

Imaginarios argentinos en la era de la globalización cultural. Una aproximación a la cuestión del cine argentino actual

GT 03 Producción y consumos culturales.

Coordinadores:

Locales: Dres Pablo Cottet y Modesto Gayo

Extranjeros: Ana Rosas Mantecón (UAM Ixtapalapa) y Ana Wortman (UBA Argentina)

Ana Wortman¹

Es sabido que el cine argentino tuvo un importante crecimiento con la instauración de la democracia, pero fundamentalmente en la última década. Luego de años de penetración de cine extranjero, cierre de salas a nivel nacional, declive de la asistencia a salas y cierta decadencia de la industria nacional, más recientemente el llamado *Nuevo cine argentino* cobra una presencia significativa particularmente en festivales internacionales, sitios de internet y forma parte activa de políticas cinematográficas nacionales en la última década.

Este nuevo cine es consecuencia de varios factores. El surgimiento de una nueva generación de directores que manifiestan nuevas formaciones educativas, un mayor acceso al estudio del cine así como también se debe a una nueva dinámica de conformación de la escena cinematográfica en el marco de la globalización cultural. En esta nueva escena, como para alejarnos del concepto hoy puesto en discusión de campo cultural (Wortman, 2009), vemos aparecer nuevas formas de organización cultural como las llamadas redes y una creciente presencia de la gestión cultural que pretende dinamizar el espacio audiovisual.

En cuanto a temáticas, lejos nos encontramos de las narrativas de la llamada época de oro del cine argentino, un cine de tono más masivo y popular así como también de un cine sofisticado vinculado a la literatura de los años 60 y de un cine político posterior. Como se ha trabajado en diversos artículos, se trata de un cine más intimista, con nuevas temáticas, escenarios y lenguajes que aluden también a una Argentina distinta y una generación que tiene otra estructura de sentimiento parafraseando a Williams.

Toda esta explosión de producción audiovisual no termina de verificarse en el consumo, al menos en lo que se puede registrar en términos de público en salas. Difícil medir lo que circula en forma pirata, por reproducción de copias, bajadas de la web.

Efectivamente, este proceso de democratización de la producción audiovisual no parece tener su correlato en el plano del consumo y extensión de estos nuevos discursos a la sociedad, en un momento donde esto sería posible por las redes sociales, las nuevas salas a precios económicos, la nueva Ley de Medios, el estímulo a las industrias culturales de distintos lugares del país, centros culturales, etc. ¿Habría un cierto desinterés por el cine argentino, son prejuicios o se trata de una crisis cultural? La gente lee autores argentinos, música argentina, por qué no ve cine argentino?

A través de esta presentación haremos una descripción de los alcances de la industria audiovisual en la última década tanto en términos de producción, como de consumo, fundamentalmente a partir de datos cuantitativos obtenidos por diversas fuentes secundarias² y datos propios³. Nos

¹ Investigadora del Instituto Gino Germani, Área de Estudios Culturales. Dra. en Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires

² Secretaría de Cultura de Nación, Observatorio de Industrias culturales

³ Encuesta sobre Consumos Culturales realizada entre octubre y diciembre de 2012 en Ciudad de Buenos Aires, 500 casos.

interesa situar esta dinámica de la escena audiovisual en un contexto de intervención fuerte del gobierno argentino, quizás en perspectiva epocal, a la vez que nos interesa comprender las claves del no éxito del audiovisual argentino entre sus connacionales, a diferencia de lo que ocurre en el exterior.

1) Nueva escena cinematográfica Argentina

Como ha sido señalado en numerosas oportunidades el número de productores culturales en nuestras sociedades ha crecido en importancia (ver cuadro 1)

CUADRO 1:

| Cine. Cantidad de puestos de trabajo y de producciones. Argentina. 1996 a 2011. En unidades. | | |
|---|---|---|
| Año | Puestos de trabajo (en unidades) | Cantidad de producciones (en unidades) |
| 1996 | 442 | 30 |
| 1997 | 850 | 36 |
| 1998 | 606 | 22 |
| 1999 | 770 | 27 |
| 2000 | 946 | 34 |
| 2001 | 754 | 30 |
| 2002 | 844 | 30 |
| 2003 | 1.053 | 48 |
| 2004 | 914 | 38 |
| 2005 | 1.014 | 41 |
| 2006 | 1.172 | 58 |
| 2007 | 1.377 | 48 |
| 2008 | 1.491 | 46 |
| 2009 | 1.385 | 45 |
| 2010 | 1.046 | 44 |
| 2011 | 1.279 | 54 |
| Fuente | | |
| : | | |
| DEISICA (Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) | | |

