

Formas de financiamiento del INCAA y el rol de Cine Ar Play

La siguiente ponencia está enmarcada en la Beca UBA 200 “Las formas de producción fílmica en las plataformas digitales en la Argentina (2020): el estudio de cuatro películas estrenadas durante la pandemia en Cine Ar Play y Netflix” que analiza las disputas, vínculos cooperativos y distribución de capitales de diversos agentes, principalmente los directores. Indaga a su vez cómo estas plataformas de streaming se constituyen en jueces de exhibición que valorizan algunas producciones por sobre otras. Además de la incidencia de la lógica de la internacionalización tanto en el fomento de la producción como en la exhibición de ciertos films.

Introducción

Desde el comienzo de las restricciones por la pandemia de covid-19 en Argentina, llamado Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), como en otras partes del mundo se prohibió la utilización de salas convencionales de cine para la proyección de películas. Los estrenos del 2020 se realizaron en su amplia mayoría a través de plataformas digitales, en este sentido su hegemonía en la circulación de películas estrenadas fue total, afectando significativamente la lógica de recaudación de recursos para luego volcarlos a la producción. El aislamiento social y la mayor disponibilidad de tiempo por parte del público que ahora se encontraba en sus hogares fue un factor clave en el aumento de este consumo audiovisual. Seleccionamos la aplicación Cine Ar Play que es propiedad del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) para pensar el rol del Estado en la circulación de la producción de cine nacional.

Conocer la lógica de la recaudación y distribución de recursos del INCAA es clave para comprender cómo llegan a ser financiados ciertos proyectos fílmicos y no otros. Este Instituto se crea a partir de la Ley de Cine (n. 17741) del año 1994, asignando dos funciones esenciales: el fomento y la regulación de la actividad cinematográfica. El impacto de esta ley en la difusión, desarrollo y exhibición del cine argentino dio lugar al llamado “nuevo cine argentino” siendo en reiteradas ocasiones objeto de estudio por su particularidad estética y calidad técnica (Aguilar, 2008; Di Paola, 2010; Azar y Masera, 2011; Torre, 2012; Borello y González, 2013).

Uno de estos objetivos como ya se mencionó es fomentar la actividad fílmica, entre otras actividades, otorgando recursos en forma de subsidios a ciertos proyectos para así facilitar o incluso posibilitar su producción. A través de una compleja administración de financiamiento con el nombre de Fondo de Fomento Cinematográfico desde lo

recaudado por dos impuestos. El primero desde la exhibición en salas convencionales, que como mencionamos se encontró inhibido a partir del ASPO. El segundo es un mecanismo más amplio de recaudación desde el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Este administra las regalías de la propiedad intelectual (Marotias, 2018) dentro de las que se encuentra Cine Ar con sus diferentes ventanas de exhibición, así como aquellas provenientes del alquiler de equipos, regalías por crédito y administración de donaciones. Mecanismo que también se vio sustancialmente afectado tras la imposibilidad de la actividad de producción, la cual en el 2020 cayó un 81% según el informe del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) que mide el impacto del covid-19 en las industrias culturales. Vale mencionar que desde el año 2016 el INCAA dejó de recibir Aportes del Tesoro Nacional contando con recursos propios como única fuente de financiamiento para la concreción de sus objetivos.

Como la recaudación de este Fondo tuvo las limitaciones propias del ASPO la app Cine Ar Play tuvo un aumento exponencial en sus visualizaciones pero no necesariamente en la recaudación para así equiparar el cierre de salas convencionales. Para comprender mejor ello retomemos los orígenes de esta aplicación. Cine Ar Play fue lanzada bajo el nombre de ODEON el 25 de noviembre de 2015 desarrollada por ARSAT en conjunto con el INCAA, desde abril de 2017 tiene la denominación por la que la conocemos hoy. Su objetivo fue volverse un espacio gratuito de difusión de contenidos de industria cinematográfica nacional compuesto por largometrajes de ficción, documentales además de cortos y series de todo tipo. La novedad del mismo es que al ser una plataforma OTT (over the top) cualquier usuario puede acceder en cualquier momento a estos contenidos las veces que quiera. Un contenido audiovisual (serie, película u otros) puede disponer de un espacio en la plataforma Cine Ar Play para su difusión a nivel federal en tanto se disponga por parte del usuario el dispositivo y servicio de banda ancha correspondiente.

