producción cinematográfica y de contenidos para TV en Córdoba<sup>1</sup>

por Jorge José Mottá, Hernán Alejandro Morero y Nicolás Mariano Mohaded\*

**Resumen:** El objetivo del presente trabajo es estudiar la manera en que en los últimos años se ha dado el proceso de interacción entre las instituciones y las productoras audiovisuales y cinematográficas de la ciudad de Córdoba, afectando el grado de desarrollo de las competencias locales. El análisis se basa en un estudio exploratorio cualitativo centrado en entrevistas a productoras de cine y/o TV; y en entrevistas a diversos informantes clave del sector. El estudio revela que el desempeño reciente ha sido acompañado por la emergencia de una importante serie de instancias colectivas e institucionales de sostenimiento, creación y fortalecimiento de competencias.

**Palabras Clave:** Industrias culturales, producción audiovisual y cinematográfica, Córdoba.

**Abstract:** This paper focuses on the interaction between institutions and media production in terms of the development of local production in Cordoba City (Argentina). The analysis is based on a qualitative exploratory approach that focuses on interviews to film and television producers as well as to other key sector informants. The paper reveals the recent emergence of significant collective and institutional actions that support, create, and strengthen local production.

**Keywords:** Cultural industries, television and film production, Córdoba.

---

<sup>1</sup> Debe agradecerse especialmente la excelente disposición de todos los entrevistados y de las productoras encuestadas para participar en la investigación. También se agradecen los valiosos comentarios de un evaluador anónimo, y todas las observaciones y correcciones del Comité Editorial.

### **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, más bien como experiencias aisladas, que contaban con medios muy escasos y lograban baja repercusión pública. Los directores locales que tenían la pretensión de realizar cine de manera más profesional, por lo general 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.

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. Una serie de competencias y capacidades iniciales latentes se sumaron a un conjunto de políticas de apoyo al sector, como el impulso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual desde el 2009, para TV; y las medidas denominadas “Acción Federal” del INCAA desde mediados de la década pasada, con líneas de financiamiento específicas para las provincias, la apertura de salas de exhibición alternativas de cine argentino y la realización de clínicas de capacitación para cine.

A partir de entonces se comenzaron a producir, en promedio, 3 largometrajes por año en Córdoba, algunos con un aceptable éxito comercial. También creció sustancialmente la producción de series de ficción, documentales y de animación para TV: entre 2010 y 2011 se han realizado alrededor de una decena de series de entre 4 y 13 episodios, tanto de ficción como documentales, además de unitarios documentales.

Sin embargo, no sólo el impulso brindado a nivel nacional por el sector público ayuda a comprender este fenómeno: gran parte de este desempeño reciente del sector se ha asentado en el desarrollo de un conjunto previo de instituciones locales, particularmente de formación de recursos humanos a través de universidades e institutos privados. Al mismo tiempo, el impulso de la actividad productiva ha dado lugar a la creación de un conjunto de instancias asociativas colectivas y a la emergencia de nuevas instituciones, como asociaciones de productores de distinto tipo (para la distribución de los productos, para la producción en sí, para la representación gremial, entre otras), nuevas instituciones de formación de recursos humanos, redes productivas, etc.

En este contexto, el objetivo del presente artículo es estudiar la manera en que en el último quinquenio se ha dado este proceso de interacción entre las instituciones y las productoras locales, cómo las esferas institucional y productiva han *co-evolucionado*, afectando el grado de desarrollo de las competencias locales en este último período particularmente dinámico de la industria local.

El artículo se estructura en 5 secciones. En la próxima sección se realiza una breve caracterización de las ideas teóricas que guían esta investigación, se identifican las fuentes de información con las que se trabajó y la metodología. A continuación, la sección II presenta las condiciones institucionales iniciales al período considerado, en tanto que la sección III presenta el desempeño reciente del sector y las características salientes de las productoras locales. La sección IV, por su parte, profundiza en las instancias colectivas e institucionales emergentes de este período que van acompañando y consolidando la *performance* productiva de los últimos años, mientras que en la sección V se refugian nuestros comentarios finales y las conclusiones del estudio.

## I. El marco teórico, metodología y fuentes de información

### I.1. Las industrias culturales

La actividad de producción cinematográfica y audiovisual se ubica dentro de denominadas “industrias culturales” (CIFT, 1998). 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 culturales se caracterizan distintivamente por ser sectores focalizados en comercializar productos con un alto contenido estético y simbólico (Scott, 2000).

Estas industrias presentan particularidades tanto respecto a la producción como a la distribución de sus mercancías (Bassett *et al.*, 2002). Respecto a lo primero, 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 empresarios 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 (Bassett, *et al.*, 2002; Scott, 1997 y 2000).

Como resultado, son industrias donde las tendencias productivas aglomerativas son muy fuertes y, por tanto, en general tienden a concentrarse y *clusterizarse* localmente en ciudades que ofrecen condiciones infraestructurales favorables (Bassett, *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, 1997 y 2000), como empírica (Bassett, *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 transnacionales que tienden a ser dominadas por una serie de grandes conglomerados creativos y mediáticos. De esta manera, las industrias culturales son atravesadas por dos tendencias, de relaciones locales y globales (Scott, 2000).