Lo interesante de los datos que podemos obtener a partir del Observatorio de Industrias culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires es que echan luz sobre la complejidad del fenómeno artístico y las articulaciones sociales que supone. Esta visibilización impugna definitivamente concepciones individualistas sobre la creatividad artística propias de épocas acabadas. Hoy tenemos conciencia que el arte por sí mismo no circula sólo ni se hace conocer sin algún tipo de organización y planificación. Para que se convierta en un hecho social, la creación cultural debe convertirse en un producto cultural en el cual participan un sinnúmero de trabajadores de la cultura. El músico, trabaja con otros músicos, necesita un productor musical, escenarios, difusión, tecnología. También ocurre algo similar con los escritores, con su sólo talento no alcanza. El escritor, necesita de un editor, que está en una editorial, vinculada al periodismo cultural. A su vez necesita de las presentaciones de libros, de las ferias, de las legislaciones, depende a su vez del precio del papel. En la

era de la globalización, podemos incluir a los traductores y agentes literarios. Esto lo podemos llevar a todas las manifestaciones artísticas, cuestión que se magnifica si incluimos este proceso cultural en la red. Cuando los artistas eran pocos, la cuestión aparentemente era más simple, se complejiza cuando la cantidad de artistas crece exponencialmente en sociedades que tienden a democratizar la producción y circulación de los bienes culturales.

A partir de la percepción de que la industria cultural ocupa un lugar destacado en términos de ganancias económicas así como de mercado de trabajo en el mundo contemporáneo, se considera a la cultura de una manera distinta en la organización de nuestros países. Tradicionalmente se planteaba a la cultura como un plus, un espacio de enaltecimiento, concepción heredada de la Ilustración y en ese sentido era difícil que los gobiernos de países como los nuestros le prestaran atención en términos de políticas en un sentido estratégico. La cultura estaba rodeada aún de un halo aristocrático y no demandaba ningún tipo de intervención.

Así como han cambiado las formas de hacer política y las maneras de participación de los individuos en relación a sus demandas, también han cambiado las formas de organización de la cultura y los fundamentos de las políticas culturales, hoy fundada en redes de actores y en la idea de gestión.

Varios son los factores estructurales que inciden en una nueva dinámica de las políticas culturales a nivel general. Por un lado debe mencionarse una nueva dinámica económica de la organización productiva. Lash y Urry (1998) denominan capitalismo de la post organización haciendo referencia a que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información promueven otra forma productiva más centrada en la circulación de los bienes, otros hablan de capitalismo cultural, a partir de que el capitalismo demanda de creativos culturales para la circulación de las mercancías (Zizek, 2000).

De una sociedad estructurada a partir de instituciones erigidas en un espacio y tiempo determinado, con la compresión de espacio tiempo de la sobremodernidad provocada por las nuevas tecnologías, pasamos a otro tipo de sociedad producida por la manera en que el individuo se relaciona y construye lo social. Así los procesos productivos no se autorregulan sino que la intervención creativa y reflexiva del saber individual incide en la dinámica societal. La creciente reflexividad de lo social permite entender la importancia de la renovación del conocimiento y depende de un sujeto activo. En ese contexto debemos pensar la proliferación de redes. Es decir, que a mi entender, existe un proceso social que incide inconcientemente en los sujetos contemporáneos y que los insta a vincularse unos y otros más allá de fuertes estructuras, como eran las instituciones que los cobijaban, pero a la vez le quitaban autonomía.

Es evidente que el reconocimiento de esta capacidad subjetiva no se va a producir de la misma manera según estemos hablando de países centrales en relación a países periféricos. Pero debe señalarse que esta manera de pensar lo territorial se ha modificado en el contexto de la globalización. Manuel Castells (2001), principalmente, habla de la sociedad red, como un nuevo entramado que estructura las relaciones sociales, fundado en la circulación de información.

En la actualidad sabemos que la circulación de información es clave tanto para los individuos como para los grupos sociales y esto hoy es posible por la velocidad de las tecnologías acontecimiento que tiene consecuencias significativas en el horizonte temporal de las personas.