El INCAA frente al ASPO

Fue desde la Resolución INCAA N° 166/2020 la que habilitó a productores audiovisuales a estrenar allí sus films primero estipulados para el año 2020 en salas convencionales, un programa de estrenos durante la emergencia sanitaria o simplemente “Jueves Estreno”. Lo que le permitió a los y las productoras de contenidos audiovisuales, sobre todo aquellos que fueron financiados por el INCAA, tener la posibilidad de realizar los estrenos estipulados para el año 2020 en salas convencionales desde Cine Ar Play. Desde aquí percibir subsidios “por otros medios

de exhibición” y al INCAA recaudar impuestos desde el ENACOM. Al mismo tiempo la pandemia con su respectivo aislamiento potenció y estimuló el consumo audiovisual desde el hogar, muchos indicadores así lo demuestran (Mindshare,2020). Lo que le valió de un notable crecimiento que experimentó la plataforma Cine Ar Play y su recién creada sección Cine Ar Estrenos desde el comienzo del ASPO hasta finales de ese año. A modo ilustrativo entre abril y julio del 2020 se estrenaron 31 películas nacionales con un total de 134.000 visualizaciones (SInCA, 2020). Contribuyendo a la visualización del cine nacional “en las que se verificaron 1.535.000 de visualizaciones totales, lo que representó un aumento del 85% con respecto al mismo período de 2019” (p. 26). Aumentando también casi un 30% de los usuarios totales, la cantidad de usuarios únicos con visualizaciones en un 106% y la cantidad total de horas vistas creció un 67%. Es claramente un crecimiento exponencial de todas sus variables lo que permite adelantar que la propuesta de “Jueves Estrenos” fue un éxito en términos de visualizaciones. La coherencia de ella con el tipo de consumo que tuvo la audiencia es un vínculo virtuoso necesario de ser abordado con mayor profundidad ya que de este depende el financiamiento de producciones.

La importancia de las plataformas

Entender las características que tienen las plataformas digitales en general nos permitirá entender el uso de sus usuarios y las lógicas de funcionamiento en las que Cine Ar Play se introduce, y en definitiva, compite. Abordemos los planteos que da Srnicek (2019) quien las define como infraestructuras de interacción complejas que moldean el consumo a través de sus interfaces digitales. Ellas jerarquizan sus contenidos y moldean los gustos de sus usuarios a través de los datos generados. Hay un almacenamiento, un registro de actividad de cada usuario para ser analizados obteniendo entonces un conocimiento, desde el cual se pueden segmentar públicos para construir criterios en la distribución de recursos. Que su uso sea en red implica que cuanto mayor sea la cantidad de usuarios que la utilicen, más valiosa será para ellos y por ende más actividades estarán dispuestos a realizar dentro de ella. Srnicek concluye que las plataformas son netamente monopólicas, cuanto más se expanden más pueden mejorar sus accesos para mayores actividades, pudiendo afinarse el registro de usuarios y por lo tanto obtener una mejor calidad y mayor cantidad de datos de ellos. Datos que permiten identificar la multiplicidad de usuarios que accedan a ellas sean sus gustos, emociones, razonamientos, ideologías, etc. lo que permite una más precisa segmentación de públicos para mejorar la actividad de sus usuarios.

Es un circuito que busca adaptarse para fomentar constantemente al usuario y su tiempo en pantalla.

Ahora bien podemos identificar a Cine Ar Play como una plataforma que en principio es un mero almacenamiento de contenidos audiovisuales para que sus usuarios tengan acceso, una nueva ventana de exhibición desterritorializada y de acceso libre. Pero no cuenta con una minería de datos personalizados en post de un consumo cada vez mayor, es decir su interfaz no jerarquiza contenidos según los datos que cada usuario produce. Analizada dentro del proceso de digitalización de salas de cine a través de plataformas OTT (Over The Top/Bajo demanda), es claramente la que menos utiliza estas herramientas propias del Big Data en comparación con gigantes del streaming como Netflix, Disney +, Amazon Prime Video, etc, a las que se accede mediante membresías por lo general mensuales y pagadas en dólares. En el caso de Netflix es el que llevó más a fondo estas herramientas al recopilar información de los tiempos de conexión y el promedio de horas dedicadas al servicio, los momentos en los que se deja de ver un contenido y la ubicación geográfica (Vega y Vega, 2016). Lo que les permite mejorar los criterios de clasificación sin estar reducido a los géneros, sino que integran distintos atributos subjetivos o emocionales ligados a cada contenido (“fascinante”, “exótico”, “sombrio”, etc.).