*1.2. Los sistemas de construcción de competencias locales: la co-evolución entre las instituciones y la actividad productiva*

El presente artículo se encuadra en la nueva literatura sobre la economía del conocimiento (Ancori *et al.*, 2000, Cowan *et al.*, 2000, Nonaka y Takeuchi, 1995), complementada con aportes de raíz neoschumpeteriana (Nelson y Winter, 1982) e institucionalista (Lundvall, 1992). Gran parte de esta literatura supone que el desempeño competitivo de la empresa depende de la generación de ventajas competitivas dinámicas 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 (Ancori, *et al.*, 2000, Lall, 1995).

Desde esta perspectiva, la tecnología y las competencias productivas de las empresas son una amalgama de conocimiento. En ellas se combinan distintas dimensiones y tipos de conocimiento. Según su naturaleza, estos tienen componentes explícitos o codificados (Cowan, *et al.*, 2000, Nonaka y Takeuchi, 1995), y componentes tácitos (Polanyi, 1967). Referidos a su uso en la empresa, en general, éstos pueden tratarse de conocimientos productivos, técnicos, comerciales u organizacionales, necesarios para el desarrollo de la actividad productiva o innovativa de la firma.

Por otro lado, pueden distinguirse los siguientes cuatro tipos de conocimiento (Lundvall y Johnson, 1994): el saber qué (el *know what*, referido a todo aquél conocimiento acerca de hechos concretos), el saber por qué (*know why*, que engloba el conocimiento científico acerca de los principios y leyes de la naturaleza subyacentes al desarrollo tecnológico, de productos y procesos), el saber cómo (*know how*, que comprende 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 quién sabe hacer qué y quién 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, por un lado, las empresas pueden acudir a fuentes internas a través de esfuerzos por innovar o utilizando el conocimiento acumulado que se cristaliza en sus competencias internas acumuladas, usando sus recursos disponibles. Por otro lado, también 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 lo que es necesario definir las al menos brevemente. El concepto de instituciones está ligado a los arreglos que surgen de las relaciones sociales históricamente determinadas y en constante

evolución dinámica. Esto implica incluir tanto las relaciones que se dan a través de y en el marco del mercado: relaciones entre empresas y proveedores y clientes y entre empresas entre sí, asociaciones empresariales y de productores, etc.; como también aquellas que van por fuera de los mercados: universidades y sistemas de investigación públicos, centros tecnológicos y de I+D, asociaciones tecnológicas y científicas, instituciones públicas específicas, programas gubernamentales de fomento, etc. (Nelson y Winter, 1982).

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 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 (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*.

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 productivas<sup>2</sup> e institucionales de sostenimiento a la actividad y de circulación de conocimiento.

Sin embargo, estas redes no suelen ser estáticas, sino que interactúan entre sí. Las instituciones de una sociedad tienen influencia sobre los parámetros de un

---

<sup>2</sup> 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, las redes productivas en sí, como las redes de distribución de la producción.



sector productivo, y muchos aspectos del entorno institucional pueden cambiar como respuesta a los procesos productivos. Esto es porque nacen intereses y necesidades colectivas, sobre todo en períodos de auge de la producción, que demandan una respuesta, e implican la formación de cuerpos colectivos, instancias gubernamentales, organizaciones voluntarias, industriales y comerciales, institutos o centros de investigación y/o formación de recursos humanos, etc. Y éstos no son procesos exclusivamente de mercado, sino que a través de ellos la faceta productiva y la institucional *co-evolucionan* entre sí (Nelson, 1994).

### *1.3. Objetivo y metodología*

A partir de este contexto teórico acerca de los mecanismos de construcción de competencias de las empresas y de las características de las industrias culturales, surge el principal objetivo de este artículo, que es estudiar la manera en que en los últimos años se ha dado el proceso de interacción entre las instituciones y las productoras locales, cómo las esferas institucional y productiva han *co-evolucionado*, afectando el grado de desarrollo de las competencias locales, junto con un desempeño reciente particularmente dinámico de la industria local.

La metodología plantea un estudio exploratorio en base a métodos cualitativos: estudios de caso (Yin, 2009), a través de fuentes primarias, y una caracterización institucional, tanto a través de fuentes secundarias como primarias.

Las fuentes primarias involucran una serie de entrevistas a informantes clave del sector,<sup>3</sup> y entrevistas en base a cuestionarios estructurados a 7 productoras de cine y/o TV. Éstas fueron seleccionadas en base a informantes del sector

---

<sup>3</sup> 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).



para cubrir la representatividad tipológica de las empresas (a diferencia de los estudios cuantitativos, donde se procura la representatividad estadística).

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 y producción. La encuesta contemplaba un conjunto de preguntas sobre las estrategias de diferenciación y diversificación; la distribución y comercialización de los productos; la integración o tercerización de las actividades asociadas con la producción; 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.