Asimismo, la idea de gestión tiene consecuencias también en las formas de acción subjetiva de las personas. El Estado asume una dinámica menos estructurada, la gente demanda aprender a presentar proyectos para pedir financiación, lo cual supone una postura distinta con respecto al pasado centrado en la demanda⁴.

⁴ La demanda de estudios de Gestión Cultural da cuenta de una nueva generación de estudiantes del ámbito humanístico, que ya no aspira a un Estado continente de sus necesidades. En este campo también se puede vislumbrar, lo que observamos en diversas facetas de la sociedad contemporánea, que el proceso de individualización de lo social, señalado por la sociología contemporánea atraviesa la esfera cultural y constituye subjetividades flexibles. Lo nuevo, en términos de Williams, que podría convertirse en emergente, no lo sabemos aún, es pensar la cultura como un saber hacer. La

Es evidente que la creación y la conformación de la escena están intervenidas por una cuestión de variables vinculadas a la difusión de la creación las cuales tienen un peso tan significativo como la imagen, la puesta en escena (Wortman, 2009:5).

Es importante señalar aquí que esta presencia de lo cultural por todos lados también ha sido posible por lo que negativamente se da en llamar cultura o sociedad del espectáculo, pero que nosotros podemos tomar para afirmar que la presencia de los medios en la información sobre eventos y productos culturales, como los canales de cable y el desarrollo creciente de un periodismo cultural, ha tenido efectos en una mayor visibilidad de la escena y el campo cultural que podríamos decir son positivos dado que comienzan a debilitarse viejas creencias que asociaban la cultura con lo elitista o diferenciado del resto de la sociedad. Parece descubrirse un potencial desconocido a la esfera cultural (Yudice, 2003).

Sin embargo, este proceso de visibilización de lo cultural se constituye como una tensión o paradoja. La creciente mercantilización de la sociedad y la pérdida de la autonomía de la esfera cultural, en los términos que lo plantean Adorno (1987) y Jameson (1984) no impide que haya cada vez más personas que les interese ser artistas o formarse en ese sentido. En la misma línea de lo que estamos argumentando ser artista ya no significa lo mismo que en el siglo XIX o en el Siglo XX, esto es antes que se extendieran las industrias culturales. El cine y las series televisivas han tratado este tema una y otra vez, esto es como pintores y/o escritores debían “negociar” su creatividad a cambio de ser contratados por la industria cultural atravesada por una lógica mercantil. Se podría afirmar que lo que esta nueva institucionalidad viene a mostrar es que esa disociación entre creación y negocio se expresa de otra manera. Lo cual no quiere decir que no haya conflictos. Pero sin embargo, en esta nueva forma de acción subjetiva de la época las personas ponen en juego una racionalidad de corte pragmático.

En efecto, lo que pensamos incide radicalmente en cierto debilitamiento del impulso pedagógico de lo cultural en sí mismo, y dada la creciente producción surge una necesidad de administrar la producción y el consumo. En este nuevo escenario se produce una desacralización de los bienes artísticos y se constata la rentabilidad de los fenómenos artísticos culturales (ver cuadro 2).

CUADRO 2:

| CUADRO N° 1. Valor Agregado de las Industrias Creativas y sus grandes divisiones, a precios constantes de 1993. Aporte al Valor Agregado de la Ciudad de Buenos Aires. Ciudad de Buenos Aires. Años 2003-2007. | | | | | | |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Código | CONCEPTO | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
| Audiovisual | | | | | | |
| 6420.1 | Servicios de transmisión de radio y televisión | 349.003.421 | 366.938.659 | 391.058.193 | 416.763.147 | 444.157.733 |

cultura asociada al arte, es reconocida en un aspecto administrativo. Actores sociales han tomado conciencia que la acción cultural como todo tipo de acción requiere de formación.