Las herramientas digitales descritas permiten la construcción de criterios para formar o fomentar las audiencias. La política que viene realizando el INCAA para fomentar las suyas está lejos de colocar a Cine Ar Play como su principal caballo de batalla. Sin embargo se realizaron cambios en la orientación de recursos para que entren en consideración las audiencias. Desde el cambio de denominación de ODEON por Cine Ar fue enmarcado en el Nuevo Plan de Fomento del 2017. El Instituto buscó redefinir los instrumentos a partir de la asignación de recursos y las políticas públicas dirigidas al sector audiovisual. Criterios de distribución fueron ganando terreno en términos de eficacia y rentabilidad. La segmentación de los públicos, la eficiencia en los subsidios entregados y las formas de exhibición de los contenidos fueron los tres principales ejes de esta nueva resolución (Messuti, 2017). Se planteó como abordaje a las problemáticas que históricamente se le atribuyen al sector audiovisual argentino. Tales como la baja cuota del mercado local que compite con las salas de cadenas masivas, “tanques” audiovisuales que exhiben películas en su mayoría internacionales. La concentración de salas de cine en algunas firmas privadas que comienza en la década del noventa llegan hasta nuestros días donde se valoriza el cine masivo por su rentabilidad. Afectando a la “cuota en sala”, uno de los principales mecanismos de

recaudación y difusión con los que contaba el INCAA para financiar aquellos proyectos que no tienen las necesarias ventanas de exhibición. El abordaje específico de las plataformas como nuevos medios para la construcción de audiencias no existió.

Nuevo Plan de Fomento

Este Nuevo Plan de Fomento propuso un renovado interés en la creación de audiencias apuntando a identificar el público que consume series y filmes argentinos ofreciendo obras que lo sedimenten y llegado el caso lo expandan. Para estos objetivos se identifican dos tipos de políticas para ejercer sobre ellos: las directas y las indirectas. Las primeras apuntan a fomentar la exhibición de los films y su acceso en diversas salas o pantallas. Las segundas a la difusión de las obras desde tareas de marketing como de educación para valorizar las obras. Programas como “El cine va a la Escuela” pretendió dar acceso a cine destinado a audiencias pequeñas o medianas a las juventudes desde el sistema público de enseñanza primaria y media, construir criterios de observación y valoración en la producción local era su objetivo.

En lo que refiere a las audiencias en su relación con los incentivos a la producción este lo contempla “no como un fin en sí mismo, sino como estímulo a la captación de mayores audiencias, según las especificidades de cada tipo de producción y el público objetivo de la misma” (INCAA, 1/2017). Se divide entonces en tres categorías de audiencias: masivas, medias y por convocatoria previa. Como su nombre lo indica las masivas incluyen a las producciones que encaran proyectos para obtener elevadas facturaciones en taquilla, apoyadas por grupos pertenecientes a multimedios y que en muchos casos reciben financiamiento de otros países bajo el régimen de coproducción. El tope de subsidios que brinda el INCAA es el más elevado de todos, sin posibilidad de brindar anticipo, pudiendo acceder a créditos según lo estipulado en resolución INCAA No. 2203/11. Con las audiencias medias se refiere a aquellas que no están destinadas a las pequeñas pero tampoco a las masivas, siendo la mayor parte de la producción nacional. Su tope de financiamiento asignado es inferior al de las masivas. Pueden recibir un anticipo del subsidio una vez concluido el rodaje, así como créditos. Por último las producciones dirigidas a públicos reducidos o “por convocatoria previa” cuentan con un menor tope de subsidios y no pueden recurrir a créditos por parte del INCAA. Tanto las audiencias pequeñas como medianas sí pueden percibir subsidios por medios electrónicos bajo las dos modalidades contempladas: fija y variable. Mientras que en las masivas sólo se contempla la modalidad variable. La modalidad fija sólo para audiencias y por ende producciones pequeñas y medianas

habla de la previsibilidad económica con la que cuentan directores y productores para realizar sus obras.

Otra novedad del Plan de fomento refiere a la distinción según el género y el tipo de film sean películas de animación, de ficción, documentales. Se evaluará la coherencia de los géneros y los soportes que se contemplen los films según la ubicación del país y la capacidad de la producción. Por ello aborda también las etapas que involucran la realización de un film desde la pre producción, el rodaje y llegando a la exhibición para conocer la capacidad de realización del proyecto para ganar en previsibilidad.

Directores y productores de cine bajo este régimen también son evaluados por un sistema de puntajes a fin de transparentar las convocatorias y hacer mensurables los antecedentes, sus fortalezas y debilidades en cada uno de los proyectos que quieren llevar adelante. Sistema que pretende envolverse en la transparencia de la selección federalizada y coherente de proyectos. La diversificación de los concursos ya no sólo limitado a distintas universidades que se habían lanzado a la producción de series según géneros narrativos, sino según la posibilidad de ser realizados y las zonas geográficas.