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 organizadas como empresas, y a otras bajo la forma de colectivos informales. El análisis centrado en las productoras locales se presenta en la sección III, haciendo hincapié en su desempeño reciente, sus características productivas, recursos, competencias y capacidades.

El estudio fue complementado con fuentes secundarias de información (por ej.: anuarios del 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 su evolución reciente. Tanto estas fuentes secundarias como la información de las entrevistas a informantes y productoras, permitieron caracterizar el ambiente institucional y productivo previo al desempeño reciente del sector de los últimos casi diez años (lo que se presenta en la sección siguiente), así como dar cuenta de la emergencia de

instancias institucionales acompañando este proceso de crecimiento de la producción (que se presenta en la sección IV).

## **II. Las condiciones institucionales iniciales**

La evolución del sector audiovisual en Argentina ha estado ligada en gran medida a la vida política del país y al fluctuante nivel de fomento que en los distintos gobiernos se la ha dado. Esto ha provocado una alternancia de períodos de fuerte explosión productiva con otros de gran decadencia en el país, y Córdoba no ha sido la excepción al respecto.

Desde comienzos del siglo pasado hasta fines de la década de los 1990's, la producción local de largometrajes fue muy reducida: no superan los dos por década (Saénz, 2004). Sin embargo existe una tradición en materia de cortometrajes (entre 25 y 32 por década) relativamente importante que refleja la existencia histórica de competencias locales. Esta producción cinematográfica 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.

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 el Instituto de Cinematografía de la Universidad Nacional del Litoral. Córdoba heredó su influencia, manteniendo una fuerte tradición documentalista.

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. Desde aquel entonces, el principal formador de la mano de obra local

es la UNC. 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.

Funcionan en el Departamento 5 institutos con el objetivo de que los estudiantes realicen algún tipo de práctica profesional. En primer lugar, el Centro de Conservación y Documentación Audiovisual (CDA), que funciona desde 1994, abocado al rescate, preservación y difusión de material fílmico histórico y documental. Tiene sistematizado un archivo en soporte digital y analógico de canales locales,<sup>4</sup> nacionales,<sup>5</sup> y extranjeros.<sup>6</sup>

Por otro lado, funcionan allí: un canal de aire de cortísimo alcance, TV5 Canal Escuela, para prácticas de los alumnos; el Centro Experimental de Animación (CEAn), donde se capacita en animación; el Centro de Producción, donde se realiza publicidad institucional; y el Centro de Extensión, desde donde funciona la programación del Cine Club Universitario.

Dentro de los institutos privados de formación, 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.

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, la inserción laboral temprana estaba asociada a la producción de publicidades. Es por esto que

---

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> En particular, de Canal 7 entre 1968 y 1975, y de Canal 9 entre 1968 y 1972.

<sup>6</sup> Como RTVE entre 1976 y 1979, UPI entre 1962 y 1975, DPA entre 1965 y 1972, y ETES entre 1969 y 1972, 1974 y 1979; así como documentales franceses varios.

una parte de la mano de obra local se forma directamente en publicidad.<sup>7</sup> En ese sentido, desde 1982 Mariano Moreno Instituto Superior ha brindado cursos en publicidad, y desde 1992 títulos terciarios de la misma temática. Además, a partir de 1982 funciona en Córdoba el Colegio Universitario IES, que desde 1989 otorga un título de Técnico Superior en Publicidad.

En materia de distribución televisiva, Córdoba cuenta con tres canales de aire históricos. En 1960 surge el primero: Canal 12, que sería el segundo canal de TV abierta del país. Su origen estuvo dado por una iniciativa privada local. A lo largo de las décadas de los 1960's y 1970's se produjo la instalación de repetidoras en distintas localidades del país. En 1999, un grupo económico nacional, Clarín a través de Artear, compra la mayoría accionaria del canal y gran parte de la programación pasa a incorporar contenidos de Canal 13 de Buenos Aires.

En 1962 se funda Canal 10, que se ubica dentro de la órbita de la UNC conformando los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la misma. Este canal es una sociedad anónima, con mayoría accionaria (99,2%) de la UNC, de carácter intransferible. Desde fines de los 1980's y durante los 1990's, el canal atravesó una fuerte crisis económica que derivó en la casi virtual eliminación de contenidos propios; siendo básicamente un repetidor de producciones de canales de Buenos Aires, con la excepción de noticieros locales. Sin embargo, en el último quinquenio se produjo una fuerte modificación en la política del canal, revitalizando los contenidos propios, en asociación con productores locales.