| | | | | | | |
|--------|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 6420.9 | Servicios de transmisión n.c.p. de sonido, imágenes, datos u otra información | 121.863.371 | 133.249.203 | 147.856.267 | 167.885.247 | 180.058.805 |
| 9211 | Producción y distribución de filmes y videocintas | 429.153.699 | 460.923.572 | 578.923.860 | 698.170.635 | 636.011.569 |
| 9212 | Exhibición de filmes y videocintas | 48.610.602 | 59.785.021 | 67.149.324 | 46.454.508 | 43.598.012 |
| 9213 | Servicios de radio y televisión | 346.060.915 | 491.718.488 | 557.791.388 | 636.189.178 | 689.696.867 |
| | Servicios de radio y televisión - Sector público | 2.112.498 | 2.037.614 | 6.278.769 | 5.665.625 | 5.667.753 |
| | Servicios de radio y televisión - Sector privado | 343.948.416 | 489.680.875 | 551.512.619 | 630.523.553 | 684.029.115 |
| | Total | 1.294.692.007 | 1.512.614.944 | 1.742.779.033 | 1.965.462.714 | 1.993.522.987 |
| | Participación en el total IC | 26,9% | 27,7% | 26,4% | 26,8% | 27,1% |

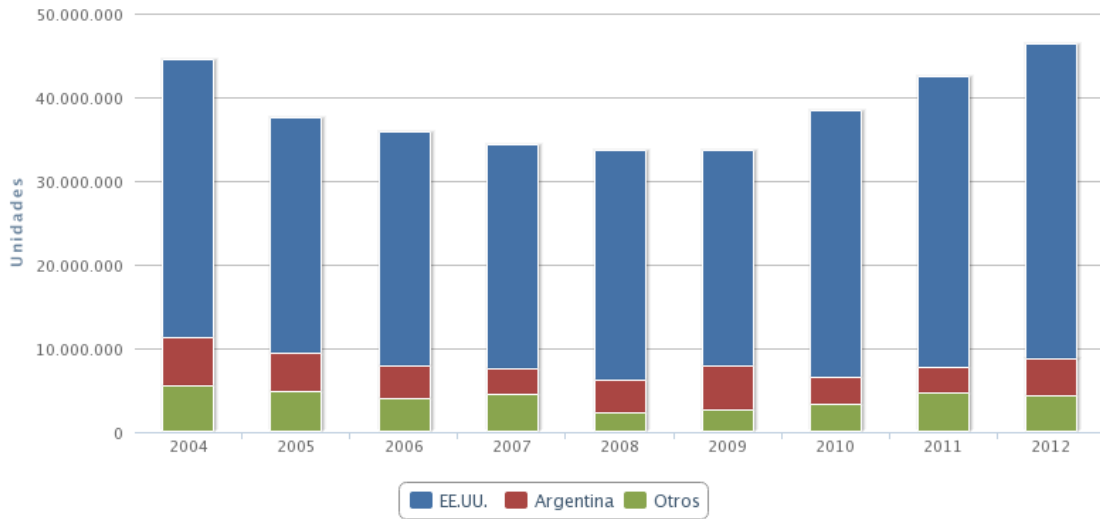
2) *El punto que nos queda*

Si bien es evidente el crecimiento de los espectadores en salas y también de los espectadores de cine argentino, presentamos a continuación cómo ha sido la dinámica de cantidad de espectadores

En el año 2012 se puede comprobar junto con el crecimiento de espectadores en salas, el crecimiento del público de cine argentino en salas.



Cantidad de espectadores según origen del film
Argentina. 2004 a 2012



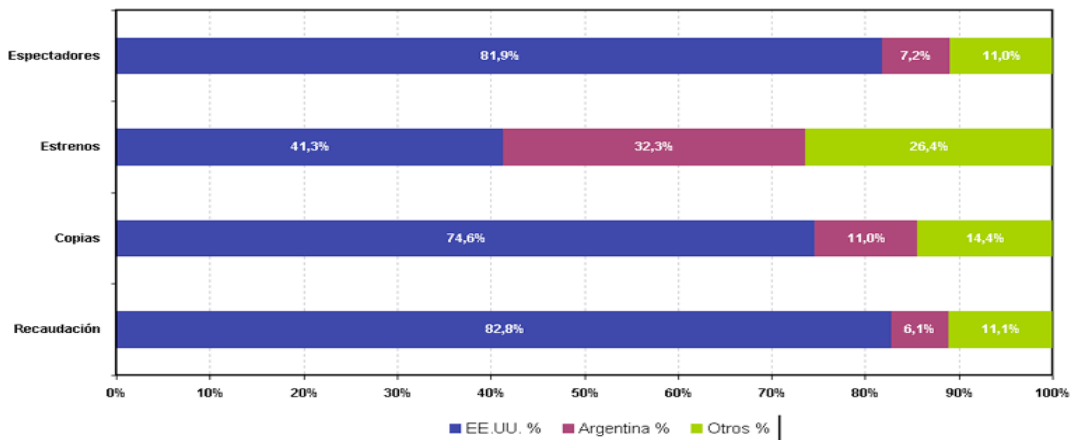
Fuente: DEISICA (Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina)

Aquí podemos observar la relación entre estrenos y origen y la proporción de Cine argentino en relación a cine norteamericano

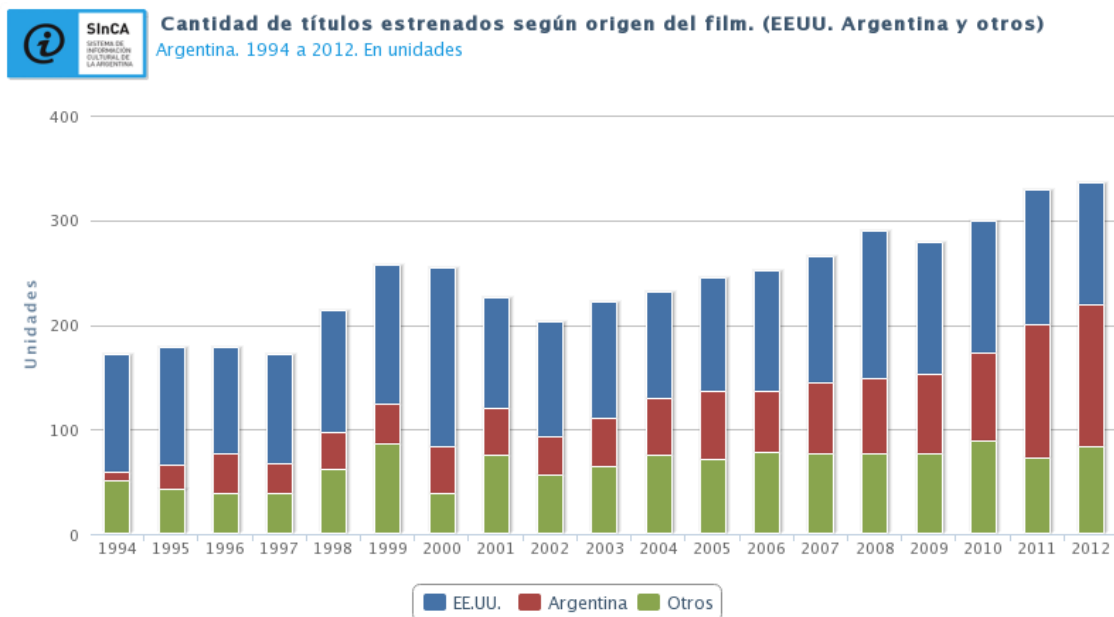
Se puede detectar el crecimiento en la pantalla del cine argentino



Cine. Cantidad de espectadores, estrenos, copias y recaudación según origen del film
(EE.UU., Argentina y otros). Argentina. 2011.
En porcentaje



Fuente: DEISICA (Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina)



El escaso público para el cine argentino en salas también se verifica en nuestra encuesta del 2012. Partiendo que el cine argentino se ve mayoritariamente en salas de exhibición se constata que sólo el 20% de los que asisten al cine en salas, ve cine argentino.

Tabla de contingencia Ve Cine Argentino * Nivel socioeconómico

% dentro de Nivel socioeconómico

| | | Nivel socioeconómico | | | |
|-----------------|----------------------|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| | | Bajo | Medio | Alto | Total |
| Ve Argentino | Cine No ve Argentino | Cine 79,5% | 70,9% | 69,2% | 74,4% |
| | Ve Argentino | 20,5% | 29,1% | 30,8% | 25,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

No se observan modificaciones significativas si pensamos en nivel educativo, ni edades, hay una leve diferencia si hablamos de jóvenes y personas mayores. Serian estos últimos los más interesados por el cine argentino