Si bien el Nuevo Plan de Fomento es innovador en los ejes expuestos, ellos son igual de insuficientes que antes. La segmentación de los públicos es genérica y busca aglutinar audiencias diversas según criterios definidos más que nada por el carácter de la producción que se quiere realizar y no por la audiencia a la que se busca enfocarse. Lo mismo ocurre con sus géneros que divididos en películas, documentales o cortos no construyen los márgenes narrativos de ningún género filmico previsible de ser evaluado en audiencias. Sus planteos formales son punto de partida para entender mejor las características que tuvo en sus ejecuciones.

Reflexiones finales

Haciendo un repaso de lo expuesto tenemos a Cine Ar Play que es una aplicación principalmente gratuita que si bien como se mencionó creció mucho en el 2020 y fue coherente con su resolución de “jueves estrenos” esto se debió a la disposición temporal de las poblaciones aisladas. No fue el resultado de una audiencia expandida desde el Nuevo Plan de Fomento o algún otro tipo de difusión o expansión orgánica desde un proyecto político cultural. La obtención de recursos por medios digitales, ni en este plan, ni en el de “jueves estrenos” fueron evaluadas para reemplazar o siquiera competir con la obtención de recursos desde la “cuota en sala”. Parece ser

insuficiente este tipo de políticas si no se apunta a masificar los contenidos o la rentabilidad de ciertas obras. Una respuesta podrían darla las herramientas dispuestas desde las plataformas digitales que describe Srnicek y cuyas consecuencias están a la vista son una potencial forma de expandir estas audiencias, conocer al usuario y competir abiertamente con otras plataformas de streaming.

El nuevo sistema de puntos a directores en base a segmentar sólo superficialmente a su público y su género (películas de ficción, documentales, cortos o series) son los únicos criterios para el financiamiento de proyecto, es posible que estos proyectos sean muy diferentes de lo que ese público espera al estar escasamente segmentado o de lo que el productor quiere “llevar a la pantalla” al ser muy amplias las consideraciones de una, por ejemplo, ficción rentable. Conocer cómo hicieron quienes dirigen las obras para obtener su financiamiento, principalmente bajo qué condiciones y criterios, es parte del trabajo de investigación que queda por delante. Es por ello que elegí las figuras de directores de cine de dos películas argentinas para conocer cómo lograron acceder para ser financiados desde esta nueva resolución y si las normativas pudieron transformar los márgenes de valorización de ciertos proyectos. Desde las consecuencias de haber estrenado sus films en la propuesta de “jueves estrenos”, sea en términos de sus subsidios, su audiencia y del reconocimiento de sus pares, sea en la crítica nacional o internacional.

Referencias

Aguilar, G (2008) Prólogo a Una década del nuevo cine argentino 1995-2005, Buenos Aires.

Azar M. y Masera Lew M. (2011). La producción de cine, potrero de hacedores. En Rubinich L. y Miguel P. Editores, Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010 (pp. 131, 162). Buenos Aires: Aurelia Rivera.

Borello, J. A., & González, L. R. (2013). Industrias culturales, innovación y formas de organización en un país semi- industrializado: El caso de la producción audiovisual en la Argentina. In ponencia presentada en el Primer congreso de LALICS, Río de Janeiro.

BORELLO, J.; QUINTAR, A. (2014) Consumos culturales en Argentina: el caso del cine en la población de estudiantes universitarios. Imagofagia. Revista académica de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, Buenos Aires, s/v, n.9, s/p,.

INCAA (2017). Resolución N° 1 y anexo. Buenos Aires, Argentina. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>

Informe audiencia Cine Ar 2020. Disponible en <http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2020/07/INFORME-AUDIENCIA-CINEAR.pdf>

Ley de Cine N° 17.741 y modificatorias (1994). Buenos Aires, Argentina.

Marotias, Ana (2018). "Licenciamiento abierto de obras intelectuales. Magnani, Esteban (Comp.). Cultura libre. Crear, modificar, compartir. Rafaela: Universidad Nacional de Rafaela.

Messutti, Pablo (2017) Nuevas líneas de fomento para el cine y el audiovisual argentino: audiencias, digitalización, contenidos y nuevas plataformas. Revista especializada en Periodismo y Comunicación, Vol. 1, N° 55.

Moguillansky, M. (2016). El nuevo cine de espectáculo como estrategia comercial. Un análisis de las tendencias del consumo de cine en salas. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 39(3), 167-183.

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. Caja Negra Editorial, Buenos Aires.

Télam (2014). *El Incaa anunció el programa "El cine va a la escuela", en asociación con Francia.* Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201604/144433-incaa-anuncio-inicio-programa-el-cine-v-a-a-la-escuela-asociacion-francia.html>

Torre, María (2012). "La educación de los profesionales del cine: características y tensiones de un campo en formación". Cuaderno (Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires), No. 39, pp. 113-130. En: <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n39/n39a09.pdf>