El último canal de aire que surgió en la ciudad fue Canal 8, que comenzó sus emisiones en el año 1971. A mediados de la década de los 1980's, el canal sufre una fuerte crisis económica, y para afrontarla ingresan nuevos capitales a la firma, vinculados a la Asociación Productora Argentina (APA). Desde sus

---

<sup>7</sup> Las encuestas muestran incluso productoras de series de ficción integradas sólo por socios que vienen formados de institutos terciarios que brindan títulos en publicidad.

inicios, Canal 8 estuvo vinculado a Canal 11 de Buenos Aires. Con la relicitación de las licencias de diversos canales de Buenos Aires hacia principios de los 1990's, el grupo nucleado en APA adquiere Canal 11 (Telefe S.A.), incorporando definitivamente dentro de su órbita al Canal 8 local. A partir de entonces, la programación de Canal 8 ha estado fuertemente ligada a los contenidos producidos por Telefe.

Por último, a mediados de la década de los 1990's, con la proliferación de la TV por cable, se crea Showsport, un canal local de deportes, y surge la señal local de Cablevisión, Canal 2, que luego se denominará Canal C.

Respecto a la exhibición cinematográfica, pueden distinguirse distintos segmentos. En primer lugar, por un lado, están las *cadena internacional y nacionales de cine* (Hoyts, Showcase, Sunstar) y las cadenas locales (Cines Dinosaurio). En segundo lugar, hay un conjunto de *cines tradicionales reconvertidos* en la década de los 1990's (Cines Gran Rex y Cinerama), para adaptarse a la competencia de las cadenas. Por último, hay un segmento de *cineclubes y cinebares*.

### **III. El sector productivo de Cine y TV cordobés: sus competencias y desempeño reciente**

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 orientadas principalmente a la producción cinematográfica. Esto parece ser una tendencia generalizable a la realidad del resto del país dado el fuerte incremento relativo que ha verificado el PIB Cultural (Gonzalez y Borrello, 2012).

Respecto a la producción cinematográfica, desde el 2009 se han estrenado 14 películas “cordobesas”,<sup>8</sup> es decir un promedio algo superior a 3 películas al año. 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 aceptable nivel de público a pesar de la escasez de copias y los problemas de distribución comercial. Esta cifra - si bien todavía representa un porcentaje muy bajo (entre el 2 y el 3%) de una producción nacional que continua concentrada casi exclusivamente en Buenos Aires -, también implica un muy fuerte crecimiento en el nivel de producción local (alrededor de 15 veces el nivel promedio de dos o tres décadas atrás).

Por su parte, la producción para TV ha crecido en los últimos años tanto debido al mayor contenido local de las señales tradicionales, como por el impulso gubernamental del Plan Operativo de la Promoción y Fomento a la Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T).

En las dos primeras series de concursos, las productoras cordobesas tuvieron un buen desempeño. En la edición de 2010,<sup>9</sup> en el segmento de concursos federales, donde estaban establecidas cuotas por región y se competía en

<sup>8</sup> El listado de películas incluye: *Criada* (Matías Herrera Córdoba, 2009); *Buen Pastor, una fuga de mujeres* (Matías Herrera Córdoba y Lucía Torres, 2010); *Yatato* (Hermes Parahuello, 2011); *Curapaligué* (Sergio Schmucler, 2010); *La sombra azul* (Sergio Schmucler, 2012); *Japón* (Gonzalo Montiel, 2009); *De Caravana* (Rosendo Ruiz, 2010); *Salsipuedes* (Mariano Luque, 2012); *Hipólito* (Teodoro Ciampagna, 2010); *El invierno de los raros* (Rodrigo Guerrero, 2010); *El espacio entre los dos* (Nadin Medina, 2012); *Ferrovianos* (Verónica Rocha, 2011); *Albor* (Emanuel Figueroa, 2010); y *Fotos de Familia* (Eugenia Izquierdo, 2012). Es de destacar que algunas de estas películas fueron filmadas antes del 2009. En contrapartida, no se incluyen 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.

<sup>9</sup> Ésta 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 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.

ocasiones sólo con Santa Fe, fueron premiadas 3 series de ficción,<sup>10</sup> 2 series documentales<sup>11</sup> y 4 unitarios.<sup>12</sup> En tanto que en el segmento de concursos nacionales, donde se competía en igualdad de condiciones con las restantes productoras del país, las cordobesas obtuvieron dos de las cinco series de ficción premiadas para señales públicas para productoras con antecedentes,<sup>13</sup> y dos de las doce series documentales para señales públicas.<sup>14</sup> Todas las series y unitarios ganadores han sido transmitidos en la TV abierta a través de Canal 10.

En la edición 2011,<sup>15</sup> 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 titulares<sup>16</sup> 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

<sup>10</sup> Las series son *Corazón de Vinilo* (Luciano del Prato y Pablo Spollansky, 2012), *Córdoba Castings* (Javier Correa Cáceres, 2012) y *Las otras Ponce* (Juan Falco, 2012).

<sup>11</sup> Las series son *Luz Mediterránea* (Santiago Sein, 2012) y *Nosotros campesinos* (Jimena González Gomeza y Juan Maristany, 2012).

<sup>12</sup> Los unitarios son *Popular y cordobés* (Ayelén Ferrerini, 2012), *Reforestando identidad* (Diego Seppi y Maximiliano Angeleri, 2012), *Los mágicos* (Anderi Durán, 2012) y *El Che Cordobés* (Claudio Rosa, 2012).