Tabla de contingencia Ve Cine Argentino * Edad del entrevistado

% dentro de Edad del entrevistado

| | | Edad del entrevistado | | | | Total |
|--------------|----------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|---------------|---------------|
| | | Entre 16 a 29 años | Entre 30 y 49 años | Entre 50 y 64 años | 65 años y más | |
| Ve Argentino | Cine No ve Argentino | Cine 76,5% | 78,2% | 72,1% | 68,2% | 74,4% |
| | Ve Argentino | Cine 23,5% | 21,8% | 27,9% | 31,8% | 25,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia Ve Cine Argentino * Educación del entrevistado

| | | Educación del entrevistado | | | Total |
|--------------|----------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------|
| | | Hasta primaria incompleta | Hasta secundaria completa | Terciaria o universitaria | |
| Ve Argentino | Cine No ve Argentino | Cine 70,1% | 77,7% | 72,1% | 74,4% |
| | Ve Argentino | Cine 29,9% | 22,3% | 27,9% | 25,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia Ve Cine Argentino * Asistencia al cine en los últimos 3 meses

% dentro de Asistencia al cine en los últimos 3 meses

| | | Asistencia al cine en los últimos 3 meses | | | Total |
|--------------|----------------------|---|---------------|---------------|---------------|
| | | Sí | No | Ns/Nc | |
| Ve Argentino | Cine No ve Argentino | Cine 74,3% | 74,6% | 73,3% | 74,4% |
| | Ve Argentino | Cine 25,7% | 25,4% | 26,7% | 25,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Este dato es interesante porque muestra cierta tradición que no se ha modificado con respecto al modo cómo las personas ven cine argentino.

Tabla de contingencia Ve Cine Argentino * Forma en que ve películas más frecuentemente

% dentro de Forma en que ve películas más frecuentemente

| | | Forma en que ve películas más frecuentemente | | | | | | |
|-------------------|----------------------|--|-----------------------------------|--------------------------|-------------|---------------------------|---------------|--------|
| | | Va al cine en shopping, cadenas | Va al cine en salas fuera de arte | Va al cine en cineclub s | DVD/ Videos | Las ve en la computad ora | Las ve por TV | Total |
| Ve Cine Argentino | No ve Cine Argentino | 60,9% | 12,5% | 100,0% | 70,3% | 87,9% | 83,8% | 74,5% |
| o | Ve Cine Argentino | 39,1% | 87,5% | | 29,7% | 12,1% | 16,2% | 25,5% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

A modo de síntesis

El fenómeno que hemos planteado en esta ponencia debe seguir analizándose a partir de cómo es la política cultural en el plano cinematográfico en esta última década, por un lado queda pendiente responder por qué el énfasis en lo audiovisual, pero también el desbalance entre producción y consumo. La nueva institucionalidad cultural, la transformación del concepto de cultura en términos de políticas culturales, la idea de red, etc puede observarse como exitosa en el plano del crecimiento de la producción audiovisual. Sin embargo podemos observar un fuerte desfase y eso es lo que pretendimos mostrar a partir de recursos empíricos. Esta disociación llegó a su punto culmine el año pasado con el incremento de la financiación de películas, llegando a 130 películas anuales, lo cual es significativo y llamativo en relación al resto de los países del Mercosur y otras regiones se acentúa. Este significativo aumento de la producción y de los estrenos no tiene correlato con un aumento de público en un contexto de reactivación de la asistencia a salas y de la recuperación de salas para cine argentino y con el tiempo o poco tiempo que algunas de estas películas están en salas. Es decir que si bien se fomenta una industria, la financiación creciente de películas que no redundan en nuevos espectadores, supone un costo altísimo por cada espectador.

También se plantea ¿cuáles deben ser los parámetros para pensar el éxito de una política cultural cinematográfica, en términos de mercado, de presencia internacional, de industria? Y una vez más vuelve la cuestión del público, sin el cual todo lo anterior pierde sentido. En ese sentido, queda para otra presentación reflexionar en torno al papel de la prensa y la llamada intermediación cultural vía los suplementos culturales, el periodismo y la llamada crítica de cine, la cual muchas veces tiene un rol complejo en la formación del gusto por el arte y o desarrollo de prejuicios en torno a nuevas manifestaciones culturales. En este contexto se nos presenta la paradoja acerca de como deconstruir un gusto exclusivo por lo masivo, y a la vez como no considerar no valido un gusto masivo, comercial y de entretenimiento para pensar políticas culturales. ¿Cual debe ser el rol del Estado en estas disquisiciones culturales y complejas? Con estas afirmaciones vuelven algunas preguntas que dieron lugar a los debates sobre Políticas culturales en los comienzos de la democracia argentina, el rol del Estado y si el Estado debía intervenir solo en la conformación de un espacio de producción y circulación de la cultura, o debía intervenir en los contenidos... Ahora, como novedad, parece plantearse la intervención en la promoción de un público.

Bibliografía

- González Roque, (2005) *Aproximación al mercado cinematográfico del Mercosur*, Período 2002-2005.
- Lash, S y Urry, John, (1998) *Economías de signos y espacios. Capitalismo de la posorganización*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Lechner, Norbert “El capital social como problema cultural” s/r.
- Lechner, Norbert (2000) “Nuevas ciudadanías” en *Revista Estudios Sociales* Num. 5, Bogotá, pp. 20-26.
- Mato, Daniel (2001) “Desfetichizar la globalización: basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones, mostrar la complejidad y las prácticas de los actores” en *Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*, 2. UNESCO/IESALC-CLACSO. pp. 147-179
- Wortman, Ana (2008) “De cultura y política a cultura en red en América Latina: el caso de la Argentina” en Sarti, Ingrid (Comp.) *Ciencia, política e Sociedade. As ciencias sociais na América do Sul*. UFRGS editora. Brasil
- Wortman, Ana (2009) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires, EUDEBA.
- Wortman, Ana (2009) “Crisis social y políticas culturales en la Argentina. Espacios de la sociedad civil, generadores de proyectos culturales”. En Cvjeticanin, Biserka *Dynamics of Communication: new ways and new actors*. Culturelink Unesco, Zagreb. PP. 115-127.
- Wortman, Ana (2011) “Redes como práctica: su impacto en el desarrollo de América Latina” en Cvjeticanin, Biserka *Networks, The evolving aspects of cultura in the 21st Century*, Culturelink IMO, Zagreb pp. 175-185
- Wortman, Ana (2012) *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*. Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Yúdice, George (2003) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Gedisa, Buenos Aires
- Zizek, Slavoj (2003) *A propósito de Lenin. Política y subjetividad en el capitalismo tardío*. Atuel Parusía, Buenos Aires.

Prensa gráfica/sitios web

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/12/actualidad/1347431147_794292.html

http://www.asaeca.org/aactas/garc_a_canclini_n_stor_-

[_geopol_tica de la industria cultural e iniciativas emergentes.pdf](#)

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/12/actualidad/1347431147_794292.html

http://www.perfil.com/ediciones/2012/9/edicion_709/contenidos/noticia_0051.html

Redes

<http://www.recam.org/pma/noticias/presentacion-de-la-red-de-salas-del-mercosur-en-el>

El papel de la crítica

<http://www.infobae.com/notas/116700-Coscia-La-critica-de-cine-argentina-tiene-mucho-por-aprender.html>

<http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/critica.pdf>

<http://partidopirata.com.ar/2012/07/26/argentina-internet-esta-matando-al-cine-28-millones-de-espectadores-en-lo-que-va-del-ano/>

articulos periodisticos sobre produccion y consumo.

2012 (positiva)

<http://www.tomamateyavivate.com.ar/estadisticas-argentinas/cine-argentino-con-record-y-taquillas/>

2009 (negativa)

<http://www.cinesargentinos.com.ar/noticia/143-estrenos-argentinos-para-las-estadisticas/>

2013 (positiva)

<http://www.diariopublicable.com/espectaculos/1221-cine-nacional--mucha-produccion--pocos-estrenos.html>

fin 2012 (negativa)

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/5-27411-2012-12-27.html>

<http://www.lanacion.com.ar/1541272-el-cine-catastrofe-argentino>

http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/system/contenido.php?id_cat=5

<http://micropsia.otroscines.com/2013/07/el-fin-de-la-critica-cinematografica-en-la-argentina/>

<http://www.lanacion.com.ar/1597143-la-jefa-del-incaa-justifica-que-el-estado-financie-135-peliculas-por-ano-todas-tienen-publico>

http://webiigg sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/3JornadasJovenes/Templates/Eje%20representaciones/Moguillansky%20Re%20Discursos.pdf

Cine y política.

<http://www.noticiasurbanas.com.ar/noticias/cristina-reinaugura-el-cine-gaumont/>

<http://www.escribiendocine.com/noticia/0004119-las-ficciones-del-incaa-presentes-en-el-fipa/>