

1976 VIII

INFORME SOBRE LA CINEMATOGRAFIA ARGENTINA

Por Octavio Getino Tascón

Observación previa: Desde hacía 40 años, la cinematografía argentina no producía un volumen tan escaso de películas como ocurrió en 1976, donde la cantidad de filmes estrenados fue de 16. Paralelamente, los costos de las localidades superaban a los de ^{cost.} siempre, trepando en el transcurso del año a un dólar la entrada, aproximadamente (frente a los 25-35 centavos dólar de dos años atrás). Para completar el reciente panorama, directores de cine y productoras, encontraron totalmente de improviso un "boom" sin precedentes en la producción cinematográfica comercial y publicitaria. Actualmente se cobran entre 15 y 40 mil dólares por la realización de un film publicitario para cines, de menos de 1' de duración. En esa actividad se ha volcado, casi sin excepción, toda la industria cinematográfica, que obtiene utilidades superiores al 200%. Señalamos estos datos, porque son un fenómeno posterior a la redacción de esta especie de "mapa de situación" que seguidamente se describe. El informe que se presenta-pese a los datos antedichos-sigue conservando vigencia, sobre todo en sus rasgos generales. Con el agravante de que los nuevos acontecimientos vividos en la Argentina en 1975-1976, sobre todo en el plano político y sus secuelas socio-económicas, han complicado mucho más la situación del cine en este país, tanto a nivel industrial, como en el plano de sus posibilidades culturales.-

Febrero 1977.-

Panorama general de la actividad cinematográfica

El cine argentino es el medio de comunicación más dependiente de las grandes metrópolis. No obstante conviene recordar que Argentina controlaba hace tres decenios los más importantes mercados del continente, llegando a producir 50 largometrajes anuales en 1940, o 56 en 1942, mientras que actualmente la producción no sobrepasa las 30 películas al año.

En la década del 40 el país contaba con una industria cinematográfica que reunía a unos 4 mil trabajadores en cerca de 20 estudios. Esta cifra ha descendido hoy a unos 1.500 trabajadores, y a unos tres estudios, de los cuales sólo uno produce sus propias películas, ocupando entre los tres a no más de 70 trabajadores estables.

La dependencia en relación a las grandes potencias, antes que disminuir ha ido creciendo con el tiempo, circunstancia totalmente distinta a la

que rige en los restantes medios masivos.

Actualmente el país importa la totalidad de película virgen para filmar y procesar, la totalidad de la maquinaria de filmación (cámaras, grabadoras, etc.), esenciales productos químicos para el procesado, y el 94% de las películas que se difunden en las salas de cine.

En 1972 la producción nacional -que ocupa el tercer lugar en el continente, después de Brasil y México, capaces de realizar alrededor de 80-100 largometrajes al año, cada uno - fue de 28 películas, mpx mientras que las estrenadas fueron 31. (La cantidad de filmes ^{nacionales}/estrenados fue de 39 en 1973, 40 en 1974 y 32 en 1975).

Tomando como ejemplo un año tipo, 1972, puede observarse que la cantidad de películas importadas ascendió en cambio a 376. Es decir, un 7,44% de la producción disponible fue nacional y el 92,56% restante, extranjera. Comparando dos periodos claves para la historia del cine nacional, podemos verificar la línea declinante de producción:

.Durante el periodo 1945/55 la cantidad de películas nacionales estrenadas fue de: 427 Promedio anual: 42,7

.Durante el periodo 1956/72 la cantidad de películas ^{nacionales} ~~extranjeras~~ estrenadas fue de: 500 Promedio anual: 29,4

Comparando los índices de producción nacional y extranjera difundida en el país, obtenemos este dato: para igualar la importación de películas de un solo año, se requiere el producto de casi 13 años de esfuerzo nacional.

.Promedio anual de películas extranjeras 1964/72: 402 = 13,40

.Promedio anual de películas ~~anuales~~ nacionales 1964/72 30

La mayor parte de la importación de películas extranjeras se distribuía en 1971 entre 5 países.

Del total de 372 filmes importados, el 80% provenían de:

| | | |
|-------------|-----|----------------------|
| .EEUU | 125 | |
| .Italia | 84 | |
| .Francia | 41 | |
| .G. Bretaña | 28 | |
| .México | 17 | Total: 295 películas |

El 50% de las utilidades percibidas en 1971 por la producción extranjera se distribuyeron entre 7 empresas. Asimismo, de un total de 372 películas, la mitad de ellas tuvo estos orígenes:

| | |
|----------------------------|----|
| Metro Goldwyn Mayer (EEUU) | 36 |
| Columbia Pictures (EEUU) | 31 |
| Fox Film (EEUU) | 30 |
| Artistas Unidos (EEUU) | 25 |
| CIC (EEUU) | 26 |
| Pelmex (México) | 24 |
| Warner Bross (EEUU) | 14 |

Las utilidades de la exhibición se distribuyen—convencionalmente—en las 1.700 salas que posee el país. Sin embargo, debido a las características de dichas salas (capacidad, funcionamiento estable o episódico, ubicación, etc.), el 93% del negocio cinematográfico se concentra en unas 800 salas.

La Capital Federal, tiene el 7% del total de salas del país, pero concentra el 50% de la cantidad anual de espectadores, manteniendo los precios más elevados de taquilla. Por otra parte, la Capital es el espacio donde más producción extranjera se consume ~~en el país~~ y menos producción nacional.

La cantidad de espectadores anuales en todo el país oscilaba en 1974 en alrededor de 55 millones (para decrecer notablemente en 1975), lo cual establece un índice ~~de asistencia anual~~ ^{de asistencia anual} por persona, de 2,2 aproximadamente. Este índice muestra que la cinematografía es el medio masivo de menor proyección popular.

El consumo cinematográfico ha quedado focalizado cada vez más en los sectores medios urbanos, y a nivel popular, en las transmisiones por televisión.

Funcionamiento

En la actividad cinematográfica argentina intervienen cuatro protagonistas principales:

| | |
|--------------|-----------------------|
| Producción | (industria) |
| Distribución | (intermediario) |
| Exhibición | (comercio) |
| Estado | (contralor y fomento) |

Los requisitos para la exhibición de una película nacional en salas comerciales son:

- .Certificado de Calificación, otorgado por el Ente de Calificación Cinematográfica.
- .Certificado de Exhibición, entregado por el Instituto Nacional de Cine.

Dado el carácter habitualmente deficitario de la industria, el productor realiza además diversos trámites crediticios o de obtención de fomento, lo cual lo obliga a regirse por las leyes vigentes y las disposiciones que establece el Instituto de Cine, organismo dependiente de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia de la R. pública.

La producción puede ser "estable" o "independiente".

Se conoce por producción "estable" aquella que posee estudios propios y ocupa personal permanentemente. En la práctica sólo existe hoy una empresa que puede ser realmente definida en este rubro: Argentina Sono Film.

Producción "independiente" es aquella que se constituye para determinados filmes, contratando personal y alquilando estudios: es lo que ocurre en la mayor parte de la producción nacional, aunque algunas empresas como Aries (Héctor Olivera y Fernando Ayala), reúnan características de producción "estable". Aries es hoy tal vez la empresa productora más fuerte en la Argentina. ^{junto con} Sono Film cubren el 30-35% de la producción nacional. El resto se halla a cargo de otras empresas menores que actúan ^{periódicamente:} Contraquadro (Torre Nilsson), Choila (Leonardo Favio), Forti Glori, General Belgrano (de los hermanos Carrera, vinculados a Sono Film), Emilio Spitz, etc.

En 1975 ^{millones} aparecieron ~~otras~~ empresas con importantes recursos, como MBC Producciones, cuyos capitales proceden de actividades ajenas al cine (construcción, bancos, etc.). Poco después, estas empresas redujeron al máximo sus proyectos iniciales, incursionando en 1976 en nuevas fuentes de recursos, como el cine publicitario.

Circunstancialmente intervienen a veces algunos capitales para producir ciertos filmes, desapareciendo luego de la actividad una vez realizados.

En caso de obtener buen resultado comercial, estos capitales pueden intentar luego alguna estabilidad dentro de la producción independiente; en caso contrario, se retiran del medio (el cine siempre es un atractivo para algunos inversionistas, sea por razones de relación directa con el "medio artístico", prestigio o autopromoción, evasión de impuestos—cabe recordar que el cine es una de las inversiones más difíciles de controlar por los organismos que rigen impuestos, tributarias, etc.).

Una vez realizada una película, su comercialización es llevada a cabo por medio de las empresas distribuidoras —previa aprobación del Ente de Calificación, y la correspondiente clasificación y certificado de exhibición, del Instituto de Cine.

Las empresas distribuidoras pueden ser:

- .dependientes de las productoras locales más importantes (Sono Film, Aries, Contracuerdo, etc.)^{que} se ocupan de distribuir los filmes de aquellas, como así también producciones ajenas.
- .nacionales, ocupadas de distribuir principalmente películas extranjeras (europeas, en su mayor parte) y algunas producciones locales independientes (CIA, Norma-Vigo, Transocean, Cinetel, etc.)
- .extranjeras, dependientes de las grandes productoras y distribuidoras norteamericanas, dueñas de la mayor parte del mercado mundial.

El grueso de la distribución de películas, el 50%, se realiza a través de un reducido núcleo de empresas norteamericanas que se nuclean en el llamado Film Board: EIC-Paramount, Columbia-Warner, Metro-Fox y United Artist.

Estas empresas continúan importando todo al país: diseño de campañas, copias de películas, duplicados de negativos de filmes, etc., sin realizar trabajos de procesamiento en los laboratorios locales (aunque la ley, teóricamente, las obliga a hacerlo).

El 45% de las películas en exhibición se distribuye a través de las distribuidoras nacionales ocupadas de la producción extranjera no controlada por EEUU; son unas 20 empresas de las cuales 6 u 8 controlan la actividad del área.

El 5% ~~XXXXXX~~ restante corre a cargo de las distribuidoras locales dependientes de productoras nacionales importantes.

En el caso de la distribución de películas argentinas, el distribuidor puede adelantar gastos de lanzamiento (publicidad, copias, promoción, etc.) según el interés que tenga por el filmex. No obstante se reintegrará la inversión mediante los primeros ingresos, reservándose un porcentaje que puede variar entre un 15% o un 25% de aquello que corresponda al productor en boletería (el 50% del ingreso, deducido el 10% de impuestos).

En la distribución de material extranjero, efectuado por distribuidoras locales, éstas compran el derecho de comercialización (generalmente para el área de Argentina, Uruguay y Paraguay), realizando en el país el correspondiente proceso de copias, duplicados de negativo, etc. Los costos de un film pueden oscilar entre 2 mil y 50 mil dólares, debiendo agregarse a ello gastos de edición de materiales, publicidad, etc.

Las productoras extranjeras acostumbran además a vender sus películas en "paquetes", de tal manera que el distribuidor local debe comprar junto al material de interés, distinto tipo de producciones de rezago que estará luego obligado a intentar comercializar, con la consiguiente distracción y disputa del tiempo de pantalla en las salas nacionales.

La exhibición por su parte, se limita a atender las ofertas de las distribuidoras, particularmente las más importantes, eligiendo o aceptando aquello que supone puede significar éxito seguro. Asimismo, dos o tres meses antes de finalizar el año, planifica y determina la forma y el momento en que las películas seleccionadas saldrán al mercadoxxx al año siguiente.

El grueso de la actividad comercial de exhibición es programada anualmente por una empresa principal, la Sociedad Anónima Cinematográfica (SAC), cuyas ramificaciones se extienden a lo largo del país. En esa programación se contemplan antes que nada, las producciones de las grandes productoras locales y la producción extranjera más importante. Calculándose el año comercial argentino en unos ocho meses (se excluyen los meses de verano, de noviembre a febrero), el tiempo de pantalla se reduce notoriamente, sobre todo si se tiene en cuenta que una película de éxito puede ocupar varias semanas de una sala de estreno, e incluso de una sala barrial. La exhibición ha estructurado la comercialización de películas atendiendo

a sus intereses específicos -los más fuertes de la actividad cinematográfica dentro del país-, lo cuál explica de algún modo que la producción local se haya congelado en alrededor de 30 películas anuales desde 1955 (la cantidad máxima, que a criterio de la exhibición, permite una programación adecuada anual).

La exhibición decide en consecuencia buena parte de la suerte del cine argentino, del cuál puede incluso prescindir (como puede hacerlo también la distribución), dado que la producción extranjera está en condiciones de suministrar el material necesario y con buenas posibilidades de éxito.

Para controlar y fomentar la existencia de una producción nacional, el Estado interviene a través del Instituto Nacional de Cine, en el cuál se maneja un "Fondo de Fomento" obtenido con el 10% de los ingresos de boletería.

La gestión de fomento se hace cada día más necesaria frente a la pérdida de mercados y al incremento de los costos de producción. Damos un ejemplo: En 1942, un film de gran repercusión comercial, La guerra gaucha, necesitaba de unos 230 mil espectadores para cubrir su costo; en 1971, otro de características similares, Argentino hasta la muerte, requería de 735 mil espectadores; en 1974, una película de ese tipo precisaba de casi un millón y medio de espectadores.

Para otorgar el fomento industrial, el Instituto de Cine clasifica las películas nacionales (proceso distinto al de la calificación), en base a sus cualidades, según categorías conocidas como:

- .interés especial
- .exhibición obligatoria
- .certificado de exhibición
- .negativa de exhibición

En las películas de "interés especial", el Instituto reintegra al productor hasta un máximo del 90% de los costos por él probados y reconocidos. Ese fomento se establece en base a un porcentaje periódicamente reglamentado. Por ejemplo, si el mismo se estipula en un 30%, el Instituto entre-

ga a la empresa productora el 30% del ingreso bruto que la película obtiene en boleterías, hasta cubrir un volumen que no excederá el 90% de los costos reconocidos de producción. Es decir, que en caso de poca repercusión comercial—que es dónde el Estado debería intervenir más activamente— el fomento se reduce, dado que su guía es el ingreso obtenido por el filme en boletería. Lo que se "premia" es el éxito en boleterías, que buena parte de las veces no tiene mucho que ver con cualidades culturales o cinematográficas.

Existe también un fomento a las películas de "exhibición obligatoria", en las que el Instituto actúa como en el caso anterior, pero cubriendo como máximo hasta el 60% de los costos verificados y reconocidos.

La clasificación que reserva a la película únicamente el "certificado de exhibición", deja a ésta fuera de toda protección estatal.

Relaciones de propiedad

A diferencia de lo que ocurre en otros medios de comunicación, los empresarios cinematográficos que deciden la suerte del cine en el país, hacen de su actividad el centro principal de sus negocios. Existen vinculaciones o inversiones en áreas diversas (financieras, inmobiliarias, etc.) pero como gestión complementaria.

Ultimamente han incursionado algunos capitales cuya actividad principal se halla fuera del cine, pero no inciden sustancialmente en el negocio general ~~del~~ de la industria o de la comercialización.

La existencia de inversiones circunstanciales es muy escasa relativamente.

No se aprecian tampoco vinculaciones importantes—y menos aún directas— con capitales extranjeros. Las relaciones, como en el caso de la exhibición vinculada a la producción extranjera, ~~se~~ nacen de una identidad de intereses en la comercialización interna, manteniendo cada sector su autonomía relativa. No obstante podría calificarse a la exhibición, como el aliado más inmediato que tiene la producción extranjera en lo interno del país.

En el sector de la producción la empresa más antigua, y con estudios y personal estable, es Argentina Sono Film, fundada por Angel Mentasti (ya fallecido) y continuada actualmente por sus hijos, como sociedad anónima. Uno de sus accionistas principales sería otra figura del cine argentino: Luis César Amadori. Esta empresa ha producido desde sus orígenes en 1933 algo más de 350 largometrajes (el equivalente de películas extranjeras que el país importa cada año).

Entre 1967 y 1973 lanzó al mercado unas 25 películas de características bastante similares: "Qué noche de casamiento", "La familia hippie", "El extraño de pelo largo", "Joven, viuda y estanciera", etc. Películas de "éxito seguro", aptas para comercializarse en cualquier circunstancia interna y destinadas a un gran público tanto del interior del país como de otros países de A. Latina.

En una línea semejante se halla también la Productora General Belgrano, fundada en 1949 y de gran actividad en la década del 50. Realizó unos 60 filmes y actualmente es controlada por los hermanos Enrique, Luis y Nicolás Carreras. Con la Sono Film efectuó diversas coproducciones en el mismo estilo de aquella. Entre el 67 y el 72 produjo unos 10 largometrajes: "Los muchachos de antes no usaban gomina", "Un muchacho como yo", "Corazón contento", etc.

Un tercer grupo es el de Fernando Ayala y Héctor Olivera con la Productora Aires. Nacido con posterioridad a 1955 y en pleno auge de la política "desarrollista", introdujo desde el inicio una concepción ~~de~~ "moderna", combinando producciones de "éxito seguro" con filmes más "serios" destinados a los sectores medios. De este modo produjo "El Jefe", "La fiaca", "Argentinísima", "La Patagonia rebelde", y también "Psexoanálisis", "La gran ruta", "Los caballeros de la cama redonda", etc. El promedio de su producción ascendió últimamente a 4 o 5 películas/año.

En una política orientada ^{hacia} productos de mayor relieve puede ubicarse la producción de Contracuerdo, empresa a la cual estaba integrado Leopoldo Torre Nilsson, quien a veces produjo o coprodujo películas bajo otros sellos circunstanciales. Últimamente Contracuerdo paralizó prácticamente su actividad productiva, reduciéndose a la ~~misma~~ labor de distribución.

Existen otros grupos productores de menor actividad, como Choila (Leonardo Favio y Tito Hurovich); Tamames-Zemorañin Producciones (que después de dos largometrajes parece haberse paralizado); MBG Producciones (con capitales procedentes de construcciones, bancos, etc.), cuyos tres primeros largometrajes -y los únicos hasta ahora- tuvieron problemas con la censura, aunque luego ^{fuieron} ~~foron~~ autorizados ("Piedra Libre", de Torre Nilsson; "No toquen a la nena" de Juan José Jusid; "Sui Generis" de Bebé Kamin); Helvcom (integrada por capitales vinculados a empresas importantes como Papel Prensa, bancos, etc.) y que ha realizado algunos filmes destacados, como "La Raulito", de Lautaro Murúa, "Quebracho", etc.

Otras empresas trabajan para mercados latinoamericanos (que incluyen buena parte del interior argentino), particularmente en el área del Caribe, y se especializan en películas con cantantes de moda, filmes de acción y erotismo, de los cuales suelen tener diversas versiones según cual fuere el país al que son destinados. En este terreno cabe destacar ~~SIFA~~ a la empresa de Armando Bo e Isabel Sarli, SIFA, las producciones de Emilio Spitz ("Cautiva en la selva", "Los debutantes en el amor", etc.).

Las grandes productoras locales, como ya se ha dicho, poseen sus propios aparatos de distribución: Sono Film, Aries, Contracuerdo, etc.

En el rubro de la distribución nacional, dedicada en su mayor parte a la comercialización de filmes extranjeros, destacamos a ~~Ex~~ CIA, de M. Goldberg, quién distribuyó en 1973 más de 20 películas; Transocean (Santiago Beltrán); Anglemi (Cabulli); Cinetel (Alvaro M. Toledo); Disargentel (Alberto Gonzalez); Glori-Art (Gilberto Forti, hijo); Locegu (Luis R. Anselmi); Norma-Vigo (Vicente Vigo), etc.

La distribución extranjera (norteamericana), íntegra como hemos visto, el Film Board local, a través de CIC-Paramount, Columbia-Warner, Metro-Fox y United Artist.

Estas empresas se hallan vinculadas a grandes corporaciones multinacionales para las cuales el cine no es más que uno de sus múltiples negocios, complementario a su vez de la política que rige en las restantes áreas de inversión: bélica, bancaria, líneas aéreas, etc. x

A manera de ejemplo, destacamos algunas de las relaciones empresarias de dichos sellos distribuidores:

La CIC, Cinema International Corporation, es controlada por Lehman Brothers Lazard Freres y Manufacturers Hannover Trust. Los Lehman-Lazard poseen a su vez la mitad de los activos de la Sperry-Rand; la otra mitad es controlada por los Sullivan-Cromwell, dueños de la Pepsi-Cola.

Los Lehman-Lazard controlan las siguientes compañías: RCA (Radio Corporation of América) con el grupo Rockefeller; Studebaker, el total de la empresa; 1/4 de los activos de la General Dynamics. La mitad de esta empresa pertenece a su vez al grupo Crown Hilton, fundador de la cadena hotelera.

Artistas Unidos tiene como presidente a Arthur Krem, doctor Honoris Causa de la Universidad de Columbia, magnate de los medios de comunicación masiva. La compañía forma parte de la Corporación Transamerica (bancos, crédito, líneas aéreas, construcción, etc.)

El complejo Metro Goldwyn Mayer tiene como segundo accionista a Time-Life (medios de comunicación, prensa, fábricas de papel, etc.). El área de la distribución de la empresa se encuadra en la Loew's Corp. (bancos, cigarrillos, hoteles, etc.). Time-Life cuenta, por su parte, con su propia productora de filmes: Time-Life Films

Warner Bros pertenece a la corporación Kinney National Services, dedicada a comunicaciones, bancos, seguros, etc., de la cual dependen también la Columbia Pictures, los Burbank Studios, Goldmark Communicatio Co., etc. Paramount forma parte de la corporación Gulf-Western Industries (tabacos, seguros, materias primas, etc.)

Los países del área socialista no tienen por su parte, mayor proyección en la comercialización de películas en Argentina. Se limitan a unos pocos films para público principalmente selectivo, y reducido casi siempre a la Capital Federal. Su producción se canaliza a través de Artkino Pictures, manejada por Argentino Vainicoff.

A su vez, la Iglesia Católica controla un importante circuito de distribución 16 mm, con San Pablo Film, que suministra materiales a parroquias, iglesias, cine-clubes, centros culturales, etc.

En cuanto al área de la exhibición, ella moviliza la mayor parte de los recursos económicos cinematográficos. La empresa que controla el circuito

más importante, es, como se ha dicho, la SAC, entre cuyos principales accionistas se halla Hortensia Ortiz (vinculada a otras actividades industriales, minería, alimentación), la Vda. de Lautaré, Vda. de Scarinchi, Renaldi, Cavallo, etc.

En Capital Federal, la SAC controla directamente 13 salas importantes. Maneja asimismo la programación de otras 7 salas.

Vinculaciones empresarias de socios de SAC (Renaldi, Cavallo, etc.), con otras empresas del Gran Buenos Aires y del interior del país, permiten a este grupo manejar la programación de los núcleos de exhibición más importantes: Empresa Norte Exhibidora ^(5 cines); Compañía Cinematográfica Cordobesa (11 cines); Sociedad Exhibidora Rosarina (6 cines); Cinematográfica del Norte (más de 20 cines en el norte del país); etc.

En su calidad de circuito principal, la SAC es el grupo más ambicionado (y temido) por cualquier productor y distribuidor. Su situación de privilegio le permite controlar las películas ~~de~~ taquilleras-nacionales o extranjeras-manteniendo en la práctica la programación de decenas de pequeños empresarios, deseosos ~~de~~ de contar con películas que signifiquen cierta garantía de éxito comercial.

Con menor poder de decisión, otras empresas compiten con SAC en la exhibición. Destacamos entre ellas el circuito de Clemente Locoó SA que maneja ~~xxxx~~ directamente unos 12 cines en Capital Federal y Mar del Plata; el circuito de Coll, ^{que} por sí solo o en asociación con Saragusti y Di Fiore controla también directamente en Capital Federal y Gran Buenos Aires cerca de 20 salas.

Diversas empresas controlan áreas regionales, conectadas de algún modo a los circuitos más importantes mencionados. Es el caso de Compañía Exhibidora del Litoral, Empresa Estornell, Cinematográfica Bahía Blanca, Eduardo Enrique Sufie, De Maio Hnos, etc.

La publicidad cinematográfica filmada está prácticamente monopolizada por la empresa de Kurt G. Lowe (Lowe Argentina Producenter). Alcanza a las 760 salas que a nivel nacional cubren el 93% de la concurrencia.

El país posee a su vez uno de los laboratorios manematográficos más importantes de América Latina. Se trata de Laboratorios Alex -presidido por Silvio Crespi, vinculado a otros negocios empresarios-y dirigido por los hijos del fundador de la Empresa. Alex trabaja también para productoras de otros países del continente.

Empresas menores en este rubro, son Tecnofilm SA, del arquitecto José Ferrina, quien también ha producido algunas películas, y CITECO, conducida por ex-técnicos de Alex.

Los estudios de cine más importantes son los de Sono Film; existen también los de San Miguel, aunque en vías de liquidación.

Aries controla buena parte de los Estudios Baires que suelen ser arrendados a productores "independientes".

Legislación

Existen dos leyes que rigen toda la actividad cinematográfica. Una de ellas es la 17.741, del 14/1/68, modificada con la sanción de la Ley 20.170 del 21-2-73, llamada de "Fomento y regulación de la actividad cinematográfica".

Por esta Ley se rige la actividad del Instituto Nacional de Cinematografía ente autárquico y dependiente de la Secretaría de Prensa y Difusión, que tiene "a su cargo el fomento y regulación de la actividad cinematográfica en todo el territorio de la República, y en el exterior, en cuanto se refiere a la cinematografía nacional" (Art. 1°).

La otra Ley que es la 18.019 de enero de 1969, destinada a encuadrar la actividad del Ente de Calificación Cinematográfica. Establece inicialmente que "no podrá restringirse en todo el ámbito del país la libertad de expresión cinematográfica en cualquiera de sus manifestaciones y cualquiera sea el medio de exhibición que se utilice, salvo...", y de inmediato autoriza cortes y prohibiciones de diverso tipo.

Por este Ente de Calificación pasan todos los libros cinematográficos de películas nacionales que pretendan acogerse a los beneficios y obligaciones que establece la Ley 17.741, modificada con la sanción de la 20.170. Un libro rechazado por el Ente carece de posibilidades, por ejemplo, de

tramitar créditos a través del Instituto de Cine.

El Ente otorga ~~xxxx~~ los certificados de calificación obligatorios para la comercialización de cualquier filme nacional o extranjero.

Que el sentido de una Ley sólo puede ser precisado según las circunstancias que rigen un país ^y según quién lo aplique, lo prueba el hecho de ^{que} ~~xx~~ con la misma ley 18.019, los funcionarios que últimamente estuvieron a cargo del ente (De La Fuente, Getino, Tato), desarrollaron políticas totalmente distintas.

Organización

Las entidades que nuclean a los trabajadores son:

- .Sindicato Industria Cinematográfica (SICA), en el área de la producción.
- .Sindicato de Operadores Cinematográficos, exhibición.
- .Sindicato Empleados de Distribuidoras Cinematográficas, distribución.

Interviene también la Asociación Argentina de Actores y la "Rama Extras" del Sindicato Unico de Trabajadores del Espectáculo Público.

Los autores se nuclean en Argentores (Sociedad General de Autores de la Argentina).

Los directores en Directores Argentinos Asociados.

Los empresarios de la producción se dividen en tres entidades: ~~Sociedad~~

- ~~xx~~ .Sociedad General de Productores Cinematográficos (Mentasti, Olivera, Ayala, Carreras, ~~Spitz, etc~~)
- .Asociación de Productores de Películas Argentinas (APPA): Torre Nilsson, Tinayre, Sandrini, etc.
- .Asociación de Productores de Películas Independientes (APPI): De la Torre, Kuhn, Solanas, Sabina Sigler, Jusid, etc.

Los distribuidores nacionales conforman la Asociación Argentina de Distribuidores de Películas, y los norteamericanos, el Film Board (Cámara Argentina Norteamericana de Distribuidores de Films).

La distribución local dependiente de las empresas productoras nacionales, ^{se reúne en} ~~el~~ el Centro de Distribuidores Argentinos de Películas.

Los exhibidores se nuclean en diversas entidades habitualmente confluyentes: Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos, Asociación Empresarios de Cinematógrafos, Asociación Cinematográfica de Exhibidores Independientes, etc.

Otras entidades son también la Asociación de Realizadores de Cortometraje, Asociación de Cronistas Cinematográficos, etc.

En términos generales, la mayor parte de estas asociaciones son sellos formales que tienen alguna actividad únicamente en momentos muy particulares (conflictos importantes, discusión de un proyecto de ley, etc.).

Las entidades que mantienen una actividad cohesionada y estable son principalmente las que nuclean a los trabajadores (SICA), actores (AAA), autores (ARGENTORES), y últimamente, directores (DAC).-

Buenos Aires, febrero 1976.