<sup>13</sup> Las series son *Edén* (Maximiliano Baldi, 2011), de Oruga Films y el Multimedia SRT, y *La Purga* (Pablo Brusa y Claudio Rosa, 2011), de Garabato Animaciones, Prisma Cine y el Multimedia SRT.

<sup>14</sup> Las series son *La 40* (José Tobal, 2011), de Atrox Fábrica de Imágenes y el Multimedia SRT, y *Argentinos por adopción* (Santiago Sein, 2012), de Garabato Animaciones.

<sup>15</sup> 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); 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); 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). Además, había dos concursos de 10 series de ficción en alta definición cada uno.

<sup>16</sup> Los ganadores fueron *Los tres sargentos*, *Antón y Güiro* y *el gran tesoro comechingón*.



series documentales para productoras con antecedentes<sup>17</sup> y dos premios para realizar series documentales para TV pública (de 10 premios).<sup>18</sup>

A su vez, el mayor tamaño de su mercado publicitario para TV, principal fuente de financiamiento de la mayoría de los programas televisivos, coloca a la producción cordobesa en una situación de privilegio respecto a la de otros centros del interior del país.

Las productoras entrevistadas tienden a ser empresas jóvenes, fundadas después del año 2000. 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. Además, todas tienden a complementar con publicidad e institucionales. 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.

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 buscando tener la menor cantidad posible de costos fijos, con escaso personal estable y con contrataciones de acuerdo a las necesidades de producción. Este carácter de la organización, en muchos casos, informal de las productoras<sup>19</sup> se refleja también en el reducido nivel de activos físicos acumulados. En general no tienen oficinas propias ni estudio de grabaciones. Además, 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 éste sea mínimo. En estos casos deben recurrir al mercado local.

---

<sup>17</sup> La serie es *Héroes de hoy, pioneros argentinos*.

<sup>18</sup> Las series son *Raíz de ocho* y *Vuelo de cabotaje, retrato de un retrato*.

<sup>19</sup> 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.

Aquí es donde cobra relevancia la existencia de una red de proveedores para la producción local. En ese sentido, cabe destacar que hay proveedores locales en todos los rubros necesarios para producir, tanto para TV como para cine. Las entrevistas señalan que si bien hasta hace algunos años no existía en Córdoba provisión de algunos equipos en particular, estas falencias ya estarían solucionadas, y el nivel de actividad local ha logrado estimular el desarrollo de una red de proveedores, dedicados tanto al alquiler como a la venta de equipamiento. En este particular, Córdoba presenta una mejor situación que otras localizaciones del interior del país pues hay proveedores nacionales que solamente cuentan con sucursal en Córdoba, además de su sede central en Buenos Aires; lo que tiende a garantizarle a las productoras locales un adecuado acceso a equipos y cámaras, *grips*, equipo de sonido, iluminación y posproducción, etc. También hay productoras locales que cuentan con equipo propio y lo alquilan. Eventualmente, los integrantes de esta red 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, obrando de enlace.<sup>20</sup> La falta de estadísticas adecuadas no permite hacer una estimación cuantitativa del orden de magnitud del sector de aprovisionamiento local,<sup>21</sup> aunque de acuerdo a las entrevistas efectuadas el mismo está en condiciones de satisfacer las necesidades de las productoras locales sin problemas.

---

<sup>20</sup> Un informe del Departamento de Cine y TV de la UNC señala 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 da cuenta del funcionamiento de alrededor de 30 productoras de programas de TV y de publicidad en aquél entonces.

<sup>21</sup> Debido a la naturaleza de esta actividad, que no está tipificada en códigos clasificatorios industriales particulares, sino que está 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.

Respecto a competencias laborales, la fuerte presencia de la universidad nacional como formadora de recursos humanos calificados, adecuadamente complementada por un conjunto de otras instituciones educativas y la emergencia de una serie de instancias colectivas e institucionales de capacitación surgidas en su mayoría por iniciativa propia de las productoras a partir de necesidades productivas concretas, han permitido que Córdoba cuente con una amplia variedad y diversidad de recursos humanos calificados, que si bien no la ponen en un plano de igualdad con Buenos Aires, la ubican mejor que la mayor parte de las restantes localidades del interior del país. Las productoras locales consultadas consideran que el nivel de los recursos humanos locales está por debajo del de la capital del país en todas las áreas de actividad, pero las distancias son significativamente pequeñas en materia de fotografía, montaje y edición, arte, efectos especiales y dirección, donde se identifican competencias locales más próximas a las existentes en Buenos Aires. Por el contrario, las productoras 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.).

#### **IV. Instituciones locales, acciones colectivas y formación de recursos**

El principal formador de la mano de obra local es la UNC en 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, suelen ingresar entre 200 y 300 alumnos anualmente, con algunos picos, como en 2012, que ingresaron cerca de 500. En la actualidad hay alrededor de 1200 estudiantes.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> 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.

Además de la formación de los recursos humanos, cabe destacar diversas interrelaciones entre la faz productiva y los centros del Departamento. Así, dentro del CDA 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 10,<sup>23</sup> que dio origen al Centro.

Por otro lado, desde el CEAn se articulan distintos festivales y encuentros relacionados a la animación. 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 2001, constituyendo el único congreso específico sobre animación de América Latina. Por otro lado, desde el centro se articulan encuentros con animadores y actividades con canales de la TV digital abierta.

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. 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.

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 por las características de sus cursos, brinda una oferta

---

<sup>23</sup> *Crónicas de archivo* (Santiago Sein, 2009), producida por Garabato Animaciones y Canal 10, para Canal Encuentro.

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.

En 2005, aparece otra institución privada de formación, 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, dirección y puesta en escena, maquillaje artístico, animación y cine infantil, y postproducción.

Ayudan a cubrir las especialidades Mariano Moreno Instituto Superior, donde actualmente se brindan cursos cortos en Producción de Radio y TV y el Colegio Universitario IES. En éste último, además de la tecnicatura tradicional en publicidad, desde 2007 se ha ampliado en un título de Administración de Empresas Publicitarias. Además, desde 2009, dicta un título de Técnico Superior en Producción de Contenidos, enfocado a la realización para TV e internet; lo que no hace más que reflejar la respuesta de las instituciones formadoras de recursos humanos a la dinámica que ostenta la faz productiva.

Respecto a la exhibición cinematográfica, las *cadena internacional y nacionales de cine* no han solido proyectar producciones locales, en tanto que las locales (Cines Dinosaurio), 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, del segmento de *cines tradicionales reconvertidos* en la década de los 1990, eventualmente han apoyado no sólo la proyección de largometrajes, sino incluso la de cortometrajes. Sin embargo, por la limitada cantidad de pantallas o por cuestiones comerciales, no siempre el tiempo en cartelera es suficiente para la exhibición.

Por último, el segmento de *cineclubes* y *cinebares* es muy importante para la exhibición de la producción local, e incluso en la organización de actividades de formación, encuentro y difusión. Allí se destacan el Cineclub Municipal Hugo del Carril, que cuenta con poco más de una década de actividad y donde se exhibe frecuentemente producción local de distinto tipo y funciona un cineclub de cortos que exhibe producción local semanalmente; el Cine Teatro Córdoba, donde se han proyectado los largometrajes locales, y dos Espacios INCAA de reciente creación, uno en la ciudad de Córdoba, Espacio INCAA Km. 700 Ciudad de las Artes; y Espacio INCAA Km. 725 Unquillo, en el Gran Córdoba. También hay un conjunto de cineclubes o cinebares más informales (La Quimera, Cinéfilo Bar, etc.).

Referido a la distribución de las producciones, las productoras locales se han organizado colectivamente para realizarlas. Para esto se ha creado Cine Cordobés, donde confluyen algunas de las productoras de cine más activas. 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, dos de TV por cable, una señal abierta de TV digital y un canal satelital. De los canales de aire, dos han sido tradicionalmente repetidoras de Buenos Aires (Canal 8 “Teleocho”, de Telefe, y Canal 12, de Canal 13) con escaso contenido de producción local, particularmente en lo que es ficción o documental, y por lo general programas de estudio (aunque en la historia cordobesa reciente haya algunos casos anecdóticos en ambos canales para señalar),<sup>24</sup> y Canal 10.

---

<sup>24</sup> Por ejemplo, las ficciones cordobesas emitidas en Teleocho *La bruja, mi hijo y yo* (Lucía Nocioni, 2001) y *Una piedra en mi zapato* (Alberto Fernández de Rosa, 2002), y la ficción emitida en Canal 12 *Pinta el Camino* (Claudio Rosa, 2006), realizada por Garabato Animaciones, con financiamiento del INCAA y de *sponsors* locales.

Hasta hace 3 años, Canal 10 mantenía una relación estrictamente comercial con las productoras locales, donde vendía el espacio para fines de semana y el resto de la semana al noticiero local. En la actualidad, la producción propia en pantalla ha aumentado significativamente. 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, aunque los acuerdos económicos no siempre han sido fructíferos.

La nueva política del canal consiste en fomentar la creación de un mercado de producción local. Ello ha derivado, por un lado, en que se realice la mayor parte de los programas de estudios que no son noticieros en productoras locales; y por otro, en el apoyo a la realización de series de ficción y 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 SATVD-T, brindando soporte 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 postproducción, en otras oportunidades ha colaborado prestando equipos o consiguiendo 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 transmite por cable para Córdoba y emite señal por internet); y Showsport, que ha comenzado a co-producir con Canal 10 la emisión de deporte cordobés. La producción local que incorporan estos canales es básicamente programas en estudios y cobertura de eventos y noticias en exteriores.



Recientemente se lanzó el primer canal de noticias de TV digital abierta desde las Provincias, Cba24n, que transmite las 24 horas en el canal 31 de la grilla de la TV digital, con una producción propia de 14 horas. 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. Éstas son Productores y Realizadores Asociados de Córdoba (PRAC), donde tienden a concentrarse los realizadores de TV, y Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC), donde tienden a concentrarse las productoras de cine. Ambos constituyen espacios de encuentro 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: 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, capitaliza y socializa el conocimiento local generado que se ha demostrado como exitoso, y

procura incorporar conocimiento desde otras regiones en las áreas donde se identifican falencias.

Además, las entrevistas han mostrado que la asesoría técnica del INCAA, tanto en concursos nacionales como federales ha significado un fortalecimiento de competencias locales y aprendizaje en diversas áreas.<sup>25</sup> 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, que conformaron Córdoba Produce, un colectivo para la comercialización de series de TV realizadas localmente.

De este modo, puede apreciarse la emergencia de un conjunto de instancias colectivas e institucionales que van acompañando y retroalimentando el desempeño productivo reciente: surgen asociaciones de productores y espacios de gestión de acciones de fortalecimiento de competencias, aparecen nuevos actores colectivos para la distribución y exhibición, así como las instituciones formadoras de mano de obra sostienen el nivel del mercado laboral. En esto reside uno de los más importantes, sino el principal, elemento distintivo del caso cordobés. Si bien en otras localizaciones del interior del país también han surgido – aunque generalmente en menor número - experiencias de construcción colectiva, uno de los elementos característicos del caso cordobés es el activo papel jugado por los productores locales, quienes en algunos casos asumieron costos, riesgos y la responsabilidad del impulso y la ejecución de varias de estas acciones conjuntas (Cine Cordobés y Córdoba Produce son dos ejemplos de ello). En cambio, en las restantes localizaciones del interior los productores audiovisuales tienden a tener un rol más pasivo en materia de acciones colectivas. Estas normalmente incluyen como actores privilegiados o principales articuladores a instituciones públicas, especialmente universidades y secretarías de cultura, o tienen objetivos mucho más limitados

---

<sup>25</sup> 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.

en lo referido a generación de condiciones que favorecen el aprendizaje y la consolidación de competencias, como pueden ser los acuerdos entre canales, productoras y sindicatos, o asociaciones empresariales o profesionales, para la producción y emisión de determinados programas de TV.

## VI. Conclusiones y comentarios finales

El propósito de este artículo fue dar cuenta de la interacción entre las esferas productiva e institucional de la actividad audiovisual y cinematográfica, en un período con un particular buen desempeño de la industria cordobesa.

En importante medida, esta *performance* reciente es reflejo de una realidad nacional y, en algunos aspectos, internacional. Así, por ejemplo, las leyes de Cine (1994) y de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009), al generar nuevos instrumentos de financiamiento, crear nueva demanda e impulsar la desconcentración de la producción, estimularon la producción en todo el país. A su vez, el desarrollo tecnológico, especialmente en materia digital y en las comunicaciones, al reducir sensiblemente los costos de equipamiento y de transmisión, también jugó un importante papel en el mismo sentido.

Pero iguales o muy parecidas condiciones externas, por más importantes que sean en términos de incentivos y de costos de producción, no necesariamente tienen similares efectos sobre tejidos productivos diferentes. La capacidad de los productores audiovisuales de aprovechar los beneficios implícitos en las nuevas legislaciones sobre producción cinematográfica y televisiva es altamente dependiente de sus competencias tecnológicas y productivas. No todos los productores, y por ende, no todas las localizaciones, están en condiciones de aprovechar las nuevas oportunidades. Por ejemplo, los productores audiovisuales de Buenos Aires se beneficiaron del mayor financiamiento brindado por el INCAA prácticamente a partir de la misma sanción de la Ley de Cine, lo que se materializó en un importante aumento en la producción de largometrajes a partir de 1995. En cambio, en Córdoba

pasaron más de 10 años antes de sentirse los efectos benéficos de la citada ley. Ello fue debido a que hasta el 2007 las productoras audiovisuales cordobesas, salvo algún caso excepcional, no reunían un conjunto de condiciones mínimas -productivas, tecnológicas y organizativas-, requeridas para acceder al financiamiento estatal.

Si bien no es un objetivo del artículo realizar un análisis comparativo del sector audiovisual entre distintas localizaciones del país, vale la pena destacar que en la explicación del desempeño de cada región tienen un papel crucial tanto las competencias y capacidades acumuladas por los productores audiovisuales en esa localización, como las características y modalidades de las interacciones entre agentes. En el caso de Córdoba, la amplia y variada disponibilidad de recursos humanos calificados provenientes de la Universidad y de otras instituciones educativas y la temprana inserción de muchos de ellos en un mercado publicitario relativamente exigente fueron consolidando una base de habilidades y competencias, que con el paso del tiempo permitió la formación de una masa crítica de productores, directores y guionistas que, a su vez, posibilitó encarar proyectos más ambiciosos y exigentes.

En este proceso de acumulación de competencias, las instituciones y las instancias de acción colectiva también tuvieron un papel importante. La existencia de una adecuada red productiva (desde proveedores de servicios y equipamiento hasta canales de televisión demandantes de productos), de importantes instituciones formadoras de recursos humanos en diversas áreas que responden a las necesidades locales, de espacios de representación colectiva (APAC y PRAC) y de socialización de competencias (Cine Cordobés, Córdoba Produce, Nodo Córdoba), incluso de algunos espacios de exhibición con predisposición a colaborar con la difusión local, permitieron el fortalecimiento de habilidades, promovieron la circulación del conocimiento al interior del espacio local y facilitaron la búsqueda de soluciones colectivas ante problemas comunes al conjunto.

## Bibliografía

Ancori, Bernard; Bureth, Antoine y Cohendet, Patrick (2000), "The economics of knowledge: the debate about codification and tacit knowledge", en *Industrial and Corporate Change*, Vol.9, Nro.2, pp. 255-87.

Barnes, Carolina; Borello, José y Pérez Llahí, Adrián (2011), "Formas de organización de la producción, la distribución y el consumo cinematográfico en la Argentina", presentado en XVI Reunión Anual de la Red Pymes Mercosur, Concepción del Uruguay.

Bassett, Keith; Griffiths, Ron y Smith, Ian (2002), "Cultural industries, cultural clusters and the city: the example of natural history film-making in Bristol", en *Geoforum*, Vol. 33, Nro. 2, pp. 165-77.

Cáceres, Alicia y Cáceres, Carlos (2012), "El cine ha muerto. ¡Larga vida al cine! El Plan de Fomento del INCAA ante el desarrollo de la tecnología HD", en *Toma Uno*, Nro. 1, pp. 177-90.

CIFT. (1998), *Creative Industries Mapping Document*, Londres: Creative Industries Task Force, Department of Culture, Media and Sport.

Clare, Karenjit (2012), "The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play", en *Cities*, en prensa, disponible online desde 24 de julio de 2012.

Cowan, Robin; David, Paul y Foray, Dominique (2000), "The explicit economics of knowledge codification and tacitness", en *Industrial and Corporate Change*, Vol 9, Nro. 2, pp. 211-53.

González, Leandro y Borello, José (2012), "Características de la producción audiovisual en la Argentina: Resultados de una encuesta reciente a productoras", en *Imagofagia*, Nro. 6, Octubre, 2012.

Lall, Sanjaya (1995.), "The creation of comparative advantage: the role of industrial policy", en Irfal ul Haque (ed.), *Trade, Technology and International Competitiveness*, Washington DC: EDI Development Series WB.

Lundvall, Bengt-Åke (ed.) (1992), *National Systems of Innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*, Londres: Printer Ed.

Lundvall, Bengt-Åke y Johnson, Bjorn (1994), "The learning economy", en *Journal of Industry Studies*, Vol. 1, Nro. 2, pp. 23-42.

Morero, Hernán Alejandro (2010), "Sistemas de innovación y competitividad de las empresas", en *Astrolabio-Nueva Época*, Nro. 5, pp. 185-200.

Nelson, Richard (1994), "The co-evolution of technology, industrial structure, and supporting institutions", en *Industrial and Corporate Change*, Vol. 3, Nro. 1, pp. 47-63.

Nelson, Richard y Winter, Sidney (1982), *An evolutionary theory of economic change*, Cambridge, MA y Londres: Belknap press.

Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotawa (1995), *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*, EEUU: Oxford University Press.

Polanyi, Michael (1967), *The tacit dimension*, Chicago: University of Chicago Press.

Saénz, Sebastián (2004), *Cine en Córdoba: Catalogo de la producción cinematográfica (1915-2000)*, Córdoba: Ferreyra Editor.

Scott, Allen (1997), "The cultural economy of cities", en *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 21, Nro. 2, pp. 323-39.

\_\_\_\_ (2000), *The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries*, EUA: Sage Publications Limited.

Yin, Robert (2009), *Case study research: Design and methods*, EUA: Sage.

---

\* Jorge José Motta es Doctor en Economía de la Universidad Autónoma de Barcelona (España). Profesor Titular en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) en Economía Industrial e Investigador del Instituto de Economía y Finanzas. En la actualidad participa junto a investigadores de la UNGS en la coordinación del "Estudio sobre la TV en una muestra de localidades de la Argentina" del área de I+D del Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos.

Hernán Alejandro Morero es Doctor en Ciencias Económicas en la UNC. En la actualidad es becario de Conicet en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS-CONICET) y Profesor Ayudante en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC en la cátedra de Economía Industrial.

Nicolás Mariano Mohaded es Licenciado en Economía de la UNC, maestrando en Historia Económica y de las Políticas Económicas en la Universidad de Buenos Aires y doctorando en Estudios Sociales de América Latina en la UNC. En la actualidad es becario de postgrado tipo I de Conicet en el CIECS-CONICET y Profesor Ayudante en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC.