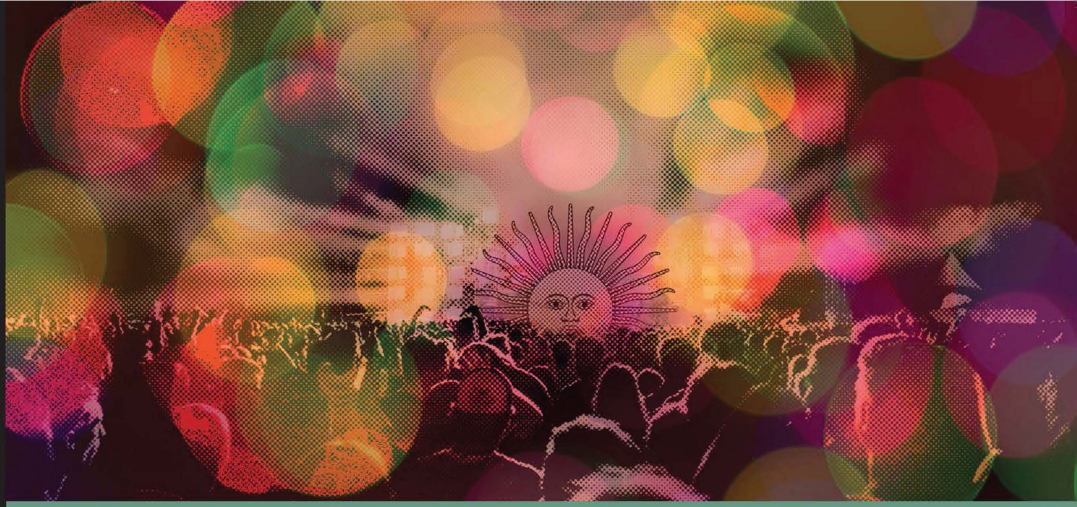


Geografía de las industrias culturales

Casos de la Argentina

José A. Borello
(editor)

Colección Comunicación, Artes y Cultura

EDICIONES UNGS
Universidad Nacional de General Sarmiento

Geografía de las industrias culturales

José A. Borello
(coordinador)

Geografía de las industrias culturales
Casos de la Argentina

EDICIONES UNGS
Universidad Nacional de General Sarmiento

Geografía de las industrias culturales : casos de la Argentina / Micaela Alcalde ... [et al.] ; Editado por José A. Borello. - 1a ed. - Los Polvorines : Universidad Nacional de General Sarmiento, 2026.

Libro digital, PDF - (Comunicación, artes y cultura ; 29)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-630-893-9

1. Geografía. 2. Cultura. 3. Industria Cultural. I. Alcalde, Micaela II. Borello, José A., ed.

CDD 300

EDICIONES **UNGS**

© Universidad Nacional de General Sarmiento, 2026
J. M. Gutiérrez 1150, Los Polvorines (B1613GSX)
Prov. de Buenos Aires, Argentina
Tel.: (54 11) 4469-7507
ediciones@campus.ungs.edu.ar
ediciones.ungs.edu.ar

Dirección editorial: Andrés Espinosa
Coordinación editorial: Francisco Marcaletti
Diseño gráfico de la colección: Andrés Espinosa
Diseño de tapa: Daniel Vidable
Diagramación: Eleonora Silva
Corrección: Guillermina Canga

L U A
Libro
Universitario
Argentino

Índice

Introducción al volumen..... 9

Capítulo 1. Geografía del audiovisual. Dinámicas contemporáneas del mercado mundial del cine y las plataformas.....19
Leandro R. González

Capítulo 2Espacios del terciario y renovación urbana en centralidades del AMBA 37
María Eugenia Goicoechea, María Soledad Arqueros Mejica, Diego Vázquez, Gabriela Reta, Micaela Alcalde y Matías Galgano

Capítulo 3. El ecosistema de videojuegos. Avances de investigación en el sector argentino 67
Constanza Diaz Bilotto y María Isabel Camio

Capítulo 4. Industrias culturales y creativas. Importancia para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Rosario 85
María Fernanda Ghilardi, María Alejandra Yoya, Pablo Zabala

Capítulo 5. El sector audiovisual como protagonista de la diversificación productiva. Un diagnóstico inicial para Tierra del Fuego sobre la base de las capacidades de sus actores clave.....101
Rodrigo Kataishi y José A. Borello

Capítulo 6. Distribución del consumo cultural de eventos de artes clásicas en la ciudad de Bahía Blanca. Un abordaje sociodemográfico, económico-espacial y cultural..... 155
Viviana Leonardi y Marina Tortul

Capítulo 7. La geografía en las letras de Luis Alberto Spinetta. Primera parte: Almendra, Pescado Rabioso, Invisible.....169
José A. Borello

Acerca de los autores y autoras 193

Introducción al volumen

Este libro es el resultado del trabajo colectivo de varios colegas, amigos y amigas.

Incluye un conjunto de seis trabajos que fueron presentados inicialmente como ponencias en un encuentro virtual convocado por los institutos de Desarrollo Humano y del Conurbano de la UNGS (Universidad Nacional de General Sarmiento). El encuentro se tituló "Primer encuentro nacional sobre la Geografía de las industrias culturales" y se realizó el 31 de agosto del 2023. Las presentaciones difundidas en ese encuentro fueron modificadas y mejoradas para ser publicadas en este volumen. A esos trabajos le hemos sumado un séptimo texto, aportado generosamente por Leandro González, que se refiere a la nueva geografía del audiovisual a escala global.

Más adelante presentaremos los distintos capítulos que integran este volumen, pero antes haremos algunos comentarios generales e introductorios referidos a la cultura, a las industrias culturales y a las geografías de esas industrias.

Cultura e industrias culturales

A pesar de que sus bordes y su profundidad son difusas, la cultura siempre nos ha acompañado como especie. Todos los pueblos, desde siempre, han creado y recreado una cultura. Lo que es relativamente nuevo es la producción en serie de productos y experiencias culturales, la comercialización en gran escala, la especialización y profesionalización de los hacedores de esa cultura y la separación entre público y artistas. Esto es, una parte de la cultura se transforma en algo que puede ser producido en grandes cantidades para ser comercializado. Para que la cultura pueda ser producida en serie y comercializada, una gran cantidad de cosas deben suceder. Para empezar, los artistas se especializan,

estudian, practican, se concentran en algún género o actividad y producen obras: libros, películas, esculturas, pinturas, series de TV, etc. Muchas de esas obras no son individuales, sino colectivas, o al menos involucran a diversos conjuntos de individuos cuyas tareas deben ser organizadas y coordinadas de algún modo; por ejemplo, a través de equipos de trabajo o empresas. Luego, es necesario algún soporte a través del cual esa producción cultural llegue a grandes masas: museos, recitales, salas de cine, festivales de cine, canales de televisión, teatros, plataformas de streaming, etc. Además, por detrás de cada uno de estos soportes es necesario hacer variadas (y a veces cuantiosas) inversiones y desplegar diversas legislaciones y normativas. El consumo debe, necesariamente, monetizarse en algún punto, de forma directa o indirecta; es decir, es necesario pagar salarios y cubrir inversiones.

Esta manera de producir objetos y servicios culturales engloba de manera muy general lo que habitualmente se denominan industrias culturales. No es nuestra intención reseñar la compleja evolución del término *industrias culturales*, sino hacer una breve introducción y, en el camino, a los ensayos de este volumen.

Como es sabido, la idea fue introducida por dos autores ligados a la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer, en 1944. Es indudable que gran parte del contenido crítico y negativo que le dieron estos autores a esa expresión no parece ser parte de su uso actual. En particular, Adorno y Horkheimer identifican tres cuestiones problemáticas en las industrias culturales: que se trata de un vehículo para sostener al capitalismo y su cultura; que ese dispositivo niega la posibilidad de la revolución del proletariado, y que se trata de productos desarrollados solo con el fin de obtener un lucro y que, por lo tanto, carecen de un valor estético. Ha corrido mucha agua bajo el puente desde que estos autores le dieran ese contenido a la idea de industrias culturales. En primer lugar, la experiencia ha mostrado, y muchos autores lo han destacado, que las industrias culturales pueden también ser un vehículo para la crítica y para la transformación del propio sistema. En segundo lugar, muchas experiencias revolucionarias y cuestionadoras del *statu quo* han utilizado herramientas propias de las industrias culturales. Por último, mucho del arte contemporáneo se vale de dispositivos propios de la cultura de masas para plantear nuevos significados estéticos.

Es, entonces, esta idea menos estructuralista de las industrias culturales, que da lugar a un uso que abre nuevas posibilidades, a la que suscribiremos en este texto sin negar necesariamente que, en ciertas circunstancias, momentos y situaciones, los planteos pioneros de Adorno y Horkheimer son los que mejor describen a estas industrias.

Actualmente, se considera parte de las industrias culturales a un conjunto de actividades que incluye el arte y las expresiones artísticas (literatura, danza, dibujo, pintura, escultura, fotografía, teatro, instalaciones, performances, etc.), la producción audiovisual (cine, TV, publicidad audiovisual, producción

audiovisual alternativa) y la música. A este conjunto se le suman actividades que quizás son más fronterizas: la producción de software y videojuegos, el diseño, la arquitectura, la gastronomía, la publicidad gráfica, algunas formas de turismo, el deporte, la moda y las artesanías, entre otras.

Qué incluir dentro de las industrias culturales es un tema de discusión en sí mismo, aunque es una cuestión que solo podemos abordar acá de manera superficial. Hay categorías conexas, que también son utilizadas por otros autores y autoras y por el propio estado, como son las de industrias creativas y economía creativa. Esas categorías son más amplias, ya que suelen incluir a las actividades que denominamos fronterizas más arriba. Además, en general, el uso del término *industrias culturales* retiene ciertos elementos críticos del enfoque original de este término, mientras que las ideas de industrias creativas o economía creativa suelen asociarse a análisis que destacan aspectos económicos y de políticas públicas. En los textos que siguen no hay necesariamente una visión unívoca de estas actividades.

Como argumentaremos en otras partes de esta introducción, el examen de la geografía o geografías de estas industrias es algo relativamente reciente. Esto quizás sea el resultado de las perspectivas centrales que priman en muchas de las disciplinas que se han ocupado del estudio de las industrias culturales. Así, por ejemplo, desde las humanidades y las ciencias sociales se ha puesto énfasis en cuestiones referidas a la estética, al desarrollo histórico y a la constitución de escuelas y movimientos. Obviamente, el mayor avance en el estudio de esas geografías viene de la propia geografía y, en particular, de algunas ramas de la geografía humana, como veremos a continuación.

El estudio de la cultura y de las industrias culturales desde la geografía

El estudio de la geografía de las industrias culturales es parte de una rama de la geografía humana que es la geografía cultural. Si bien el crecimiento de la importancia de la geografía cultural es algo relativamente reciente, vale la pena hacer una breve reseña de su evolución histórica y de sus características centrales actuales a partir de la síntesis que plantea Crang (2009).

Desde principios del siglo XX, una tradición geográfica muy importante ligada con el examen de la geografía de las culturas es la de la Escuela de Berkeley. En el centro de esa tradición, está el trabajo de Carl Sauer y sus escritos que conectan a la cultura con el paisaje. Hay allí también una estrecha conexión con el trabajo de diversos antropólogos como Franz Boas. En la misma época, a su vez existe en la geografía francesa un interés por examinar la conexión entre personas y lugares a través de la noción de formas de vida. Los estudios realizados se focalizan en el examen de pequeñas localidades y zonas rurales y en el modo en el cual la gente común transforma esos paisajes. Entonces,

tanto el ejemplo norteamericano como el francés asumen una definición muy difusa de la idea de cultura y se refieren, sobre todo, a la cultura popular y no a la "alta cultura". En otros países europeos, como Gran Bretaña y Suecia, hubo una tradición –también en las primeras décadas del siglo XX– de estudios similares que intentaban mostrar de qué modo la cultura, entendida en un sentido amplio, era el vehículo a través del cual los pequeños grupos iban estructurando y modelando el paisaje. En todas estas tradiciones los geógrafos interactúan con antropólogos e historiadores (Crang, 2009).

Más recientemente, luego de la década de 1970, se han señalado algunos problemas con estas maneras de ver la relación entre grupos e individuos, cultura y paisaje. Por ejemplo, se ha planteado que, en el pasado, se suscribía a una muy vaga definición de la noción de cultura, que la presentaba como no problemática y estática. También se ha argumentado que la cultura no es solo dinámica, sino que contiene fracturas y contradicciones que la mayoría de los estudios en las perspectivas clásicas parecen ignorar. En ese sentido, uno de los impulsos de renovación de la geografía cultural viene de perspectivas que conjugaron la geografía del comportamiento con avances en la sociología y la antropología urbanas para cuestionar una visión monolítica y no problemática de la cultura. Una parte importante de esas investigaciones se conecta con las etnografías urbanas de la Escuela de Chicago, que muestran la existencia de subculturas en el interior de las ciudades. Claramente empiezan a emerger visiones más complejas de la cultura y sus geografías que las que se plantearon inicialmente en el contexto de pequeñas ciudades y áreas rurales, en un momento anterior a la globalización. Inspirados por el trabajo en el arte y las humanidades, aparecen estudios que analizan no ya la geografía de los artefactos culturales (la lengua y sus variaciones, la música, el cine, etc.), sino las representaciones geográficas en esos artefactos. Por ejemplo, las representaciones geográficas en la literatura o la pintura de lugares reales o ficticios.

Las investigaciones de las últimas dos o tres décadas claramente evidencian un mundo muy distinto de la situación observada en las primeras décadas del siglo XX. Si bien la cultura como un reflejo (y como un condicionante) de lo local, lo regional y lo nacional sigue siendo fundamental, la interacción y la hibridez en un mundo crecientemente globalizado aparecen como altamente relevantes. Estas transformaciones tienen un impacto significativo en las identidades de los individuos y los grupos y en diferentes rasgos de sus culturas.

La propia expansión de las industrias culturales como actividad económica y la creciente sofisticación de los enfoques metodológicos que se proponen desde ciertos campos de la geografía, pero, en especial, desde la geografía económica, van a permitir desarrollar nuevas visiones de las industrias culturales. En parte, este volumen se inscribe en esas nuevas bibliografías de la geografía de las industrias culturales. A continuación, trazaremos un panorama muy sintético de esa geografía para luego presentar los trabajos que constituyen este volumen.

Geografías de las industrias culturales

Como dijimos en las secciones anteriores, las industrias culturales engloban un conjunto de actividades muy diversas. Además, como sería esperable, las geografías de esas actividades son enormemente variadas. Esto es, por ejemplo, hay actividades muy concentradas y otras notoriamente dispersas en términos geográficos; también nos encontramos con industrias culturales que siguen un patrón claro de localización mientras que otras parecieran ubicarse de manera aleatoria en el territorio. Es más, la producción de muchos bienes y experiencias culturales puede darse de forma concentrada, pero su consumo de manera geográficamente difusa, como es el caso de la televisión, pero también de la música y de otras actividades.

Además, esa geografía es dinámica, esto es, cambia con el tiempo. Así, por ejemplo, el consumo audiovisual ha tenido una cambiante geografía que se inició en un número inicialmente limitado de salas de cine improvisadas en bares y cafés para, luego de numerosas mutaciones, estar presente casi en todos lados, desde la butaca del avión y el ómnibus hasta el celular.

Esta diversidad de actividades y su cambiante geografía hace muy difícil hacer generalizaciones. Pero resultan útiles algunos esquemas generales de análisis, entre los que podemos mencionar, por un lado, desde la organización industrial, la diferenciación entre fases dentro de los sistemas productivos culturales: esto es, producción, distribución, exhibición y consumo. Esa diferenciación entre fases permite colocar la lente analítica en los detalles que son relevantes para explicar los resultados agregados. Por ejemplo, si hacemos referencia al sistema productivo audiovisual argentino, nos encontraremos con agentes y procesos productivos diversos entre fases.

Por otro lado, es posible discernir entre esquemas que buscan explicar la localización de las actividades culturales en el espacio geográfico (y los efectos de esa localización) y perspectivas que buscan examinar las diferentes morfologías de organización de las actividades culturales a la escala local o regional. En el primer tipo de esquema, se plantean preguntas como las siguientes: ¿por qué las actividades culturales se localizan en determinados lugares y no en otros? ¿Cuál es la historia de esas localizaciones y cómo ha ido cambiando con el tiempo? ¿Cómo se desplazan esas actividades en el espacio? ¿Qué patrones adopta esa geografía? En el segundo tipo de esquema analítico, que se refiere no ya a cuestiones de localización, sino a temas que hacen a los lugares en los que se localiza la actividad económica, el tipo de preguntas que surgen son ¿cómo son los lugares en donde se localizan estas industrias? ¿Cómo esas industrias cambian los lugares en los cuales se localizan? ¿Cómo se dan interacciones entre agentes económicos y su entorno y cómo esos agentes cambian su entorno?

Los dos tipos de preguntas pueden referirse a todos los niveles del sistema de asentamiento humano, desde las grandes metrópolis hasta los pequeños

parajes rurales. Porque incluso en las zonas rurales nos encontramos con actividades culturales de todo tipo: fiestas y celebraciones populares y eventos musicales y artísticos. Pero, si consideramos cualquier medida de volumen o densidad como valor de producción o empleo, estas industrias tienden a concentrarse en las grandes metrópolis y, dentro de ellas, en ciertos barrios normalmente cerca de o en las mayores concentraciones comerciales y de servicios.

Por último, además de la geografía de los elementos físicos y humanos que constituyen estas industrias, hay toda una geografía de las cosas que muestran estas actividades. Esto es, están las representaciones geográficas asociadas al cine, la literatura, el teatro, la música, etc. El estudio de esas geografías apuntaría a responder preguntas como las siguientes: ¿cuál es la geografía de la novela argentina? ¿Cuáles son los lugares en los que suceden las películas de ficción argentinas? ¿Cuáles son las interpretaciones que se hacen de la ciudad en el teatro latinoamericano contemporáneo?

Es en ese contexto en el que se inscriben los textos incluidos en este volumen y que presentamos a continuación.

Panorama de los textos incluidos en este volumen

Si bien los textos que componen este volumen no cubren toda la temática de la geografía de las industrias culturales que acabamos de delinear, son bastante variados para permitirnos asomarnos a la diversidad de enfoques que propone el tema. Además, resulta interesante la variedad de escalas geográficas en las que se desarrollan los análisis de cada uno de los capítulos.

Así, Leandro González, en "Geografía del audiovisual: Dinámicas contemporáneas del mercado mundial del cine y las plataformas", se ubica a una escala global y argumenta que, en el siglo XXI, se ha configurado una nueva geografía del audiovisual. Esa geografía está constituida por nuevos mercados de consumo, canales de distribución y centros de producción. Algunos de los motores de la transformación que identifica González son las coproducciones internacionales y las plataformas. Su análisis se basa en datos estadísticos de fuentes oficiales y de entidades privadas.

El equipo de investigación coordinado por María Eugenia Goicoechea y María Soledad Arqueros Mejica examina,[1] en "Espacios del terciario y renovación urbana en centralidades del AMBA", la manera en la cual determinadas industrias culturales –como la gastronomía, el diseño, la producción audiovisual, entre otras– transforman ciertas áreas de la metrópolis. El texto de estas autoras también analiza los procesos que impulsan la renovación urbana

1 ESCODE, Universidad Nacional de José C. Paz/CONICET, e IIG, Universidad de Buenos Aires/CONICET.

(en particular, el rol de políticas específicas de promoción municipal) y los condicionantes y limitaciones que ofrece la propia morfología urbana a esos cambios. En su análisis, las autoras hacen foco en determinadas actividades de la industria cultural y atienden particularmente a sus fases de consumo, lo que las lleva a conceptualizarlas en términos de servicios. Con ello se abre una perspectiva de estudio diferente, que pone en cuestión el valor económico del sector y sus implicancias territoriales. En la perspectiva de un conjunto de análisis de casos, este texto provee un valiosísimo marco general al libro al tener en cuenta una variedad de planos de análisis y una perspectiva sistémica e histórica.

El texto de Constanza Diaz Bilotto y María Isabel Camio,[2] "El ecosistema de videojuegos: Avances de investigación en el sector argentino", examina cómo diferentes formas de la proximidad (geográfica y otras) afectan la estructuración del ecosistema de producción de los videojuegos. En especial, el trabajo estudia la manera en la cual se da la proximidad en un sistema productivo fuertemente descentralizado en su organización y que, por lo tanto, requiere posibilitar la colaboración entre firmas, intercambiar conocimiento y redistribuir el valor generado localmente.

María Fernanda Ghilardi, María Alejandra Yoya y Pablo Zabala,[3] en "Industrias culturales y creativas: Importancia para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Rosario" analizan la importancia de estas industrias en una de las grandes ciudades argentinas. Además de hacer un examen de la importancia de estas actividades en el empleo y en el valor de producción de la ciudad, también muestran la relevancia de las políticas y acciones estatales orientadas a la promoción de la cultura. Al cubrir de manera sistemática el período 2018-22, el capítulo también muestra la dinámica reciente de cada una de las actividades que constituyen las industrias culturales de Rosario.

En el trabajo de Rodrigo Kataishi y José A. Borello,[4] "El sector audiovisual como protagonista de la diversificación productiva: Un diagnóstico inicial para Tierra del Fuego sobre la base de las capacidades de sus actores clave", el foco es una actividad central de las industrias culturales, la audiovisual, en una provincia muy particular. El texto es una interesante contribución a una bibliografía poco transitada como es la del desarrollo incipiente de las industrias culturales en provincias pequeñas y periféricas. Además de proveer una introducción general al proceso inicial de desarrollo de la producción audiovisual en Tierra del Fuego, el texto hace una caracterización de las capacidades de los agentes que nutren esa actividad en la provincia y esboza algunos lineamientos para pensar acciones de mejora y transformación de la producción audiovisual en la isla grande.

2 CEA, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
3 IIE, Universidad Nacional de Rosario.
4 IDEI, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, y UNGS, UNRaf y CONICET.

El consumo es una dimensión fundamental de las industrias culturales y un momento central en el proceso productivo de esas industrias. Recordemos que se trata de actividades cuya demanda es –como dirían los economistas– enormemente elástica y un factor clave de retroalimentación y de modelado de la oferta. Esto es, en general, la demanda de los productos de las industrias culturales puede tener enormes variaciones de muy difícil previsión. Esto es lo que lleva, por ejemplo, a las grandes productoras de cine a apostar a varias películas cada año o a los sellos editoriales y musicales a manejar grandes catálogos de libros y de películas.

Viviana Leonardi y Marina Tortul,[5] en "Distribución del consumo cultural de eventos de artes clásicas en la ciudad de Bahía Blanca: Un abordaje sociodemográfico, económico-espacial y cultural", examinan el consumo de expresiones de lo que algunos autores llaman "alta cultura" y proponen algunos lineamientos de política. El texto parte de un muy interesante y original análisis para, desde allí –en las palabras de las autoras–, "implementar estrategias para ampliar los gustos por las artes clásicas a los fines de avanzar en el paradigma de la democracia cultural" en una ciudad intermedia de la Argentina.

Las industrias culturales, a diferencia de otras actividades económicas, tienen una capa geográfica adicional, que es la capa de las representaciones. Es decir, las industrias culturales contienen y expresan ideas, historias, conceptos, etc. Muchos de ellos hablan de lugares específicos, de la dimensión espacial de la vida humana.

En las representaciones se concentra el texto de José A. Borello[6] sobre "La geografía en las letras de Luis Alberto Spinetta. Primera parte: Almendra, Pescado Rabioso, Invisible". El capítulo parte de una identificación de palabras clave ligadas a lo geográfico y a la espacialidad para luego examinar su uso y recurrencia en las canciones de Spinetta. Además de ese análisis cuantitativo, se hace un examen cualitativo de ciertas expresiones spinetteanas en el contexto de algunas canciones tomadas de la primera época de la larga y prolífica trayectoria de Luis Alberto. Esto es, por una cuestión de espacio solo presentaremos un análisis parcial de la obra de Spinetta, limitándonos a sus primeros tres grupos y a las canciones editadas entre 1968 y 1980.

El texto sobre las letras de Spinetta cierra este volumen, aunque, claro, al recorrer todos los capítulos solo habremos arañado la superficie de la amplia temática de la geografía de las industrias culturales. Al cabo de ese recorrido, pueden hacerse algunos comentarios que conectan los textos, pero que también permiten ir más allá de ellos e imaginar nuevos análisis.

A pesar de la diversidad de temas y enfoques, es posible identificar varias conexiones significativas entre los capítulos de este volumen. Por ejemplo,

5 Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur (UNS), e IIESS, UNS-CONICET.

6 UNGS, UNRaf, CONICET.

el análisis global de González sobre el mercado audiovisual proporciona un marco contextual para entender los desafíos y oportunidades que enfrentan las producciones locales, como las estudiadas por Kataishi y Borello en Tierra del Fuego. De manera similar, el estudio de Goicoechea y Arqueros Mejica sobre la renovación urbana en el AMBA se complementa con el análisis de Ghilardi, Yoya y Zabala sobre el impacto socioeconómico de las industrias culturales en Rosario, ofreciendo una visión comparativa de cómo estas industrias transforman diferentes espacios urbanos. Estas conexiones no solo enriquecen nuestra comprensión de las geografías culturales en la Argentina, sino que también sugieren posibles líneas de investigación futura que podrían profundizar en estas interrelaciones.

Por un lado, hablar de la geografía de las industrias culturales implica una ubicación en términos de la escala geográfica de análisis. Los textos de este volumen toman diversas escalas: la global (González), la nacional-sectorial (Díaz Bilotto y Camio), la provincial (Kataishi y Borello), la de partes de la metrópolis porteña (Goicoechea y Arqueros Mejica) y la urbana (Ghilardi, Yoya y Zabala; y Leonardi y Tortul), mientras que el texto sobre las letras de Spinetta se posiciona en un lugar que quizás abarque todas esas escalas y algunas más. Claramente está ausente la escala de las pequeñas ciudades, de los parajes y del campo abierto.

Esta diversidad de escalas geográficas no solo enriquece nuestra comprensión de las industrias culturales, sino que también revela cómo los fenómenos culturales se manifiestan y se transforman de manera diferente en distintos niveles espaciales. Por ejemplo, mientras que el análisis global de González nos permite entender las dinámicas macro del mercado audiovisual, los estudios a escala urbana de Ghilardi, Yoya y Zabala, y de Leonardi y Tortul, nos muestran cómo estas dinámicas se materializan y se negocian en contextos locales específicos. Esta interacción entre lo global y lo local es un tema recurrente en varios capítulos del libro, subrayando la importancia de un enfoque multiescalar en el estudio de las geografías culturales y de las actividades productivas.

Por otro lado, y volviendo a una matriz organizacional de análisis que esbozamos al principio de esta introducción, los textos tienen en cuenta la producción, aunque desde distintas perspectivas (González; Díaz Bilotto y Camio; Kataishi y Borello; Ghilardi, Yoya y Zabala), y el consumo (Leonardi y Tortul; Borello). Si bien en algunos de los capítulos la distribución está implícita, no se ha hecho un trabajo especial sobre esa dimensión.

Por último, en términos temáticos, dos de los capítulos toman varias industrias culturales en su conjunto (Goicoechea y Arqueros Mejica; y Ghilardi, Yoya y Zabala) y el resto se focalizan en audiovisual (González; Kataishi y Borello), videojuegos (Díaz Bilotto y Camio), artes clásicas (Leonardi y Tortul) y música (Borello). Claramente quedan afuera algunas actividades sobre las que se ha escrito bastante poco desde la academia: la publicidad, el diseño, la moda y la producción de artesanías, entre otras.

Es importante destacar la diversidad metodológica que caracteriza los estudios presentados en este volumen. Los autores emplean una variedad de enfoques que enriquecen nuestra comprensión de las geografías culturales y de los distintos segmentos que las componen. Por ejemplo, mientras González utiliza datos estadísticos de fuentes oficiales y privadas para su análisis global, Leonardi y Tortul aplican un enfoque sociodemográfico y económico-espacial en su estudio del consumo cultural en Bahía Blanca. Kataishi y Borello realizan un exhaustivo análisis descriptivo basado en datos cuantitativos, mientras que Borello combina análisis cuantitativo y cualitativo en su examen de las letras de Spinetta. Esta pluralidad metodológica no solo refleja la complejidad del campo de estudio, sino que también proporciona una base sólida para futuras investigaciones en el área.

En esencia, este volumen presenta una diversidad de perspectivas sobre las industrias culturales argentinas. Cada capítulo ofrece un enfoque único, desde las dinámicas globales de la industria audiovisual hasta el examen minucioso de las letras de Spinetta. Esta variedad de abordajes no solo refleja la complejidad del campo, sino que también demuestra la riqueza de las visiones y focos de atención empleados en cada estudio. Más allá de proporcionar nueva y valiosa información en cada uno de los capítulos, esperamos que estos trabajos estimulen futuras líneas de investigación y fomenten un diálogo continuo sobre el papel de las industrias culturales en la configuración de nuestros espacios y sociedades. Les invitamos, pues, a adentrarse en estas páginas con espíritu crítico y curiosidad, seguros de que encontrarán material que inspirará futuras exploraciones en este campo tan dinámico y relevante.

Referencias bibliográficas

Adorno, Theodor; Horkheimer, Max (1944). Dialéctica de la Ilustración, fragmentos filosóficos. Madrid: Editorial Trotta, 1994.

Crang, Mike (2009). Cultural geography. En The dictionary of human geography (5a. edición), Gregory, Derek, Ron Johnston, Geraldine Pratt, Michael Watts y Sarah Whatmore (eds.). Malden, EE.UU.: Wiley-Blackwell, pp. 129-133.

Capítulo 1
Geografía del audiovisual
Dinámicas contemporáneas del mercado mundial del cine y las plataformas

Leandro R. González

La industria del audiovisual estuvo atravesada por procesos de internacionalización prácticamente desde los inicios del cine, cuando los pioneros franceses salieron a recorrer el mundo, y también luego, en el período de entreguerras, cuando Hollywood conquistó los mercados internacionales.

No obstante, su configuración global ha ido cambiando: hace varias décadas que Arjun Appadurai señaló que "Estados Unidos ya no es más el titiritero de un sistema mundial de imágenes sino que es nada más que un nodo en la compleja construcción transnacional de paisajes imaginarios" (2002: 44). Con esto, Appadurai apuntaba a un cambio sustantivo en la cultura global. Prueba de ello son el surgimiento de mercados audiovisuales "no tradicionales" (Rud, 2017; Getino y Schargorodsky, 2008; Martel, 2010), la instauración de políticas audiovisuales supranacionales en distintas regiones (Falicov, 2019; Moguillansky, 2016; Saura *et al.*, 2022) y la proliferación de festivales internacionales en todo el mundo (Burucúa, 2020; Campos, 2016; Ross, 2011; Binimelis Adell, 2011).

Lo que aquí se quiere proponer es que en el siglo XXI se ha configurado una nueva geografía del audiovisual, caracterizada por la emergencia de nuevos mercados de consumo, canales de distribución y centros de producción, todo lo cual se vio potenciado por un salto de escala desde lo nacional hacia lo transnacional a raíz del fenómeno de las coproducciones internacionales y del rol de las plataformas.

El argumento se basa en el relevamiento y el análisis de datos estadísticos sobre la dinámica de los mercados mundiales. Estos datos fueron tomados de

fuentes oficiales y de entidades privadas, que en todos los casos constituyen referencias centrales para la industria audiovisual.

El texto se organiza del siguiente modo: primero, se realiza una caracterización del cruce entre la industria audiovisual y los procesos de globalización. En segundo lugar, se analiza el mercado cinematográfico mundial a partir de un sugestivo desplazamiento de la centralidad de los países tradicionales a los nuevos centros de producción y consumo de películas, con epicentro en Asia. En tercer lugar, se aborda el despliegue global de las plataformas, tomando como ejemplo paradigmático el caso de Netflix, que tiende a reforzar el dominio de Estados Unidos en el sector a la vez que descentraliza una parte de la producción. El texto finaliza con una reflexión sobre esta tensión entre el presente y el pasado del mercado audiovisual global, que se expresa como una batalla comercial y también como una nueva geografía.

El mapa audiovisual: conceptualizaciones, geopolítica y paradojas

La importancia de un mercado global para la industria audiovisual no es una mera preocupación tardía, sino que estaba en los orígenes mismos del cine. Tal como lo señala Guillermo Mastrini, la del cine "fue una de las primeras industrias culturales junto con la fonográfica, que generó un mercado mundial. Hollywood dominaba la producción mundial de cine mucho antes que el concepto de globalización se hiciera popular" (2014: 20).

Desde que los primeros realizadores franceses salieron a recorrer el mundo, proyectando sus películas aquí y allá, filmando nuevas imágenes por doquier, la industria del cine se vio atravesada por procesos de internacionalización (López, 2015). A principios de siglo XX, la poderosa industria de Hollywood estableció su dominio a escala planetaria, luego de lo cual el cine se constituyó en una cadena de valor global que, en las últimas décadas, comenzó a adquirir formas más complejas. Las conceptualizaciones varían: Scott refiere "un paisaje audiovisual policéntrico"[1] (2005), mientras que Goldsmith y O'Regan lo definen como "el complejo cinematográfico internacional contemporáneo"[2] (2003). Lo cierto es que las obras audiovisuales no solo circulan por encima de los límites nacionales, sino que su realización misma depende crecientemente de una trama de factores de carácter global.

Todo ello da lugar a un conjunto de fenómenos muy peculiares, que constituyen indicios de una reorientación de los flujos culturales internacionales y de una cartografía compleja y entrelazada, donde el mismo concepto de *nacionalidad* entra en crisis. Basten algunos ejemplos:

1 La traducción es nuestra; original: "a polycentric audiovisual landscape".

2 La traducción es nuestra; original: "the contemporary international film studio complex".

- Si bien tienen una política comercial muy distinta, China y Estados Unidos poseen acuerdos para coproducir películas de gran presupuesto, lo cual le permite al primero alcanzar los mercados internacionales, y al segundo, el mercado chino. Algunos de los *tanques* de Hollywood (como *Transformers: Age of Extinction*, Michael Bay, 2014)[3] son también películas chinas (Su y Yong Jin, 2019).
- Francia ha firmado acuerdos de coproducción con 58 países y es el que más películas coproduce en el mundo. La paradoja es que las películas francesas con más ventas en los mercados internacionales suelen ser películas habladas en inglés y protagonizadas por estrellas de Hollywood (Creton, 2015). Algo similar ocurre con Gran Bretaña, dado que muchas de las películas británicas más exitosas son directamente coproducciones con Estados Unidos.
- En Latinoamérica, la Argentina es el principal coproductor de películas: a principios de siglo se asociaba fundamentalmente con España, pero en la última década comenzó a asociarse principalmente con países latinoamericanos como Uruguay, Brasil y México (González, 2021).
- Muchas de las series "argentinas" recientes hechas por y para las plataformas son, en realidad, series filmadas en Uruguay con tramas, productores, actores, directores y guionistas argentinos.[4]
- Para muchos países, el mayor riesgo de la apertura a los flujos no es la invasión de películas norteamericanas, sino la de potencias regionales: gran parte de África percibe con preocupación la influencia del cine nigeriano (Mingant y Tirtaine, 2018), como así también gran parte de Asia teme la de Japón, Corea del Sur o China (Su y Yong Jin, 2019).

En síntesis, estos fenómenos expresan una compleja geopolítica del audiovisual, impulsada por el fenómeno de las coproducciones internacionales (González, 2021) y por la producción de contenidos "locales" por y para las plataformas. La idea de una cartografía policéntrica propuesta por el geógrafo Allen J. Scott parece apropiada no solo por su capacidad para identificar centros regionales de producción audiovisual, sino también para dar cuenta de la emergencia de nuevos centros de poder desde los cuales se busca incidir en el escenario global.

3 Este tipo de coproducciones expresan de una manera muy marcada las implicancias materiales y simbólicas que están en juego en los productos globales. Ver Cohen (2014).

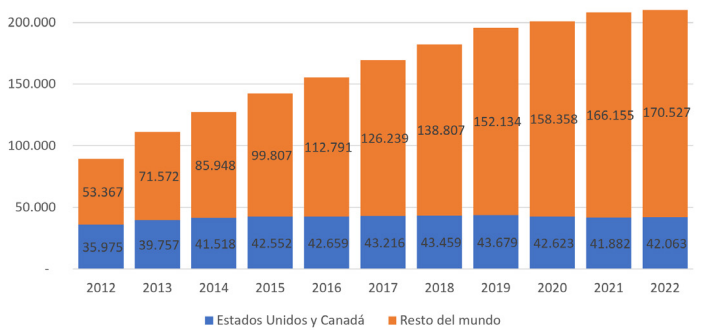
4 Ver El País (2023).

El mercado cinematográfico: vigencia del circuito de salas y productores emergentes

Parece necesario justificar la importancia de estudiar la exhibición *theatrical*, es decir, el circuito de salas. La irrupción en la última década de las plataformas de streaming audiovisual supone un desafío para el espectáculo cinematográfico, lo cual parece haber dado aliento a los "discursos extincionistas" (tal como los definen Carlón y Scolari, 2009). No obstante, este desafío es solo uno de los tantos que el cine viene afrontando desde mediados de siglo XX y, al contrario de lo que suponen esas creencias generalizadas, las salas de cine persisten. Este apartado presenta evidencia empírica sobre la vigencia del espectáculo cinematográfico a nivel global y argumenta que el fenómeno se inscribe en la irrupción de una nueva geografía del audiovisual.

Por empezar, datos de la Motion Picture Association (MPA) –entidad que nuclea a las *majors* de Hollywood desde 1922–[5] muestran que la cantidad de pantallas en Estados Unidos y Canadá registra un crecimiento moderado que se transforma en una caída leve luego de la pandemia del covid-19, mientras en el resto del mundo crece sostenidamente. En 2012, las pantallas norteamericanas representaban el 40% de las 89.342 que se contabilizaban a nivel global, mientras que en 2022 ese porcentaje caía al 20% sobre un total de 212.590 pantallas. En otras palabras: la participación relativa de Estados Unidos y Canadá cae de manera constante.

Gráfico 1. Cantidad de pantallas en Estados Unidos/Canadá y en el resto del mundo (2012-2022)

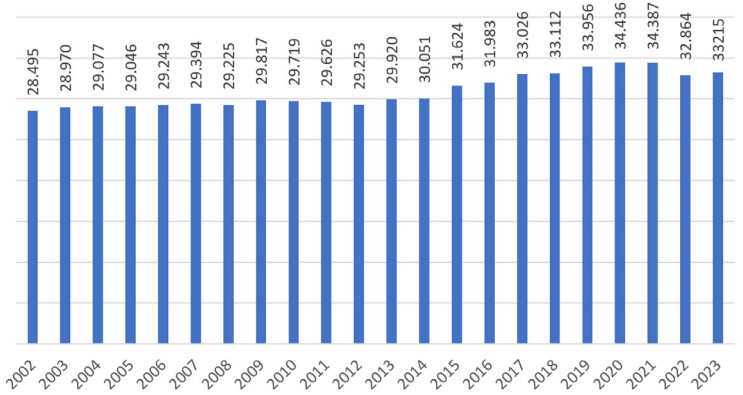


Fuente: elaboración propia sobre la base de MPA (2021) y OEA (2024).

5 En sus inicios, se denominó Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA), nombre que mantuvo hasta 1945, cuando pasó a llamarse Motion Picture Association of America (MPAA). En 2019, tomó el nombre actual, que marca

En la Unión Europea (UE) y Gran Bretaña la situación no es muy distinta. Datos del Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA) muestran que entre 2002 y 2023 el total de pantallas oscila en torno a las 30.000, con una muy leve tendencia ascendente que también se invierte luego de la pandemia. No obstante, los propios informes del OEA destacan que el mayor dinamismo se registra fuera del bloque de la UE, fundamentalmente en Rusia y Turquía, donde la cantidad de pantallas y espectadores crece constantemente. Esto sugiere que el dinamismo es superior en países que no cuentan actualmente con una infraestructura de salas desarrollada de manera acorde a su potencial.

Gráfico 2. Cantidad de pantallas en la Unión Europea y Gran Bretaña (2002-2023)



Fuente: elaboración propia sobre la base de OEA (2003-2024).

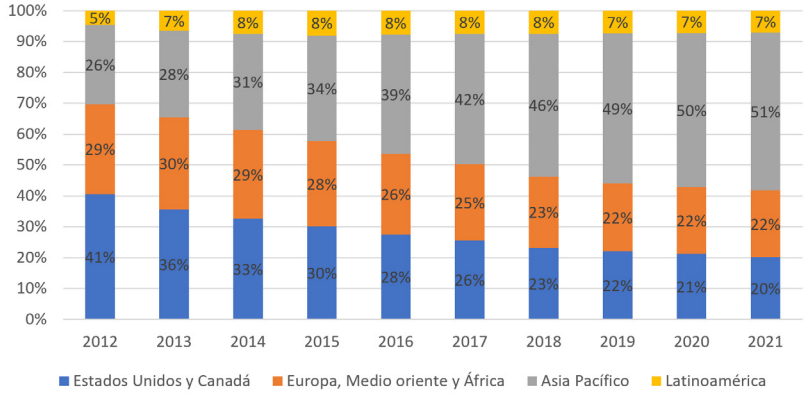
Este proceso se hace más ostensible al analizar la distribución porcentual de los datos desagregados por regiones. Por un lado, surge que Europa y Norteamérica –los mercados que históricamente dominaron la exhibición cinematográfica– están reduciendo su participación en el total global: pasaron del 70% en 2012 al 42% en 2021.[6] En cambio, Asia-Pacífico pasó de tener el 26% de las salas del mundo a tener el 51% en el mismo período: como en muchos otros rubros, actualmente domina el mercado por su demografía, demanda

la unificación de sus operaciones globales y –sin dudas– es indicativo de su alcance. Fuente: sitio web de la MPA. Disponible en: https://www.motionpictures.org/who-we-are/#our-history.

6 Es importante señalar que, en rigor, en estos porcentajes están sumados también Medio Oriente y África por la forma en que la fuente agrupa a estas regiones con Europa. Medio Oriente y África tenían alrededor de 10.000 salas en 2021 (un 5% del total), lo cual no hace más que reforzar el argumento.

y dinamismo. Latinoamérica, por su parte, parece haberse estancado con el 7% de las salas.

Gráfico 3. Distribución global de las salas de cine por regiones (2012-2021)



Fuente: elaboración propia sobre la base de MPA (2024).

Por lo tanto, de ningún modo puede asegurarse que la exhibición *theatrical* se encuentre en decadencia. Por lo menos hasta la pandemia, la evolución general es levemente ascendente tanto en Estados Unidos y Canadá como en la Unión Europea. Las fuentes señalan algo más: en la primera es claro que el crecimiento es mucho más marcado en el "resto del mundo", mientras que en la segunda se subraya el protagonismo de Europa del Este y Turquía: literalmente, uno de los apartados se titula "Crecimiento sostenido impulsado por Europa del Este y Turquía" [7] (OEA, 2018). Otro informe de la MPA señala que el total de pantallas de cine aumentó en gran medida debido al crecimiento continuo de dos dígitos en Asia-Pacífico (MPA, 2018). Las tendencias permiten suponer que China superará pronto a Estados Unidos en los principales rubros de la industria (producción, pantallas, espectadores y recaudación), lo cual probablemente aliente a la potencia asiática a desplegar acciones y estrategias con el objetivo de aumentar su participación en los flujos globales de la industria.

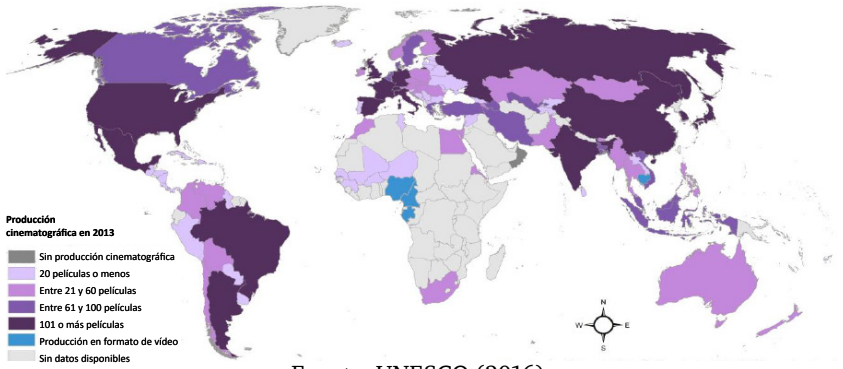
En lo que respecta al cine, al menos, la distinción entre centro y periferia sigue siendo operativa: pareciera observarse cierta desaceleración en los países "centrales" y un notable dinamismo en los países "periféricos". Los países que desarrollaron su mercado a lo largo de todo el siglo XX parecen haber alcanzado

7 La traducción es nuestra; original: "Sustained growth fuelled by Eastern Europe and Turkey".

la madurez, con poco margen para seguir creciendo, mientras que los países emergentes comenzaron a desarrollar su potencia en las últimas décadas.

Hay más: no solo en la exhibición y el consumo se registran estas tendencias, también en la producción. Es probable que nunca antes en la historia se produjeran tantas películas como en la actualidad. Y no solo ni principalmente gracias a la industria de Hollywood. Datos de UNESCO (2017) mostraban en su momento que la India y Nigeria producían más películas que Estados Unidos,[8] y que otros países en vías de desarrollo como la Argentina, México, Turquía y Brasil figuraban entre los 15 máximos productores del mundo. La producción en estos países es motorizada por la incorporación al consumo de inmensas masas de población o por la implementación de políticas nacionales. Datos más recientes (OEA, 2024) señalan que en 2023 los principales productores de películas fueron nada más y nada menos que China, India, Japón y Corea del Sur.

Mapa 1. Países según volumen de producción de largometrajes en 2013



Fuente: UNESCO (2016).

8 Desde ya, aunque se compare la cantidad de películas, es necesario tener en cuenta que existe una gran diferencia entre los presupuestos de cada proyecto, en lo cual Estados Unidos tiene una ventaja considerable por sobre el resto.

Cuadro 1. Principales mercados en producción de películas, 2019-2023

	País	2019	2020	2021	2022	2023
1	China	850	531	565	380	792
2	India	661	163	533	978	746
3	Japón	689	506	490	634	676
4	Corea del Sur	502	615	653	703	608
5	Estados Unidos	814	443	941	803	510
6	Italia	325	252	313	355	402
7	Reino Unido	399	294	337	364	365
8	España	263	215	263	312	324
9	Francia	301	237	340	287	298
10	Argentina	265	28	184	204	241
	Total mundial	7510	4863	6479	7379	7454

Fuente: OEA (2024).

Estos países parecen protagonizar un fenómeno de *cinematografías emergentes*. Scott (2005), en su análisis de la industria de Hollywood, señaló que el cine del siglo XXI es más políglota y policéntrico que en el pasado. También el crítico australiano Adrian Martin reflexionó sobre este fenómeno, en un texto que vale la pena citar *in extenso*:

> Hasta fechas recientes, muchos cinéfilos de todo el mundo (incluido yo) tenían un cierto "mapa del cine global" metido en la cabeza, remontándonos cincuenta años o más: los "centros" de ese mundo eran París, New York, Londres, y las revistas de cine "importantes" eran *Cahiers du Cinéma*, *Sight and sound*, *Film Comment*. Ahí residía la "autoridad", la legitimidad sociocultural; y si tú estabas en otra parte, debías resignarte a estar "en los márgenes" del mundo del cine, o tenías que planear tu escapada a esas grandes ciudades románticas, pues solo allí (imaginábamos) uno podía "verlo todo", y realmente "establecer un hito" como crítico. Ahora gran parte de ese "mapa" de nuestras mentes y de la realidad ha cambiado, se ha redibujado, para mejor. El "centro" está mucho más disperso (citado en Cancela, 2012: 42).

En síntesis, los datos analizados parecen señalar en una misma dirección: el espectáculo cinematográfico sigue vigente, impulsado por el particular dinamismo de los países "periféricos", lo cual, sumado a las cinematografías "emergentes", configura una nueva geografía del cine.

El mercado del streaming: el dominio de Estados Unidos ante nuevos desafíos

A pesar del fuerte desplazamiento documentado en el apartado anterior, hay un proceso que persiste: el dominio de Estados Unidos en el mercado mundial de servicios audiovisuales. Se trata de un factor estructural, sin el cual es imposible entender la dinámica de la industria audiovisual global. En este apartado se señalará cómo dicho dominio se consolida en la era del streaming.

Hace un siglo y en un contexto de entreguerras, un puñado de empresas de Hollywood estableció su dominio en el mercado cinematográfico mundial. Más recientemente, un conjunto de servicios digitales conocidos como *plataformas*[9] reforzó la integración económica de los mercados audiovisuales mundiales y sus niveles de concentración. Este proceso tiene, desde ya, enormes implicancias en términos económicos y culturales.

La emergencia de las plataformas tiene características disruptivas, pero también de continuidad, dado que se despliega sobre una trama ya marcada por el cine y la televisión. Los actores dominantes son nuevos en algunos casos (Netflix y Amazon Prime Video), pero no en todos: Disney+ es propiedad de Disney-Fox, Paramount+ es de ViacomCBS-Paramount, Max es de Warner-Media-AT&T. En este sentido, resulta sintomática la incorporación de Netflix en 2019 como miembro de la Motion Picture Association (MPA). Lo que todas estas plataformas tienen en común es el origen nacional: Estados Unidos.

Para dimensionar el abrumador dominio de Estados Unidos en el comercio internacional de servicios audiovisuales, basta detenerse en algunos datos de exportación presentados por la MPA (2024):

- En 2022, la exportación de servicios audiovisuales de Estados Unidos fue de USD 17.000 millones, con un superávit comercial de USD 10.300 millones.
- La industria audiovisual generó una balanza comercial positiva en cada uno de los principales mercados mundiales.
- Los servicios audiovisuales tienen un superávit comercial superior al de otros servicios relevantes (como telecomunicaciones, transporte, seguros y salud) y representan el 4% del superávit comercial total de Estados Unidos en el sector servicios.
- Si la industria audiovisual norteamericana fuera un país, su PIB ocuparía el puesto número 46 en el ranking mundial del Banco Mundial.

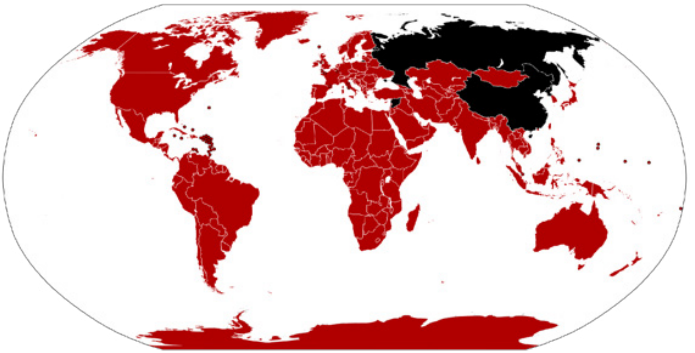
Entonces, en perspectiva histórica, las plataformas contribuyen al fortalecimiento de este dominio, que antes se plasmó en las salas de cine, luego en la televisión, en los formatos físicos (VHS, DVD, etc.) y otros servicios audiovisuales.

9 Para una discusión del término, ver Gillespie (2010).

A continuación, se abordará el caso de Netflix por su carácter emblemático y pionero. En 2010, comenzó a internacionalizar su servicio de streaming en Canadá; en 2011, sumó a la Argentina y al resto de Latinoamérica: ese año alcanzó los 21,6 millones de abonados. A fines de 2023, el total de abonados superaba los 260 millones (gráfico 4), distribuidos en más de 190 países.

La presencia global de Netflix está atravesada por cuestiones geopolíticas, dado que los únicos territorios en los que no opera son China, Rusia, Corea del Norte, Siria y Crimea (en rigor, Crimea es actualmente un territorio en disputa entre Rusia y Ucrania). China es un mercado sujeto a negociaciones que levanten el bloqueo gubernamental (Vlassis, 2021), mientras que Rusia quedó excluido tras la intervención militar en Ucrania en 2022. Los otros tres son territorios en los que Netflix no puede hacer negocios debido a que allí el bloqueo es del gobierno de Estados Unidos, que impone sanciones comerciales (Lobato, 2019).

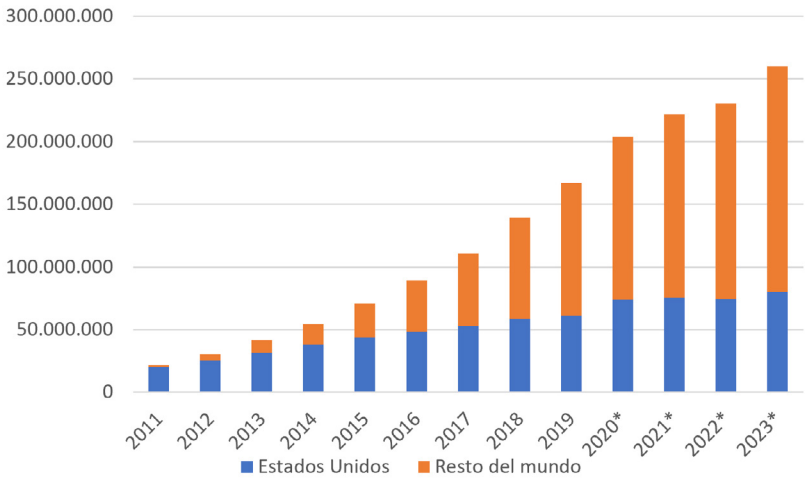
Mapa 2. Países en donde está disponible el servicio de Netflix en 2024



Fuente: sitio web oficial de Netflix.
Disponible en: https://help.netflix.com/es/node/14164.

Un rasgo visible es que mientras la curva de abonados tiende a estabilizarse en Estados Unidos, en el *resto del mundo* sigue creciendo vertiginosamente: desde 2017, Netflix tiene más abonados fuera que dentro de Estados Unidos y esa tendencia es irreversible. Tal como sucede desde la Primera Guerra Mundial, el mercado de la industria audiovisual estadounidense es el mundo (Buquet, 2005).

Gráfico 4. Evolución de los abonados a Netflix, según sean de Estados Unidos o del resto del mundo (2011-2023)[10]



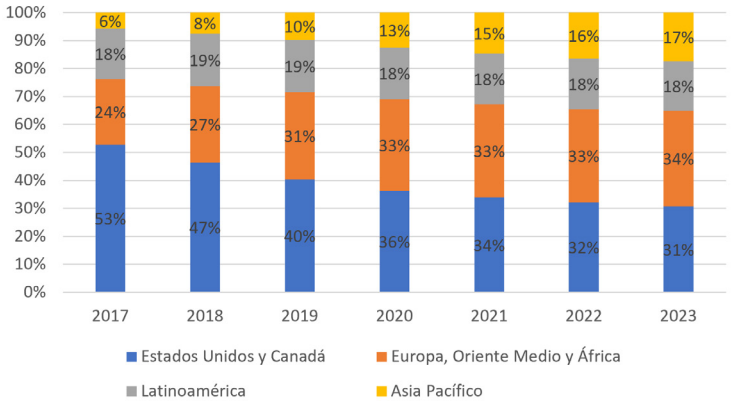
Fuente: Netflix.[11]

Un análisis segmentado por regiones muestra que en términos relativos decrece fuertemente la participación norteamericana sobre el total (gráfico 5). La participación de Europa, Oriente Medio y África creció significativamente entre 2017 y 2020, pero está estancada desde entonces; mientras que Asia-Pacífico, a pesar de representar la parte minoritaria, muestra un crecimiento constante. Latinoamérica, en cambio, mantiene una porción estable a lo largo de todo el período (González, 2022).

10 A partir de 2020, los datos de Canadá (entre 7 y 10 millones) están sumados en Estados Unidos. Esto se debe a que la empresa cambió la forma de presentar resultados. Más recientemente, también anunció que dejará de informar estos datos a partir de 2025. Fuente: https://www.forbes.com/sites/paultassi/2024/04/19/netflix-stock-tumbles-as-investors-arent-amused-it-will-stop-reporting-subscriber-numbers.

11 Los datos corresponden al mes de diciembre de cada año. Fueron extraídos de los balances financieros que la compañía publica trimestralmente para informar a sus accionistas. Fuente: Netflix Investors. Disponible en: https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx.

Gráfico 5. Evolución de los abonados a Netflix por región, en porcentaje (2017-2023)



Fuente: Netflix.

Este dominio global fue posible en parte gracias a la falta de competencia durante gran parte de su historia, aunque en los últimos años esto comenzó a cambiar. La oferta creció en cantidad y variedad (hay plataformas públicas y privadas, gratuitas y pagas, de nicho y generalistas), sobre todo a partir de la pandemia del covid-19, pero con una marcada tendencia a la concentración en un puñado de servicios, entre los que se destacan –además de Netflix– Amazon Prime Video, Disney+ y Max.

En ese contexto, la situación de Asia-Pacífico resulta ambigua. Por un lado, la penetración relativamente baja de Netflix parece señalar una mayor capacidad de esta región (sobre todo en las principales potencias asiáticas) para enfrentar el dominio norteamericano, con una oferta de contenidos, servicios e infraestructuras digitales propias. Es decir, hay razones culturales y económicas por las cuales esta región posee una autonomía relativa respecto a los servicios de la potencia occidental. Por el otro lado, y a pesar de lo anterior, Asia-Pacífico es la región que más crece en los balances de Netflix, incluso sin poder operar en China. Si la tendencia se sostiene, en el mediano plazo esta región podría pasar a tener al menos el mismo peso que Estados Unidos o Europa.

Finalmente, es necesario subrayar que Netflix no solo distribuye y exhibe contenidos: también los produce. Su despliegue global fue acompañado de una estrategia muy agresiva de producir contenidos propios y a la vez locales, es decir, en algunos de sus mercados más importantes y en idioma local, lo cual

significa que se apoya en capacidades nacionales preexistentes.[12] De hecho, después de Estados Unidos, India es el país que recibió más inversiones de Netflix para producir películas, con 59 títulos (57 hablados en hindi) entre 2014 y 2023.[13] Se trata de una estrategia sumamente innovadora para la industria audiovisual, que contrasta con el tradicional rol de las *majors* de Hollywood y que evoca lo que hizo la industria discográfica a mediados de siglo XX, aquí sintetizado por Matthew B. Karush:

> A fin de capitalizar el crecimiento del mercado global, las multinacionales emprendieron una política simultánea de integración vertical y descentralización creativa. Así, combinaron un vasto conjunto de unidades creativas con raíces locales con un aparato de distribución y promoción masivas. Con la propiedad de los derechos de autor que adquirieron, las innovaciones creativas de los departamentos locales significaron para esas multinacionales una fuente ininterrumpida de ingresos (2019: 141).

Por eso, si bien Netflix refuerza la concentración de los mercados y de la propiedad intelectual (IP), en la medida en que crece su base de abonados se va consolidando en cada región una base de productores locales especializados, con capacidad para escalar en los mercados internacionales. Eso también es algo novedoso y sugerente.

Palabras finales

A lo largo de este texto se presentó un análisis del mercado audiovisual a nivel global, de lo cual se desprenden varias cuestiones. La primera es el dominio de Estados Unidos, que es estructural, tiene un siglo de vigencia y se consolida en cada nueva etapa de la historia de la industria (cine, televisión, plataformas, etc.). La segunda tiene que ver con lo que se caracterizó como una nueva geografía del audiovisual, marcada por la irrupción de la periferia –sobre todo de Asia– no solo en el circuito de salas, sino también en la producción de contenidos.

El escenario podría parecer paradójico, pero el dominio de Estados Unidos y la centralidad creciente de Asia coexisten. Lo que está actualmente en disputa es en qué medida el poderío comercial y la trayectoria del primero es capaz de penetrar en una región que –tal vez como ninguna otra– posee un nivel de autonomía y capacidades muy relevantes. El dominio norteamericano parece

12 Para un análisis profundo de la reconfiguración de la cadena de valor en el sector audiovisual, ver Ministerio de Economía (2023) y González (2022).

13 Datos producidos sobre la base de IMDB, ver: https://www.imdb.com/list/ls093350982/ y https://en.wikipedia.org/wiki/File:Netflix_Original_Movies.svg.

firme: incluso cuando es ostensible la mayor circulación de películas y series asiáticas en el mundo occidental, esta depende fuertemente de un circuito dominado por empresas de distribución con sede en Estados Unidos. Esto está en línea con lo que habían señalado distintos autores: que el dominio norteamericano no depende exclusivamente de su producción, sino fundamentalmente de su capacidad exportadora (Nivón Bolán, 2006; Buquet, 2005; Miller *et tal.*, 2001). No obstante, las dinámicas señaladas invitan a observar con más atención los desplazamientos que se están produciendo en el mapa.

Esta nueva geografía del audiovisual tiene enormes implicancias simbólicas y materiales, que se observan tanto en los estilos de vida como en los balances comerciales de las naciones. Desde ya, la batalla audiovisual es solo un capítulo de un conflicto mucho mayor por el comercio y la hegemonía internacional, aunque su importancia no debería ser subestimad

Referencias bibliográficas

Appadurai, A. (2002). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires, Trilce-FCE.

Binimelis Adell, M. (2011). *La geopolítica de las coproducciones hispanoamericanas. Un análisis a través de su presencia en los festivales de clase A (1997-2007)* [Tesis doctoral]. Universidad Rovira i Virgili.

Buquet, G. (2005). *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*. Madrid: Fundación Autor.

Burucúa, C. (2020). "La presencia del cine latinoamericano en TIFF (1976-2016): datos en contexto". En Rosas Mantecón, A. y González, L. (Coords.), *Cines latinoamericanos en circulación: en busca del público perdido*. México: UAM-Juan Pablos Editor.

Campos, M. (2016). *Construcción y legitimación de los cines (trans) nacionales en el circuito internacional de festivales. El caso de América Latina* [Tesis doctoral]. Universidad Carlos III de Madrid.

Cancela, L. (2012). *Estado transitorio: cinefilia en el siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial Djaen.

Carlón, M. y Scolari, C. (2009) *El fin de los medios. El comienzo de un debate.* Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Cohen, D. (2014). "'Transformers': A Splendidly Patriotic Film, If You Happen To Be Chinese (Opinion)". *Variety*. Disponible en: https://variety.com/2014/film/columns/transformers-age-of-extinction-patriotic-for-china-1201257030/.

Creton, L. (2015). "The Political Economy of French Cinema: Attendance and Movie Theaters". En Fox, A.; Marie, M.; Moine, R. y Radner, H. (Eds.), *A companion to contemporary French cinema*. John Wiley & Sons.

El País (2023). "Son tramas argentinas, pero se filman cada vez más en esta orilla: ¿Por qué Uruguay se volvió una pequeña Hollywood?". *El País*, Montevideo. Disponible en: https://www.elpais.com.uy/tvshow/cine/son-tramas-argentinas-pero-se-filman-cada-vez-mas-en-esta-orilla-por-que-uruguay-se-volvio-una-pequena-hollywood.

Falicov, T. L. (2019). *Latin American Film Industries*. Bloomsbury Publishing.

Getino, O. y Schargorodsky, H. (2008). *El cine argentino en los mercados externos.* Buenos Aires: FCE-UBA.

Gillespie, T. (2010). "The politics of 'platforms'". *New Media & Society*, vol. 12, nº 3, pp. 347-364.

Goldsmith, B. y O'Regan, T. (2003). *Cinema Cities, Media Cities: The Contemporary International Studio Complex*. Brisbane: Griffith University.

González, L. (2013). "Cine y geografía. Hacia un estado del arte, con foco en la Argentina". *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XVIII, nº 1054. Barcelona: Universidad de Barcelona.

——— (2021). *El (nuevo) devenir global del cine argentino. Políticas y mercados externos*. Buenos Aires: TeseoPress. Disponible en: https://www.teseopress.com/cineargentino/.

——— (2022). *Una perspectiva latinoamericana sobre Netflix y los ecosistemas audiovisuales locales*. XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Buenos Aires, Argentina, 26-30/9.

Karush, Matthew B. (2019). *Músicos en tránsito. La globalización de la música popular argentina: del Gato Barbieri a Piazzolla, Mercedes Sosa y Santaolalla*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Lobato, Ramón (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. NYU Press.

López, A. M. (2015). "Cine temprano y modernidad en América Latina". *Vivomatografías*, nº 1.

Martel, F. (2010). *Cultura mainstream*. Madrid: Taurus.

Mastrini, G. (2014). "Preámbulo". En Fuertes, M. y Mastrini, G., *Industria cinematográfica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.

Miller, Toby; Govil, N.; Mc Murria, J. y Maxwell, R. (2001). *Global Hollywood*. London: Publishing British Film Institute.

Mingant, N. y Tirtaine, C. (Eds.) (2018). *Reconceptualising Film Policies*. New York-Oxon: Routledge.

Ministerio de Economía de la Nación (Daniel Schteingart, coordinador general) (2023). "Profundizar el avance de la digitalización escalando la estructura productiva y empresarial nacional". Misión 7 del *Plan Argentina Productiva 2030*. Plan para el Desarrollo Productivo, Industrial y Tecnológico. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/produccion/argentina-productiva-2030/misiones-argentina-productiva-2030/07-profundizar-el-avance-de.

Moguillansky, M. (2016). *Cines del Sur*. Buenos Aires: Imago Mundi.

MPA (2024). The American motion picture and television industry. Creating jobs,

trading around the world. Motion Picture Association.

https://www.motionpictures.org/wp-

content/uploads/2025/01/MPA_Economic_contribution_US_infographic.pdf

MPA (2016-2021). *Theme Report*. Washington: Motion Picture Association. Nivón Bolán, E. (2006). *La política cultural: temas, problemas y oportunidades.* México: CONACULTA.

OEA (2013-2024). *FOCUS. World Film Market Trends*. Observatoire européen de l'audiovisuel.

OEA (2018). *Yearbook 2017/2018. Key Trends*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Rosas Mantecón, A. y González, L. (Coords.) (2020). *Cines latinoamericanos en circulación: en busca del público perdido.* México: UAM-Juan Pablos Editor.

Ross, M. (2011). "The film festival as producer: Latin American films and Rotterdam's Hubert Bals Fund". *Screen*, vol. 52, nº 2, pp. 261-267.

Rud, L. (2017). *Parecidos pero diferentes. Las políticas cinematográficas de Corea del Sur y de la Argentina (1995-2015).* Jornadas de Estudios en Cultura y Comunicación, 18-20/04, UNSAM.

Saura, G.; Bertolotti, J.; Landaburu, I. y González, L. (2022). *Circulación y coproducción de películas iberoamericanas: panorama 2018-2021*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: INCAA, Observatorio Audiovisual.

Scott, A. (2005). *On Hollywood: the place, the industry*. Princeton NJ: Princeton University Press.

Su, W. y Yong Jin, D. (Eds.) (2019). *Asia-Pacific film co-productions: theory, industry and aesthetics*. New York-London: Routledge.

UNESCO (2016). Diversidad e industria cinematográfica. Análisis de la encuesta del UIS del año 2014 sobre las estadísticas de largometrajes. Québec: UIS-UNESCO.

——— (2017). *2018 Global Report "Reshaping Cultural Policies"*. París: UNESCO.

Vlassis, A. (2021). Global online platforms, COVID-19, and culture: The global pandemic, an accelerator towards which direction? Media, Culture & Society, 0163443721994537.

Capítulo 2
Espacios del terciario y renovación urbana en centralidades del AMBA

María Eugenia Goicoechea, María Soledad Arqueros Mejica, Diego Vázquez, Gabriela Reta, Micaela Alcalde y Matías Galgano

Introducción

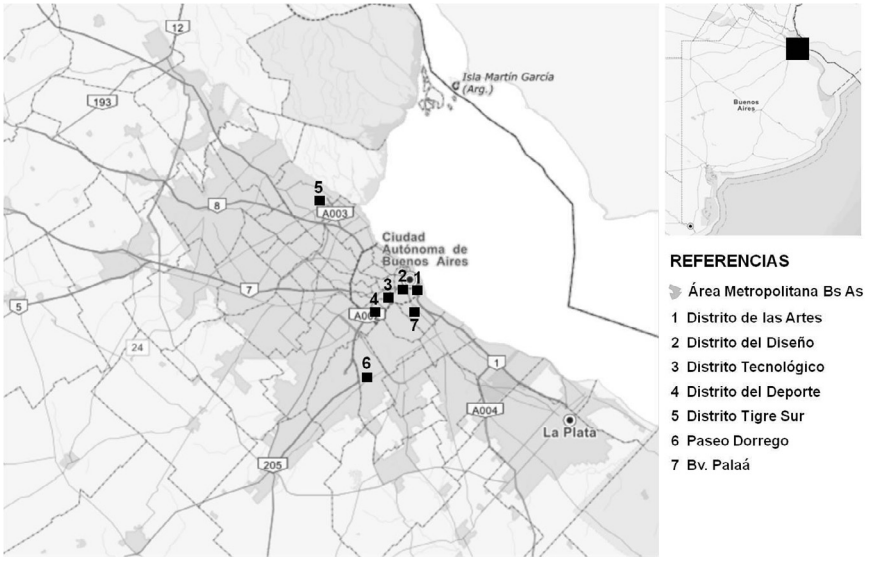
En las últimas dos décadas, la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA) comenzó a evidenciar diversas intervenciones tendientes a la renovación de áreas centrales que, con características e intensidad disímiles, vienen produciendo nuevas configuraciones urbanas. Responden a estrategias promovidas o acompañadas por el sector público, que enfatiza en la dimensión económica como motor para avanzar en un proceso de transformación de la ciudad consolidada, estimulando el crecimiento del sector terciario.

Se conforman así nuevas figuras urbanas que se despliegan tanto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), bajo la denominación de distritos económicos, como en centralidades tradicionales del conurbano bonaerense en forma de paseos gastronómicos o distritos especiales. La mayoría de los casos se corresponden con territorios otrora industriales, que atravesaron procesos de deterioro y obsolescencia funcional en el contexto neoliberal y en la actualidad son objeto de dinámicas de renovación, principalmente asociadas al emplazamiento de locales comerciales y servicios gastronómicos. Entre los argumentos y discursos que fundamentan estas operatorias, lideradas principalmente por los gobiernos locales, se destacan la necesidad de dinamizar urbanísticamente estos territorios y pensar en nuevos usos productivos que resulten compatibles con los residenciales.

En el presente artículo centramos la mirada en los efectos del desarrollo del terciario en áreas obsoletas, para pensar cómo estas actividades construyen su espacialidad y reconfiguran el territorio.[1] Esta reflexión se sostiene en la caracterización de las áreas específicas que denominamos "espacios del terciario" en articulación con los impactos que dichos procesos tienen a escala metropolitana.

A los fines de este artículo, reconocemos los casos de los distritos económicos del sur de la ciudad de Buenos Aires (de las Artes, del Diseño y Tecnológico) y en los partidos de Avellaneda (Bv. Palaá), Tigre (Distrito Tigre Sur) y Esteban Echeverría (Paseo Dorrego) del conurbano bonaerense (mapa 1). Todos ellos comparten una trayectoria territorial común, dada por la fuerte presencia o influencia de la actividad industrial (ya sea en el perímetro en cuestión o en proximidad y articulación).

Mapa 1. Localización de espacios del terciario (AMBA, año 2023)



Fuente: elaboración propia.

1 Estos resultados se inscriben en las investigaciones que desarrollamos desde el equipo "Renovación Urbana y Transformaciones Territoriales en el AMBA" (RUTA) mediante los proyectos: PICT 2021-0664 "Transformaciones urbanas en contextos de renovación: Distritos Económicos en la Buenos Aires Metropolitana"; UNDAVCyT 2021 "Espacios del terciario. Iniciativas de renovación urbana en centralidades tradicionales del Gran Buenos Aires", y PIT-CONUSUR "Reconfiguración de las áreas centrales en la post-pandemia. Nuevos espacios del terciario en el Gran Buenos Aires".

Para avanzar en la comprensión de las transformaciones materiales y funcionales producidas en cada sector, nuestro diseño metodológico contempló relevamientos territoriales a escala lote considerando las características morfotipológicas de las edificaciones, la situación inmobiliaria y de usos, junto con las transformaciones recientes (sobre la base de comparaciones con registros fotográficos previos).[2] De manera complementaria al trabajo de campo, sistematizamos normativas, documentación periodística y de organismos públicos, como forma de conocer el contexto de surgimiento de estos espacios. También avanzamos en el reconocimiento de los actores que componen el entramado socioeconómico de cada caso de estudio y realizamos las primeras entrevistas a funcionarios y referentes clave.

El artículo se organiza de la siguiente manera. En una primera instancia, presentamos los enfoques teóricos a los cuales adscribimos para entender al sector terciario, reconociendo la heterogeneidad de actividades que aglutina y las características particulares que asume en las economías latinoamericanas. Partiendo de esta conceptualización, proponemos mirar nuestros casos de estudio como una tipología diferente de los "espacios del terciario" que la bibliografía ha reconocido entre los nuevos elementos urbanísticos que componen los paisajes urbanos de la globalización y los ecosistemas de negocios. Este reconocimiento se complementa con un segundo apartado que recupera la escala metropolitana para analizar las trayectorias en la RMBA y la transformación de su matriz productiva. En este contexto, reconocemos el pasaje de una industrialización relativa a una terciarización con base en los servicios banales. Seguidamente, ofrecemos una caracterización de los casos de estudio, porque nos permite reconocer las implicancias que las trayectorias territoriales tienen al momento de comprender las dinámicas de transformación en las áreas en cuestión. Los apartados sucesivos se centran en las transformaciones físicas directas registradas en los casos de estudio (los cambios de uso y cambios morfotipológicos en el entorno construido). Finalmente, se presentan las conclusiones.

Una aproximación conceptual a los espacios del terciario

Comenzaremos por revisar la noción de "sector terciario" que se instala con Fisher (1939) y luego Clark (1940) para pensar la división de las actividades económicas en primarias, secundarias y terciarias, reconociendo ramas concretas en cada sector. Bajo esta clasificación, las actividades agrícolas y extractivas se corresponderían con el sector primario; la industria de transformación manufacturera, con el secundario; y, por último, el sector terciario,

2 Para mayor detalle sobre esta metodología de trabajo consultar González Redondo, Goicoechea y Arqueros Mejica (2022).

que integra un vasto conjunto de actividades dedicadas a la prestación de servicios, que van del transporte al comercio, pasando por los alquileres, la enseñanza y las principales formas de creación artística y filosófica. En esta línea, Foote y Hatt (1953) aportaron nuevos elementos a esta clasificación a partir del reconocimiento de tres subcategorías dentro de los servicios: 1) sector terciario, que comprende restaurantes, peluquerías, lavanderías, reparaciones de electrodomésticos y demás oficios; 2) sector cuaternario, como el que ordena, coordina y dirige las actividades de los sectores primarios, secundarios y terciario, y que refiere al transporte, comercio, comunicaciones, finanzas y administración; 3) por último, el sector quinario, que comprende los servicios ligados a la salud, educación y formación y recreo (Cuadrado Roura y Del Río, 1990).

De estas primeras conceptualizaciones podemos reconocer un aspecto central que caracteriza al sector y que está dado por la marcada heterogeneidad interna de las actividades que concentra. Sostenemos que esta heterogeneidad constituye un elemento fundamental para el análisis geográfico porque define una particular forma de producción social del espacio.

En primer lugar, la heterogeneidad del sector tiene implicancias en la generación de valor y, por ende, del excedente económico disponible para transformar el espacio urbano. El terciario concentra servicios de fuerte componente inmaterial, que no pueden almacenarse como stock porque se generan al mismo tiempo que se consumen y su importancia radica en las aptitudes y conocimientos de quienes los llevan adelante. Involucra actividades sumamente variadas en cuanto a niveles de complejidad y requerimientos, pudiendo estar destinados tanto a consumidores finales (servicios comerciales, reparaciones técnicas) como a empresas, siendo inputs en procesos industriales. En correspondencia, entre estos dos grupos observamos diferenciales muy marcados en cuanto a la generación de valor agregado, ya que, mientras los primeros pueden realizarse dentro de la esfera mercantil simple sin constituir plusvalía, los segundos efectivamente incrementan la valorización capitalista.

Con base en esta reflexión es que nos preguntamos por estas nuevas figuras urbanas que identificamos como “espacios del terciario” cuando decidimos hacer foco en las actividades económicas que se promueven en el proceso de innovación espacial, que comprenden desde tecnologías de la información y la comunicación hasta la innovación y el diseño, pero que en su mayoría remiten a los servicios gastronómicos y el comercio. ¿Qué impactos territoriales tienen las actividades que se despliegan?

En segundo lugar, la cuestión de la heterogeneidad del sector terciario también nos permite poner ciertas reservas a los postulados que entienden el crecimiento de los servicios como un indicador de mejora del bienestar de la sociedad, consolidación del desarrollo productivo y aumento de las riquezas (Clark, 1940; Fourastié, 1949). Estas ideas, que aún dominan dentro del pensamiento económico, surgieron luego de la Segunda Guerra Mundial

en los países de capitalismo avanzado. Comprendieron el crecimiento de los servicios dentro de un marco de progresiva complejización de la economía, bajo el cual el desarrollo tecnológico promueve nuevos procesos productivos, actividades y perfiles laborales. Primó en estas visiones una concepción evolucionista, entendiendo al sector terciario como una etapa superior en el desarrollo económico (Rostow, 1961; Bell, 1973).

Frente a ello, sin embargo, nos interesa señalar nuestras divergencias. Según sostienen los enfoques marxistas, el desarrollo de las fuerzas productivas no supone una desmaterialización del trabajo, sino una mayor imbricación entre trabajo material e inmaterial, que más allá de eso continúa subordinado a la lógica de la producción de mercancías y de capital. Lo que se puede ver en el mundo contemporáneo es una mayor interpenetración entre las actividades fabriles y de servicios, entre las actividades laborales prácticas y las actividades de concepción, que se expanden en el contexto de la reestructuración productiva del capital (Antunes, 2007: 35-37). Estas posiciones ponen de manifiesto, por lo tanto, que el desarrollo de las nuevas actividades laborales asociadas al terciario avanzado (o cuaternario) requieren inevitablemente de la articulación con una base productiva material consolidada.

Continuando con estas reflexiones, reconocemos que la inserción dependiente de la región latinoamericana en el circuito económico mundial definió las trayectorias económicas y geográficas de nuestros territorios bajo una forma de fordismo obstruido (Nun *et al.*, 1968). La industrialización en la región se inició un siglo y medio después de la revolución industrial, cuando los países europeos habían alcanzado un grado relativamente alto de desarrollo de sus fuerzas productivas, concentración y centralización monopólica y penetración internacional a partir de empresas industriales, comerciales y bancarias transnacionales. Se trató de una industria orientada a la sustitución de importaciones destinada al consumo local, de baja composición orgánica de capital y limitada capacidad de absorción de la mano de obra que se emplazaba en las ciudades. Una importante cantidad de población quedó fuera del mercado de trabajo o se insertó en él en forma precaria y con bajos salarios (Prebisch, 2012; Jaramillo y Cuervo, 1987).

Señalamos, por lo tanto, que el crecimiento del sector terciario en el caso de las economías latinoamericanas, y particularmente en nuestros casos de estudio, estaría respondiendo menos a la complejización del sistema de producción tangible, que junto con el avance tecnológico y de la comunicación requieren de perfiles laborales avocados a tareas de I+D, y más al crecimiento de la sobrepoblación relativa en las ciudades, cuyas actividades de subsistencia están ubicadas mayoritariamente en el sector terciario, lo cual lleva a una terciarización espuria (Márquez López y Pradilla, 2008). Es que, en efecto, ese subdesarrollo industrial también incide en la escasa integración de los servicios a la base económica productiva. La actividad manufacturera tuvo

un bajo nivel de complejización tecnológica y prescindió, en gran medida, de la incorporación de servicios que agreguen valor como actividad subsidiaria.

Observamos, por lo tanto, que nuestros casos de estudio toman distancia de los "espacios del terciario" que la bibliografía ha reconocido como las nuevas espacialidades formadas en torno a las economías modernas y a los ecosistemas de negocios basados en I+D, como nodos del intercambio global[3] (Ciccolella y Vecslir, 2010). Estas miradas se han emparentado en mayor medida con los impactos de la globalización y el despliegue de nuevos flujos económicos a nivel global que, posibilitados por el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, transformaron las ciudades a partir del crecimiento los eslabones cuaternarios del sector terciario, cuyas actividades resultan complementarias a la valorización de la producción tangible (De Mattos, 2010; Castells, 1995). También sugerimos matizar nuestros casos de estudio con las miradas sobre las instancias de reproducción urbana en las grandes metrópolis latinoamericanas a cargo del capital inmobiliario-financiero nacional-transnacional, dirigidos hacia la inversión en nuevos artefactos arquitectónicos y respondiendo a estrategias de valorización del suelo y captación de rentas (Márquez y Pradilla, 2015).

En los siguientes apartados mostramos que nuestros casos de estudio evidencian el desarrollo de actividades terciarias con bajo nivel de complejidad y sofisticación, realizadas bajo formas capitalistas y mercantiles simples que, sin ser estrategias de subsistencia, se articulan y complementan con sectores más dinámicos de la economía (como el inmobiliario). En su despliegue en el territorio, configuran una espacialidad particular, que asume características específicas conforme las actividades promovidas, las acciones desplegadas por los diversos actores y las trayectorias particulares de cada territorio.

Terciarización y reconfiguración territorial de la RMBA

Las características que asumen los espacios del terciario aquí estudiados deben ser comprendidas, por un lado, en sintonía con los procesos históricos de reestructuración del modo de acumulación –tanto en la escala local como metropolitana–, que fue dejando marcas en el plano de la producción y del empleo y en la configuración del espacio urbano; y, por el otro, con relación a modelos de gran circulación internacional. En adelante presentamos sintéticamente algunas tendencias que permiten explicar, en parte, la emergencia de estos espacios y poner de relieve algunas de sus características, que, tal

3 Desde las inversiones extranjeras directas orientadas hacia la reconfiguración en las formas de consumo y residencia, con la emergencia de los *shopping mall* y las nuevas centralidades, hasta la conformación de nuevos *central business districts* en la ciudad construida, fueron todos concebidos como nuevos "artefactos de la globalización" anclados a los circuitos económicos más dinámicos e internacionales.

como señalamos, los diferencian del sector terciario compuesto por actores corporativos ligados a los artefactos de la globalización.

Estos espacios se conformaron sobre antiguas áreas industriales, que expresan las principales características que adoptó la configuración del espacio en la región durante el proceso de industrialización por sustitución de importaciones. La crisis del sector agropecuario y el florecimiento de la industria a partir de la década de 1930 abonaron a un intenso proceso de migración rural-urbano que tuvo como correlato un espectacular crecimiento demográfico de la región. Como señalan Torres (1993), Blanco (2005) y Bozzano (2007), esa población tendió a asentarse en los partidos del conurbano bonaerense, en donde los loteos populares favorecieron el acceso a la tierra y la vivienda y el desarrollo de la red ferroviaria garantizaba la movilidad al interior de la región. Así, hacia la década de 1950, la urbanización se encontraba consolidada en la ciudad de Buenos Aires y los municipios de la primera corona, y comenzaba a dinamizarse en los partidos que conforman la segunda. Estos procesos se desarrollaron en un contexto de escasa regulación (Clichevsky, 1975), que promovió formas expansivas y de baja densidad en la ocupación del suelo, así como la mixtura de usos residenciales e industriales (Di Virgilio *et al.*, 2015), características que son visibles en nuestros casos de estudio, especialmente aquellos localizados en el conurbano bonaerense.

Durante la última dictadura militar (1976-83), en el contexto de la reconfiguración del capitalismo a escala global, comenzaron a implementarse políticas de corte neoliberal que afectaron las formas de organización social y urbana. Por un lado, se observó un proceso de desindustrialización, apoyado en la deslocalización de la industria en la ciudad de Buenos Aires y la apertura y desregulación de la economía, que tuvo un efecto devastador en pequeños y medianos empresarios del sector. Por el otro, la dolarización del mercado inmobiliario, la desregulación del precio de los alquileres, la erradicación compulsiva de villas miseria en el ámbito de la CABA y la promulgación del Decreto Ley 8912 en la provincia de Buenos Aires afectaron el acceso a la tierra y a la vivienda para sectores medios, medios-bajos y populares.

Esas tendencias y sus efectos territoriales se consolidaron hacia la década de 1990. Medidas como la disminución de los subsidios al transporte y el cambio en la legislación con relación a los loteos populares tuvieron como correlato una desaceleración del crecimiento de la región. Al mismo tiempo, la expansión de la red de autopistas metropolitanas y el aumento en el uso del transporte privado incentivaron la suburbanización de los sectores de ingresos medios-altos y altos en consonancia con el desarrollo de urbanizaciones cerradas (Torres, 2001).

En el plano de la producción, mientras que las antiguas áreas industriales de los partidos lindantes con la ciudad de Buenos Aires se volvieron "cementerios industriales" (Bozzano, 2007), en la segunda y tercera corona de la región se constituyeron nuevos espacios especializados de producción

y logística, siguiendo patrones de localización dispersos, en los corredores viales de rápida circulación y asentados de manera agrupada en parques y zonas industriales del periurbano (Blanco, 2005). Se conformaron nuevas centralidades alrededor de los polos residenciales o productivos, bajo un patrón desarticulado de los antiguos subcentros tradicionales, complejizando la dispersión y fragmentación de la mancha urbana. Por su parte, en el área central se siguieron emplazando las sedes matrices de grandes empresas y grupos económicos de carácter corporativo.

La emergencia y consolidación de los espacios del terciario se vincula también a los cambios producidos en el mercado laboral urbano. Los procesos de desindustrialización, el contexto inflacionario, la disminución de los salarios reales en un clima de represión y persecución a los trabajadores y sus instituciones durante la última dictadura militar provocaron transferencias del empleo asalariado formal al sector no regulado (trabajadores por cuenta propia, pequeños empresarios) y una expansión del empleo en construcción y servicios (Dieguez y Gerchunoff, 1984). Posteriormente, las políticas neoliberales de la década de 1990 terminaron por consolidar un mercado de trabajo segmentado, polarizado en términos sectoriales y con problemas en la distribución de los ingresos laborales, que se sostiene al presente (Neffa *et al.*, 2000). Con la recuperación productiva y el avance de las tecnologías digitales, en el nuevo milenio crecieron las pymes y microempresas, así como un esquema de servicios de base "cuentapropista" con esquemas de trabajo desregulados.

Los espacios del terciario emergen entonces como propuestas orientadas al desarrollo urbano y la reactivación económica de áreas deterioradas. En el sector privado, encontramos algunas empresas de gran escala y, en mayor medida, pequeños inversores con cierto capital relativo orientados a la producción de servicios gastronómicos, de entretenimiento y personales, que ofrecen consumos de cierta distinción.[4] Se trata de inversiones de pequeña escala, capaces de generar empleos de baja sofisticación, pero con efectos significativos en el paisaje y funcionalidad de las zonas en donde se emplazan. De esta manera, a diferencia de las tendencias promovidas en el marco de los procesos globales, no se trata aquí de inversiones impulsadas por sectores concentrados en la búsqueda de una ciudad corporativa, sino que en su mayoría son empresas de pequeña y mediana escala que responden más a una lógica adaptativa en el marco de la acumulación capitalista.

Por último, la emergencia de estas figuras se sostiene en los fundamentos que desde el paradigma posmoderno neoliberal abogan por la mixtura de usos,

4 Los datos son ilustrativos de estas tendencias. Entre 2005 y 2009, las empresas gastronómicas en la Argentina prácticamente se duplicaron, pasando de 34.828 a 66.310. En el sector gastronómico-hotelero, los puestos de trabajo aumentaron un 77%, mientras que la economía nacional logró un crecimiento del 44% (INVECQ, 2020, sobre la base de datos del Ministerio de Trabajo).

la escala humana de vida y la proximidad. Algunas de estas ideas se reconocen bajo los modelos de la ciudad de los 15 minutos o cronourbanismo, escala humana y, precisamente, ponen en cuestión las lógicas de la planificación urbana precedentes bajo el paradigma funcionalista: racionalización del espacio, mirada sistémica de la ciudad, ordenamiento territorial y segregación de usos exclusivos. Sin embargo, representan modelos de ciudad para una economía posfordista orientada al sector terciario avanzado (trabajadores de oficina que consumen la ciudad). Constituyen lineamientos de un urbanismo pensado para la escala de fragmento, que ignora las jerarquías del sistema urbano metropolitano y anula la posibilidad de planificar un ordenamiento territorial vinculado al desarrollo manufacturero, que estructure cadenas productivas y active la articulación económica regional.

Presentación de los casos

Los tres casos de análisis de la CABA se ubican en la zona sur, principalmente en la Comuna 4. En ellos, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ofrece, por un lado, una serie de beneficios impositivos y fiscales a las empresas e instituciones relacionadas con los rubros y actividades promovidas en cada distrito y, por el otro, una mejora de la infraestructura y el entorno construido mediante estrategias de embellecimiento del espacio público, mejoras en la movilidad y marketing urbano. Sin embargo, "las formas de la renovación son singulares en cada caso" (Goicoechea y Arqueros Mejica, 2021: 11), como corroboramos a partir del análisis en los acápites siguientes.

La zona sur de la CABA ocupó un rol clave en la ciudad industrial, pero a partir de la década de 1970 sufrió un proceso progresivo de deterioro urbano y obsolescencia funcional. El proceso de transformación de la zona sur de la ciudad central se evidencia en la política local a partir del 2000 con la Ley 470 y el Código de Planeamiento Urbano y, en 2008, con la sanción del Plan Urbano Ambiental, directrices e instrumentos orientados a estimular el desarrollo económico y urbano, con el objetivo de compensar las asimetrías con la zona norte de la ciudad (Arqueros Mejica y González Redondo, 2017; Goicoechea, 2016)

El Distrito Tecnológico se creó en 2008 por medio de la Ley 2972 y cuenta con una serie de modificatorias, siendo la más actual la de 2020 (Ley 6392). Centrado principalmente en Parque Patricios (aunque se extiende hasta Boedo y Nueva Pompeya), abarca 328 hectáreas[5] en donde se ofrecen beneficios para las empresas, instituciones educativas y de capacitación, aceleradoras,

5 El perímetro está delimitado por las Avenidas Sáenz, Boedo, Chiclana, Sánchez de Loria y Brasil, las calles Alberti y Manuel García y la Avenida Amancio Alcorta. Disponible en: https://buenosaires.gob.ar/distrito-tecnologico.

incubadoras o proveedoras del sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) –de capital extranjero y nacional– que definan radicarse en el área. La propuesta impulsada por el gobierno busca "agregar valor al sector y potenciar el desarrollo urbano de la zona sur de la Ciudad",[6] para lo cual ha invertido más de 15 millones de pesos en infraestructura y mejoramiento del espacio público. Esto lo convierte en el distrito de la CABA que concentra la mayor inversión por parte del gobierno local (Arqueros Mejica y González Redondo, 2017).

El Distrito Audiovisual y de las Artes comprende desde 2021 la unificación del Distrito de las Artes, creado en 2012 a partir de la Ley 4353 para la promoción de la producción, creación y difusión cultural y turística, y el Distrito Audiovisual, creado en 2011 a partir de la Ley 3876 para la promoción de la industria y comercialización audiovisual. Si bien la unificación responde a la conexión y entrelazamiento entre ambos, en el texto de la norma se recalca la importancia del desarrollo económico y urbano de la zona sur de la ciudad, aludiendo al polígono del antiguo Distrito de las Artes, que se centra en La Boca, pero abarca a su vez parte de San Telmo, Constitución y Barracas.

Finalmente, el Distrito del Diseño, situado en sudoeste del barrio de Barracas, se creó en 2013 a partir de la Ley 4761. Allí se promueve la producción del sector de diseño a partir de la radicación de empresas, centros educativos y profesionales del sector que cuentan con una serie de beneficios fiscales para la conformación de un clúster. En esta área, se remarca el valor patrimonial, arquitectónico y cultural, la potencialidad de la reconversión del uso industrial de la zona y el Centro Metropolitano de Diseño como propuesta gubernamental para nuclear y potenciar la industria con un formato de incubadora de pequeñas empresas y emprendedores locales.

Por su parte, en el conurbano bonaerense (CB) trabajamos con dos áreas de la zona sur y una de zona norte. El Boulevard Palaá se localiza en el partido de Avellaneda, en la zona sur del primer cordón del CB, lindero a la CABA. Fundada como localidad a finales del siglo XIX, adoptó un perfil productivo fuertemente influenciado por la actividad portuaria (Puerto de Dock Sud) y luego industrial. A partir de 2014, comenzó a desarrollarse un corredor gastronómico de seis cuadras, localizado entre las calles Maipú (al norte), Alsina (al sur), Colón (al oeste) y Av. Belgrano (al este), en lo que es una zona de comercio y residencia tradicional. El gobierno local se sumó luego a partir de mejoras en el espacio público.

El Paseo Dorrego se localiza en Monte Grande, localidad cabecera del municipio de Esteban Echeverría, en el segundo cordón del CB. El corredor gastronómico de seis cuadras se ubica entre la traza del Ferrocarril Roca y

6 Citado en la presentación del distrito en la página oficial del GCBA. Disponible en: https://buenosaires.gob.ar/desarrolloeconomico/unidad-de-coordinacion-gestion-policitas-productivas/distritos-economicos-1.

las calles Enrique Santamarina, Gral. Lavalle y Vicente López. El nodo es la estación Monte Grande –Ramal Ezeiza– del Ferrocarril Roca y la centralidad tradicional de comercio minorista, de servicios y de residencias conformada alrededor de esta. Promovido a partir de 2018, el gobierno local acompaña las iniciativas privadas con estrategias de embellecimiento, actividades culturales y difusión del área, y eventos especiales para fomentar el consumo, que se realizan con frecuencia mensual. En ese marco, se destaca la identificación del sector como Paseo Dorrego, como marca de la iniciativa municipal.

Finalmente, en la zona norte del segundo cordón del CB, se encuentra el Distrito Tigre Sur. Este se encuentra al sur del área central del partido, en una zona que tuvo un desarrollo industrial ligado al Canal San Fernando, con grandes instalaciones industriales y de depósito que se fueron abandonando desde la década de 1980 en adelante. Se localiza en un polígono comprendido entre las calles Almirante Brown, vías del Ferrocarril Mitre, calle Marabotto, Av. Italia, calle Brandsen, vías del Tren de la Costa hasta la calle Almirante Brown. El distrito fue creado bajo ordenanza municipal en 2014 (Ord. 3467/14) como un distrito de gestión especial que propone una revitalización urbana a partir de la promoción de actividades artísticas, de diseño, turísticas y de producción científico-tecnológica y educativa con incentivos fiscales. Responde a una iniciativa mayormente promovida desde el sector privado por un grupo de desarrolladores locales (asociados al rubro inmobiliario antes que al gastronómico o del ocio), que luego fuera adoptada por el municipio. Aquí, por las actividades promovidas (vinculadas a la innovación) y por la forma en que se impulsa la renovación, se identifica un proceso de renovación de características más semejantes a las de los distritos porteños (Goicoechea *et al.*, 2023).

Transformaciones territoriales identificadas en los espacios del terciario

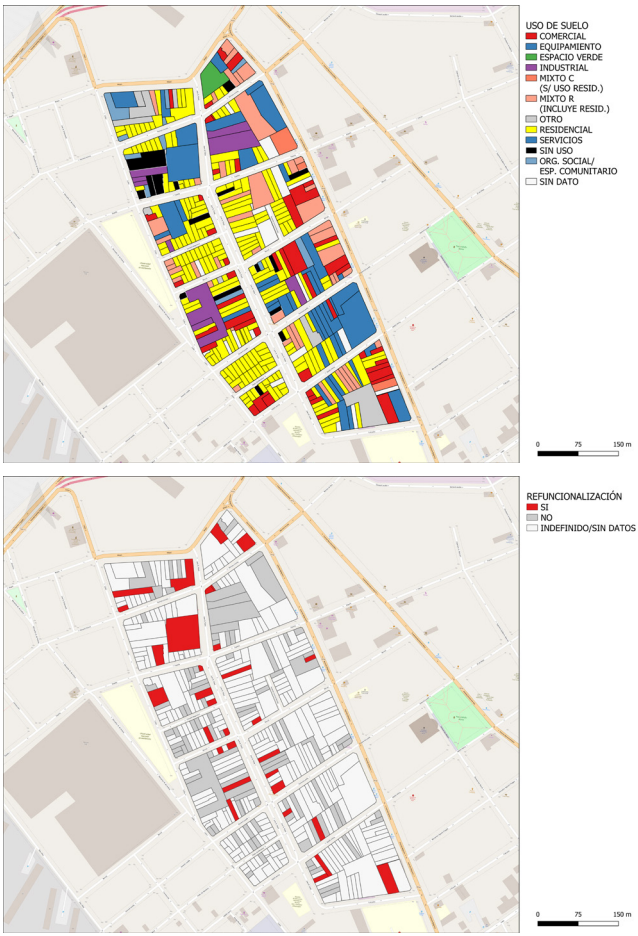
En los siguientes dos subapartados, se propone presentar los principales hallazgos del relevamiento de campo en estos seis casos seleccionados a partir de dos claves de análisis de la renovación urbana a escala de lote: los usos del espacio y las transformaciones morfológicas del entorno construido. De esta manera, en cada subapartado se tratará estas dimensiones para los tres espacios del terciario del CB y los tres de la CABA.

Nuevos usos

De los 418 lotes relevados en el Boulevard Palaá, encontramos que el 38,6% son de uso residencial, mientras que el 23,95% son de uso mixto, comercial o de servicios. Aquí encontramos dos lógicas centrales en la estructura funcional

de esta zona (mapa 2). Por un lado, la Avenida Belgrano concentra casi exclusivamente usos mixtos que combinan lo residencial, lo comercial o lo de servicios en construcciones en altura. Esto responde a la centralidad de esta arteria vehicular que forma parte del centro tradicional de Avellaneda, junto a la Avenida Mitre. Por otro lado, el Boulevard Palaá combina usos exclusivamente residenciales y algunos lotes de servicios con la aparición de nuevos comercios y locales gastronómicos en las plantas bajas, principalmente a la altura de la calle Berutti y Lavalle.

Mapa 2. Usos del suelo (arriba) y refuncionalización (abajo) según lote. Bv Palaá (Avellaneda, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Es a lo largo de los 700 metros del Boulevard Palaá donde se concentran las refuncionalizaciones de la zona, tanto a nivel residencial como de la oferta de servicios del terciario. En este sentido, la renovación urbana de este corredor de Avellaneda, de pequeña escala y concentrada en estas pocas cuadras, se da de forma intersticial y produce una fisonomía urbana que combina establecimientos industriales desactivados con nuevas edificaciones tanto para el desarrollo de emprendimientos gastronómicos y comercios gourmet, en un primer momento, como para la construcción en altura de edificios –algunos de ellos con *amenities*–, que la siguió cronológicamente (imagen 1).

Imagen 1. Paisaje urbano sobre Bv. Palaá (Avellaneda, 2022)



Fuente: Google Street View.

El desarrollo del espacio del terciario en el Boulevard Palaá de Avellaneda muestra como límite para su dinamismo, complejización y expansión tanto su ubicación geográfica próxima a la CABA –y principalmente a los barrios de Barracas y San Telmo– como su historia y sus imaginarios urbanos relacionados con la industria y los sectores obreros en ella empleada. Así, tanto los nuevos usos relacionados con los desarrollos inmobiliarios, gastronómicos y comerciales están más bien destinados a los propios habitantes de la zona y el partido.

En el caso del Paseo Dorrego en Esteban Echevarría, relevamos 277 lotes en un polígono de 10 manzanas, de los cuales el 35% son de uso residencial, mientras que el 55,2% es de uso mixto, comercial o de servicios (de estos últimos, el 10% corresponde al sector gastronómico). En cuanto a las transformaciones físicas que estas actividades imprimen, identificamos que el 50% de los lotes presentan obra nueva y, de esos, más del 35% corresponden a refuncionalizaciones, principalmente casas reconvertidas en bares o locales gastronómicos (imagen 2).

Imagen 2. Lotes con tipologías de casas refuncionalizadas para uso del sector terciario en Paseo Dorrego (Esteban Echeverría, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Al igual que en Palaá, en Paseo Dorrego existen dos arterias principales que estructuran el tránsito vehicular y peatonal y, por lo tanto, el comercio en la vía pública. Aquí la centralidad tradicional se desarrolla sobre la Avenida Alem y la calle Vicente López y Planes, que unen la estación Monte Grande del Ferrocarril Roca con la Ruta Nacional 205. A lo largo de estas dos vías predominan los usos comerciales clásicos, asociados al consumo cotidiano local (Vecslir y Sciutto, 2021) y los usos mixtos de edificios en altura que combinan comercios en planta baja y pisos residenciales.

En cambio, en las cinco manzanas relevadas, la calle Dorrego muestra un patrón de distribución de usos que cambia a partir de la cercanía o la lejanía con la estación. En las manzanas más cercanas, se concentran los comercios, bares y restaurantes con una nueva estética que imita o adapta los polos gastronómicos porteños (fotos en Imagen 2). En cambio, al alejarnos hacia el sur, se registran lotes destinados exclusivamente a usos residenciales (mapa 3). Al igual de lo sucedido en Avellaneda, pero con algo más de profundidad, es sobre las cuadras de Dorrego donde se concentra la mayor cantidad de refuncionalizaciones: hacia el norte, relacionadas con los espacios del terciario, y al sur, con el desarrollo inmobiliario.

Mapa 3. Usos del suelo (arriba) y obra nueva (abajo) según lote. Paseo Dorrego (Esteban Echeverría, 2022)



Fuente: elaboración propia.

En el Distrito Tigre Sur, de los 381 lotes relevados, el 63,68% se corresponden con el uso residencial, en una proporción que duplica a los valores de

Avellaneda y de Esteban Echeverría. Por su parte, el tratamiento metodológico para el relevamiento morfotipológico en este caso, a razón de su extensión, implicó la selección de manzanas representativas tomando en cuenta la estructura urbana del área, sus patrones de diferenciación socioeconómicos y las dinámicas de la transformación. De allí se identifican tres grandes subsectores (en cuanto a características homologables) con comportamientos diferenciados (mapa 4 e imagen 3).

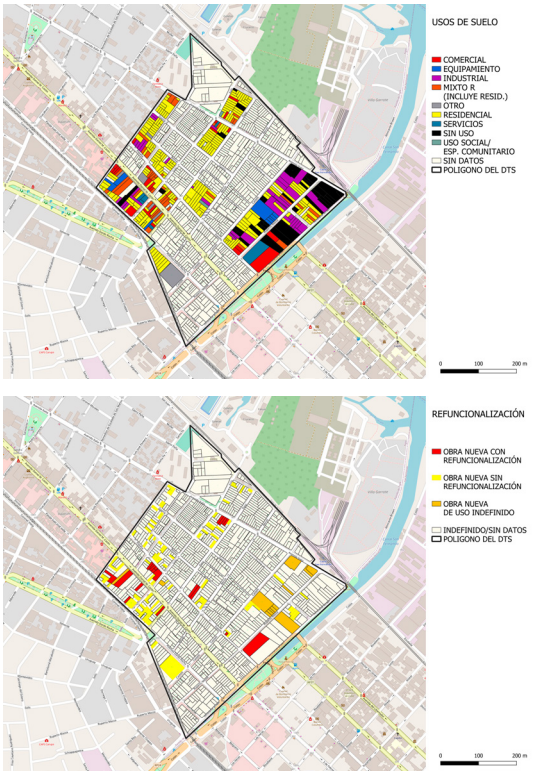
Particularmente, hacia el sur, lindero al Canal San Fernando y las vías del Tren de la Costa, se observa un tejido industrial, actualmente en desuso, y donde se localizan la mayoría de las obras nuevas sin uso definido. Allí se concentran los lotes de mayor tamaño, aspecto que limita la puesta en práctica de emprendimientos de renovación de pequeña o mediana envergadura por los requerimientos de inversión inicial. Este subsector tiene la particularidad de limitar con un barrio RENABAP (Villa Garrote), una urbanización cerrada (Venice) y un centro universitario, enclaves que imprimen dinámicas urbanas muy diferenciadas.

Imagen 3. Lotes representativos de los sectores caracterizados en el Distrito Tigre Sur (Tigre, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Mapa 4. Usos del suelo (arriba) y refuncionalización (abajo) según lote. Distrito Tigre Sur (Tigre, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Hacia el noreste se identifica otro subsector donde priman los usos residenciales (casas con algunos edificios en altura hacia la Av. Italia), junto con algunos comercios y equipamientos urbanos. Allí las obras nuevas son mayormente mejoras de fachada que no imprimen nuevos usos al residencial. Y finalmente, hacia el noroeste, en articulación con la Av. Cazón, se identifica otro subsector de carácter predominantemente comercial y de usos mixtos. Allí se concentra la mayor incidencia de las dinámicas de renovación y refuncionalización. No obstante, estas transformaciones tienden a reforzar la actividad de consumo tradicional antes que imprimir una nueva impronta vinculada a los "espacios del terciario" que en este artículo se retratan.

Luego de presentar los hallazgos en cuanto a la estructura de usos de estos espacios en los casos del CB, para el análisis de casos en la CABA se desarrollan los resultados de los relevamientos morfotipológicos realizados en 2019, en

tres de los distritos económicos porteños con trayectoria industrial (Tecnológico, del Diseño y Audiovisual y de Artes). En este caso, también se trabajó con la metodología de selección de manzanas testigo, representativas de las diferencias socioterritoriales internas (González Redondo *et al.*, 2022). Aquí se relevaron un total de 519 lotes: 247 en el Distrito Audiovisual y de las Artes, 153 en el Distrito del Diseño y 119 en el Tecnológico.

Analizando las tipologías edilicias, podemos caracterizar el tejido existente en cada caso. En efecto, observamos un predominio de las tipologías residenciales, que rondan el 65%. En segundo lugar, las tipologías asociadas al uso industrial alcanzan el 11,7%, 18,6% y 17% en el Distrito de las Artes, el Diseño y el Tecnológico, respectivamente, y resultan significativas para una ciudad que progresivamente pierde este atributo productivo. En cuanto a los usos asociados al terciario, las tipologías edilicias existentes representan porcentajes menores que apenas superan el 10%. No obstante, ello se debe a la estrategia metodológica de relevamiento por manzana testigo representativa de las diferencias territoriales internas (y no con el objetivo de caracterizar el corredor comercial en particular) (tabla 1).

Tabla 1. Tipología edilicia de lotes según distrito (en manzanas testigo) (CABA, 2019)

Tipología edilicia agregada	Artes y Audiovisual		Tecnológico		Diseño	
	total	%	total	%	total	%
RESIDENCIAL	149	60,3%	83	70,3%	100	65,4%
Casa	19	7,7%	51	43,2%	35	22,9%
PH	95	38,5%	25	21,2%	51	33,3%
Edificio 4-	34	13,8%	7	5,9%	11	7,2%
Edificio 4+	1	0,4%	0	0,0%	3	2,0%
Vivienda deficitaria	30	12,1%	0	0,0%	1	0,7%
Vivienda social	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
COMERCIAL/SERVICIOS	26	10,5%	11	9,3%	25	16,3%
Galería comercial	3	1,2%	0	0,0%	2	1,3%
Local comercial/gastronómico	5	2,0%	1	0,8%	10	6,5%
Edificio corporativo	1	0,4%	1	0,8%	2	1,3%
Oficina en edificación sin altura	11	4,5%	6	5,1%	7	4,6%
Edificaciones destinadas a servicios sociales y bancarios	2	0,8%	0	0,0%	2	1,3%
Estación de servicio	0	0,0%	1	0,8%	1	0,7%
Estacionamiento/cochera	4	1,6%	2	1,7%	1	0,7%
INDUSTRIAL	29	11,7%	22	18,6%	26	17,0%
Establecimiento industrial/galpón	29	11,7%	22	18,6%	26	17,0%
OTROS	13	5,3%	3	2,5%	1	0,7%
Espacio verde	2	0,8%	0	0,0%	0	0,0%
Vacante	11	4,5%	3	2,5%	1	0,7%

Fuente: elaboración propia.

Del análisis territorial, observamos que la zona en su conjunto, delimitada mayormente por el polígono de la Comuna 4, presenta importantes diferencias intra e interdistritos que imprimen características particulares a las trayectorias que asume la renovación. En este sentido, observamos que las áreas donde se evidenciaron mayores transformaciones físicas se corresponden con aquellas tradicionalmente más dinámicas en términos urbanísticos: subcentralidades, paseos turísticos, entornos de espacios verdes públicos, corredores comerciales (Arqueros Mejica *et al.*, 2020).

Del mismo modo, las actividades promovidas incidieron de forma diferencial. Por ejemplo, el sector de las tecnologías de la información y la comunicación encontró sumamente atractivos los beneficios fiscales e impositivos para la relocalización en el nuevo distrito y, en términos de impactos socioterritoriales, traccionó la llegada al barrio de nuevos perfiles de trabajadores calificados, con mayores ingresos y empleados bajo modalidades formales de contratación. En cambio, el sector del diseño posee como la principal estrategia de promoción económica el Centro Metropolitano del Diseño (que reúne a pequeños emprendedores con requerimientos de capital y asistencia técnica para transformar sus ideas en planes de negocio).

En efecto, en trabajos previos analizamos en profundidad estas cuestiones junto con las transformaciones en el entorno construido y observamos que:

> Las transformaciones físicas de los lotes, las pautas de localización de los beneficiarios de los distritos y las inversiones en obra pública, aunque constituyen factores críticos de la dinámica de renovación bajo la política de distritos, no evidencian una relación lineal o armónica entre sí […] la generación de ámbitos de negocio asociados al sector terciario no motoriza los cambios en el entorno construido, que por su parte parecieran responder más al accionar del mercado inmobiliario (Goicoechea y Arqueros Mejica, 2021: 9-10).

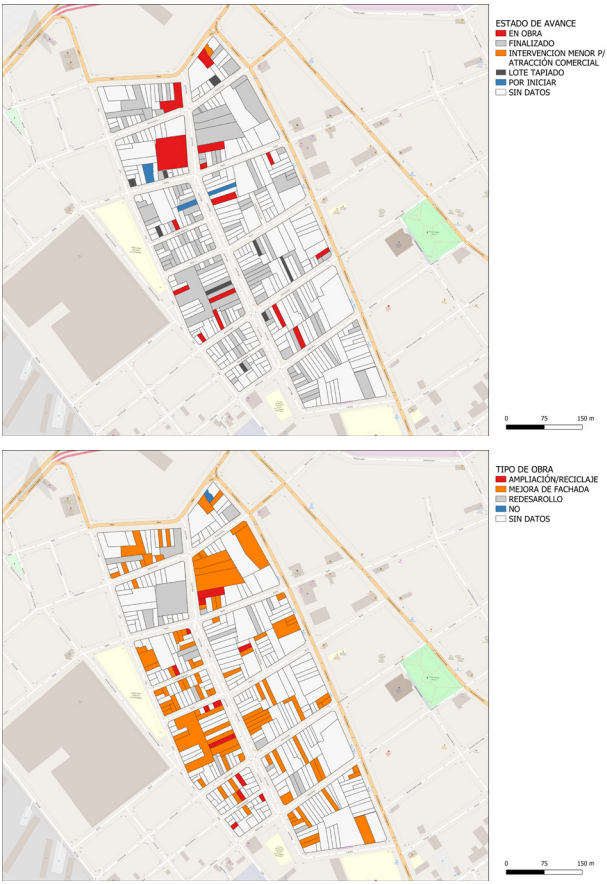
Cambios morfológicos

En los casos de estudio se observa que los cambios no solo se manifiestan a nivel funcional y de usos, sino también desde la dimensión física y del tejido, ya que se registran transformaciones espaciales de envergadura sobre la base de subdivisiones y englobamientos de parcelas, densificación y redesarrollo. Con lo cual, en este apartado se busca mostrar que los cambios en los usos del espacio tienen un correlato físico que se manifiesta lote a lote con rupturas de las formas de estructurar la parcelación. Es clave mencionar que muchas de estas transformaciones están atravesadas, además, por el impacto de las normativas urbanísticas, como, por ejemplo, en la CABA, a partir de la actualización de los Códigos Urbanístico y de la Edificación, en 2018 y 2019 respectivamente. Esto conlleva, en muchos casos, a un cambio también en las

densidades, que es un condicionante urbano usado habitualmente para medir los avances inmobiliarios y para evaluar las posibilidades de afincamiento de vivienda multifamiliar, así como también emprendimientos del sector terciario.

Analizando los cambios morfológicos en los espacios del terciario del CB, para el caso del Boulevard Palaá observamos que la mayoría de lotes con obra nueva por iniciar o en curso se concentra en torno a este corredor, mientras que las obras nuevas finalizadas asumen una distribución un poco más atomizada pero todavía con relevancia en torno a esta calle, principalmente las obras de mayor envergadura que hemos definido como ampliación/reciclaje y redesarrollo (mapa 5).

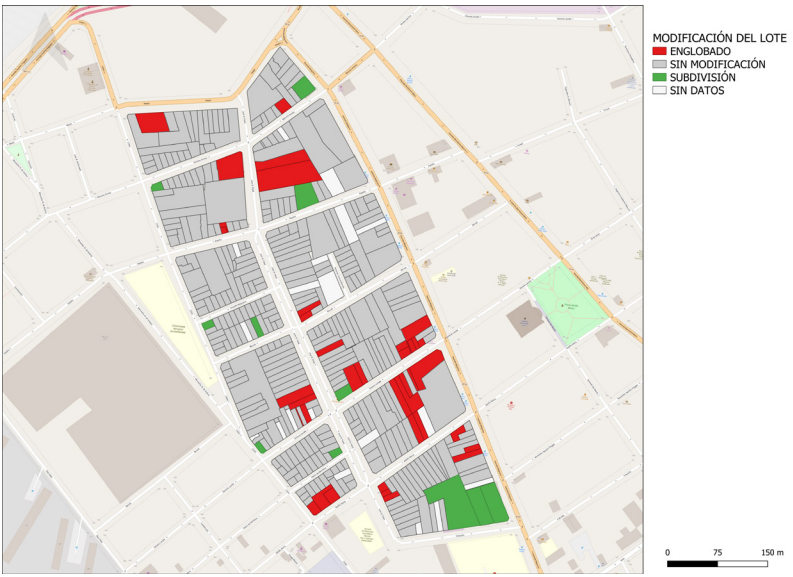
Mapa 5. Obras nuevas según estado de avance (arriba) y tipo (abajo). Boulevard Palaá (Avellaneda, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Cuando se analiza la pisada del lote, no se visualiza una lógica de zonificación correspondiente al eje Corredor Palaá, el cual recibe la mayor inversión pública. Más bien, las propuestas de englobamiento y subdivisión se localizan de manera arbitraria por todo el territorio (mapa 6).

Mapa 6. Modificación del lote en Boulevard Palaa (Avellaneda, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los lotes que sufren modificaciones físicas en el Paseo Dorrego, al último relevamiento (2022) se evidencian pocos en obra. Puede verse un ciclo de renovación desde 2014 a 2017 concentrado en torno a la calle Dorrego (mapa 7). La mayoría de los cambios corresponden a mejoras de fachada, seguido por la variable redesarrollo. Como marcábamos anteriormente, las obras más grandes se concentran sobre el corredor Dorrego y se acentúan hacia la zona de influencia de la estación de tren.

Mapa 7. Obras nuevas según estado de avance (arriba) y tipo (abajo). Paseo Dorrego (Esteban Echeverría, 2022)

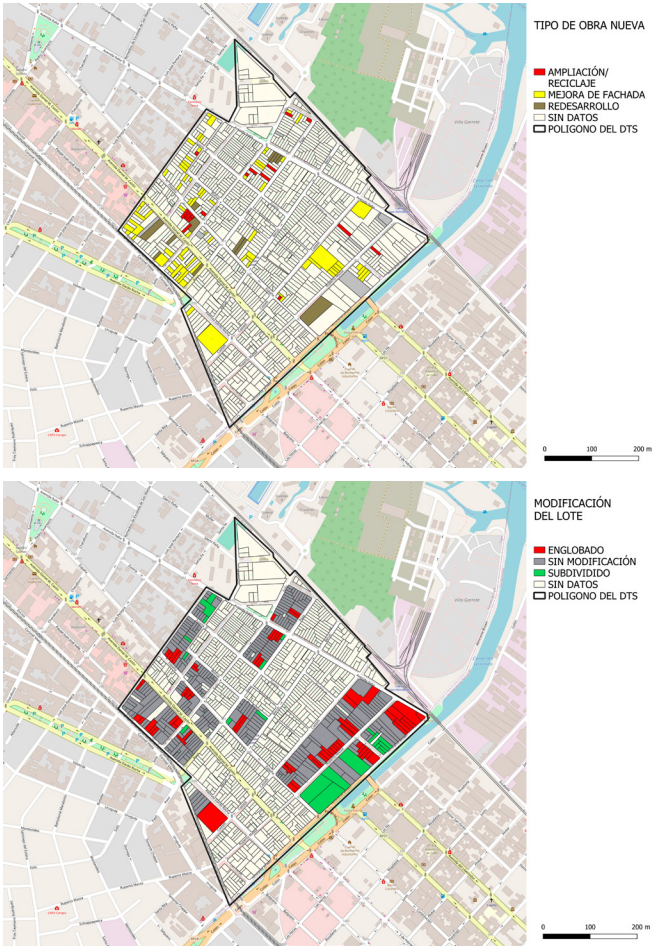


Fuente: elaboración propia.

En Tigre, las dinámicas de cambios físicos (mapa 8) se producen en torno a la Av. Cazón, Paso y las vías del Ferrocarril Mitre, con una predominancia de mejora en las fachadas existentes, seguido por redesarrollos. Existen antecedentes de lotes con mayores dimensiones en la posición opuesta del polígono, en ubicación contigua al Barrio El Garrote. Estos también se caracterizan por ser obras de ampliación, reciclaje o mejora de la fachada, sin haber casos de

redesarrollo. En cuanto a la modificación de pisada del lote, la mayor cantidad de englobamientos se producen en el área donde más obra existe, siendo parte de las densificaciones mencionadas. Esta relación puede verse como una estrategia de optimización de mayores metros cuadrados en una lógica de mercado inmobiliario presente desde el diseño del Distrito Tigre Sur. En cambio, en el caso de la zona contigua al Barrio El Garrote, varios lotes grandes sufrieron subdivisiones debido a la incidencia del mercado informal, situación que no tiene relación con el dispositivo distrito estudiado.

Mapa 8. Tipo de obra nueva (arriba) y modificación de parcelado (abajo) según lote. Distrito Tigre Sur (Tigre, 2022)



Fuente: elaboración propia.

Para el caso de la CABA, en la tabla 2 se sintetizan algunos de los resultados derivados del relevamiento de lotes. Constatamos un comportamiento diferente entre la incidencia de la política económica en cada distrito (con beneficiarios que apenas llegan a 49 en el caso del Distrito del Diseño y otros que alcanzan los 280, como en el Tecnológico) y su correspondencia con los cambios en los lotes. Y, al mismo tiempo, observamos niveles similares en cuanto a la dinámica inmobiliaria y la transformación (proporciones similares de lotes en venta o con obra nueva). Con lo cual, la incidencia del espacio del terciario sobre el entorno construido parecería no imprimir cambios significativos en los lotes. Con respecto a modificaciones morfológicas, se aprecian los cambios en la densidad de los lotes, según el tipo de obra nueva por distrito. La mejora de fachada, que consta de la renovación física del plano peatonal sin alterar la densidad ni altura del lote, es levemente superior en el Distrito de las Artes y Audiovisual. Las tendencias de rehabilitación son mayoritarias en el Distrito Tecnológico, que muestra la reutilización de las construcciones existentes por el cambio de uso, en mayor proporción, de talleres de depósito o manufactura a oficinas de mediana empresa de planta baja y hasta dos pisos, en su mayoría del rubro tecnológico. Una situación similar se ve en el caso del Distrito del Diseño, con una rehabilitación del 10,5% de los lotes relevados; en este caso, se trata de una rehabilitación comandada por, en gran parte, depósitos.

Por lo tanto, podemos observar que, más allá de las similitudes que en términos de nivel de transformaciones experimentan todos los distritos –más o menos por igual–, las características que estas transformaciones tienen son diferentes y responden a su propia trayectoria territorial. En este sentido, podemos señalar que en el caso del Distrito del Arte la obra más registrada es la mejora en la fachada, algo que se condice con el carácter histórico y turístico de los barrios de La Boca y San Telmo que lo conforman. En cambio, en el caso del Distrito del Diseño y Audiovisual, lo más habitual fueron las obras de redesarrollo concentradas principalmente sobre el eje de la Avenida Montes de Oca en el centro de Barracas, lo cual puede ser relacionado más adecuadamente con la explosiva dinámica inmobiliaria que presentó esta zona en las dos primeras décadas del siglo XXI que con la política de clúster. Por su parte, el Distrito Tecnológico mostró la rehabilitación como la principal tipología de obra, lo cual podría estar vinculado a la adaptación y reutilización de los edificios industriales en desuso como oficinas de las nuevas empresas TIC.

Tabla 2. Lotes relevados según manzanas testigos de distritos. Porcentaje de lotes edificados, desocupados, en venta, con obra nueva y tipologías de obra nueva (CABA, 2019-2020)

Indicadores de transformación		Artes	Diseño	Tecnológico	Total
Beneficiarios		147	49	280	476
Manzanas relevadas		9	5	4	18
Total lotes		247	153	119	519
Con edificación	Abs.	234	152	116	502
	%	94,7	99,3	97,5	291,5
Desocupados	Abs.	24	11	23	58
	%	9,7	7,2	19,3	36,2
En venta	Abs.	16	9	6	31
	%	6,5	5,9	5	17,4
Obra nueva	Abs.	49	33	27	109
	%	19,8	21,6	22,7	64,1
Mejora de fachada	Abs.	18	9	7	34
	%	7,3	5,9	5,9	19,1
Rehabilitación/ampliación	Abs.	19	16	17	52
	%	7,7	10,5	14,3	32,5
Redesarrollo	Abs.	12	8	3	23
	%	4,9	5,2	2,5	12,6

Fuente: elaboración propia.

Nota: los porcentajes en cada variable se calculan sobre la base del porcentaje que representa con respecto al total de lotes relevados según distrito, y de esta forma habilita a la comparación de la transformación entre distritos.

Conclusiones

Este artículo buscó indagar en torno a la emergencia de las figuras urbanas identificadas como "espacios del terciario" en la RMBA, entendiéndolas como iniciativas de reconstrucción de áreas que cumplieron un papel central en la reproducción ampliada de la urbanización durante el período industrial y que en la actualidad observan cierto dinamismo urbano asociado al crecimiento de las economías del terciario.

En principio, la aproximación conceptual a la cuestión del terciario y de los servicios permitió identificar algunas de sus características básicas, como la heterogeneidad, la inmaterialidad y su articulación necesaria con

las economías tangibles para su desarrollo y consolidación. En esta línea, las ciudades latinoamericanas, condicionadas por su trayectoria industrial relativa, de bajo nivel de sofisticación y dependencia con las economías de los países centrales, difícilmente alcanzan niveles de terciarización avanzada y, por el contrario, los procesos de desindustrialización se ven articulados con los de tercerización espuria.

Por su parte, los casos estudiados demuestran que los arreglos territoriales resultantes, tanto en la CABA como en el CB, se alejan de las formas espaciales comúnmente asociadas con el terciario avanzado o la integración económica global (como los Central Bussines Districts, corredores corporativos, nuevas centralidades, entre otros nodos). Se identifican, por el contrario, una emergencia de actividades y servicios banales, que en su realización en el espacio urbano se articulan con sectores más dinámicos de la economía, como el inmobiliario y de la construcción, y en ese devenir transforman el entorno construido. Esta transformación no se da de manera homogénea en estos espacios del terciario, y es allí donde las trayectorias territoriales imprimen sus marcas y condicionan diferentes tipos de renovación o diferentes renovaciones. Esto lo notamos tanto en el sureste de la CABA, con diferencias intra e interdistritos, como en el conurbano bonaerense, donde los cambios se producen de manera atomizada, mayormente circunscriptos a un corredor o arteria principal (como en el Bv. Palaá de Avellaneda o la calle Dorrego en Esteban Echeverría).

Más allá de las diferencias y particularidades en cada caso, las actividades económicas que dialogan con las transformaciones en el entorno construido son, en mayor medida, servicios banales que ofrecen consumos de cierta "*coolinización*": presumen sofisticación pero en efecto implican productos de bajo costo y complejidad (como la gastronomía asociada al consumo de cervezas y hamburgesas, las barberías o las casas de manicuría). Siguiendo a Vecslir y Sciutto (2021), en ese proceso van delineando, como parte de la renovación, "espacios consumibles".

A escala del paisaje, en esta reconfiguración tienen peso los procesos de refuncionalización, en línea con el desarrollo del comercio. Los cambios en el entorno construido se explican principalmente por los procesos de refuncionalización y de rehabilitación, mientras que los redesarrollos van acompañando y, en algunas áreas, por la escala de los emprendimientos, podrían tener efectos significativos en los niveles funcional y simbólico. Otro emergente es que esas transformaciones se producen de manera paulatina; el paisaje expresa de alguna manera la heterogeneidad estructural del sistema productivo.

Referencias bibliográficas

Antunes, R. (2007). "Diez tesis sobre el trabajo del presente (y el futuro del trabajo)". En Neffa, J. C.; De la Garza Toledo, E. y Muñiz Terra, L. (Comps.), *Trabajo, empleo, calificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales*. Buenos Aires: CLACSO.

Arqueros Mejica, S.; Goicoechea, M. E.; González Redondo, C.; Vázquez, D. y Fassina, R. (2020), *Distritos económicos y renovación urbana. Una mirada comparada a los impactos urbanísticos en el sur de la Ciudad de Buenos Aires (CABA)*. Coloquio de Conflictos Urbanos, Sevilla-Cadiz.

Arqueros Mejica, S. y Redondo, C. G. (2017). La política de distritos del sur de Buenos Aires: Una mirada en perspectiva. *Quid 16: Revista del Área de Estudios Urbanos*, vol. 7, pp. 7-29.

Bell, D. (1973). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Editorial Alianza, Madrid.

Blanco, J. (2005). "Localización industrial y movilidad asociada en la Región Metropolitana de Buenos Aires". En *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*, 20 a 26 de março de 2005, Universidade de São Paulo.

Bozzano, H. (2007). "Buenos Aires desde sus orígenes. Transformaciones territoriales y mutaciones productivas". En Borello, J. A. (Comp.), *Aproximaciones al mundo productivo de la Región Metropolitana de Buenos Aires*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Castells, M. (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano*. Madrid: Alianza Editorial.

Ciccolella, P. y Vecslir, L. (2010). "Nuevos espacios del terciario y transformación metropolitana en Buenos Aires". En *XI Seminario Internacional de la Red de Investigadores en Globalización y Territorio*, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

Clark, C. (1940). *The conditions of economic progress.* London: MacMillan.

Clichevsky, N. (1975). "El mercado de tierras en el área de expansión de Buenos Aires.Su funcionamiento e incidencia sobre los sectores populares (1943-1973)", *Revista Interamericana de Planificación* (Bogotá), Vol. IX, N° 33, 98-131.

Cuadrado Roura, J. R. y Del Río, C. (1990). Los economistas y los servicios. *Papeles de Economía Española*, vol. 42, pp. 2-18.

De Mattos, C. (2010). "Globalización y metamorfosis metropolitana en América Latina. Hacia una nueva forma urbana". En De Mattos, C. (Ed.), *Globalización y metamorfosis urbana en América Latina*. Quito: OLACHI.

Dieguez, L. y Gerchunoff, P. (1984). "La dinámica del mercado laboral urbano en la Argentina, 1976-1981". *Desarrollo Económico*, vol. 24, nº 93, pp. 3-40.

Di Virgilio, M. M., Guevara, T. y Arqueros Mejica, S. (2015). "La evolución territorial y geográfica del conurbano bonaerense". En G. Kessler (dir.), *Historia de la provincia de Buenos Aires: el Gran Buenos Aires* (pp. 73-102). Gonnet: EDHASA / UNIPE.

Fisher, A. (1935). *The class of progress and security*. London: MacMillan.

Foote, N. y Hatt, P. (1953) "Social Mobility and Economic Advancement" in *The American Economic Review*, Vol. 43, N°2, pp. 364- 378. https://tyap.net/mediaf/social_mobility_and_economic_ad.pdf

Fourastié, J. (1949). *Le grand spoir du XX siecle*. París: PUF.

Goicoechea, M. E. (2016). *La ciudad pensada. Los problemas de desarrollo urbano del sur porteño*. Ponencia presentada en 9º conferencia del IFOU (International Forum on Urbanism). FADU-UBA, Buenos Aires, Argentina.

Goicoechea, M. E. y Arqueros Mejica, M. S. (2021). "Nuevas configuraciones socioterritoriales en áreas centrales metropolitanas. La política de Distritos Económicos en el sur de la ciudad de Buenos Aires, Argentina". *AREA, Agenda de Reflexión en Arquitectura, Diseño y Urbanismo*, vol. 27, nº 2.

Goicoechea, M. E.; Arqueros Mejica, M. S.; Reta, C. G. y Alcalde, M. (2023). La movilidad de las políticas de renovación urbana en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Actores, arreglos e inversiones en la producción de nuevos espacios del terciario (pp. 199-227). Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas (IMHICIH).

González Redondo, C.; Goicoechea, M. E. y Arqueros Mejica, S. (2022). "Estrategia metodológica para el estudio de la renovación urbana. Una propuesta centrada en las transformaciones territoriales del sur de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina". *Relmis*, vol. 24, nº 12, pp. 74-99. https://bicyt.conicet.gov.ar/fichas/produccion/11932850.

INVECQ (2020). *Sector hotelero-gastronómico en Argentina. Estudio sobre su estructura y relevancia económica*. Disponible en: www.invecq.com.

Jaramillo, S. y Cuervo, L. (1987). *Urbanización Latinoamericana, nuevas perspectivas*. Bogotá: Escala.

Márquez López, L. y Pradilla Cobos, E. (2008). "Desindustrialización, terciarización y estructura metropolitana: un debate conceptual necesario". *Cuadernos del CENDES*, vol. 5, nº 69, pp. 21-45.

——— (2015). "Los territorios latinoamericanos en la mundialización del capital". Ponencia presentada en *II Seminario Internacional de la Red Latinoamericana de Investigadores sobre Teoría Urbana*. Escuela de Planeación Urbano-Regional, Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia, Medellín.

Neffa, J. C.; Panigo, D. T; Pérez, P. (2000). *Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones*. Buenos Aires: Asociación Trabajo y Sociedad, CEIL-PIETTE-CONICET.

Nun, J.; Murmis, M. y Marín, J. C. (1968). "La Marginalidad en América Latina-Informe Preliminar". *Documento de Trabajo*, nº 53, Buenos Aires: ITDT.

Prebisch, Raúl (2012). *El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas*. Santiago de Chile: CEPAL.

Rostow, W. W. (1961). *Las etapas del crecimiento económico: un manifiesto no comunista*. México: Fondo de Cultura Económica.

Torres, H. A. (1993). "El mapa social de Buenos Aires (1940-1990)". *Serie Difusión*, nº 3. Buenos Aires: Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA.

——— (2001). "Cambios socioterritoriales en Buenos Aires durante la década de 1990". *EURE*, vol. 27, nº 80, pp. 33-57.

Vecslir, L. y Sciutto, F. (2021). "Las configuraciones emergentes del consumo. Transformaciones del comercio minorista y restructuración de la centralidad en la región metropolitana de Buenos Aires". *Punto Sur*, nº 4, pp. 119-146.

Capítulo 3
El ecosistema de videojuegos
Avances de investigación en el sector argentino

Constanza Diaz Bilotto y María Isabel Camio[1]

Introducción

La industria de videojuegos ha surgido con características propias y suscitado importancia para la investigación tanto a nivel global como en la Argentina. Un reciente estudio bibliométrico en el ámbito iberoamericano (López Raventós y Belli, 2024) lo sugiere. Si bien las investigaciones más antiguas (antes del año 2009) parecen reposar en los prejuicios sobre los efectos negativos (físicos, psicológicos, sociales, etc.) del uso de los videojuegos, en las investigaciones más cercanas al presente esos prejuicios van desapareciendo y se incorporan visiones más positivas y pragmáticas de su uso (educación, rehabilitación, realidad aumentada, etc.).

Los primeros datos de la industria recogidos a nivel nacional datan de 2016, en el marco de un proyecto de investigación del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-Conicet; UPSO y ADVA). A partir de 2017, el Observatorio Industria Argentina de Videojuegos (UNS, UPSO, ADVA y UNRaf) publica un informe anual con información general, estructura de recursos humanos, facturación, actividades y desarrollo de videojuegos y financiamiento de 39 miembros de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina (ADVA).

1 Centro de Estudios en Administración, Facultad de Ciencias Económicas, UNICEN. constanza.diaz.bilotto@econ.unicen.edu.ar; maria.camio@econ.unicen.edu.ar.

La mayoría de las empresas desarrolladoras e instituciones vinculadas al sector de videojuegos en la Argentina se encuentran establecidas en la ciudad de Buenos Aires (Gala, 2019). Según datos recientes del Sistema de Información Cultura de la Argentina (SInCA), el 34,92% de los estudios de videojuegos del país están localizados en la ciudad de Buenos Aires, mientras que 27,78% están en la provincia de Buenos Aires y 14,29% en la provincia de Córdoba, seguidos por 7,94% y 7,14% en las provincias de Santa Fe y Mendoza, respectivamente. Cabe destacar que, en algunos de estos casos, la distribución de firmas responde a la presencia de polos científicos tecnológicos o audiovisuales en algunas localidades como Mar del Plata, Tandil, La Plata (provincia de Buenos Aires), Córdoba y Rosario (Santa Fe).

A partir de la contextualización anterior, resulta de interés contribuir a la discusión acerca de los diferentes determinantes de la configuración de los ecosistemas del sector de videojuegos, como base sobre la cual encauzar futuras investigaciones que describan el sector en la Argentina.

Como objetivo de este trabajo, se propone sintetizar los aspectos más salientes acerca de los distintos tipos de proximidad en las investigaciones del sector de videojuegos. Para dar respuesta al objetivo planteado, se realiza una revisión de la literatura referida al estudio de ecosistemas del sector de videojuegos en diferentes países con el fin de extraer las dimensiones de proximidad más comúnmente utilizadas. Finalmente, se delinean algunas variables o aspectos distintivos que podrían contribuir a futuro al estudio del sector de videojuegos en la Argentina y se avanza en señalar algunas particularidades del caso.

Marco teórico

El ecosistema de los videojuegos

La industria del videojuego es un ecosistema complejo y en rápida evolución que ha atraído considerable atención de los investigadores que tratan de comprender la dinámica de las redes interempresariales y las implicaciones de la proximidad geográfica en el ciclo de vida de la industria.

Desde la perspectiva de las industrias creativas, las actividades de videojuegos son probablemente aquellas con mayor sinergia entre el contenido artístico (local) y científico y tecnológico (globales). Genera íconos culturales influyentes, productos populares y ganancias que representan un alto porcentaje del total del mercado del entretenimiento (Crandall y Sidak, 2006). El desarrollo del producto "videojuego" implica la creación e integración de un escenario, diseño de interactividad, actividades de programación, artes gráficas, diseño de música y sonido, y controles de calidad (Cohendet y Simon, 2007).

Sin embargo, la demanda incesante de novedades, el avance acelerado de las tecnologías digitales, las modas y las constantes reconfiguraciones de los

modelos de negocios provocan que las firmas deban innovar continuamente y adapten sus procesos y estructuras en consecuencia (Aoyama y Izushi, 2003; Tschang, 2007; Balland *et al.*, 2013). Adicionalmente, cabe destacar el creciente avance del desarrollo de modelos de producción independientes que fomentan el emprendedurismo y generan nuevas formas de acuerdos laborales (Whitson *et al.*, 2021).

El sector ha sido caracterizado como un ecosistema multilateral que gira en torno a plataformas tecnológicas, en el cual las consolas actúan como soportes que conectan a los desarrolladores de juegos y a los propietarios (Özalp *et al.*, 2018). Este ecosistema se expande globalmente con nuevas audiencias, plataformas de distribución y tecnologías de desarrollo, y crea así una red compleja de actividades con tensiones entre sus stakeholders (industria, gobierno y consumidores) (Simon, 2018).

Por otra parte, el surgimiento de ecosistemas difusos (los cuales no están vinculados a una sola consola o plataforma) y que están compuestos principalmente por desarrolladores independientes y estudios pequeños ha permitido que investigaciones consideren al sector de videojuegos como un ámbito propicio para el estudio de dinámicas de comunidades de conocimiento regidas por el cooperativismo y la asociatividad (Keogh, 2019). En este sentido, el concepto de ecosistema de videojuegos no es único, pero no se limita al conjunto de meras transacciones económicas que ocurren entre los eslabones de la cadena de valor, sino que abarca un espectro de actividades e identidades culturales que constituyen la producción de videojuegos (ídem).

El desarrollo de videojuegos, al igual que otras actividades creativas, tiende a basarse en sistemas de producción prototípicos y temporales, organizaciones basadas en proyectos e interacciones frecuentes entre múltiples agentes autónomos, en los que participan empresarios creativos, equipos temporales, colectivos informales y agentes orientados a los negocios (De Fillippi *et al.*, 2007). Los directivos de las empresas dedicadas a los videojuegos se ven obligados a fomentar la colaboración y dirigir equipos con diversidad de talentos, y a encauzar expresiones de alto valor artístico y tecnológico (Tschang, 2007). Estos elevados requisitos en términos de dominio tecnológico, en combinación con las particularidades de la producción cultural, han impulsado la evolución del sector desde su origen y han contribuido, de igual manera, a configurar su organización espacial tanto de la producción y como del consumo (Balland *et al.*, 2013).

Si bien algunos clústeres creativos de videojuegos históricamente se desarrollaron alrededor de grandes empresas multinacionales denominadas "ancla", que concentran la mayor parte de los ingresos en el mercado global (Cohendet y Simon, 2007), cabe destacar la existencia de un creciente interés de la literatura crítica por estudiar los procesos de capitalismo digital de concentración e integración corporativa, los cuales ponen en riesgo la diversidad

de la producción cultural desvalorizando el trabajo creativo y generando desigualdades (Curtis, 2023).

La necesidad de entender el acople entre dinámicas industriales y espaciales, al igual que captar cómo se interrelacionan los actores en el territorio, resultan particularmente críticos y emblemáticos en el contexto de las industrias creativas, como la de los videojuegos. A diferencia de otros tipos de industrias, estas son esencialmente impulsadas por características locales y globales (Grabher, 2001).

El territorio y los distintos tipos de proximidad

En términos generales respecto a la formación de agrupaciones de empresas y clústeres de distintos tipos de industrias, se puede afirmar que las organizaciones se anclan a territorios particulares mediante el desarrollo de interdependencias enraizadas en convenciones y rutinas específicas de la región. Además, aquellas regiones capaces de construir un stock de "activos relacionales" a través de interacciones rutinarias entre firmas e instituciones desarrollarán una capacidad de aprendizaje que les permitirá a las empresas allí instaladas adaptarse a cambios en un ambiente económico cada vez más incierto (Cumbers *et al.*, 2003).

Particularidades del territorio hacen que se presente como un ámbito privilegiado de generación y difusión de innovaciones. Sin embargo, otros tipos de proximidades no geográficas, como la proximidad relacional (Amin y Cohendet, 2005), tienen impactos positivos en el proceso innovador (Bastos Tigre *et al.*, 2009).

Comúnmente, se ha distinguido entre proximidades geográficas, organizacionales e institucionales, con el objetivo de analizar aspectos no espaciales en la cercanía entre actores. Sobre la base de esta clasificación, Boschma (2005) propone una clasificación de cinco dimensiones de proximidad (geográfica, organizacional, cognitiva, institucional y social), las cuales tienen diferentes aportes a procesos de aprendizaje e innovación.

La proximidad cognitiva hace referencia a la similitud de bases de conocimiento, e impacta positivamente en la comunicación y el entendimiento, determina la capacidad de absorción, la eficiencia en la adquisición de información y el alcance del conocimiento (ídem). A pesar de sus beneficios, la literatura también menciona que la excesiva similitud en las bases de conocimiento restringe los procesos creativos y el aprendizaje interactivo (Nooteboom, 2000).

Por otra parte, la proximidad organizacional se refiere al conjunto de vínculos que ocurren dentro o entre organizaciones a partir de relaciones económicas, financieras o de interdependencia. Este tipo de cercanía es útil para reducir la incertidumbre y los comportamientos oportunistas para la creación de conocimiento dentro y entre firmas (Boschma, 2005).

La proximidad social se define en términos de embeddedness social entre agentes a un nivel individual (Polanyi, 1994; Granovetter, 1985). Involucra la confianza, la amistad y la experiencia. De forma similar, la proximidad institucional hace referencia al embeddedness social entre agentes en un ambiente institucional formal o informal (como, por ejemplo, normas y valores que rigen el comportamiento en una cultura).

Mientras varios investigadores han argumentado que la baja materialidad de las ideas creativas, principal valor de las industrias culturales, probablemente diluya la importancia de las distancias geográficas para la generación de valor, otros han resaltado la importancia general de este tipo de proximidad debido a la relación simbiótica que existe entre el espacio, la cultura y la economía en este tipo de sector (Pratt, 2009; Johns, 2006). Una última corriente de la literatura argumenta que la proximidad geográfica, la cultura urbana (Aoyama y Izushi, 2003) y las dinámicas locales son extremadamente importantes para las industrias culturales (Balland *et al.*, 2013).

A pesar de que la literatura provea de ideas valiosas respecto del rol de la proximidad geográfica en la conformación de redes interfirmas y de las dinámicas de innovación del sector de videojuegos, algunos aspectos han permanecido inexplorados. Particularmente, para esta revisión es de especial interés indagar acerca de los mecanismos específicos a partir de las cuales los distintos tipos de proximidad pueden influir en aspectos como las dinámicas de colaboración, la transferencia de conocimiento y la innovación, y la distribución y captación del valor.

Objetivos y metodología

El presente trabajo consiste en una revisión sistemática de la literatura enfocada en el sector de los videojuegos. Como punto de partida se consideran los modelos de Kitchenham y Charters (2007) y Tranfield *et al.* (2003), y se realiza un análisis preliminar de la literatura, permitiendo delinear las preguntas y el protocolo de la revisión.

La búsqueda y selección de artículos se realizó en marzo de 2023 mediante la consulta a bases de datos académicas especializadas como Scopus, ACM Digital Library, Annual Reviews, EBSCOhost, IEEE Xplore, JSTOR, SAGE Journals, Science Journals, ScienceDirect, SpringerLink y Wiley Online Library. A Scopus se accedió mediante su página web y a las restantes bases de datos a través de la Biblioteca Electrónica de Ciencia y Tecnología del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Biblioteca MINCyT) de Argentina.[2] Estas bases de datos fueron seleccionadas por su relevancia en términos de cobertura internacional, amplitud de las fuentes de datos que comprenden y precisión

2 https://biblioteca.mincyt.gob.ar.

en la selección y filtrado de las publicaciones. Complementariamente, se replicaron las búsquedas en Google Scholar, donde se revisaron los primeros 50 resultados de cada búsqueda dado su ordenamiento por relevancia.

En cuanto a las claves de búsqueda, se utilizaron los términos *videogames ecosystem*, a fin de incluir publicaciones pertinentes que utilicen una sola de estas expresiones. Dado que se pretende realizar una revisión amplia y de literatura actualizada, se incluyen artículos tanto teóricos como empíricos, sin limitantes respecto de las áreas de conocimiento. La figura 1 detalla los principales puntos del protocolo de revisión.

Figura 1. Protocolo de la revisión bibliográfica

<table>
<tr><td colspan="2">Preguntas de la revisión:
¿Cómo se define, en el sector de videojuegos, un ecosistema en términos de actores, espacios e interrelaciones?
¿Qué aspectos/dimensiones de la proximidad determinan la conformación de clústeres de videojuegos?
¿Qué aspectos/dimensiones de la proximidad afectan las dinámicas de conocimiento e innovación en el sector de videojuegos? ¿Qué aspectos/dimensiones de la proximidad afectan la creación y captación de valor en el sector de videojuegos?</td></tr>
<tr><td>Bases de datos:
• Scopus, ACM Digital Library, Annual Reviews, EBSCOhost, IEEE Xplore, JSTOR, SAGE Journals, Science Journals, ScienceDirect, SpringerLink y Wiley Online Library.
• Biblioteca complementaria: Google Scholar.</td><td rowspan="2">Claves de búsqueda:
• “ecosystem” AND “videogames”
• “ecosystem” AND “videogames” AND “innovation”
• “video” AND “games”
• “videogames” AND “management”</td></tr>
<tr><td>Criterios de inclusión
CI1: Aparición de los términos en título, resumen o palabras clave.
CI2: Idioma: inglés, español o portugués.
CI3: Unidad de análisis: sector o industria de videojuegos.
CI4: Artículos con referencia a empresas pertenecientes a la industria de videojuegos, relaciones comerciales o modelos de negocio.</td></tr>
<tr><td>Criterios de calidad
CC1: Publicaciones académicas arbitradas (artículos o revisiones, se excluyen libros).
CC2: Publicaciones en congresos específicos del sector.</td><td></td></tr>
</table>

Fuente: elaboración propia.

De la introducción de las claves de búsqueda y luego de la aplicación de los criterios y la eliminación de los duplicados, resultaron 11 artículos. Aquí se consideró como criterio de calidad adicional artículos con al menos 5 citas, excepto para aquellos publicados desde 2019. Adicionalmente, se incorporaron 4 artículos mediante el método de backward snowballing o bola de nieve hacia atrás (Jalali y Wohlin, 2012; Webster y Watson, 2002), el cual consistió en identificar artículos citados con cierta recurrencia en los estudios seleccionados y no incluidos en la revisión. Al concluir este paso, el cuerpo de la revisión quedó conformado por 15 estudios.

Resultados

A partir del análisis de los artículos seleccionados, se extraen algunos elementos destacados que permiten poner de relieve aspectos de la proximidad que han sido identificados por la literatura como drivers de la estructuración del sector de videojuegos. Entre los casos de agrupaciones que más interés han recibido por los investigadores, podemos mencionar los ecosistemas nacionales de Japón, Canadá, Estados Unidos y algunos clústeres o aglomeraciones circunscritas a "ciudades creativas" como Montreal y Brisbane (Canadá) y Los Ángeles (Estados Unidos). Por otra parte, otros autores analizan la evolución del mercado global de los videojuegos a partir de los títulos lanzados generación tras generación, sin hacer especial mención al territorio en el cual están emplazadas las empresas desarrolladoras de estos.

Sobre la base de una definición amplia del término proximidad (Boschma, 2005), los artículos que componen esta revisión fueron analizados con el objetivo de identificar el rol que juegan los diferentes tipos de proximidad en el sector, industria o ecosistema de videojuegos. Una de las primeras conclusiones a las que se llega es que la proximidad resulta determinante o interviene en varios fenómenos o dinámicas que los investigadores buscan analizar: el entramado de colaboración de las firmas; la distribución de valor en mercados locales y globales y cadenas de valor, y la transferencia de conocimiento o generación de innovación.

A partir de esta distinción, se pudo clasificar al conjunto de publicaciones escrutadas en tres grandes grupos. Un primer grupo que estudia el fenómeno de la proximidad y su relación con las posibilidades de colaboración entre firmas. Un segundo grupo que se enfoca en el estudio de la relación entre la proximidad y sus tipos con la generación e intercambio de conocimiento y la generación de innovación. Por último, un tercer grupo de artículos se centran en el estudio de la distribución del valor que se genera en la industria de videojuegos en relación con los tipos de proximidad. La tabla 1 resume los principales detalles de cada uno de los artículos analizados.

Tabla 1: Artículos de la revisión bibliográfica

Artículo	Base teórica - Principales aspectos de proximidad	Metodología	Principales hallazgos en términos de proximidad
1. Proximidad en el sector de videojuegos - determinantes de la colaboración			
Balland, P. A., De Vaan, M., Boschma, R. (2013). "The Dynamics of Interfirm Networks along the Industry Life Cycle: The Case of the Global Video Game Industry, 1987-2007". Journal of Economic Geography, vol. 13, no 5, pp. 741–765.	Dimensiones de proximidad: geográfica, cognitiva, social, institucional y organizacional (Boschma, 2005)	Objetivo: Estudiar la formación de redes entre firmas a lo largo del ciclo de vida de la industria de los videojuegos. Metodología: Análisis cuantitativo (datos de panel) para la industria global de videojuegos entre los años 1987 y 2007. Metodología: Estudio cuantitativo, ANOVA. Datos: 4900 títulos vendidos en un lapso de 9 años. 613 firmas japonesas que componen los 52 nichos de mercado del ecosistema de videojuegos.	Proponen el impacto de cinco dimensiones de la proximidad en la reducción de costos de la colaboración en la industria de videojuegos: institucional, geográfica, organizacional, social y cognitiva. El impacto de esas dimensiones es diferente según la etapa en el ciclo de vida de la industria: las proximidades geográfica y cognitiva afectan positivamente la generación de nuevos lazos en la industria.
Darchen, S., & Tremblay, D. G. (2015). "Policies for Creative Clusters: A Comparison between the Video Game Industries in Melbourne and Montreal". European Planning Studies, vol. 23, no 2, pp. 311–331.	Beneficios de la cercanía con otras empresas y la fertilización cruzada entre sub-sectores que surgen de la literatura de clusters creativos (Florida, 2002).	Objetivo: Analizar los sectores de Melbourn (Australia) y Montreal (Canadá) bajo la perspectiva de clusters creativos y describir sus atributos (cros-fertilización con otros campos creativos, beneficios del cluster, rol de las políticas de maduración para esos clusters). Metodología: Estudio de caso múltiple. Entrevistas semi-estructuradas a consultores de política pública y a desarrolladores de videojuegos en los dos clusters.	Los clusters creativos estudiados no se desarrollan exclusivamente por la cercanía geográfica y la potencial fertilización cruzada con otros sub-sectores. En cambio, se proponen otros determinantes de la clusterización, entre los cuales se destacan ciertos atributos clave de las ciudades para potenciar la relación con el mercado global (como la diversidad cultural). Estos atributos pueden ser entendidos como potenciadores de las proximidades cognitivas, sociales, organizacionales e institucionales en la región.
Inoue, T., & Nagayama, S. (2011). "Strategic Types and Performance of Niche-Firms within Business Ecosystems: A Study of the Japanese Video Game Industry". Waseda Business Economic Studies, vol. 47, pp.1–18.	Enfoque de ecosistema de negocios (Moore, 1993) y ecosistema de plataforma (Gawer & Cusumano, 2002). Proponen una clasificación de nichos en el ecosistema de plataforma, de acuerdo a la vinculaciones con la plataforma y al grado de dependencia tecnológica con la misma.	Objetivo: Analizar la productividad, innovación y estabilidad del mercado japonés de videojuegos a partir de la relación de las firmas en el ecosistema de negocios y sus estrategias de nicho o multiplataforma.	La proximidad cognitiva y organizacional, reflejada en la experiencia tecnológica compartida y la colaboración en proyectos multiplataforma, tiene un impacto positivo en el ecosistema de negocios.
Inoue, Y., & Tsujimoto, M. (2018). "New market development of platform ecosystems: A case study of the Nintendo Wii". Technological Forecasting and Social Change, vol. 136, pp.235–253.	Enfoque de ecosistema de plataforma (Gawer & Cusumano, 2002). Modelos de efectos indirectos en redes entre complementadores y consumidores (Clements & Ohashi, 2005; Zhu & Iansiti, 2012).	Objetivo: Analizar de qué forma las firmas propietarias de las plataformas que exploran nuevos mercados ejercen influencia en la toma de decisiones de sus complementarios y consumidores.Fuentes de datos: aproximadamente 3600 desarrolladores de software de Japón. Se recolectaron datos de ventas entre diciembre de 2006 y diciembre de 2012.	La concentración de ventas derivada de las decisiones de los consumidores dificulta la supervivencia de diversos actores complementarios del ecosistema de plataformas (los desarrolladores de software), especialmente de aquellos con menor visibilidad en el ecosistema.

Artículo	Base teórica - Principales aspectos de proximidad	Metodología	Principales hallazgos en términos de proximidad
2. Proximidad en el sector de videojuegos - determinantes de innovación y flujos de conocimiento			
Cennamo, C., & Santaló, J. (2019). "Generativity tension and value creation in platform ecosystems". Organization Science, vol. 30, no 3, pp. 617–641.	Teoría de acción colectiva. No estudia aspectos de proximidad geográfica, sino vínculos comerciales en base a proximidad cognitiva y organizacional.	Objetivo: Analizar el impacto de la generatividad (capacidad del ecosistema de producir nuevos resultados a partir de contribuciones de distintas firmas) en la generación de valor para los usuarios, a través de los distintos estadíos de madurez del sector. Datos: 4145 títulos lanzados para el mercado estadounidense entre los años 1995 y 2008.	La generatividad del ecosistema se ve influenciada por la proximidad cognitiva (conocimientos tecnológicos comunes) y la proximidad organizacional (vínculos comerciales) entre las empresas desarrolladoras de videojuegos.
Chaminade, C., Martin, R., & McKeever, J. (2021). "When regional meets global: exploring the nature of global innovation networks in the video game industry in Southern Sweden". Entrepreneurship and Regional Development, vol. 33, nos 1–2, pp.131–146.	Utiliza la perspectiva de análisis de redes sociales para describir la distribución de la industria en términos geográficos regionales y globales a partir de las redes de innovación y comerciales. Sistemas Regionales de Innovación (RIs) y Redes globales de innovación (GINs).	Objetivo: Estudiar cómo la característica híbrida de la industria (con raíces simbólicas culturales pero un impacto económico global) afecta la geografía de sus redes de innovación (regional y global). Estudio cuantitativo de panel con estimaciones de OLS (ordinary least squares). Metodología: Estudio de caso con análisis descriptivo y metodología de redes sociales. Datos: entrevistas y encuestas realizadas a empresas de videojuegos en el sur de Suecia durante 2017.	En las industrias culturales, el intercambio de conocimiento suele darse localmente debido a la importancia del saber simbólico. No obstante, algunas sub-industrias se integran en redes globales de innovación, donde el grado de proximidad institucional es el factor determinante para dicha participación.
Cohendet, P., Simon, L., & Mehouachi, C. (2020). "From business ecosystems to ecosystems of innovation: the case of the video game industry in Montréal". Industry and Innovation, vol. 28, no 8, pp. 1046-1076.	Clusters creativos (Florida, 2002); ecosistema de innovación (Adner, 2006); ecosistema de negocios (Moore, 1993)	Objetivo: Reinterpretar el caso de desarrollo histórico del cluster de videojuegos de Montreal, en base a las dinámicas de creación de conocimiento e innovación en ecosistemas de innovación y ecosistemas de negocios. Metodología: Estudio de caso único longitudinal. Datos: Entrevistas en profundidad entre los años 2009 y 2013 y entre 2017 y 2018 con expertos de la industria local.	Aunque la presencia de empresas "ancla" multinacionales atrae nuevas firmas, la creación y captura de valor en el territorio depende fundamentalmente de la comunidad creativa local, los recursos territoriales y los espacios de interacción intermedios (middleground), asociados a la proximidad institucional.
Cohendet, P., Grandadam, D., Mehouachi, C., & Simon, L. (2018). "The local, the global and the industry common: The case of the video game industry". Journal of Economic Geography, vol. 18, no 5, pp. 1045–1068.	Clusters creativos (Florida, 2002). Relaciones con invención colectiva Allen (1983) e infraestructura para la innovación (Van de Ven & Garud, 1989)	Objetivo: desarrollar un marco para explicar cómo, en ciertos clusters específicos, la localización de empresas multinacionales pueden contribuir (en cooperación con actores locales) en construir una infraestructura común de innovación y mejorar la calidad de los recursos locales y el poder de atracción del ambiente local. Metodología: Estudio cualitativo de dos etapas. Un estudio de caso único en el cluster creativo de la ciudad de Montreal, a partir de entrevistas en profundidad a empleados de una multinacional francesa en la sede canadiense con 47 entrevistas semi-estructuradas en 16 estudios de videojuegos en diferentes clusters de contextos nacionales distintos (Londres, Los Angeles, Tokyo y San Francisco).	La ubicación geográfica en entornos de ciudades creativas potencia la creatividad empresarial. No obstante, son las proximidades física y relacional en la capa intermedia del ecosistema (lugares y espacios de comunidad) las que facilitan la transferencia de conocimiento y la generación de externalidades creativas.

Artículo	Base teórica - Principales aspectos de proximidad	Metodología	Principales hallazgos en términos de proximidad
Grandadam, D., Cohendet, P., & Simon, L. (2013). “Places, Spaces and the Dynamics of Creativity: The Video Game Industry in Montreal”. Regional Studies, vol. 47, no 10, pp. 1701–1714.	Estudio de las dinámicas de creatividad en ciudades creativas desde una perspectiva de externalidades creativas emergentes de las interacciones entre entidades embebidas en una ciudad (Krugman, 1998). Los autores proponen el abordaje holístico de los factores que generan externalidades de conocimiento en ciudades creativas, haciendo especial foco en la definición de los lugares y los espacios como construcciones cognitivas.	Objetivo: Estudiar las dinámicas de la creatividad situacional considerando la formación de externalidades en las ciudades creativas. Estudio de caso en profundidad. Diseño de investigación cualitativa con enfoque inductivo. Nivel de análisis: cluster de videojuegos de Montreal (Canadá)	Si bien la proximidad geográfica es un factor que impacta positivamente en la creatividad de las firmas, la articulación entre lugares y espacios para el desarrollo de comunidades y proyectos también impacta positivamente en la transferencia de conocimiento del ecosistema y el desarrollo de externalidades creativas (dinámicas de creatividad situacional).
Høvig, Ø. S. (2016). “Co-evolutionary dynamics and institutions: Innovation in a guild community in Norway”. Norsk Geografisk Tidsskrift, vol. 70, no 3, pp. 152–161.	Marco socio-institucional de innovación: "milieus creativos" (Camagni 1991), comunidades de práctica, embeddedness. Conocimiento específico compartido en la comunidad, producido en una dinámica entre actores, prácticas y su contexto. “Local buzz" como proceso informal de transferencia de conocimiento local. El uso de inputs estéticos combinados con conocimiento técnico/tecnológico demanda habilidades especializadas de interpretación de símbolos. Concepto de "Soft innovation" particular de Industrias culturales.	Objetivo de trabajo: desarrollar un enfoque alternativo a la innovación, cuyo foco esté en las prácticas únicas que constituyen la innovación. Metodología: Estudio de caso único. Análisis en profundidad de las prácticas en una comunidad de desarrolladores de Berge (Noruega).	Las prácticas empresariales están insertas en redes institucionales (comunidades de práctica). La interacción dinámica entre actores, contexto y prácticas define las sinergias entre las dimensiones de proximidad geográfica, institucional y social.
Inoue, Y. (2019). “Winner-takes-all or co-evolution among platform ecosystems: A look at the competitive and symbiotic actions of complementors”. Sustainability (Switzerland), vol. 11, no 3, pp.1-25.	Enfoque de ecosistema de plataforma, estudio del comportamiento de los fabricantes del hardware, desarrolladores de software y los consumidores de los videojuegos.	Objetivo: Analizar las dinámicas de competencia y simbiosis en un ecosistema de plataformas a través del análisis del impacto de factores de las relaciones, el ambiente y la cultura de los complementarios. Fuente de datos: Mercado japonés de los videojuegos entre los años 1996 y 2015.	La proximidad cognitiva entre empresas complementarias puede generar competencia; sin embargo, niveles más altos de esta proximidad, tanto entre sí como con los fabricantes de la plataforma, tienden a fomentar relaciones simbióticas y a reducir las tensiones competitivas.
3. Proximidad en el sector de videojuegos - generación y distribución de valor			

Artículo	Base teórica - Principales aspectos de proximidad	Metodología	Principales hallazgos en términos de proximidad
Banks, J., & Cunningham, S. (2016). "Creative destruction in the Australian videogames industry". Media International Australia,vol. 160, no 1, pp. 127–139.	Destrucción creativa (Schumpeter, 1942). Conceptos de modelos de negocio particulares del sector.	Objetivo: Investigar las consecuencias que la crisis global financiera y el auge de los juegos móviles tuvieron en la industria australiana de los videojuegos. Estudiar el cambio ocurrido como un caso de destrucción creativa en términos de identidad profesional y diversificación de los modelos de negocios, puntualizando diferencias culturales entre localizaciones de la industria en tres ciudades (Melbourne, Brisbane y Sydney). Metodología: Estudio cualitativo con entrevistas semi estructuradas a 22 desarrolladores de 17 estudios, y el presidente de la Asociación Australiana de Desarrolladores de Videojuegos (GDAA) entre 2014 y 2015 y triangulación con información secundaria del mercado.	En sectores en los que predominan pequeños estudios o desarrolladores independientes, la identidad local y las políticas de fomento, junto con espacios de networking (que fomentan la proximidad institucional y social), fortalecen la resiliencia del ecosistema y favorecen la generación y captura de valor.
González-Piñero, M. (2017). "Redefining the value chain of the video games industry". Elverum: Knowledge Works National Centre for cultural industries.	Aspectos de localización y límites geográficos vinculados con la teoría de cluster y cadenas de valor. Define el sector con asentamiento en un país y el mercado local y global.	Objetivo: Mapear la cadena de valor y las relaciones de poder en la industria, identificar la aparición de nuevos modelos de negocio y explorar tendencias, desafíos y oportunidades emergentes de las relaciones entre consumidores y desarrolladores, los avances de nuevas tecnologías y las decisiones de explorar nuevas plataformas. Metodología: Estudio de caso del sector de videojuegos Noruega. Fuente de datos: Entrevistas en profundidad y triangulación con fuentes secundarias.	La transferencia de conocimiento y el desarrollo de mercados en términos de propuestas de valor se ven favorecidos por la proximidad geográfica y la confianza mutua (proximidad social) entre los miembros del clúster.
Johns, J. (2006). "Video games production networks: Value capture, power relations and embeddedness". Journal of Economic Geography, vol. 6, no 2,pp. 151–180.	Enfoque de "Red global de producción" (GPN) Encuentran conexiones entre procesos globalizadores y la generación de redes de corporaciones nacionales y el desarrollo regional en formaciones territoriales específicas.	Objetivo: Examinar la estructura y las dinámicas de la industria de videojuegos. Metodología: Estudio de caso en profundidad a partir de 16 entrevistas con fabricantes de consolas de Europa y el Este asiático y sus principales proveedores, realizadas en el año 2002.	A partir del enfoque de Redes globales de producción el autor analiza cómo y dónde se crea y captura valor en la red de producción, cómo se ejerce el poder y se generan desigualdades temporales y geográficas entre los actores. El embeddedness en la red global (proximidad institucional) permite explicar la concentración de valor en manos de los publishers.
Pilon, S., Tremblay, D. G. (2013). "The geography of clusters: the case of the video games clusters in Montreal and in Los Angeles". Urban Studies Research, vol. 2013. pp. 1–9.	Economía geográfica de estudios urbanos, governanza y desarrollo de clusters culturales.	Objetivo: Determinar las causas geográficas y no geográficas (relacionales) que dieron origen a dos cluster de videojuegos (Montreal y Los Angeles). Metodología: Enfoque cualitativo basado en teoría fundada. Datos: recolectados en 24 entrevistas en profundidad a empresarios y responsables de instituciones en Montreal y 21 en la ciudad de Los Ángeles.	Los autores destacan que la presencia de políticas públicas de fomento del sector y la proximidad relacional/institucional (rutinas y normas compartidas que determinan el contexto) entre los actores pueden propiciar el desarrollo de los clusters y su evolución. La fertilización cruzada con otras industrias culturales también es mencionado como un dinamizador sectorial.

Fuente: elaboración propia.

La proximidad y la colaboración entre firmas

Los clústeres creativos representan un ambiente propicio para la colaboración entre subsectores de la cultura. Son comunidades de gente creativa (cercana geográficamente); un lugar catalizador donde personas, relaciones, ideas y talentos pueden encenderse mutuamente; un entorno que ofrece diversidad, estímulos y libertad de expresión, y una red siempre cambiante de intercambios interpersonales que alimentan la singularidad y la identidad de los individuos (Darchen y Tremblay, 2015).

Por otra parte, Inoue y Nagayama (2011) e Inoue y Tsujimoto (2018) analizan el desarrollo de videojuegos japoneses bajo una perspectiva de ecosistema de plataforma y hacen foco en los vínculos de colaboración, competencia y simbiosis entre las empresas dueñas de las plataformas (manufactureras de las consolas de videojuegos) y otros actores complementarios (desarrolladores de software, particularmente de los videojuegos digitales). Según estos autores, el ecosistema de plataforma se ve más beneficiado cuanto mayor sea la proximidad cognitiva entre firmas complementarias a las manufactureras de las consolas.Esta cercanía cognitiva se puede observar a través de la similitud en las bases de conocimientos tecnológicos para el desarrollo y de conocimientos estéticos/culturales para la definición del género de los videojuegos. Esta cercanía entre competidores/colaboradores moldea las dinámicas del mercado, generación tras generación. Según Balland *et al.* (2013), el impacto de las diferentes dimensiones de la proximidad en la dinámica de redes en la industria varía a lo largo de su ciclo de vida. Los autores concluyen que, a medida que madura la industria, aumenta la cantidad de vínculos formados sobre la base de las proximidades geográfica y cognitiva, mientras que las proximidades organizacionales, sociales e institucionales dejan de tener un rol preponderante en la formación de relaciones de colaboración. Este estudio resalta la importancia de la proximidad geográfica en la formación de redes interfirma y las dinámicas de innovación dentro de la industria de los videojuegos.

La proximidad, el conocimiento y la innovación

Si bien la disponibilidad de ciertos recursos (financieros, conocimiento científico, talento artístico, infraestructuras, etc.) en el territorio motivan al asentamiento de clústeres creativos, se encuentran marcadas diferencias en las tradiciones y en el desarrollo de vínculos en los clústeres culturales. Según Cohendet *et al.* (2018), los recursos componen parte del patrimonio local atractivo para las firmas; el factor local más relevante es el, denominado por ellos, "middleground". El middleground del ecosistema es el entramado de mecanismos cognitivos tales como los lugares, espacios, proyectos y eventos que conectan a la base de talento del sector (underground) con los actores

del mundo comercial e industrial (upperground). Cohendet *et al.* (2020) y Grandadam, D. *et al.* (2013) coinciden en que, si bien las proximidades geográficas mejoran la transferencia de conocimiento (principalmente tácito) en un clúster, la proximidad social e institucional entre firmas que participan de un mismo "middleground" son aspectos fundamentales para que el conocimiento fluya y se propicie la innovación abierta en el sector.

De forma similar, Høvig (2016) rechaza la noción de que el desarrollo de videojuegos es una economía desarraigada de su contexto local, weighless economy o placeless production (Cairncross, 1998; citado por Høvig, 2016), al destacar que las empresas se encuentran embebidas en un entramado de relaciones institucionales generadas a partir de prácticas comunes y que buscan mantener una base de conocimiento específico. Según Høvig (2016), el contexto local resulta fundamental para la creatividad y la innovación en el clúster estudiado, no por la cercanía física entre las organizaciones, sino por la proximidad institucional y cognitiva que caracterizan a la comunidad embebida en el territorio. Por su parte, Chaminade *et al.* (2021) destacan que las diferencias institucionales entre países sirven como barrera a las redes globales de innovación.

La proximidad y la distribución del valor

Con el interés de describir las dinámicas de poder en el sector de videojuegos desde la óptica de redes globales de producción (GPN), Johns (2006) resalta el rol de las empresas publishers en la captura de valor en la red de producción. El marco permite describir las dinámicas de poder y la desigualdad temporal y geográfica entre los actores, y el embeddedness (proximidad institucional) en la producción de videojuegos.

Por otra parte, en ambientes de colaboración, González-Piñero (2017) destaca que la proximidad geográfica cumple un rol crucial para moldear el comportamiento estratégico de las firmas. Estos hallazgos sugieren que las empresas se posicionan estratégicamente en clústeres para aprovechar los beneficios de estar cerca de otros actores de la industria (fertilización cruzada), lo cual tiene implicancias para la competencia y también para las dinámicas de innovación dentro del ecosistema. La fertilización cruzada fue identificada por Pilon y Tremblay (2013) como un factor determinante del desarrollo de los clústeres culturales, mientras que la proximidad institucional (rutinas y normas compartidas que determinan el contexto) pueden explicar la variedad y distribución de las empresas.

En su estudio más reciente de los ecosistemas de innovación y de negocios en el clúster de Montreal, Cohendet *et al.* (2020) resaltan que, si bien la proximidad geográfica con ciertas empresas "ancla" multinacionales resulta una característica atractiva para la radicación de nuevas empresas en un clúster,

los recursos disponibles en el territorio y la existencia de lugares y espacios de interrelación del middleground (proximidad institucional) se muestran como aspectos más relevantes para la generación y captación de valor en el territorio.

Conclusiones

A partir de la revisión bibliográfica, el presente trabajo permite aportar a algunas discusiones teóricas que han surgido al momento de estudiar en profundidad el sector de los videojuegos.

Al considerar las particularidades locales de los agrupamientos de empresas vinculadas al sector (tomando contribuciones de la teoría de clústeres culturales) y considerar aspectos fundamentales que dan cuenta de la naturaleza del producto tecnológico-cultural "videojuego" (mercados globales, alta especialización de la mano de obra, vínculos con otras expresiones artísticas), se ha buscado complementar perspectivas y de esta forma aportar al conocimiento de la relación entre dinámicas industriales y espaciales. Explorar este vínculo entre dinámicas es particularmente crítico y emblemático en el contexto de las industrias creativas (Caves, 2000).

Previamente a dar conclusiones en términos de los hallazgos obtenidos, cabe destacar que el interés por el estudio del sector, industria o ecosistema de desarrollo de videojuegos ha motivado gran número de investigaciones en las últimas décadas desde perspectivas del management hasta la economía y la geografía económica. Discusiones respecto a aspectos de similitud y cercanía (geográfica y no geográfica) entre firmas del sector y otros actores de un clúster o ecosistema están presentes en la literatura en torno a distintas temáticas. En la presente revisión, se optó por agrupar estas investigaciones según versan sobre la colaboración o competencia entre firmas de un sector, se ocupan de la transferencia de conocimiento o innovación de las firmas, o respecto de la creación y acumulación de valor del mercado local y global.

Si bien no se puede afirmar que exista en la bibliografía analizada un marco común utilizado que defina y clasifique las diferentes dimensiones de proximidad que impactan en las dinámicas presentes en el sector de videojuegos, se puede apreciar la recurrencia de diferentes tipos de proximidades geográficas y no geográficas. En términos generales, las proximidades geográficas (dadas por la pertenencia a una misma ciudad –ya sea considerada o no "creativa" – o a un "clúster creativo") y cognitivas (por compartir bases de conocimiento similares) ayudan a la colaboración entre firmas y a la generación de valor en cadenas productivas. Por otra parte, la proximidad institucional y social resulta importante para el desarrollo de la base creativa del sector, la innovación de las firmas y la participación en mercados y redes globales de innovación.

En investigaciones futuras, se espera que estas dimensiones de proximidad puedan ser definidas con mayor precisión teniendo en cuenta particularidades

de cada una de ellas con vistas al estudio del sector argentino. Si bien una primera exploración a partir de datos secundarios nos permite apreciar una concentración del sector (sobre la base de la cantidad de estudios desarrolladores) en torno a la ciudad de Buenos Aires, existen casos aislados de agrupaciones más pequeñas en todo el territorio nacional.

A la luz de los hallazgos obtenidos en la revisión y en el marco de la contextualización preliminar de la industria de videojuegos en la Argentina, se plantean nuevos interrogantes para futuras investigaciones en la temática: ¿qué aspectos de cercanía o proximidad institucional y social existen entre los desarrolladores instalados en otras cuidades?, ¿qué lugares, espacios y proyectos pueden identificarse en cada una de esas aglomeraciones?, ¿puede hablarse de un middleground (Cohendet y Simon, 2007) argentino?

Cabe destacar que futuras investigaciones podrían hacer foco en alguna de estas líneas o bien reestructurar el marco de análisis de la revisión para superar el principal limitante de los resultados, dado por la magnitud del cuerpo de la revisión. Adicionalmente, los hallazgos podrían verse fortalecidos a partir de la consulta en otras bases de datos científicas o de la incorporación de otros artículos adicionales siguiendo criterios de conveniencia.

Referencias bibliográficas

Amin, A. y Cohendet, P. (2005). "Geographies of knowledge formation in firms". *Industry and Innovation*, vol. 12, nº 4, pp. 465-486.

Aoyama, Y. y Izushi, H. (2003). "Hardware gimmick or cultural innovation? Technological, cultural, and social foundations of the Japanese video game industry". *Research Policy*, vol. 32, pp. 423-444.

Balland, P. A.; De Vaan, M. y Boschma, R. (2013). "The Dynamics of Interfirm Networks along the Industry Life Cycle: The Case of the Global Video Game Industry, 1987-2007". *Journal of Economic Geography*, vol. 13, nº 5, pp. 741-765.

Banks, J. y Cunningham, S. (2016). "Creative destruction in the Australian videogames industry". *Media International Australia*, vol. 160, nº 1, pp. 127-139.

Bastos Tigre, P.; Lebre La Rovere, R.; Lima Tixeira, F.; López, A.; Ramos, D. y Bercovich, N. (2009). *Outsourcing y clusters de software en Argentina y Brasil*. México D. F.: FLACSO, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo.

Boschma, R. A. (2005). "Proximity and innovation: A critical assessment". *Regional Studies*, vol. 39, nº 1, pp: 61-74.

Caves, R. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.

Cennamo, C. y Santaló, J. (2019). "Generativity tension and value creation in platform ecosystems". *Organization Science*, vol. 30, nº 3, pp. 617-641.

Chaminade, C.; Martin, R. y McKeever, J. (2021). "When regional meets global: exploring the nature of global innovation networks in the video game industry in Southern Sweden". *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 33, nº 1-2, pp. 131-146.

Cohendet, P. y Simon, L. (2007) "Playing across the playground: paradoxes of knowledge creation in the videogame firm". *Journal of Organizational Behavior*, vol. 28, pp. 587-605.

Cohendet, P.; Grandadam, D.; Mehouachi, C. y Simon, L. (2018). "The local, the global and the industry common: The case of the video game industry". *Journal of Economic Geography*, vol. 18, nº 5, pp. 1045-1068.

Cohendet, P.; Simon, L. y Mehouachi, C. (2020). "From business ecosystems to ecosystems of innovation: the case of the video game industry in Montréal". *Industry and Innovation*, vol. 28, nº 8, pp. 1046-1076.

Crandall, R. y Sidak, J. (2006). "Video Games: Serious Business for America's Economy". *Entertainment Software Association White Paper. ESA*.

Cumbers, A.; MacKinnon, D. y McMaster, R. (2003). "Institutions, Power and Space: Assessing the Limits to Institutionalism in Economic Geography". *European Urban and Regional Studies*, vol. 10, nº 4, pp. 325-342.

Curtis, C. B. (2023). "La expansión global de los videojuegos. Riesgos de la concentración corporativa en la era del capitalismo digital". *Doxa Comunicación*, vol. 36, pp. 273-289.

Darchen, S. y Tremblay, D. G. (2015). "Policies for Creative Clusters: A Comparison between the Video Game Industries in Melbourne and Montreal". *European Planning Studies*, vol. 23, nº 2, pp. 311-331.

De Fillippi, R.; Grabher, G. y Jones, C. (2007). "Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy". *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, vol. 28, nº 5, pp. 511-521.

Gala, R. (2019). "Mapa de la Industria Cultural de Videojuegos en Argentina: un estado de situación". *Electronic Journal of SADIO (EJS)*, vol. 18, nº 2, pp. 103-118.

González-Piñero, M. (2017). *Redefining the value chain of the video games industry*. Elverum: Knowledge Works. National centre for cultural industries.

Grabher, G. (2001) "Ecologies of creativity: the Village, the Group, and thehete-rarchic organisation of the British advertising industry". *Environment and Planning*, vol. 33, nº 2, pp. 351-374

Grandadam, D.; Cohendet, P. y Simon, L. (2013). "Places, Spaces and the Dynamics of Creativity: The Video Game Industry in Montreal". *Regional Studies*, vol. 47, nº 10, pp. 1701-1714.

Granovetter, M. (1985). "Economic Action and Social Structre: The Problem of Embeddedness". American Journal of Sociology, vol. 91, nº 3, pp. 481-510.

Høvig, Ø. S. (2016). "Co-evolutionary dynamics and institutions: Innovation in a guild community in Norway". *Norsk Geografisk Tidsskrift*, vol. 70, nº 3, pp. 152-161.

Inoue, T. y Nagayama, S. (2011). "Strategic Types and Performance of Niche-Firms within Business Ecosystems: A Study of the Japanese Video Game Industry". *Waseda Business Economic Studies*, vol. 47, pp.1-18.

Inoue, Y. (2019). "Winner-takes-all or co-evolution among platform ecosystems: A look at the competitive and symbiotic actions of complementors". *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, nº 3, pp.1-25.

Inoue, Y. y Tsujimoto, M. (2018). "New market development of platform ecosystems: A case study of the Nintendo Wii". *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 136, pp. 235-253.

Jalali, S. y Wohlin, C. (2012). "Systematic literature studies: database searches vs.

backward snowballing". Proceedings de la ACM-IEEE simposio international Empirical Software Engineering and Measurement (ESEM '12). Association for Computing Machinery, pp.29–38.

Johns, J. (2006). "Video games production networks: Value capture, power relations and embeddedness". *Journal of Economic Geography*, vol. 6, nº 2, pp. 151-180.

Keogh, B. (2019). "From aggressively formalised to intensely in/formalised: accounting for a wider range of videogame development practices". *Creative Industries Journal*, vol. 12, nº 1, pp. 14-33.

Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television and video games*. Oxford: University of California Press.

Kitchenham, B. y Charters, S. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering*. EBSE Technical Report 2007-01.

López Raventós, C. y Belli, S. (2024). *El análisis de redes en la investigación sobre videojuegos*. Madrid: Centro de Investigación y Docencia Económica, Universidad Complutense de Madrid.

Nooteboom, B. (2000). "Institutions and Forms of Co-ordination in innovation Systems." *Organization Studies*, vol. 21, nº 5, pp. 915-939.

Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos (2022). *Informe anual de la industria*. Disponible en: https://www.unraf.edu.ar/images/INVESTIGACION/OBSERVATORIO_VideoJuegos/PDFinformes/Informe_Observatorio_Videojuegos_2022_ESP.pdf.

Özalp, H.; Cennamo, C. y Gawer, A. (2018). "Disruption in Platform-Based Ecosystems". *Journal of Management Studies*, vol. 55, nº 7, pp. 1203-1241.

Pilon, S. y Tremblay, D. G. (2013). "The geography of clusters: the case of the video games clusters in Montreal and in Los Angeles". *Urban Studies Research*, vol. 2013. pp. 1-9. Disponible en: https://www.hindawi.com/journals/usr/2013/957630/.

Polanyi, K. (1994). *El sustento del hombre*. Barcelona: Mondadori.

Pratt, A. C. (2009). "The Challenge of Governance in the Creative and Cultural Industries". En Lange, B.; Kalandides, A.; Stöber, B. y Wellmann, I. (Eds.), *Governance der Kreativwirtschaft* (pp. 271-286). Bielefeld: transcript Verlag.

Simon, J. P. (2018). "Triggering the emergence of digital ecosystems: the role of mobile and video games in emerging economies". *Digital Policy, Regulation and Governance*, vol. 20, nº 5, pp. 449-478.

Tranfield, D.; Denyer, D. y Smart, P. (2003). "Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review". *British Journal of Management*, vol. 14, pp. 207-222.

Tschang F. T. (2007). "Balancing the tensions between rationalization and creativity in the video games industry". *Organization Science*, vol. 18, nº 6, pp. 989-1005.

Webster, J. y Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. MIS Quarterly, 26(2), xiii–xxiii.

Whitson, J. R.; Simon, B. y Parker, F. (2021). "The Missing Producer: Rethinking indie cultural production in terms of entrepreneurship, relational labour, and sustainability". *European Journal of Cultural Studies*, vol. 24, nº 2, pp. 606-627.

Capítulo 4
Industrias culturales y creativas
Importancia para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Rosario

María Fernanda Ghilardi, María Alejandra Yoya, Pablo Zabala[1]

Hay una necesidad urgente de encontrar nuevos cauces de desarrollo que estimulen la creatividad y la innovación en la búsqueda de un crecimiento y un desarrollo sostenible, equitativos e inclusivos.
UNESCO (2013: 51)

Introducción

Las actividades culturales son consideradas fenómenos endógenos para el desarrollo de los territorios y una fuente de creatividad y talento, por lo que aportan a la acumulación de capital humano de una sociedad.

La ciudad de Rosario se identifica no solo por ser cuna de hitos históricos y emblemas nacionales, sino también por personalidades y logros en diversas actividades culturales (teatro, música, literatura). Concentra más del 60% del empleo privado en servicios artísticos, culturales y de esparcimiento de la provincia de Santa Fe y más del 5% a nivel nacional. Asimismo, a través de sucesivos planes estratégicos,[2] el gobierno municipal ha dejado plasmada la

1 Instituto de Investigaciones Económicas, FCEyE-UNR. fghilardi@fcecon.unr.edu.ar; ayoya@fcecon.unr.edu.ar; pzabala@fcecon.unr.edu.ar.

En el procesamiento de datos colaboró el alumno auxiliar de investigación David Bondaz.

2 Plan Estratégico 1998, Plan Estratégico 2010 PER+10, Plan Estratégico 2030.

importancia que los aspectos culturales tienen para el desarrollo local, potenciando el perfil histórico de la ciudad y las industrias culturales que tienen asiento en el territorio.

En este sentido, resulta de interés indagar acerca del alcance y definición de industria cultural, su contribución económica al territorio de la ciudad de Rosario y sus posibles impactos en el desarrollo.

Este trabajo tiene por objetivo caracterizar el sector cultural de la ciudad de Rosario, a nivel global y por actividades en el período 2018-2022, y analizar en términos territoriales la oferta cultural del sector público municipal.

Industrias culturales. Alcances e importancia para el desarrollo económico

El sector cultural, de reciente estudio en la rama de la ciencia económica, tiene importancia tanto para el crecimiento económico como para la calidad de vida y el bienestar de una región. Según señalan Ochoa y Canizales (2015), Horkheimer y Adorno acuñaron en 1947 el término *industria cultural* como una crítica hacia la inherente mercantilización en masa de la cultura, caracterizada por la expansión del mercado cultural y por la aplicación de los principios de organización del trabajo a la producción cultural.

Luego, a partir de las teorías del crecimiento a largo plazo que enfatizan el papel de las externalidades derivadas de la acumulación de conocimiento, desarrolladas por autores como Paul Romer y Robert Lucas, las actividades creativas y culturales cobran un fuerte protagonismo en el desarrollo, especialmente en los grandes centros urbanos. En este sentido, constituyen un sector productivo de gran relevancia como fuente de ingresos y empleo para las ciudades, además de funcionar como un motor de innovación que impulsa la productividad y refuerza su atractivo como destinos turísticos y de inversión.

Las industrias culturales no solo pueden contribuir al crecimiento a través de su aporte al capital humano y la productividad, sino que también son un vehículo de mayor inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano. La UNESCO (2015) considera que, desde el patrimonio cultural hasta las industrias culturales creativas, la cultura es facilitador y motor de las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo sostenible y configura la identidad de los territorios.

Cuando se habla de sector/industria, en general se hace referencia a una determinada agregación de actividades económicas; sin embargo, al prestar atención al sector cultural como un todo, surge el debate en cuanto a qué subsectores o ramas industriales se nuclean alrededor de esta actividad social.

En este sentido, Castells (1999) considera que las industrias culturales están conformadas por diferentes ramas y actividades industriales que generan y distribuyen bienes con contenidos simbólicos y creativos destinadas al

consumo de la sociedad. Por su parte, UNESCO (2013) define a las industrias culturales como "formas de producción y consumo que tienen en su centro un elemento expresivo o simbólico; la creatividad humana y la innovación a nivel individual y grupal son la clave que las impulsa". Otras definiciones refieren a "conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizados por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social" (Primo Tapia, 2017).

También han surgido diferentes nombres para referirse a aquellos sectores que se dedican a las actividades culturales y creativas. Si bien el concepto de "economía creativa" ha adquirido preponderancia en el último tiempo, entre los países no hay un consenso establecido sobre la terminología utilizada.[3]

En términos operativos, las industrias culturales abarcan un grupo de prácticas que se relacionan con la generación de derechos de propiedad intelectual (incluidos derechos de autor) o con la provisión directa de entretenimiento, como las relacionadas con el teatro, música, danza, cine, radio, televisión, pintura, edición, parques recreativos, museos, etc., y también por todas aquellas indirectamente relacionadas con la producción de bienes culturales, es decir, aquellas que sirven de medio o soporte para la difusión, divulgación y distribución de las producciones culturales. Estas actividades están cada vez más conectadas a la economía digital, ya sea como modo de soporte del entretenimiento *per se* (plataformas de streaming) o como medio de facilitar el acceso de los espectadores (ticketeras digitales).

Ante la complejidad de este ecosistema y su creciente peso económico, surgió la necesidad de estandarizar su medición a nivel regional. Así, el análisis latinoamericano de la contribución del sector se inicia en la década del noventa a través del Convenio Andrés Bello (CAB), que ofrece "una propuesta metodológica común para la medición económica de la cultura, que sea rigurosa en lo técnico y en lo conceptual, que pueda ser aplicada y que sea la base informativa para la elaboración de políticas culturales" (CAB, 2015).

Producto del esfuerzo de los distintos gobiernos para medir el sector, se elaboraron las "cuentas satélites" en diferentes países, que presentan los distintos parámetros económicos de forma interrelacionada para un período. En la Argentina, la delimitación de industrias culturales se realiza en la cuenta satélite de la cultura, publicada en 2012 por el INDEC y elaborada sobre la

3 La Organización de Estados Iberoamericanos divide a los países en varios grupos, según el término que usan para referirse a las actividades culturales (OEI, CEPAL, 2021). Industrias culturales: Bolivia, Cuba, Colombia, El Salvador, Paraguay y Perú. Industrias creativas: Argentina y Uruguay. Industrias culturales o industrias creativas: España, Guatemala, Panamá y República Dominicana. Economía de la cultura: Brasil. Economía creativa: Chile. Economía naranja: Costa Rica. Emprendimientos culturales: Ecuador y Honduras. Sector creativo: Portugal.

base de la metodología del Convenio Andrés Bello (CAB).[4] De acuerdo con esta estimación, en 2019 las industrias culturales representaban un 2,6% del valor agregado bruto (VAB) y un 1,5% del empleo. Asimismo, el valor agregado del sector experimentó un significativo crecimiento entre 2004 y 2016, luego descendió, cayó fuertemente por la pandemia de covid-19 y se recuperó parcialmente en 2021.

Una caracterización de estas industrias realizada por el Ministerio de Hacienda de la Nación mostraba en 2018 una elevada heterogeneidad en el desempeño por actividades, una proporción de informalidad mayor al promedio de la economía y, a la vez, una estructura ocupacional con predominancia de perfiles de alta calificación (profesionales y técnicos). Asimismo, mencionaban algunos desafíos de estas industrias con relación al avance de la digitalización, tales como buscar nuevos modelos de comercialización y vínculo con los consumidores en el caso de contenidos audiovisuales, musicales y editoriales; necesidad de regulación en algunos segmentos con alta concentración de mercado y pequeñas firmas independientes (distribución audiovisual y comercialización discográfica); falta de financiamiento y necesidad de mecanismos de articulación público-privada como el "mecenazgo", entre otros.

Aspectos metodológicos

En el año 2015, el IIE elaboró una propuesta de medición del sector cultural rosarino sobre la base de los lineamientos metodológicos de la CSC nacional (cuadro 1), lo que constituyó un desafío ante las limitantes de información.[5] Posteriormente, con la actualización de la metodología de la CSC (en el año 2017), se especificaron aún más las ramas integrantes por sector (cuadro 1).

4 A fines de los noventa, se crea el Convenio Andrés Bello formado por Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela, a los que posteriormente se unen la Argentina y Uruguay, destinado a ofrecer una propuesta metodológica rigurosa para la medición económica de la cultura (CAB, s.f.).

5 El Centro de Información Económica (CIE) de la Municipalidad de Rosario dispone de la serie de facturación –por rama de actividad económica (según CIIU)– desde el año 2011; esta variable es un insumo clave para la estimación del VA.

Cuadro 1 – Sectores culturales según Convenio Andrés Bello y ramas ClaNAE

Sector cultural Convenio Andrés Bello	Rama económ. ClaNAE teórica	Descripción de la rama	Rama económ. ClaNAE	Actividades culturales comprendidas
Artes escénicas y espectáculos artísticos	9214(p)	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	92 (p)	Servicios teatrales, musicales, espectáculos artísticos y de diversión
	9219	Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.		
Artes plásticas y visuales	7494	Servicios de fotografía	74(p)	Servicios de fotografía
Libros y publicaciones	2211	Edición de libros, folletos y otras publicaciones	221 (p)	Edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones y actividades de edición
	2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas		
Audiovisual	6421(p)	Servicios de transmisión de radio	642/3/4 (p) + 92(p)	Servicios de radio y televisión y su transmisión y producción, distribución y exhibición de filmes
	6422	Servicios de transmisión de televisión		
	9211	Producción y distribución de filmes y videocintas		
	9212	Exhibición de filmes y videocintas		
	9213	Servicios de radio y televisión		
	9220	Servicio de agencia de noticias		
Diseño	7421(p)	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de asesoramiento técnico	74(p)	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de asesoramiento técnico
Patrimonio material	923	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	92(p)	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales
Formación cultural	732(p)	Investigación y desarrollo	73(p)	Investigación y desarrollo
Música	6421(p)	Servicios de transmisión de radio	642/3/4 (p)	Servicios de radio y televisión y su transmisión
	2219	Otras actividades de edición	221 (p)	Edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones y actividades de edición
	9214(p)	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	92 (p)	Servicios teatrales, musicales, espectáculos artísticos y de diversión
Creación literaria, musical, teatral, etc.	sin d.		sin d.	
Juegos y juguetería	sin d.		sin d.	
Contenido digital	644(p)	Servicios de internet	642/3/4 (p)	Servicios de internet
Publicidad	743	Servicios de publicidad	74(p)	Servicios de publicidad

Fuente: INDEC (2017).

En este trabajo, se analizará el sector cultural de la ciudad de Rosario sobre la base de diversos indicadores:

- La facturación privada de los servicios culturales en el período 2018-2022 en la ciudad de Rosario, que surge de las declaraciones juradas presentadas mensualmente por los contribuyentes del Régimen General del Derecho de Registro e Inspección, provenientes del Centro de Información Económica de la Municipalidad de Rosario (CIE). Se adopta la definición de sector cultural de la CSC de la Argentina, pero se excluye la rama contenido digital.[6]
- El comportamiento del empleo a través del análisis de datos del Observatorio Laboral de la Provincia de Santa Fe, que se basa a su vez en el Sistema Integrado Previsional Argentino, para los mismos años.
- La evolución del gasto ejecutado en cultura de la Secretaría de Educación y Cultura, Municipalidad de Rosario, que se obtiene de los presupuestos ejecutados de la Municipalidad de los años 2019, 2020, 2021 y 2022.
- La distribución geográfica de la oferta cultural de la Municipalidad de Rosario.

Importancia económica de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Rosario

El sector cultural de la ciudad de Rosario, sin considerar la rama contenido digital, representó en promedio, en el período 2018-2022, un 0,71% de la facturación total registrada del sector privado y un 2,21% de la facturación de los servicios privados. Durante el período analizado, este sector estuvo duramente afectado por las restricciones establecidas en el marco de la pandemia por covid-19. En efecto, la facturación total del sector cultural, medida a precios constantes de 2011,[7] cayó un 30,1%, en 2020; en 2021, el sector registró una recuperación del 17%, y, en 2022, del 10,6%. Sin embargo, en 2022, los niveles reales de facturación se encontraban aún un 17% por debajo de los registrados en 2018.

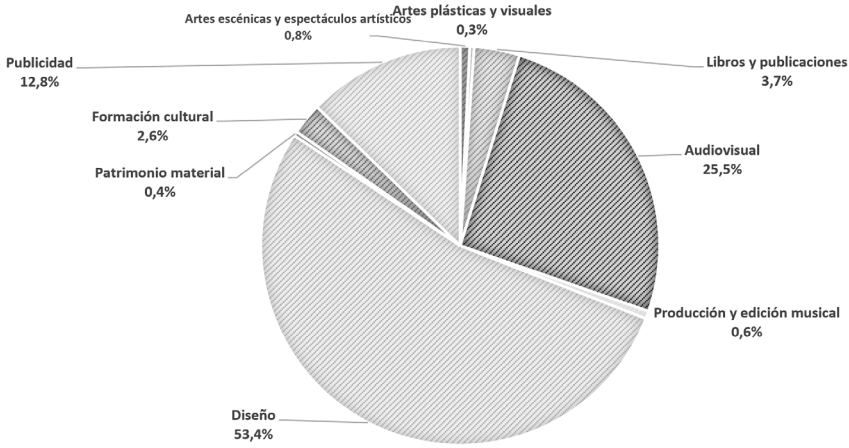
La composición de la facturación en términos de actividades culturales muestra que un 50% se concentra en el sector de diseño, seguido por el complejo audiovisual, la rama publicidad, y libros y publicaciones. Vale la pena

6 En la CSC de la Argentina se estimó la porción que corresponde al servicio de internet y se realizó una asignación parcial de la rama 644. Para ello se utiliza la estructura de consumo digital que surge de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, versiones 2013 y 2017, realizada por el SinCA en función de las preguntas sobre consumos digitales (el ponderador que se obtiene de esta estructura se actualiza de acuerdo con los resultados que arroja la encuesta en sus diversas ediciones) (Ministerio de Cultura, 2020). Dada la imposibilidad de disponer de dicho ratio y de poder estimarlo para la región, se optó en este caso por excluir dicha rama del análisis del sector cultural en Rosario.

7 Medido en términos reales, es decir, en cantidades, sin considerar la evolución de los precios durante el período considerado.

aclarar que la rama patrimonio material tiene una facturación muy poco significativa dado que allí se concentra la actividad de bibliotecas y museos que, en su mayoría, están gestionados por el sector público (gráfico 1).

Gráfico 1. Composición de la facturación del sector cultural (promedio 2018-2022)



Nota: no incluye la rama contenido digital.

Fuente: elaboración propia sobre la base de información del Centro de Información Económica (CIE) de la Municipalidad de Rosario.

Los desempeños durante el período analizado fueron muy diferentes en el interior del sector: la producción y edición musical y las artes escénicas y espectáculos fueron las dos ramas que tuvieron la mayor caída en el 2020 (-81,6% y -73,4% respectivamente), pero se recuperaron de manera acelerada al año siguiente. Por otra parte, formación cultural, diseño y las actividades audiovisuales fueron las que registraron menor caída en 2020 (-5,6%, -21,5%, y -37,9% respectivamente), pues seguramente pudieron canalizar parte de su funcionamiento vía medios digitales (cuadro 2).

Cuadro 2. Variación interanual de la facturación a precios constantes por ramas del sector cultural en Rosario (%)

	2019/18	2020/19	2021/20	2022/21
Artes escénicas y espectáculos artísticos	↓ -27,4	↓ -73,9	↑ 166,9	↑ 95,7
Artes plásticas y visuales	↓ -24,1	↓ -61,9	↑ 22,5	↑ 48,0
Libros y publicaciones	↓ -8,5	↓ -42,5	↑ 23,4	↑ 21,9
Audiovisual	↓ -10,8	↓ -37,9	↑ 13,0	↑ 0,7
Producción y edición musical	↓ -38,7	↓ -81,6	↑ 279,5	↑ 221,6
Diseño	↓ -2,4	↓ -21,5	↑ 13,1	↑ 10,1
Patrimonio material	↓ -13,1	↓ -59,6	↑ 35,1	↓ -46,3
Formación cultural	↓ -9,8	↓ -5,6	↑ 0,9	↑ 24,6
Publicidad	↓ -19,7	↓ -40,3	↑ 39,4	↑ 12,2
Total sector cultural	**↓ -8,5**	**↓ -30,1**	**↑ 17,0**	**↑ 10,6**

Fuente: elaboración propia sobre la base de información del Centro de Información Económica (CIE) de la Municipalidad de Rosario.

Con relación al empleo, y si bien los datos de empleo registrado del Sistema Integrado Previsional Argentina (SIPA) refieren a servicios artísticos, culturales y deportivos, que no coincide estrictamente con la definición de sector cultural de la CSC,[8] la importancia sobre el total del empleo en el departamento Rosario era de 1,4% en promedio en el período analizado.

La tendencia decreciente en el empleo venía dándose previo a la pandemia por covid-19 y esta crisis profundizó la caída a casi un 11% interanual. Sin embargo, a diferencia de lo observado en la facturación, los puestos de trabajo registrados continuaron con tendencia a la baja en 2021, ya que durante dicho año hubo todavía algunas restricciones al funcionamiento, limitación de aforos, etc., y recién estos se recuperan un 8% en 2022. Como consecuencia, durante este año el empleo registrado se ubicaba aún un 11,5% por debajo del existente en el año 2018.

En la recuperación del año 2022, contribuyó fundamentalmente el crecimiento en los servicios artísticos y de espectáculos; en cambio, las actividades deportivas y juegos de azar aún no recuperan los niveles de empleo de 2018.

8 Estos incluyen las siguientes ramas de la Clasificación de Actividades Económicas (Clae2): 90 servicios artísticos y de espectáculos; 91 servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.; 92 juegos de azar y apuestas; 93 actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento.

Cuadro 3. Evolución del empleo registrado en servicios artísticos, culturales y deportivos (departamento Rosario)

	Puestos de trabajo privado registrados	
	Cantidad	Variación %
2018	4971,8	
2019	4709,9	-5,3
2020	4200,3	-10,8
2021	4073,3	-3,0
2022	4398,3	8,0

Fuente: elaboración propia sobre la base de Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo, Ministerio de Economía de la Nación.

Políticas culturales en Rosario como factor de desarrollo local

Los municipios tienen un rol importante en la reactivación del sector cultural a través del apoyo y promoción del talento local, de la flexibilización del uso de espacios públicos con fines culturales y de la descentralización de la oferta cultural, especialmente de los centros culturales, cuyo objetivo es posibilitar la inclusión de la población a través del acceso al arte mediante la formación y capacitación en diferentes actividades culturales.

En la ciudad de Rosario, la cultura tiene un lugar destacado, y es por ello que las políticas culturales llevadas a cabo por el gobierno de la ciudad tienen como objetivo impulsar y potenciar las industrias culturales y creativas locales. En este sentido, la Secretaría de Cultura y Educación acompaña a instituciones y trabajadores de la cultura a través de diferentes tipos de apoyos, asumiendo la importancia de un Estado presente para promover y fortalecer el sector cultural.

El Municipio de Rosario brinda una importante oferta de servicios culturales que contribuyen al bienestar y la integración de los ciudadanos, entre los que se encuentran bibliotecas públicas, centros culturales, teatros y anfiteatros, espacios culturales (lugares donde se dispone de infraestructura al aire libre o cerrados para la realización de eventos o actividades de esparcimiento), escuelas de formación cultural y museos.

Una aproximación a la importancia cuantitativa de dicha oferta puede verse a través de la participación del gasto en cultura en el total del gasto del municipio, que entre 2019 y 2022 se mantiene en un ratio de aproximadamente 3,4%-3,5%, y en 2023 registra un aumento hasta alcanzar el 4,1% del gasto total.

Cuadro 4. Participación del gasto en cultura en el gasto total de la Municipalidad de Rosario (%)

Año	Total ($) (1)	Sec. de cultura y educación ($) (2)	(2)/(1) %
2019	23.915.593.000	844.321.000	3,5
2020	36.059.376.000	1.251.226.000	3,5
2021	44.117.736.000	1.515.312.000	3,4
2022	69.038.356.000	2.324.133.000	3,4
2023	121.143.018.000	4.939.174.000	4,1

Fuente: elaboración propia sobre la base de Municipalidad de Rosario.

Si analizamos la cantidad de espacios del sector público municipal que ofrecen servicios culturales y de espectáculos, el gobierno local es prácticamente el principal oferente de actividades vinculadas al patrimonio material (bibliotecas y museos), promoción de talleres de capacitación y escuelas de arte.

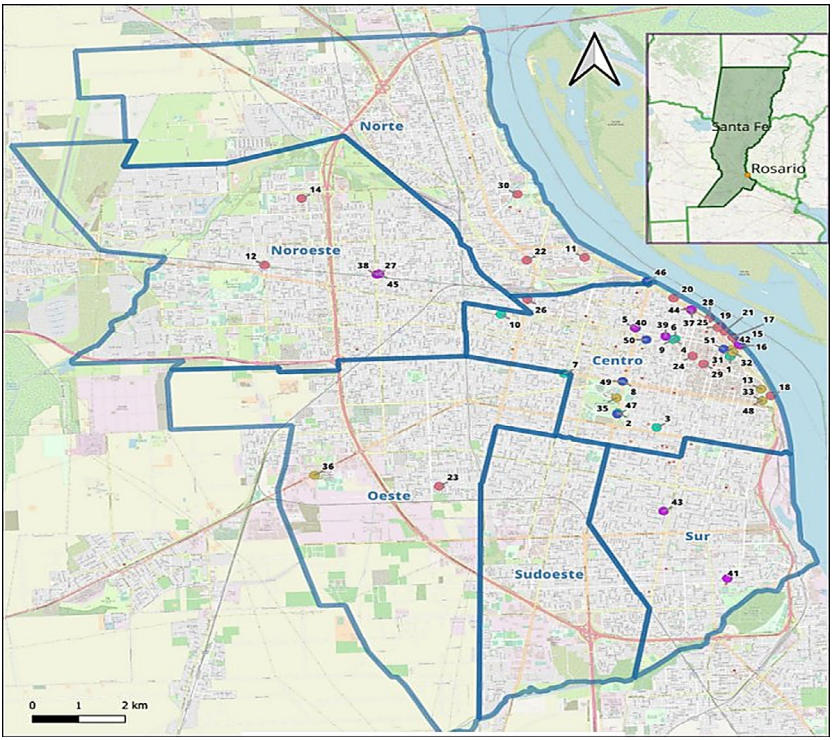
La distribución geográfica de los establecimientos culturales del sector público municipal en los seis distritos administrativos que posee la ciudad de Rosario (centro, norte, noroeste, oeste, sudoeste, y sur) muestra que la gran mayoría se concentran en el distrito centro, en la zona costera al río Paraná.

Esa zona contiene el denominado "centro histórico", y es allí donde se emplazan los inmuebles con valor patrimonial que, muy frecuentemente, constituyen sitios culturales que unen las tradiciones con la historia de la ciudad. Las bibliotecas municipales se encuentran solamente emplazadas en el distrito centro, al igual que los museos. Los espacios culturales se encuentran casi en su totalidad también en este distrito, con excepción de "La granja de la infancia", que es un espacio de referencia del distrito oeste.[9]

9 "La Granja es el cuerpo en juego entre naturaleza y cultura. El Jardín convoca el poder de la imaginación para inventar, innovar, crear lo poético. La Isla trabaja con los materiales, lenguajes, medios y soportes haciendo de la construcción una apuesta intergeneracional".

González, C. (s. f.). Tríptico de la infancia y Tríptico de la imaginación, Rosario, Santa Fe, Argentina. Recuperado el 17 de marzo de 2026, de https://chiquigonzalez.com.ar/project/triptico-de-la-infancia-y-triptico-de-la-imaginacion-rosario-santa-fe-argentina/.

Gráfico 2. Geolocalización de la cultura municipal en la ciudad de Rosario



	Biblioteca y editorial
1	Biblioteca General San Martín
2	Biblioteca del Museo de la Ciudad
3	Biblioteca Dres. Salk y Sabin del ILAR
4	Editorial Municipal de Rosario
5	Biblioteca Especializada de la Escuela Superior de Museología
6	Biblioteca Depositaria de las Naciones Unidas
7	Biblioteca de Salud Pública Dra. María del Carmen Troncoso
8	Biblioteca del Museo Castagnino
9	Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez
10	Biblioteca Pública Municipal José Manuel Estrada

	Espacio cultural
31	Casa del Artista Plástico de Rosario
32	Monumento Histórico Nacional a la Bandera Argentina
33	Complejo Astronómico Municipal
34	Centro Audiovisual Rosario
35	El Jardín de los Niños
36	La Granja de la Infancia
37	La Isla de los Inventos

	Centro Cultural, teatro y anfiteatro
11	Estación Embarcaderos
12	Centro Cultural Fisherton
13	Estación Parque Urquiza
14	Centro Cultural Martínez de Estrada
15	Galpón 15
16	Galpón 17
17	Galpón 13
18	Anfiteatro Humberto de Nito
19	Galpón 11
20	Centro Cultural La Casa del Tango
21	Centro de Expresiones Contemporáneas (CEC)
22	Centro Cultural Cine Lumière
23	Centro Cultural El Obrador
24	Teatro Municipal La Comedia
25	Centro de Estudios Latinoamericanos Ernesto Che Guevara (CEL Che)
26	Centro Cultural Teatro del Viaducto
27	Auditorio Centro Municipal de Distrito Noroeste
28	Centro Cultural Parque de España / AECI
29	Centro Cultural Roberto Fontanarrosa
30	Centro Cultural Parque Alem

	Formación cultural
38	Escuela de Experimentación en Cine y Fotografía
39	Escuela Municipal de Danzas y Arte Escénico Ernesto de Larrechea
40	Escuela Superior de Museología
41	Escuela Municipal de Artes Plásticas Manuel Musto
42	Escuela Municipal de Artes Urbanas
43	Escuela Municipal de Música Juan B. Massa
44	Escuela para Animadores
45	Escuela Orquesta Barrio Ludueña
	Museos
46	Museo de Arte Contemporáneo Rosario (MACRO)
47	Museo de la Ciudad Wladimir Mikielievich
48	Museo Experimental de Ciencias
49	Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino
50	Museo de la Memoria
51	Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estevez

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de web. Disponible en: https://datosabiertos.rosario.gob.ar/conjunto-de-datos/?theme=Cultura%20y%20educaci%C3%B3n

Los centros culturales (caracterizados por ser espacios cerrados de diferentes magnitudes) tienen presencia en varios distritos (siendo el distrito norte el que le sigue en importancia al centro). De las ocho escuelas de formación cultural existentes, cuatro de encuentran en el distrito centro, dos en el noroeste y dos en el sur. La presencia de estos establecimientos se encuentra fuertemente asociada a la política cultural llevada adelante por los gobiernos municipales, en donde la generación de espacios de formación cultural en los barrios tuvo como objetivo el fomento del desarrollo humano, tal es el caso emblemático de la Escuela Orquesta del barrio Ludueña (distrito noroeste), en la que niños y adolescentes se forman en música e instrumentos, actividades que difícilmente de otra manera podrían haber realizado.[10]

Síntesis de resultados

Las industrias culturales y creativas tienen una presencia cada vez mayor en la formulación de las políticas. Asimismo, estas son generadoras de innovación y tienen un gran potencial para el desarrollo económico, dado que generan valor agregado, crean puestos de trabajo y actúan como elemento de inclusión en la sociedad.

La ciudad de Rosario, núcleo central de un área metropolitana de alrededor de 1.200.000 habitantes, constituye uno de los polos culturales más importantes del país, con referencias ineludibles en literatura, música y artes plásticas.

La facturación a precios constantes de las industrias culturales en la ciudad de Rosario venía en descenso, situación que se agudiza con la pandemia, debido fundamentalmente al efecto de las restricciones a la presencialidad. En 2022, esta facturación se recuperó, pero igual se ubicaba por debajo de la registrada en 2018. Los puestos de trabajo registrados tuvieron una tendencia decreciente entre 2019 y 2021, y recién muestran una variación positiva en 2022. Las actividades que tuvieron peor desempeño en el período 2018-2022 fueron aquellas más afectadas por la crisis de covid-19 (producción y edición musical, y actividades escénicas), y las de menor caída, formación cultural y diseño.

Ante este escenario de retracción en la actividad comercial, el sector público municipal resulta un importante oferente de sitios culturales para la ciudadanía: la participación del gasto de la Secretaría de Cultura y Educación promedió un 3,5% del total en el período analizado. En este sentido, la

10 Violín, viola, violoncello, contrabajo, percusión, música de cámara y ensayo orquestal son algunas de las áreas abiertas a chicos de tres a quince años. "La idea es que si el chico no está en la escuela esté en la Orquesta, pero que no esté dando vueltas".

Pérez Castillo, E. (2008, julio 11). Música para la integración social. Página/12. https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/rosario/12-14299-2008-07-11.html.

oferta de servicios culturales por parte del gobierno local se distribuye entre bibliotecas públicas, centros culturales, teatros y anfiteatros, espacios culturales, escuelas de formación cultural y museos. Si bien las políticas públicas se diseñan con un enfoque multicéntrico, ya que la ciudad se divide en seis distritos administrativos, la geolocalización de los establecimientos culturales públicos refleja la inercia propia que tiene el "centro histórico" como lugar que, aparte de alojar sitios históricos y de memoria (Monumento Nacional a la Bandera, museos y bibliotecas de importancia), continúa siendo la zona de atracción para una población en búsqueda de ocio y esparcimiento (a la vera del río) y un foco de inversiones inmobiliarias que realzan el uso comercial y de oficinas con vista al Paraná, y de fiestas y festivales que convocan a toda la ciudad (Noche de las Peatonales, Colectividades, etc.).

Referencias bibliográficas

Castells Manuel (1999). "Economía sociedad y cultura. El poder de la identidad". En *La era de la información*, vol. 2. Editorial Alianza.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) (2021). *La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica*. https://oei.int/wp-content/uploads/2021/10/la-contribucion-de-la-cultura-al-desarrollo-economico-en-iberoamerica2.pdf

Convenio Andrés Bello (CAB) (2015). *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*. Proyecto de Cultura y Desarrollo, Convenio Andrés Bello, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Colombia.Convenio Andrés Bello. (s. f.). ¿Qué es el CAB? https://convenioandresbello.org/que-es-el-cab/

Ghilardi, M. F.; Yoya, M. A.; Lapelle, H.; Zabala, P.; Scarione Avellaneda, M. V. y Kelly, L. (2021). "Impacto de la pandemia de COVID19 en la actividad comercial y de servicios en Rosario". *Vigésimo Quintas Jornadas Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística*. 26 al 30 de abril. Disponible en: http://hdl.handle.net/2133/20828.

Ghilardi, M. F.; Yoya, M. A.; Zabala, P.; Lapelle, H. y Scarione Avellaneda, M. V. (2019). "Las industrias Culturales en Rosario: importancia económica y dinámica reciente". *XIII Jornadas nacionales de investigadores en economías regionales*. Universidad Nacional de General Sarmiento, 11 al 13 de septiembre.

Ghilardi, M. F.; Yoya, M. A. y Zabala, P. (2022). "Efectos de la pandemia por covid 19 en el sector cultural de Rosario: impactos económicos y transformaciones productivas". *XXVII Reunión anual red pymes Mercosur el desarrollo territorial en debate: la digitalización y la sustentabilidad ambiental como desafíos y oportunidades para la transformación productiva*. Septiembre, San Carlos de Bariloche, Río Negro.

INDEC (2017). *Metodología Nº 25. Cuenta Satélite de Cultura*. Disponible en: https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia_25_csc.pd.

Ministerio de Cultura Argentina (2020). *Impacto del Covid19 en las Industrias Culturales*. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA). Disponible en: https://back.sinca.gob.ar/download.aspx?id=3050.

Ochoa, E. A. y Canizalez Ramírez, P. (2015). "Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos". *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), 185-216. https://doi.org/10.22136/est002015558

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2021). La contribución de la cultura al Desarrollo Económico en Iberoamérica. https://oei.int/wp-content/uploads/2021/10/la-contribucion-de-la-cultura-al-desarrollo-economico-en-iberoamerica2.pdfPrimo Tapia, W. de J. (2017). *Ocio Productivo, Entretenimiento e Industria Cultural: Del Ocio Tradicional Al Ocio Digital*. Disponible en: orcid.org/0000-0002-5827-929X.

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) (2020). *Impacto del COVID 19 en las Industrial Culturales*. Disponible en: https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=64.

UNCTAD (2 de septiembre de 2020). *How COVID-19 is changing global value chains*. Disponible en: https://unctad.org/es/node/27709.

UNESCO (2013). *Informe sobre la Economía Creativa. Ampliar los cauces de desarrollo local*. París, Francia.

Yoya, M. A. y Zabala, P. (2017). "La Cultura como factor del desarrollo económico-social en territorios locales: propuestas de medición en la Ciudad de Rosario". Presentado en las *XXV Jornadas de Jóvenes Investigadores de la AUGM*. Encarnación, Paraguay.

Fuentes de información:

Datos Abiertos. Disponible en: datosabiertos.rosario.gob.ar/conjunto-de-datos/cultura y educación

Centro de Información Económica, Municipalidad de Rosario.

Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo, Ministerio de Economía de la Nación.

Capítulo 5
El sector audiovisual como protagonista de la diversificación productiva
Un diagnóstico inicial para Tierra del Fuego sobre la base de las capacidades de sus actores clave

Rodrigo Kataishi y José A. Borello

Introducción

Este trabajo caracteriza a los pequeños productores audiovisuales de Tierra del Fuego. Esa caracterización tiene en cuenta sus perfiles laborales, su experiencia y sus capacidades técnicas, sus áreas de especialización y su orientación al mercado. El trabajo también examina las opiniones de esos productores respecto a las acciones que se podrían emprender para impulsar la producción audiovisual en la provincia. El análisis se nutre de información recogida en un trabajo de campo realizado entre 2020 y 2021, que examina las características y percepciones de cerca del 80% de los recursos humanos que se desempeñan actualmente en la isla en esta actividad.[1] Entendemos que, al ser este el primer relevamiento de la producción audiovisual que se realiza en la provincia, sus resultados pueden considerarse tentativos y preliminares.

Las industrias culturales han crecido significativamente a lo largo de los últimos veinte años en la Argentina, lo que las posiciona como actividades

1 Ese trabajo de campo, denominado "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", de ahora en más 1er RSAF, es parte del proyecto de Investigación PII-IDEI, UNTDF, "Caracterización del sector audiovisual en Tierra del Fuego: un estado de situación para el diagnóstico de actores, estrategias y redes", Res. CIDEI 20/2020, desarrollado por el IDEI y el ICSE de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego.

estratégicas que no solo tienen un impacto en las inversiones y en el empleo, sino que su desarrollo puede generar interacciones con otras actividades intensivas en conocimiento –por ejemplo, TIC e industria 4.0– con otras tramas audiovisuales del país y con otros segmentos complementarios, como servicios y algunas ramas de la industria manufacturera de bienes tecnológicos especializados.

Si bien hay evidencias que muestran que, desde hace muchas décadas, hay producción audiovisual fuera de la ciudad de Buenos Aires, esa actividad nunca adquirió la envergadura actual. Es cierto que quizás más del 75% de esa producción sigue siendo realizada por las productoras del Área Metropolitana de Buenos Aires, pero ya es posible hablar, por ejemplo, de un cine cordobés. La prueba más clara de la emergencia de producción audiovisual en todas las provincias del país la da el establecimiento de políticas públicas provinciales (Borello, Motta y Fleitas, 2019) y la creación de diversas agrupaciones y colectivos de técnicos y de pequeñas organizaciones productoras de contenidos. De ese proceso de difusión geográfica de la producción audiovisual también habla este trabajo.

Este artículo, además, sugiere que el rápido crecimiento demográfico de Tierra del Fuego está siendo acompañado por un proceso de diversificación de las actividades económicas que se realizan en la isla. Es cierto que ese proceso es aún incipiente, pero el análisis de la producción audiovisual muestra posibles caminos de complejización del tejido productivo y de creación de nuevas fuentes de empleo e ingresos.

Como dijimos, la fuente principal de información para analizar el sistema productivo audiovisual de la isla de Tierra del Fuego es una encuesta realizada recientemente. A continuación, presentamos los principales aspectos técnicos de ese relevamiento para luego adelantar el contenido del resto del artículo.

Metodología

La fuente central de este trabajo es una encuesta realizada a un conjunto de 71 personas que viven en alguna de las tres localidades en las que se concentra el grueso de la población de Tierra del Fuego: Ushuaia, Río Grande y Tolhuin. Se estima que esa muestra constituye el 80% del total de personas que trabajan en la producción audiovisual en la isla. Se usó un esquema de "bola de nieve" para contactar a las diversas personas por encuestar, a partir de un grupo núcleo de referentes del sector. Esto es, se partió de algunos individuos que el equipo de investigación y otras investigaciones reconocen como influyentes y conectados y, a partir de ellos, se fueron identificando otros, y así se fue ampliando la inclusión de participantes del relevamiento.

La encuesta persigue el propósito de hacer una primera caracterización del sistema de producción audiovisual fueguino a través de un examen de los

niveles de formación, la trayectoria y la especialización de las personas que trabajan en las actividades audiovisuales y en sus servicios de apoyo. Considerando que –en Tierra del Fuego, pero también en casi todas las provincias del interior– gran parte de la actividad audiovisual la llevan adelante individuos o, como mucho, microempresas con muy poco personal, se decidió tomar a los individuos como las unidades que organizan gran parte de la producción, sin ignorar que puede haber algunas empresas productoras formalmente constituidas como tales o canales de televisión que llevan adelante actividades de producción audiovisual.

Los principales temas indagados fueron los siguientes: formación, tareas laborales e ingresos; trabajo en la actividad audiovisual; disponibilidad y espacio/equipos para el trabajo audiovisual; servicios vinculados a la producción audiovisual; roles y especializaciones en el audiovisual; experiencia en medios; tipos de producciones audiovisuales; financiamiento e ingresos por tareas audiovisuales; nexos dentro del sector audiovisual; opiniones y percepciones sobre la realidad del sector y las políticas de apoyo. En el anexo final de este artículo se adjunta el formulario utilizado en el relevamiento.

Contenido del trabajo

El texto que sigue se organiza del siguiente modo.

En la sección inicial, se presenta información general de contexto sobre Tierra del Fuego y su sistema productivo. Dado que la bibliografía existente no es demasiado amplia en el tratamiento específico del asunto en la región, haremos una breve reseña de las contribuciones previas a este tema. En esa sección inicial, se hace también una caracterización del sistema productivo de Tierra del Fuego y del contexto en el cual se desarrolla la actividad audiovisual.

En la segunda sección del artículo, se presentan y analizan los principales resultados de la encuesta que nutre el análisis de la producción audiovisual en la provincia.

La tercera sección del trabajo sintetiza los resultados del análisis realizado y los coloca en un contexto más general. Ese contexto nos permite no solo interpretar más ampliamente los datos recogidos, sino plantear algunas alternativas posibles. Como resultado del análisis, se identifican áreas de oportunidad y desafíos para el sector a nivel local, y se exploran caminos posibles en torno a su desarrollo, potenciación y articulación con el territorio continental argentino, con otros países de la región y con mercados externos.

La provincia de Tierra del Fuego y la producción audiovisual

La economía de Tierra del Fuego: Breves antecedentes y contexto

Como es sabido, la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur está constituida por la porción este de la isla de Tierra del Fuego (el lado oeste pertenece a Chile) y por un conjunto de islas ubicadas a variable distancia de la isla grande. Algunas de ellas están ocupadas por el Reino Unido, como las Islas Malvinas y las Orcadas del Sur.[2] El censo de población y vivienda realizado el año 2022 registró, en la isla grande, casi 187.000 habitantes distribuidos en tres departamentos: Río Grande (99.000 habitantes), Ushuaia (80.000) y Tolhuin (6000). La gran mayoría de esa población se nuclea en las áreas urbanas de los mismos nombres ya que, por diversas razones, la población rural es muy escasa y se ubica en algunos pequeños parajes y en los cascos de las estancias. La población urbana de la isla, como gran parte de la población urbana patagónica, ha venido creciendo a tasas mucho más altas que el promedio nacional. Por ejemplo, en el último período intercensal, la población de esta provincia creció un 46%, mientras que el promedio nacional se ubicó en el 14,4%.

No es este el lugar para hacer una reseña completa de la historia económica de la provincia y del proceso de diversificación de su sistema económico. Muy sintéticamente, basta señalar los siguientes hitos: en 1884 y en 1921, se fundan, respectivamente, las ciudades de Ushuaia y Río Grande a partir de asentamientos indígenas y de misiones religiosas; en 1902, se construye el penal de Ushuaia; en 1918, inicia sus operaciones en las cercanías de Río Grande un establecimiento integrado de procesamiento de carne ovina, cueros y lanas; en 1949, se perfora el primer pozo de petróleo también en las cercanías de Río Grande; en 1958, pasa por el puerto de Ushuaia el primer crucero turístico destinado a la Antártida; en 1967, inicia sus transmisiones la televisión pública fueguina (canal 11 en Ushuaia y 13 en Río Grande); a fines de la década de 1970, empiezan a instalarse diversas empresas impulsadas por la ley de promoción industrial aprobada en 1972 (Roitter, 1987; Brixner *et al.*, 2023). La orientación inicial de este subrégimen fue hacia el mercado interno, permitiendo a las empresas operar en un entorno protegido y beneficiándose de costos reducidos por la importación de insumos (Ciecti, 2018; Brixner y Kataishi, 2023). Durante este período, la población de Tierra del Fuego creció significativamente debido a la atracción de empleo generado por estas industrias. Además, el régimen tuvo un componente geopolítico importante, ya que buscaba reforzar la presencia argentina en el Atlántico Sur

2 "Las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y los espacios marítimos circundantes forman parte integrante del territorio nacional argentino. Debido a que dichos territorios se encuentran sometidos a la ocupación ilegal del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, la República Argentina se vio impedida de llevar a cabo el Censo 2022 en esa área. Estas islas pertenecen al departamento Islas del Atlántico Sur. Del departamento Antártida Argentina fueron censadas las bases antárticas permanentes que pertenecen a la República Argentina" (INDEC, 2022).

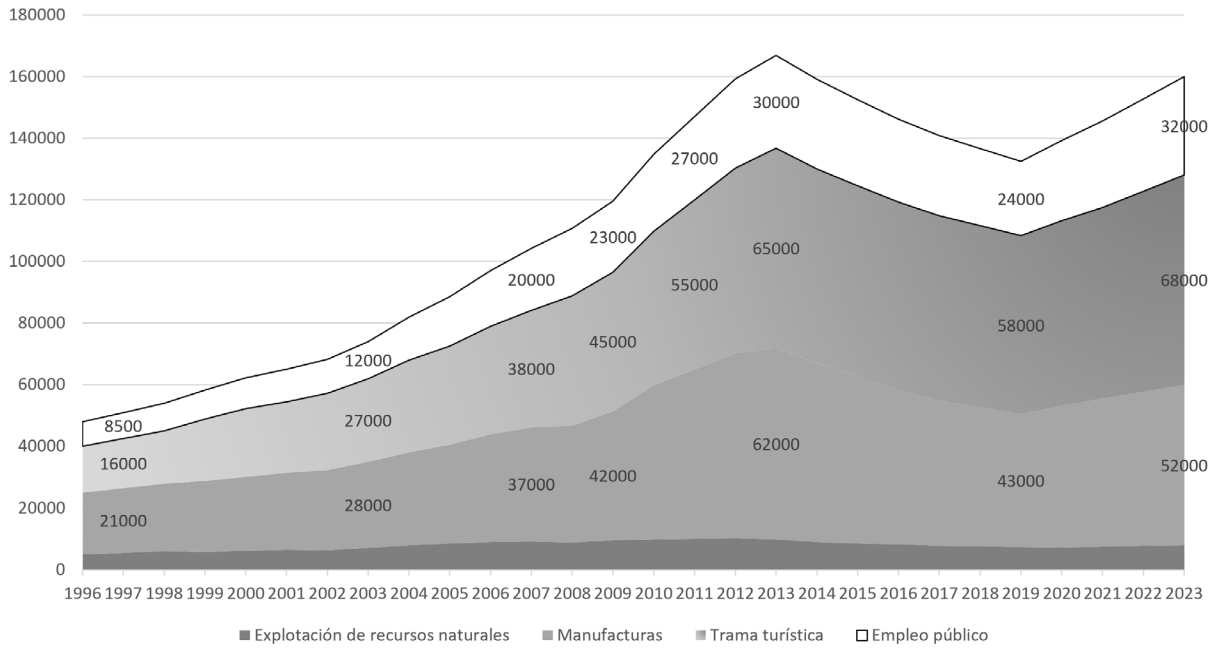
(De Luca y Kataishi, 2022). Paralelamente, el turismo comenzó a emerger como un sector clave en la economía de la isla. Ushuaia, con su estratégica ubicación como puerta de entrada a la Antártida y su belleza natural, se consolidó como un destino turístico de importancia internacional. A partir de los años ochenta y especialmente en los noventa, la promoción turística y la infraestructura mejorada en la región fomentaron un aumento en el número de visitantes, diversificando la economía local y reduciendo la dependencia exclusiva del sector industrial.

Todas estas actividades son hoy una fuente importante de ingresos y de empleo, aunque su relevancia individual ha ido cambiando en el tiempo (Kataishi, 2022). Como puede verse en el siguiente gráfico (figura 1), en el cual se agregan en grandes campos las actividades económicas computadas por el OEDE (Ministerio de Desarrollo Humano), Tierra del Fuego atravesó grandes transformaciones a nivel productivo, demográfico y estructural en las últimas décadas. Se destaca particularmente el crecimiento del complejo manufacturero (casi exclusivamente explicado por el subrégimen industrial) de 2009 a 2013 con la implementación de la producción de productos electrónicos (tablets, notebooks, celulares, entre otros), así como también el crecimiento constante del empleo asociado a la trama turística, la cual reviste especial importancia, ya que tracciona segmentos y nichos específicos del sector audiovisual, como la fotografía, la generación de contenidos multimedia y la creación de contenidos para redes, entre otros. Esta dinámica pujante, incluso en contextos adversos, implicó procesos migratorios con un alcance transformador sin precedentes en la provincia, habilitando una nueva fase de desafíos en términos de los debates del desarrollo social, urbano, económico y productivo.

La particular distribución del empleo y los sectores clave ha abierto una serie de discusiones importantes en la isla y en el país, asociadas a cómo y en qué sentido debe darse una potencial diversificación productiva provincial, y qué sectores es conveniente impulsar desde el punto de vista estratégico (Hallak *et al.*, 2023; Romano *et al.*, 2018; Kataishi, 2022), asumiendo la posibilidad de un escenario sin la política industrial que se apoya en la Ley 19640 para la producción de manufacturas en la isla. Estas discusiones han abierto múltiples compuertas de debates y exploraciones que se disputan los caminos que debe transitar el desarrollo de la isla. Entre ellos, se destacan un resurgimiento de intereses sobre los recursos naturales provinciales (Kataishi *et al.*, 2023a), el potenciamiento del turismo (Kataishi *et al.*, 2023b), el impulso a la economía del conocimiento y un número importante de iniciativas vinculadas a los hidrocarburos (Kataishi y Welsch Casagni, 2022; Gallo y Kataishi, 2024).

En este trabajo, nos centraremos en un complejo productivo de formación relativamente reciente y pujante, que concentra una serie de interesantes atributos capaces de nutrir sinergias con sectores existentes en el entramado productivo local y también de abrir nuevas oportunidades para la emergencia de un nuevo perfil económico en Tierra del Fuego. El sector audiovisual parece responder desde diferentes aspectos a estas demandas.

Figura 1. Distribución del empleo registrado según grandes complejos (1996-2023)



Fuente: elaboración propia sobre la base de OEDE, 2024.

La lenta construcción de las capacidades locales para la producción audiovisual

Es con ese escenario de fondo que, en las últimas décadas, muy lentamente al principio y luego más rápidamente, a partir de las enormes transformaciones surgidas del proceso de digitalización de la producción audiovisual, se va a ir constituyendo un grupo de técnicos/as y trabajadores/as dedicados a esta producción y a servicios asociados radicados localmente. Nuevamente, no es este el lugar de revisar, de manera completa, el proceso histórico de conformación de este grupo de personas en Tierra del Fuego, pero resulta interesante mencionar algunos hitos en ese proceso.[3] Como ha pasado en muchas otras actividades que se realizan en la isla, una parte de los recursos humanos serán personas nacidas y criadas en la isla, pero muchas más serán las que vienen de la Argentina continental y de otros países.

En esa trayectoria pueden mencionarse, por un lado, las quizás decenas de rodajes de documentales, películas, series y cortos realizadas en Tierra del Fuego. Esos rodajes empezaron tan temprano como 1925,[4] y, si bien inicialmente fueron producidos exclusivamente por realizadores extranjeros, con el tiempo fueron sumando a productores de la Argentina continental y también, más recientemente, de la propia isla. Por ejemplo, una búsqueda en la base de datos audiovisual IMDB, a partir de la expresión "Tierra del Fuego" arroja 24 registros. Sin embargo, es bastante probable que no todos esos registros se refieran a rodajes realizados en Tierra del Fuego. Además de esa fuente, un sitio comercial de internet de la isla identifica 18 películas filmadas solo en Ushuaia hasta 2014.[5] Muchos de esos rodajes han involucrado a realizadores, técnicos y trabajadores que viven en la isla.

Por otro lado, el relativamente temprano establecimiento de dos canales públicos (provinciales) de televisión allí por 1967, tanto en la ciudad de Ushuaia como en Río Grande, resulta notable, ya que eran ciudades muy pequeñas. Según el censo de 1970, la población urbana de Ushuaia y Río Grande era de 5373 y 6189 habitantes, respectivamente. Muy tempranamente, ambos canales de televisión no solo empezaron a hacer sus propios noticieros, sino que también produjeron otros tipos de programas con contenido local.[6] Si bien un análisis reciente registra la existencia de siete canales de TV en la isla, también

3 El relato que sigue se basa, en parte, en el interesante y pionero trabajo de Lattanzi *et al.* (2021).

4 Se trató de un documental francés titulado *Tierra del Fuego* (*Terre du Feu*). En esa producción, de la que se ha encontrado un fragmento importante, se muestra a diversos grupos originarios de la isla desarrollando distintas tareas (Legoupil y Chevallay, 2017).

5 Ver https://www.ushuaia-info.com.ar/peliculas/.

6 Ver https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_13_(R%C3%ADo_Grande); https://es.wikipedia.org/wiki/TV_P%C3%BAblica_Fueguina.

señala la precariedad de esos medios y su limitada capacidad de producción de contenidos (Car, 2019).

En ese proceso de constitución de un grupo de personas capaces de producir piezas audiovisuales en la isla, es mucho más reciente la emergencia de realizadores locales de ficción y el establecimiento tanto de entidades de formación técnica y universitaria orientadas a la producción audiovisual como de asociaciones y colectivos que nucleen a las personas que producen estas piezas. También es relativamente reciente la atención del estado provincial local hacia estas actividades y el planeamiento de acciones y de políticas de acompañamiento y fomento. Como se ha destacado en otros contextos, la aparición de una actividad económica en un territorio suele ir acompañada de la constitución de mano de obra especializada, de la aparición de servicios especializados de apoyo y de la creación de instituciones privadas y públicas asociadas (Motta *et al.*, 2013).

Cuadro 1. Instituciones y eventos ligados al audiovisual en Tierra del Fuego (hacia 2021)

Instrucciones/ eventos	**Lugar y fecha**
Formación audiovisual	
Licenciatura en Medios Audiovisuales; Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Instituto de Cultura Sociedad y Estado	Ushuaia y Río Grande, 2015
Tecnicatura Superior en Diseño, Imagen y Sonido; Centro Educativo de Nivel Terciario No. 11	Ushuaia, 2018
Festivales audiovisuales	
Festival de Cine de Montaña (FICMUS)	Ushuaia, desde 2007
Muestra Internacional de Cine Ambiental Independiente	Ushuaia, desde 2012
Festival Cine en Grande	Río Grande, desde 2015
Instituciones puente y de vinculación	
Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Programa de Producción Audiovisual, luego Dirección de Producción Audiovisual	Ushuaia, 2013
Asociación Civil del Audiovisual Fueguino	Ushuaia, 2022
Cluster Audiovisual de Tierra del Fuego	Ushuaia y Río Grande, 2022
Instituciones estatales	
Dirección de Desarrollo Audiovisual, Secretaría de Cultura, Gobierno de la provincia de Tierra del Fuego	Ushuaia, 2021
Tierra del Fuego Film Commission (TDFILM)/ Comisión Fílmica de Tierra del Fuego	Ushuaia, 2020

Fuente: Lattanzi *et al.* (2021) y otras fuentes.

En ese proceso de construcción institucional, pueden señalarse la creación de dos entidades que nuclean a realizadores y técnicos del audiovisual, como son la Asociación Civil del Audiovisual Fueguino y el Clúster Audiovisual de Tierra del Fuego (hacia 2022); el inicio y desarrollo de carreras de formación en temáticas ligadas al audiovisual, como la Licenciatura en Medios Audiovisuales de la UNDTF (en 2015; ver Naranjo, 2023) y la Tecnicatura Superior en Diseño, Imagen y Sonido (lanzada por el Centro Educativo de Nivel Terciario Nº 11 de Ushuaia, en 2018); la instalación de un área específica sobre el tema en el gobierno provincial: la Dirección de Desarrollo Audiovisual (dentro de la Secretaría de Cultura) (en 2019); la constitución de una productora audiovisual asociada a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego: UNDTF Medios (en 2013); la creación en el ámbito público provincial de la Tierra del Fuego Film Commission/Comisión Fílmica de Tierra del Fuego (en 2020); la iniciación de diversos festivales de cine y del audiovisual en la provincia, y la realización de diversas acciones tendientes a aprobar una norma provincial de fomento a la producción audiovisual.

Como lo destacan *Lattanzi et al.* (2021), el primer paso importante hacia la producción de contenidos audiovisuales locales se da a partir de diversos apoyos estatales (mayormente nacionales) entre 2011 y 2018 (cuadro 2). Este período marca el inicio de una serie de producciones significativas realizadas por equipos de trabajo residentes en Tierra del Fuego. Entre estas producciones se encuentran series documentales, unitarios, cortometrajes y largometrajes que abordaron diversas temáticas y formatos. Estas obras fueron apoyadas por diferentes programas y concursos, como el Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales y Digitales, concursos del INCAA, el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos y producciones para canales educativos como Pakapaka y Encuentro. Destaca también la participación de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF) en varios de estos proyectos, lo que demuestra el creciente papel de las instituciones educativas en el desarrollo del sector audiovisual de la región.

Cuadro 2. Algunas de las producciones audiovisuales realizadas por equipos de trabajo residentes en Tierra del Fuego (2013-2019)

Título	Realizador/a	Año	Programa de apoyo
Médicos del Fin del Mundo (Serie)	Guido De Paula	2013	Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales y Digitales
Renacer (Unitario)	Emilio Valencia	2015	Ganador del concurso Nosotros del INCAA
Diario de Ciencias, Crónicas del Fin del Mundo (Serie)	Silvana Jaldín; UNTDF	2016	Ganador del Concurso Federal de Series del INCAA
Palabras Cruzadas (Unitario)	Rodrigo Tenuta y Ángel Zamora; Waia Films	2017	Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos, coordinado por la UNTDF
Insilios (Cortometraje)	Luís Camargo	2018	Ganador del concurso Historias Breves del INCAA
Presidio, Experimento Ushuaia (Serie documental)	Guido de Paula; Dirección de Producción Audiovisual, UNTDF	2018	Para Pakapaka / Encuentro
Misterios Submarinos (Serie documental infantil)	Maayan Feldman y Sofía Chizzini; Dirección de Producción Audiovisual, UNTDF	2018–2019	Para Pakapaka / Encuentro
Cuentos de Viejos (Serie de dos capítulos)	Marcelo Dematei y Laura Piaggio; profesores y estudiantes de la Licenciatura en Medios Audiovisuales, Instituto de Cultura Sociedad y Estado (UNTDF)	2018	Señal Colombia
Puerto Almanza (Largometraje Documental)	Juan Pablo Lattanzi y Maayan Feldman; Dirección de Producción Audiovisual, UNTDF	2019	Para Pakapaka / Encuentro. Con el apoyo de Vía digital del INCAA

Fuente: Lattanzi *et al.* (2021) y otras fuentes.

Como acabamos de ver, los avances que hemos señalado se circunscriben a los últimos diez o quince años. En ese marco, bien sabemos que esos avances no están exentos de retrocesos, ya que frecuentemente algunas iniciativas decaen, las instituciones se desfinancian o pierden impulso al alejarse los miembros más activos, o el Estado reorienta o cambia sus políticas, etc. Pero es contra ese telón de fondo y saltando la pandemia del año 2020 que se asoma el relevamiento que comentaremos a continuación. Como dijimos, se trata del primer relevamiento sistemático de la producción audiovisual en la provincia y especialmente de los recursos humanos y capacidades que serán protagonistas en su construcción durante los próximos años.

La producción audiovisual en Tierra del Fuego

En esta sección del artículo se presentan y analizan los principales resultados de la encuesta sobre la producción audiovisual en la isla. Como ya se

adelantó, el relevamiento recoge información de gran parte de los profesionales y técnicos involucrados en los procesos de producción audiovisual que se realizan en la provincia de Tierra del Fuego. La unidad de análisis son las personas, ya que esa producción es aún incipiente en la isla y se desarrolla mayormente en el contexto de pequeñas unidades productivas, muchas de ellas de existencia efímera. No desconocemos la existencia de otras unidades productivas como los canales de TV o la productora asociada a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego.

Características básicas de la muestra

La encuesta recoge las opiniones de 71 personas: 42 hombres, 28 mujeres y 1 persona no binaria. Como podemos ver en el cuadro 3, la encuesta relevó datos de personas de muy diversa edad, pero con un peso importante de los jóvenes y con una presencia no marginal de los de más de cuarenta y cinco. En términos comparativos con una encuesta similar realizada en el centro del país (Borello, Baberis y Ascúa 2019), no tienen tanta presencia las personas de edades medias.

Cuadro 3. Edad y sexo de los encuestados

	Hombre		Mujer		No binario			
Edad	**N.**	**%**	**N.**	**%**	**N.**	**%**	**Total Frecuencia**	**Total (%)**
22 - 28	5	11.9%	8	28.57%			13	40.48%
28 - 35	11	26.19%	4	14.29%			15	40.48%
35 - 37	8	19.05%	7	25%			15	44.05%
37 - 45	8	19.05%	3	10.71%	1	100%	12	129.76%
45 - 57	10	23.81%	6	21.43%			16	45.24%
Total	**42**	**100%**	**28**	**100%**	**1**	**100%**	**71**	

Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Actividades que realizan, orientación al mercado y origen de los proyectos

Las personas encuestadas realizan diversas actividades relacionadas con la producción audiovisual. Si bien la respuesta a esta pregunta está asociada a la principal actividad que desempeñan, ello no quita, como veremos, que secundariamente hagan otras. Esto es, no se trata de un perfil de recursos

humanos especializados de forma singular en un nicho específico, sino que más bien conviven diferentes tipos de *expertise*. Esto es algo absolutamente esperable en un contexto en el que la mayoría de los proyectos son de una escala limitada y donde la densidad de actores del entramado es baja.

Entre las áreas de mayor importancia, se destacan:

- Producción: Con 26 ocurrencias, es el área más frecuente. Refleja una fuerte inclinación hacia la coordinación y supervisión de proyectos, lo que podría ser una señal de la importancia de la planificación y el control en la industria. Esto también podría explicado por diversas hipótesis, que van desde el tamaño del mercado local relativamente pequeño, en el que hay poca división del trabajo, hasta la injerencia del trabajo académico-institucional, que podría invocar un perfil sesgado hacia esas tareas.
- Fotografía y cámara: emerge como la segunda categoría más frecuente (20 ocurrencias) en el análisis realizado, sugiriendo una presencia de habilidades específicas en este campo. Esta tendencia podría reflejar cierto grado de especialización técnica en el sector audiovisual local, aunque es importante matizar esta observación. La demanda de estas competencias parece estar relacionada con diversos factores, como el traccionamiento de demanda de empresas de la trama del turismo o las necesidades institucionales locales, creando oportunidades tanto para proyectos a largo plazo como para trabajos puntuales o "changas". Esto parece poner de relieve la idea una "economía gig" cada vez más presente, bajo la cual muchos profesionales del sector encuentran en la fotografía y el manejo de cámara una fuente de ingresos flexible. Esto suele manifestarse tanto en la cobertura de eventos locales y concursos como en colaboraciones con producciones más grandes. Sin embargo, es crucial señalar que, en un mercado relativamente pequeño como el de Tierra del Fuego, la versatilidad suele ser la norma. Muchos profesionales, más allá de sus especializaciones, se ven en la necesidad de desempeñar múltiples roles en los proyectos. Interesantemente, la posesión de equipo propio, como una cámara, puede ser un factor diferenciador en un entorno donde las demandas de equipamientos y tecnologías singulares son escasas. Esto no solo facilita el acceso a proyectos, sino que también puede influir en la dinámica de trabajo y en las oportunidades disponibles para los profesionales del sector.
- Realización integral y edición y posproducción de imagen: Estas categorías, ambas con 17 ocurrencias, indican la importancia de una visión holística en la realización de proyectos, así como la habilidad en la edición y mejora de las imágenes. En función de lo visto en otros relevamientos en otros lugares del país, la categoría de edición y posproducción surge como una función que la mayoría de los emprendimientos trata de mantener bajo su propio techo, bajo su control, "in-house", ya que es una función estratégica en términos comerciales (Borello, Barberis y Ascúa, 2019).

- Motion graphics/animación: 11 ocurrencias señalan una presencia notable de habilidades en gráficos y animación, que podrían ser reflejo de las tendencias tecnológicas y digitales en la industria. Como es sabido, este es un segmento que está en franca expansión, no solo en el contexto de piezas audiovisuales de ficción, sino también en publicidad, videos institucionales y aplicaciones educativas y de formación en el trabajo. Las aplicaciones educativas, los sistemas expertos y la utilización de animación para el entrenamiento de trabajadores, técnicos y profesionales en situaciones riesgosas es un vector de crecimiento en una frontera de interfaz con otras actividades económicas. Estas ocurrencias, sin embargo –y como veremos más adelante–, no están necesariamente asociadas a experiencias de trabajo formal en este nicho.
- Dirección, sonido, guion, gestión cultural y educación AV: Estas categorías muestran frecuencias similares, lo que sugiere una distribución más equilibrada en una variedad de competencias clave del sector audiovisual. Los relativamente bajos registros en estos ítems subrayan la prevalencia de perfiles "generalistas" sobre especialistas en este espectro de los recursos humanos locales. Esta tendencia sugiere un grado de adaptabilidad asociada en un sector en desarrollo, donde los profesionales a menudo deben asumir múltiples roles. La presencia de gestión cultural y educación AV en este grupo indica un interés creciente en la formación y promoción del sector, posiblemente vinculado a iniciativas institucionales y educativas. Asimismo, la inclusión de estas categorías junto a roles más técnicos como dirección, sonido y guion sugiere un ecosistema que dirime equilibrarse entre la producción de contenidos, el desarrollo de capacidades y la difusión cultural.
- Categorías menos frecuentes: Las áreas como comunicación, vestuario, desarrollo de contenidos interactivos, coordinador artístico de canal de televisión y administración y desarrollo de proyectos aparecen solo una vez. Esto podría ser un reflejo de especializaciones de más nicho o roles menos comunes en el sector. Las menores frecuencias en estas categorías y en las del párrafo anterior probablemente se deban a un tamaño acotado del mercado local y, por consiguiente, a menores niveles de especialización. Esto es, como se ha argumentado en otros contextos, la división del trabajo tiene que ver con el tamaño del mercado: a más pequeño el mercado, mayores niveles de integración vertical y menores especializaciones. En ese sentido, en el contexto de esta encuesta, muchas de estas funciones las realizan personas cuyas funciones principales son otras. Esto es lo que también explica la falta de empresas especializadas de servicios de alquiler de luces y otros equipos caros, situación que también se observa en otros lugares del interior con sistemas productivos audiovisuales acotados.

Figura 2. Actividades que realizan las personas que producen materiales audiovisuales en Tierra del Fuego



Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

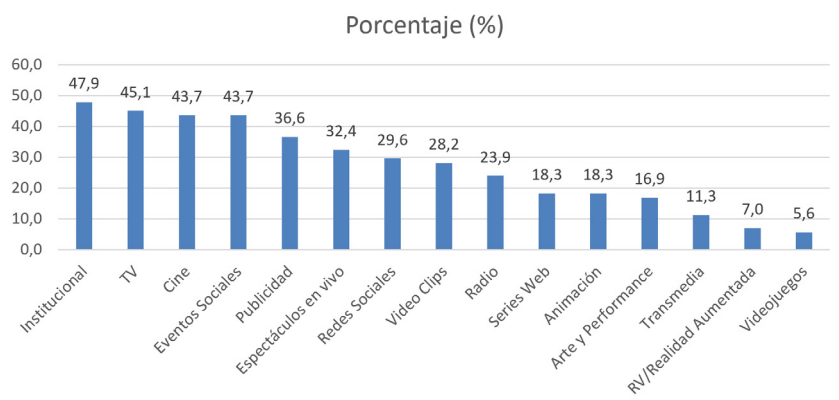
La figura 2, aunque aparentemente simple, revela una rica complejidad en la industria audiovisual fueguina. La predominancia de ciertas áreas puede verse como una manifestación de las demandas y estructuras económicas, tecnológicas y culturales del campo.

Desde una visión metodológica, es importante remarcar que estos datos deben ser interpretados con cautela, especialmente cuando se persigue la intención de formular políticas o intervenciones basadas en ellos. La categorización de las habilidades y competencias, aunque útil, puede simplificar una realidad que es mucho más matizada. Los métodos cualitativos, como las entrevistas en profundidad, podrían proporcionar un contexto adicional que ayude a interpretar estas cifras, revelando, entre otras dimensiones, cómo los individuos en el sector perciben y valoran estas distintas competencias y cómo se relacionan con las oportunidades y desafíos en el campo. Dicho esto, los resultados del relevamiento que se presentan a continuación representan una contribución original que busca caracterizar de forma inaugural en entramado de actores que se perciben como pertenecientes al sector.

La figura que presentamos más adelante puede verse como un complemento de la información que acabamos de examinar. Así, mientras los datos anteriores identifican y miden la importancia de las especializaciones en determinadas tareas o actividades, la información a continuación revela la experiencia de estas personas en términos de su orientación al mercado.

La figura 3 muestra la distribución de experiencias de los recursos humanos del sector audiovisual fueguino. Esta experiencia profesional se centra en la producción de videos institucionales, televisión y cine: más del 40% de las personas entrevistadas los mencionan. En el mismo grupo de importancia aparecen los eventos sociales, algo inesperado, ya que, en mercados locales más grandes como la ciudad de Buenos Aires, Córdoba o Mendoza, quienes filman eventos sociales rara vez incursionan en cine o televisión. De hecho, los profesionales de cine, TV o publicidad suelen referirse a ellos, casi despectivamente, como "los socialeros". Con algo menos de importancia, aparecen cuatro áreas de experiencia destacadas entre el 28% y el 37% de los encuestados: publicidad, espectáculos en vivo, redes sociales y videoclips. La figura también muestra que algunas personas tienen experiencia en otras seis áreas menos difundidas a nivel local que, aunque con porcentajes relativamente bajos, no deben descartarse por su potencial relevancia. Tomando esta información como indicación de la orientación al mercado local, se aprecia una tendencia a la multiespecialización, perfil asociado a una profundidad relativa en el manejo de técnicas específicas o a un espectro de competencias generalistas. Casi la mitad de los entrevistados declara experiencia remunerada en producción de materiales institucionales, TV, cine y filmación de eventos sociales, sugiriendo una tendencia fuertemente multifacética, en la que parece haber indicios de una configuración en la que "todos hacen de todo", presumiblemente como forma de obtener ingresos derivados de la actividad o para conectarse a los círculos que proponen un flujo de trabajo activo en el rubro.

Figura 3. Experiencia remunerada de las personas que trabajan en la producción audiovisual, por área o mercado

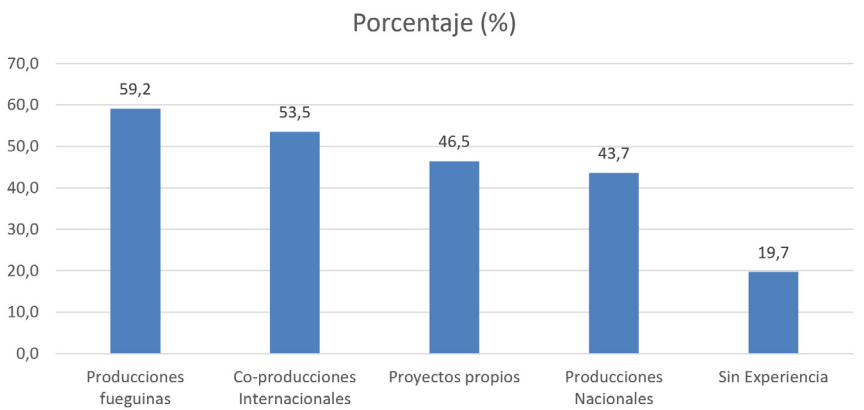


Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

El tamaño limitado del mercado local influye significativamente en la interpretación del entramado audiovisual de la isla. La figura 4 muestra el origen de los proyectos, revelando que, aunque el 60% de las personas consultadas mencionan haber trabajado en proyectos fueguinos, las coproducciones internacionales y los emprendimientos de origen nacional también son muy importantes. Esto indica la coexistencia de estructuras diversas, que combinan actividades de pequeña escala y equipos reducidos con producciones de gran envergadura de origen nacional e internacional. La figura también destaca dos aspectos significativos: un peso notable de los proyectos propios y la presencia, en la muestra, de personas con poca o nula experiencia en estos emprendimientos, a pesar de su participación en la producción audiovisual.

La importante participación de una parte de la muestra en proyectos originados fuera de la isla muestra la relevancia de la interacción hacia afuera, a pesar de las distancias. Las explicaciones de este fenómeno son múltiples y orbitan desde las nuevas tecnologías que han transformado el complejo audiovisual y desmaterializado la materia prima de la industria hasta las incomparables locaciones y paisajes de la isla o el costo relativo de la mano de obra en comparación con Europa o Estados Unidos. Además, como es sabido, en términos relativos, la Argentina es uno de los países del mundo que más coproducciones internacionales realiza, según los datos que compila UNESCO (2022).

Figura 4. Origen de los proyectos audiovisuales que realizan las personas encuestadas



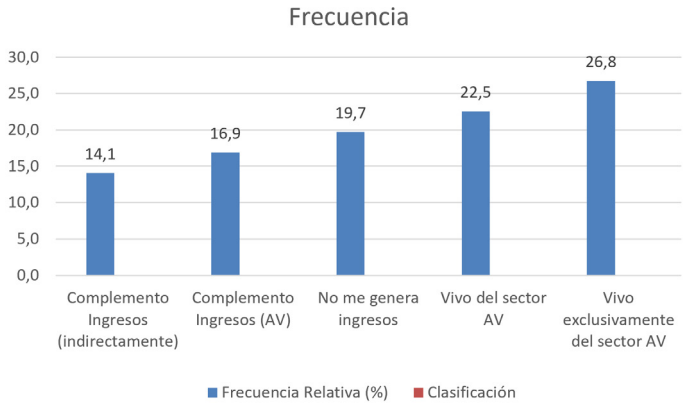
Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Así, el sector audiovisual en Tierra del Fuego parece distinguirse por varios aspectos singulares, que lo posicionan de manera especial dentro de la industria. A pesar de su mercado limitado, la región exhibe diferentes áreas de experiencia, aspectos fundamentales que ofrecen versatilidad en los proyectos. Como contrapartida, esta versatilidad puede estar atentando contra la consolidación de perfiles altamente especializados en un nicho, técnica o tarea. La presencia notable de actividades como la producción, la fotografía y el manejo de cámaras sugiere un enfoque en roles técnicos pero flexibles y versátiles, posiblemente impulsados por la necesidad de abordar una variedad de proyectos con recursos humanos limitados. Sin embargo, si fuera relevante esta tensión entre los perfiles generalistas y el dominio de técnicas específicas y complejas, el escenario de falta de especialización podría limitar la capacidad de los profesionales para competir en proyectos con requisitos técnicos más complejos. La participación en coproducciones internacionales resalta el potencial de colaboración global, relativiza la tensión respecto al nivel profesional local (ya que suelen ser emprendimientos de gran exigencia y nivel técnico), pero también pone de manifiesto un patrón asociado a la dependencia de oportunidades externas para el crecimiento del sector. Esto indica un espacio de vacancia para fomentar tanto la especialización como el fortalecimiento de las capacidades locales.

Perfiles de inserción laboral: Ingresos, dedicación y liderazgo de proyectos

Hay una parte de los encuestados que reciben pocos ingresos de esta actividad y que tienen una inserción marginal en el sistema productivo, solo a través de contrataciones esporádicas y *ad hoc*, sin siquiera un contrato. En contraste, hay también una porción en la que el sector audiovisual representa su principal fuente de ingresos. Esto puede apreciarse en la figura 5: se destaca que el 50% de los encuestados vive de actividades que realiza en el sector audiovisual, mientras que la otra mitad solo accede a ingresos complementarios, esporádicos o directamente no recibe ingresos.

Figura 5. Ingresos y tipos de inserción laboral de las personas encuestadas



Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

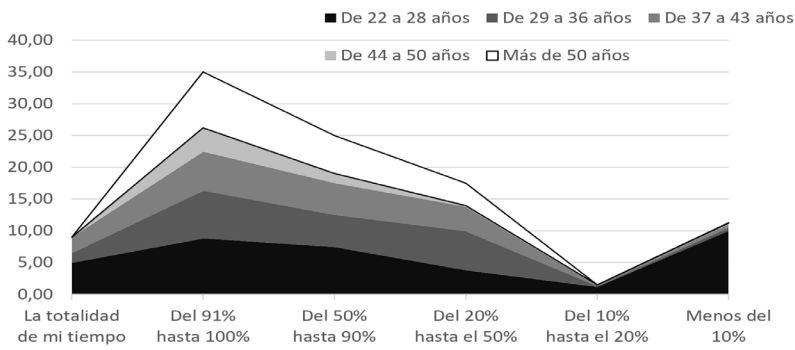
Esto revela varias cosas. Por un lado, existe un grupo de personas que logran obtener ingresos suficientes para vivir del sector audiovisual, mientras que otro grupo solo consigue ingresos complementarios o, en algunos casos, no recibe compensación alguna por su trabajo. Esta situación refleja una confluencia de dos grupos con diferentes niveles de inserción laboral: aquellos para quienes el audiovisual representa su principal fuente de ingresos y aquellos que participan de manera más marginal, con ingresos esporádicos o inexistentes. Esta es una situación típica de todas o casi todas las actividades culturales: la existencia de un enorme iceberg de artistas y aspirantes que desarrollan sus actividades de una manera amateur o casi amateur (aunque algunos reciban algunos ingresos por su trabajo), otro grupo que lo hace de una manera profesional, pero sin poder tener una dedicación completa a esta actividad, y el grupo que, efectivamente, vive de esa actividad. Además, se destaca una trama de ingresos asociados a servicios complementarios, que sí suelen ocupar un rol más periférico –pero algunas veces clave en las producciones–, como la logística de equipos y recursos humanos, la provisión de servicios de organización de actividades en las ciudades donde se despliega una producción, la provisión de alimentos, entre otros, que son los que componen la categoría de servicios indirectos asociados al sector audiovisual. El 14% de los encuestados complementa ingresos dentro de esta franja de heterogéneas tareas. En la frontera entre estos grupos hay un sinnúmero de variadas situaciones (Markusen, 2010), que hacen que la exploración de las particularidades locales de este sector sea particularmente novedosa y rica en matices. Con esta observación lo que queremos señalar es que, en parte, la vitalidad de las capacidades que

despliegan los técnicos y trabajadores mejor remunerados depende de las acciones del resto de las personas en ese conjunto, inclusive de aquellos con una inserción más periférica. Volveremos sobre este tema al final del trabajo.

En este marco, el tiempo dedicado a actividades vinculadas al sector resulta otro elemento fundamental para analizar. En muchos casos, emparentado con la dimensión de ingresos, el grado de dedicación delimita de forma clara no solo la inserción efectiva, sino también indicadores de informalidad y de complementariedad de estas tareas con otras. La figura siguiente (figura 6) ofrece una mirada transversal de esas complementariedades. Los resultados de este gráfico son consistentes con la figura anterior, y aquí también se perciben situaciones de "gig" (o trabajo temporal por proyecto) de autoempleo y de un apoyo frecuente en redes interpersonales y profesionales. Así, para una proporción mayoritaria de los respondentes, las actividades audiovisuales no son exclusivas en la dedicación laboral, sino que conviven con otras, destacando la multifuncionalidad laboral de los profesionales en este campo.

El gráfico de distribución del tiempo dedicado a actividades audiovisuales (figura 6) revela patrones interesantes al considerar varios grupos etarios. La dedicación total o casi total (91% a 100% del tiempo) es más común entre los profesionales de veintinueve a cuarenta y tres años, con una notable participación del grupo de más de cincuenta años en esta categoría. Este patrón sugiere que tanto los profesionales de mediana edad como los mayores han logrado establecerse más firmemente en el sector, posiblemente debido a su experiencia acumulada y a la presencia de redes profesionales más desarrolladas.

Figura 6. Distribución del tiempo dedicado a actividades audiovisuales según grupos de edad

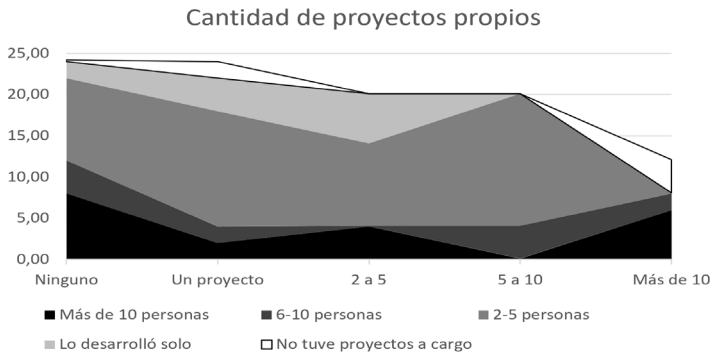


Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

En contraste, los grupos más jóvenes, especialmente aquellos entre veintidós y veintiocho años, muestran una mayor tendencia hacia la dedicación parcial, orientando entre el 20% al 50% del tiempo mayoritariamente. Esta distribución podría indicar que los profesionales más jóvenes están en proceso de establecerse en el sector, posiblemente combinando su trabajo audiovisual con otras actividades laborales o de formación. Esto da señales de la heterogeneidad del sector, pero también de los aparentes patrones relacionados con la informalidad y la flexibilización de perfiles que no encuentran un sustento exclusivo de la actividad, sea porque aún están en un proceso de inserción o porque estas conviven con otro empleo (muchas veces regular y estable) que compite con una mayor dedicación a un segmento atravesado por la informalidad y la esporadicidad.

El componente esporádico es principalmente explicado por la estructuración de los trabajos bajo dinámicas de proyecto. El gráfico 7 permite abordar esta cuestión en detalle, relacionando la participación en proyectos, el liderazgo de proyectos y el tamaño de los emprendimientos.

Figura 7. Participación en proyectos según liderazgo propio y tamaño



Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Para el caso de Tierra del Fuego, la distribución de proyectos revela conexiones intrigantes entre la dedicación temporal y la participación en proyectos de diferentes escalas. Este gráfico muestra una clara predominancia de proyectos pequeños (2-5 personas) en todas las categorías de proyectos propios, lo que sugiere que este es el tamaño más común de producción en Tierra del Fuego. Esta prevalencia de proyectos pequeños se alinea con la distribución

de tiempo observada, donde muchos profesionales, especialmente los más jóvenes, dedican solo una parte de su tiempo a actividades audiovisuales.

La presencia de patrones como este permite acercar al análisis de la actividad audiovisual fueguina el concepto de "economía gig"[7] (Sundararajan, 2016; Kalleberg y Dunn, 2016), donde los profesionales a menudo trabajan en múltiples proyectos simultáneamente, repartiendo su jornada o su semana laboral entre ellos. Esta forma de empleo, flexible y fragmentada, puede asociarse a la presencia de informalidad y autoempleo en el sector, y también contribuye a ofrecer pistas acerca de por qué muchos trabajadores dividen su tiempo entre varias actividades. Por otra parte, el tamaño de los equipos de trabajo también proporciona valiosa evidencia acerca de la escala de la actividad en Tierra del Fuego, en donde hay prevalencia de proyectos pequeños, que típicamente configuran entornos de formalidad laboral limitada.

Es notable cómo la participación en proyectos de mayor escala (más de 10 personas) aumenta significativamente entre aquellos que han desarrollado más de 10 proyectos propios. Este patrón se correlaciona con la mayor dedicación temporal observada en los grupos de edad media y avanzada, sugiriendo que la experiencia acumulada a través de los años en proyectos propios puede conducir a oportunidades en producciones más grandes y, consecuentemente, a una mayor dedicación al sector. En contraste, la categoría de trabajadores que no han tenido proyectos a cargo muestra prominencia de quienes no han desarrollado proyectos propios o solo han realizado uno, lo que se alinea con la distribución de tiempo de los profesionales más jóvenes.

La presencia constante de proyectos unipersonales (desarrollados en solitario) sugiere que existe un espacio para el trabajo individual, posiblemente en nichos experimentales, en primeras experiencias, en hobbies o en producciones de menor escala. En conjunto, los últimos dos gráficos ofrecen un cuadro de un sector audiovisual fueguino que evidencia distintos puntos de entrada y trayectorias profesionales, desde jóvenes que se inician con dedicación parcial y participación en proyectos pequeños hasta profesionales establecidos que dedican la mayor parte de su tiempo al sector y participan en proyectos de mayor envergadura.

Capacidades, trayectorias y experiencia en la actividad

El análisis de las capacidades locales en el sector audiovisual de Tierra del Fuego es crucial para entender las áreas de *expertise* predominantes y cómo

7 Donde "gig", en inglés, hace referencia a un trabajo ocasional, a menudo de corta duración o, como se denomina informalmente en la Argentina, una "changa". Aunque a diferencia de otras formas de "changa", este tipo de "gig" se asocia particularmente a perfiles técnicos y profesionales en un nicho laboral específico.

estas pueden impactar las trayectorias profesionales actuales y futuras. Mientras que el análisis de la diversidad de patrones de dedicación y participación en proyectos revela distintos puntos de entrada y caminos de desarrollo dentro del sector y dimensiona el grado de dedicación parcial y la informalidad general, acentuada en los perfiles laborales más jóvenes, es interesante ahondar en los tipos de segmentos de nicho que tienen más experiencia asociada, tanto en términos de dedicación como en años de trayectoria. En ese marco, podrían distinguirse diferentes tipologías de especialización. Más arriba, se hizo referencia a los perfiles generalistas ubicados en ciertos puntos clave del proceso productivo audiovisual, como la realización integral, producción, edición y posproducción. Estas actividades conviven con actividades fuertemente técnicas, como el sonido, la fotografía y la cámara, que se basan en capacidades laborales de otras características. Su combinación ofrece un tipo de generalismo distinto, más heterogéneo y difuso que lo que suele encontrarse en entornos en donde el sector cuenta con mayor densidad, escala y especialización. Estas relaciones, además, plantean un vínculo estrecho con el grado de importancia de la actividad en el sustento económico. La figura 8 siguiente expone algunos elementos clave para comprender estas cuestiones en el caso de Tierra del Fuego.

Figura 8. Importancia de la actividad audiovisual en el sustento económico por nicho de experiencia

Áreas de experiencia	Vivo exclusivamente del AV	Vivo de actividades vinculadas al SAV	Complemento ingresos con el SAV	Complemento ingresos con actividades vinculadas al SAV	El SAV no me genera ingresos
Dirección	4,2	1,4	2,8	2.8	1,4
Realización Integral	9,9	5,6	4,2	1,4	2,8
Realizador AV	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Producción	8,5	12,7	7,0	7,0	1,4
Administración y Desarrollo de Proyectos	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0
Gestión Cultural y Educación AV	1,4	2,8	1,4	2,8	1,4
Comunicación	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Guión	2,8	2,8	1,4	0,0	2,8
Desarrollo de Contenidos Interactivos y Transmedia	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0

Fotografía y Cámara	11,3	4,2	4,2	4,2	4,2
Sonido	1,4	4,2	1,4	4,2	1,4
Motion Graphics/ Animación	2,8	1,4	7,0	4,2	0,0
Edición y Postproducción de Imagen	7,0	7,0	1,4	1,4	7,0
Postproducción de Sonido	1,4	4,2	0,0	1,4	0,0
Diseño y Arte	1,4	2,8	2,8	1,4	0,0
Coordinador Artístico de Canal de TV	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Vestuario	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0
Ninguna	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0

Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

En la figura 8, se presentan diversos datos interesantes. En el eje vertical, se muestran las categorías de dedicación laboral que describen la importancia de la actividad en el sustento económico de los respondentes, abarcando desde la dependencia exclusiva del sector audiovisual hasta situaciones donde esta actividad no genera ingresos. En el eje horizontal, se detallan segmentos de especialización, desde roles más generalistas como la producción y la realización integral hasta campos más específicos como la fotografía y la producción de videojuegos. La intensidad de color, que varía del blanco al morado oscuro, representa la concentración de profesionales en cada intersección, ofreciendo una visualización inmediata de los patrones de empleo y especialización en el sector. Esta representación expone las áreas de mayor estabilidad laboral y las diferencia de aquellas que funcionan principalmente como fuentes de ingresos complementarios, revelando un panorama detallado de la estructura del mercado laboral audiovisual en la región.

Al examinar detalladamente los patrones emergentes, se observa que el segmento de fotografía y cámara se destaca con la mayor proporción de profesionales que viven exclusivamente del sector audiovisual (11,3%). Este dato es interesante porque contrasta con la suposición común de que los segmentos técnicos, como cámara y fotografía, son los más informales e inestables, en contraposición a los segmentos generalistas, que suelen asociarse con mayor estabilidad laboral (Menger, 1999; Christopherson, 2008). A pesar de ello, el patrón esperado de estabilidad de ingresos en rubros generalistas se mantiene como dominante entre las dos filas superiores del gráfico, que agrupan los segmentos más relevantes y estables para el sustento económico. Este conjunto de actividades, que incluye la

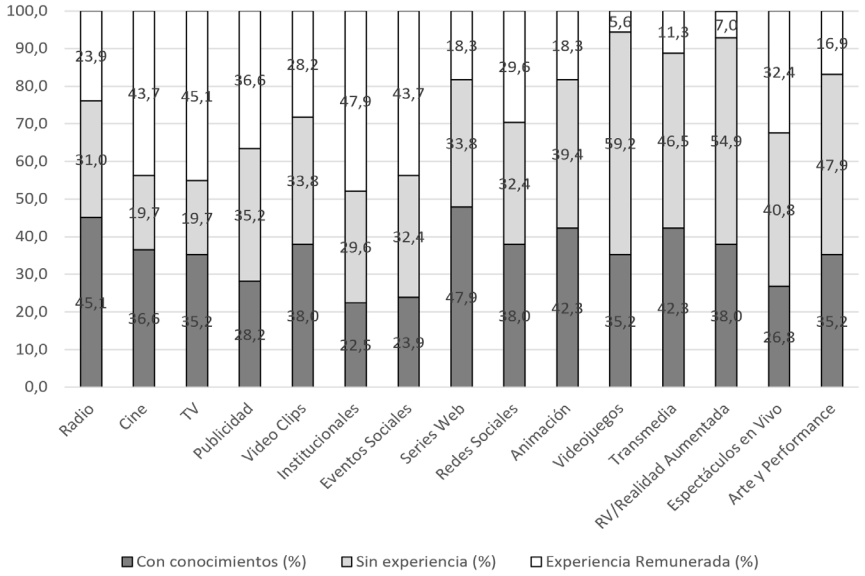
realización integral (9,9% y 5,6%), la producción (8,5% y 12,7%), y la edición y posproducción (7,0% y 7,0%), muestra una distribución bastante uniforme entre varias áreas de especialización, lo que se alinea con las suposiciones más difundidas sobre la estabilidad laboral en esta actividad (Hesmondhalgh y Baker, 2011; Blair, 2001).

En cuanto a quienes complementan sus ingresos con la actividad audiovisual, se observa una distribución más variada. La producción y la animación son los segmentos de mayor importancia, seguidos de fotografía, cámara y sonido. En el segmento de perfiles que no generan ingresos en la actividad, se destacan la edición de imagen y la fotografía como los perfiles más frecuentes. Finalmente, vale destacar que áreas emergentes como la generación de contenidos interactivos, o áreas tradicionales como comunicación, vestuario, administración de proyectos, e incluso guion, se posicionan como fuertes áreas de vacancia en el mapeo realizado, sin importar el grado de relevancia en el sustento de los respondentes.

Como complemento del abordaje de la importancia de la actividad en el sustento económico, es interesante indagar acerca de los tipos de conocimiento disponibles en el entramado local, ya sean de naturaleza formal o informal y apoyados o no por experiencia previa. Esta dimensión, además de ofrecer una visión más directa de las características de los rubros más relevantes, permite distinguir cuáles pueden ser segmentos latentes que aún no están desarrollados pero que tienen un cúmulo de capacidades actualmente disponibles.

Así, en la figura 9, pueden verse los segmentos del mercado donde los respondentes expresan tener experiencias remuneradas (barras azules), tener conocimientos sin experiencia laboral (morado claro) o no contar ni con experiencia ni con conocimientos previos (en el gráfico, sin experiencia, de color gris). Antes de pasar a describirlos, es importante destacar que, para cada ítem, los encuestados debían ofrecer una respuesta específica y excluyente de las otras opciones para cada nicho de mercado.

Figura 9. Grados de experiencia/conocimientos por segmentos del mercado



Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Al analizar el segmento de experiencia remunerada previa, se destacan tres grupos: la realización de materiales audiovisuales institucionales (47,9%) y eventos sociales (43,7%); la experiencia en cine (43,7%), televisión (43,7%) y publicidad (43,7%), y, finalmente, los espectáculos en vivo (32,4%) y la generación de contenidos para redes sociales (29,6%). Para quienes declaran tener conocimientos sin experiencia formal, se observa una distribución más pareja entre los diferentes ítems disponibles. El segmento más frecuente es la realización de series web (47,9%), seguido de la radio (45,1%), la animación (42,3%) y las producciones transmedia (42,3%). Redes sociales, realidad aumentada, videoclips, videojuegos, arte y performance, y televisión se ubican entre el grupo de actividades que continúan en orden de prioridad dentro de ese grupo con conocimientos pero sin experiencia.

En el caso de los perfiles sin experiencia remunerada ni conocimientos acerca de actividades frecuentes dentro del sector, emerge un patrón que destaca los segmentos de nicho experimentales, en especial en lo que refiere a actividades apoyadas en nuevas tecnologías. Así, el 59,2% de los respondentes declaran no tener experiencia ni conocimientos en la producción de videojuegos, el 54,9% manifiesta lo propio para el caso de la realidad aumentada,

el 47,9% en arte y performance, y el 46,5% en transmedia. Esta información puede resultar útil para identificar áreas posibles de intervención asociadas a las vacancias en las capacidades locales.

La relación entre los años de experiencia y las áreas de especialización (figura 10) revela patrones adicionales que permiten entender en profundidad la estructura de competencias en el mercado local. Los profesionales con mayor experiencia tienden a concentrarse en funciones clave como producción, edición y posproducción, y realización integral. Estas posiciones, que requieren una visión holística, parecen ser el punto de llegada para muchos profesionales a medida que avanzan en sus carreras. Por otro lado, los perfiles con menos años de experiencia, presumiblemente más jóvenes, muestran una distribución más amplia entre diversas áreas, incluyendo algunas de las más emergentes o de nicho. Esta diversificación entre los profesionales más noveles podría ser indicativa de una adaptación a las nuevas demandas del mercado y a la evolución tecnológica del sector.

Figura 10. Años de experiencia en el sector audiovisual y áreas de experiencia

Años de experiencia / Áreas de experiencia	Dirección	Producción	Guión	Fotografía y Cámara	Sonido	Diseño y Arte	Comunicación	Administración y Desarrollo de Proyectos	Gestión Cultural y Educación AV	Edición y Postproducción de Imagen	Postproducción de Sonido	Motion Graphics/ Animación	Desarrollo de Contenidos Interactivos y Transmedia	Coordinador Artístico de Canal de TV	Vestuario	Realización Integral	Realizador AV	Ninguna
Más de 20 años	4,2	5,6	1,4	4,2	0,0	1,4	1,4	0,0	1,4	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	8,5	0,0	0,0
Entre 10 y 20 años	2,8	19,7	4,2	8,5	2,8	2,8	0,0	0,0	4,2	8,5	2,8	4,2	1,4	1,4	0,0	12,7	1,4	0,0
Entre 5 y 9 años	1,4	0,0	2,8	7,0	2,8	0,0	0,0	0,0	4,2	5,6	2,8	2,8	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0
Entre 2 y 5 años	4,2	8,5	1,4	5,6	5,6	4,2	0,0	1,4	0,0	2,8	1,4	7,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	1,4
Hasta 1 año	0,0	2,8	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No tengo experiencia en el sector	0,0	0,0	0,0	1,4	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6

Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Por ejemplo, la realización integral ocupa el lugar de mayor relevancia entre los que tienen más de veinte años de experiencia en la profesión, seguido de producción y dirección, lo que confirma la presencia de un fuerte patrón generalista en la muestra. El espectro es levemente distinto entre los que declaran

entre diez y veinte años de experiencia, donde predomina fuertemente la producción y la realización integral, pero también se destacan segmentos más técnicos como la edición y posproducción de imagen y de fotografía y cámara. Esto plantea un patrón intermedio, que combina conocimientos generales con varios nichos técnicos, lo que caracteriza a este segmento como versátil y flexible. Entre el grupo de cinco a nueve años de experiencia se destacan, además de edición y posproducción de imagen y de fotografía y cámara, la gestión cultural y la educación audiovisual. Este perfil pareciera combinar habilidades técnicas con habilidades de gestión institucional y académica. Al considerar los segmentos con menos años de experiencia, se destaca en primer lugar la producción, seguida de la realización de animación y motion graphics. En un segundo anillo de relevancia, se encuentran perfiles técnicos asociados a fotografía, cámara, sonido y dirección. Esto confirma varias hipótesis que se adelantaron páginas arriba, respecto de la convivencia de distintos perfiles técnicos, su heterogeneidad y cómo estos perfiles parecen relacionarse con una inserción más precaria en las tramas de trabajo y los proyectos locales. De esta información, además, no solo se desprende la indicación de potenciales nichos de crecimiento, sino también la identificación de áreas vacantes y la consecuente necesidad de desarrollo de habilidades específicas asociadas a estas, muchas de ellas con posible valor estratégico, en las que el diseño de mecanismos de apoyo a sectores emergentes pueda tener un rol clave.

A su vez, el análisis de las capacidades, trayectorias y experiencia en la actividad audiovisual expone la convivencia de un núcleo de profesionales bien establecidos, con una proporción significativa de trabajadores en situaciones de inserción parcial o inicial. Esta estructura, lejos de ser un simple reflejo de desigualdad, puede interpretarse como un ecosistema dinámico donde la interacción entre diferentes niveles de experiencia y especialización contribuye a la renovación y adaptabilidad del sector, además de reforzar una trayectoria no necesariamente ideal respecto de los perfiles existentes y preexistentes. La presencia de un amplio espectro de perfiles, desde generalistas experimentados hasta especialistas emergentes, sugiere un sector dinámico y heterogéneo, capaz de responder a demandas tradicionales mientras explora nuevas áreas de desarrollo. Sin embargo, también plantea desafíos significativos en términos de estabilidad laboral y desarrollo profesional, especialmente para los trabajadores de los segmentos menos usuales del mercado, así como limitaciones ante requerimientos que impliquen una profundidad técnica que no pueda ser abordada por perfiles multifacéticos, requiriendo, por lo tanto, una mayor especialización.

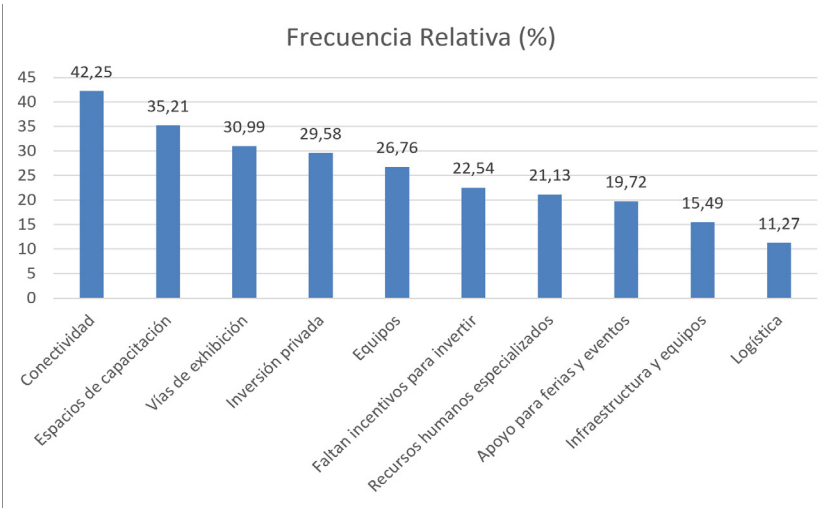
Estas observaciones subrayan la importancia del rol que podrían jugar las políticas integrales no solo en el apoyo a los profesionales establecidos, sino también en la transición y el desarrollo de aquellos en etapas más tempranas de sus carreras. Es crucial que las estrategias de intervención consideren las vacancias en las capacidades locales y fomenten el crecimiento de los nichos

emergentes y estratégicos. La adaptación a las nuevas demandas del mercado y la evolución tecnológica del sector dependerán de un enfoque holístico que apoye tanto a los trabajadores experimentados como a los nuevos talentos.

Necesidades del sector y demandas de intervenciones

Las propuestas de acción que comienzan a desprenderse de la estructura laboral, sin embargo, deben contrastarse con algunas dimensiones adicionales, como las demandas explícitas que emergen del relevamiento realizado. En el siguiente gráfico (figura 11) podemos apreciar la valoración de los encuestados respecto a una serie de aspectos clave que consideran como necesidades del sector.

Figura 11. Necesidades del sector



Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

En el gráfico se destaca la demanda de mayor conectividad asociada con la débil y precaria banda ancha en la isla, tópico que emerge como la necesidad más apremiante, señalada por el 42,25% de los encuestados, seguida por el requerimiento de espacios de capacitación (35,21%) y el incremento de vías de exhibición (30,99%). La necesidad de incrementar la inversión privada (29,58%) y la necesidad de nuevos equipos (26,76%) completan el top cinco de las prioridades en las demandas de los actores de esta actividad. Vale señalar que los asuntos relacionados con la infraestructura local (15,49%) y la logística (11,27%) se ubican en los últimos lugares de la lista. Esto llama la atención, ya que, a pesar de la condición insular y el temprano desarrollo de estas actividades en el ámbito local, que podría ubicar a estos aspectos como

prioritarios, para los actores locales de Tierra del Fuego estas necesidades parecen menos apremiantes en comparación con otras.

Dicha distribución de necesidades subraya algunas particularidades del ecosistema audiovisual fueguino, revelando un complejo de actores que no solo demanda nuevas condiciones de infraestructura, sino que también prioriza el desarrollo de capacidades técnicas y profesionales. La demanda de mayores vías de exhibición, junto con el interés en atraer inversión privada, refleja las aspiraciones del sector por expandir su alcance y sostenibilidad económica, y también sugiere un flujo de producción vigoroso. Estos elementos dibujan el perfil de una industria audiovisual fueguina que, lejos de conformarse con mejoras incrementales en infraestructura física, está buscando un salto cualitativo en sus capacidades y proyección. Este enfoque holístico sugiere que los actores locales visualizan el futuro del sector no solo en términos de recursos tangibles, sino como un ecosistema integrado con otras regiones y nodos de producción, donde el conocimiento, la conectividad y las oportunidades de mercado son fundamentales para construir una industria audiovisual competitiva y resiliente frente a los desafíos únicos de su ubicación geográfica.

La figura 12 representa un mapa de calor que refleja la complementariedad entre las necesidades, buscando revelar patrones significativos en la percepción de los desafíos interconectados que enfrenta la industria. Este enfoque es posible debido a que cada encuestado pudo seleccionar hasta tres opciones, permitiendo construir esta matriz que expresa cómo se agrupan y refuerzan mutuamente las demandas del sector.

Figura 12. Mapa de necesidades y sus complementariedades

Factor A / Factor B	Apoyo para la participación en ferias y eventos	Desarrollo de espacios de capacitación	Incentivos para la inversión privada	Infraestructura vinculada con equipos	Interactuar con otros sectores	Recursos del entorno	Recursos humanos técnicos especializados	Recursos logísticos	Vías de exhibición	Incentivos para la inversión privada	Infraestructura de conectividad	Infraestructura vinculada con equipos	Recursos logísticos	Vías de exhibición
Apoyo para la participación en ferias y eventos	1													
Desarrollo de espacios de capacitación	-0,07	1												
Incentivos para la inversión privada	-0,24	-0,28	1											
Infraestructura vinculada con equipos	0,08	-0,23	-0,11	1										
Interactuar con otros sectores	-0,24	0,03	-0,38	-0,18	1									
Recursos del entorno	-0,12	-0,05	-0,16	0,06	-0,07	1								
Recursos humanos técnicos especializados	-0,26	-0,09	0,19	-0,03	-0,41	0,02	1							
Recursos logísticos	-0,14	-0,09	-0,18	-0,12	0,12	-0,07	-0,14	1						
Vías de exhibición	0,02	-0,38	0,03	-0,26	-0,08	-0,15	-0,23	-0,04	1					
Incentivos para la inversión privada	-0,01	0,17	-0,35	-0,23	0,27	0,16	-0,11	0,12	-0,02	1				
Infraestructura de conectividad	-0,14	-0,21	0,26	0,5	-0,08	-0,09	-0,02	-0,12	-0,07	-0,46	1			
Infraestructura vinculada con equipos	-0,06	0,15	0,17	-0,26	-0,28	-0,01	0,23	0,08	-0,01	-0,33	-0,52	1		
Recursos logísticos	0,25	-0,15	-0,14	-0,09	-0,02	-0,05	-0,11	-0,06	0,35	-0,11	-0,18	-0,13	1	
Vías de exhibición	0,25	-0,01	-0,14	-0,09	0,27	-0,05	-0,11	-0,06	-0,13	-0,11	-0,18	-0,13	-0,04	1

Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino",
Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

Al analizar las correlaciones más fuertes, se observa una notable asociación entre la infraestructura de conectividad y la necesidad de disponibilidad de equipos, con un valor de correlación de 0,50. Esto sugiere que la mejora en las redes de comunicación y tecnología está estrechamente vinculada al acceso y uso de equipos avanzados, lo cual parece fundamental para optimizar la eficiencia operativa. Además, los datos muestran que una alta correlación (0,35) entre la demanda de recursos logísticos y la necesidad de nuevas vías de exhibición, destacando la importancia de una logística efectiva para garantizar el éxito de los eventos y exhibiciones en el sector. Otra correlación importante es la interacción con otros sectores y los incentivos para la inversión privada, con un valor de 0,27. Por último, la correlación de 0,26 entre los incentivos para la inversión privada y la infraestructura de conectividad sugiere que un entorno bien conectado puede atraer más inversiones privadas.

En cuanto a las variables que muestran correlaciones transversales más altas, la infraestructura de conectividad se destaca como un elemento clave, mostrando relaciones significativas con diversas dimensiones. Su papel como motor de difusión y procesamiento en el sector es evidente y se asocia fuertemente con la necesidad de atraer inversiones, tanto de infraestructura como en equipamiento. De manera similar, los recursos logísticos emergen como un componente crucial. Si bien este aspecto no presenta una frecuencia absoluta protagónica, sí aparece con fuertes vínculos con otras dimensiones del sistema, especialmente en lo que refiere a acciones de difusión del sector y el impulso de otras demandas como la participación en eventos y exhibiciones. Además de las correlaciones mencionadas, las interacciones con otros sectores como el turismo, la industria y los sectores institucionales parecen apreciarse como un papel crucial en la dinámica del sector. La colaboración intersectorial no solo se asocia a la atracción de inversiones, sino que también se vincula con la potencialidad logística de la actividad audiovisual.

A nivel sistémico, las inversiones privadas emergen como un componente crucial debido a su significativa correlación con múltiples variables, subrayando su papel clave en el desempeño del sector audiovisual en Tierra del Fuego. Los incentivos para la inversión privada muestran conexiones positivas con la infraestructura de conectividad, el desarrollo de espacios de capacitación, la interacción con otros sectores y los recursos del entorno. Esto sugiere que este aspecto se aprecia no solo como facilitador de upgrades técnicos, sino también como promotor de la colaboración intersectorial y el desarrollo de habilidades profesionales. Además, las inversiones privadas se correlacionan con los recursos logísticos, indicando que mejorar estos aspectos podría optimizar la distribución y gestión de producciones audiovisuales. La implicancia de esto apunta a que potenciales estrategias de inversión bien estructuradas podrían fortalecer el sector al potenciarlo de manera multifacética.

En conjunto, estas correlaciones destacan la importancia de algunos ejes centrales para el crecimiento y la sostenibilidad del sector, integrando distintas

dimensiones como las mejoras en infraestructura, capacitación, aprovechamiento de los recursos locales e inversiones para enfrentar los desafíos y capitalizar las oportunidades futuras. Además, este análisis advierte que las intervenciones más efectivas serían aquellas que aborden simultáneamente las necesidades representadas entre los grupos más correlacionados, en lugar de enfocarse en aspectos aislados. De este modo, se plantea el desafío de diseñar intervenciones multifacéticas que aborden de manera integral los aspectos interconectados del sector, reconociendo estas sinergias para así potenciar el impacto de los recursos invertidos en el desarrollo del sector.

La tabla siguiente (cuadro 4) proporciona una visión clara que los respondentes ofrecen acerca de los principales obstáculos que enfrenta el sector audiovisual en Tierra del Fuego. Al vincular estos desafíos con las necesidades y complementariedades destacadas en el mapa de calor, se pueden identificar áreas críticas para el desarrollo de estrategias efectivas.

Cuadro 4. Frecuencia de mayores desafíos.

Mayores Desafíos	**Número de menciones**	**%**
Articulación entre áreas del gobierno local	9	4.39%
Continuidad de Políticas Públicas locales	15	7.32%
Financiamiento Local	38	18.54%
Implementación de Políticas Públicas locales	46	22.44%
Importancia estratégica del sector AV en Tierra del Fuego	34	16.59%
Inversión privada asociada al sector AV en Tierra del Fuego	23	11.22%
Políticas nacionales de fomento que llegan a TDF	40	19.51%
Total	**205**	**100%**

Fuente: "1er Relevamiento del sector audiovisual fueguino", Universidad Nacional de Tierra del Fuego, 2020-21.

El desafío más significativo es la implementación de políticas públicas a nivel local, que representa el 22,44% de las respuestas. Este desafío se alinea con la necesidad de un fuerte apoyo en inversiones, logística, participación en eventos y desarrollo de espacios de capacitación, todas áreas clave identificadas en el mapa de correlaciones previo. La implementación efectiva de políticas públicas que puede facilitar la creación y mejora de estos espacios, fomentando una mayor participación y capacitación en el sector audiovisual, parece ser un aspecto fundamental que atender para el impulso de la actividad.

Otra cuestión para destacar es la falta de financiamiento local, que constituye un punto relevante en el 18,54% de las respuestas. Este obstáculo está estrechamente relacionado con la necesidad de incentivos para la inversión

y la mejora de la infraestructura de conectividad. La falta de financiamiento puede obstaculizar la inversión en infraestructura necesaria y la implementación de incentivos que son esenciales para atraer inversiones y mejorar la conectividad, ambos identificados como necesidades críticas en el mapa de calor. Además, la importancia estratégica que promete el sector audiovisual en Tierra del Fuego abre puertas para la interacción con los mecanismos de promoción industrial vigentes y el potenciamiento de sinergias intersectoriales no solo con el turismo, sino también con los sectores promovidos en la isla.

La continuidad de las políticas públicas locales y la articulación entre áreas del gobierno local también son desafíos significativos que pueden impactar negativamente en la capacidad de coordinar y mantener iniciativas a largo plazo, esenciales para el desarrollo de infraestructura y capacitación. Por último, las políticas nacionales de fomento que llegan a Tierra del Fuego indican una dependencia significativa de las políticas nacionales, lo cual refuerza la necesidad de asegurar que estas políticas estén alineadas con las necesidades locales identificadas, especialmente en términos de conectividad y apoyo a eventos y capacitación.

Puede decirse, entonces, que la interrelación entre las demandas de política y las necesidades planteadas por los trabajadores del sector resalta la importancia de una estrategia integral que sea capaz de abordar tanto la implementación efectiva de políticas como la mejora del financiamiento y la infraestructura. La promoción de una mayor inversión privada aparece también como un aspecto clave. Además, de todo lo anterior se desprende la oportunidad del fortalecimiento técnico de los recursos humanos hacia nichos especializados.

Síntesis, reflexiones y posibles caminos de transformación

La industria audiovisual en Tierra del Fuego es un sector pujante y de consolidación gradual en la provincia. Ello, sin embargo, no lo limita para posicionarse como un sector clave, con potencialidad de impactar de manera transformadora la economía local. Su desarrollo implicaría no solo diversificar las fuentes de ingreso y empleo en la región, sino también posicionar a Tierra del Fuego como un polo creativo que aprovecha ventajas locales que van más allá de su singular ubicación geográfica y paisajes únicos. Esta actividad no solo promueve la identidad cultural local y la visibilidad en el escenario nacional e internacional, sino que también puede generar sinergias con otras industrias, como el turismo, el entramado institucional y la producción de tecnologías, estimulando un ecosistema económico más robusto y diversificado. En este contexto, entender las capacidades y desafíos del sector audiovisual se vuelve esencial para diseñar estrategias efectivas que potencien su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

El análisis inaugural presentado aporta nueva información sobre el sector audiovisual en la región y ofrece una oportunidad para interpelar en detalle las características centrales de las capacidades de los actores involucrados. Al examinar los conocimientos existentes, trayectorias y experiencias de los actores de este entramado productivo, se puede obtener un primer panorama de la diversidad de habilidades y especializaciones, así como de las dinámicas laborales que predominan en la isla. Este análisis detallado proporciona una base para comprender mejor las necesidades y potencialidades del sector, contribuyendo a la formulación de políticas y estrategias de desarrollo más informadas.

El sistema de producción audiovisual en Tierra del Fuego se distingue por su capacidad de resaltar la identidad cultural y los paisajes únicos de la región. Este enfoque específico e intransferible no solo refuerza la cultura local, sino que también atrae proyectos nacionales e internacionales interesados en la autenticidad del entorno fueguino y las condiciones de acceso a sus recursos profesionales (por ejemplo, el salario devaluado por el tipo de cambio). En ese marco, Tierra del Fuego se posiciona simultáneamente como un destino atractivo para la producción de contenidos que buscan originalidad y un contexto singular, y como un espacio de disponibilidad de competencias técnicas y capacidades flexible y heterogéneo, capaz de responder tanto a grandes proyectos y producciones nacionales e internacionales como a emprendimientos unipersonales e informales.

Desde una perspectiva teórica, el desarrollo de capacidades es fundamental para la competitividad en las industrias culturales y creativas. Como señalan Pratt (2012) y Hesmondhalgh (2013), estas industrias dependen de un equilibrio dinámico entre la innovación tecnológica y la creatividad artística, lo que requiere un conjunto diverso de habilidades y conocimientos técnicos. Las capacidades tecnológicas, en particular, juegan un papel crucial en la mejora de las implementaciones creativas y en la expansión de las oportunidades de mercado, permitiendo a los profesionales no solo adaptarse a las cambiantes demandas, sino también acompañar e incluso generar innovaciones dentro de la industria audiovisual. Además, aportes clave como el de Teece (2007) también señalan la importancia de integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas, que no solo implican conocimientos técnicos, sino que también le otorgan un rol protagónico al entorno y a la habilidad para colaborar efectivamente para adaptarse de manera sistémica y colectiva a las nuevas tendencias del mercado.

El sector audiovisual en Tierra del Fuego se caracteriza por una diversidad de capacidades, lo cual refleja la convivencia de características del sector a nivel nacional (Borello *et al.*, 2023; Saura, 2021: Borello *et al.*, 2019-a) e internacional (Cunningham y Flew, 2019; Flew, 2012), con singularidades emergentes de las condiciones locales. Entre los aspectos diferenciadores, se destaca la capacidad de adaptación y supervivencia en un mercado de

tamaño reducido, hecho que parece haber fomentado una alta versatilidad y multifuncionalidad. Lo anterior se manifiesta en la habilidad de desempeñar múltiples roles dentro de un proyecto, desde producción hasta intervenciones técnicas. Este fenómeno se observa también en otras regiones con mercados poco desarrollados (Borello *et al.*, 2019-b), pero en Tierra del Fuego adquiere un carácter distintivo debido a su lejanía geográfica, a la condición insular y al aislamiento que esto conlleva. Esta multifuncionalidad reviste, simultáneamente, una fortaleza y una debilidad, ya que, si bien estos perfiles heterogéneos son capaces de brindar soluciones versátiles, también pueden atentar contra el desarrollo de trayectorias de especialización profundas y específicas y, consecuentemente, limitar el acceso a los mercados técnicos más exigentes.

Desde una perspectiva tecnológica, el sector enfrenta desafíos comunes a muchas regiones periféricas (Kataishi, 2022), como el acceso limitado a equipamientos avanzados y a una infraestructura de conectividad robusta. Sin embargo, lo singular en Tierra del Fuego es que, a pesar de la crónica vacancia en estos aspectos, el sector ha evidenciado un comportamiento dinámico y pujante. Esta capacidad para sobrevivir bajo restricciones sistémicas es un activo valioso que puede ser aprovechado mediante políticas que faciliten el acceso a recursos y fomenten la creación de redes de apoyo entre profesionales y empresas del sector.

El relevamiento, además, destaca diversas áreas de *expertise* que configuran perfiles versátiles y altamente capacitados para enfrentar los desafíos del mercado. En general, los respondentes señalan poseer habilidades en producción y realización, edición y posproducción, fotografía y cámara, sonido y música, así como animación y efectos visuales. Estos perfiles implican, simultáneamente, el manejo de competencias digitales esenciales para crear y distribuir contenido a través de plataformas modernas. También destacan las competencias de coordinación y gestión de proyectos, lo que les permite liderar equipos de trabajo y asegurar la ejecución exitosa de producciones de pequeña y mediana escala, o sumarse a proyectos de mayor envergadura de forma sinergial.

En términos de la inserción laboral, el estudio identifica un patrón dual en el que algunos profesionales dependen exclusivamente del sector para su sustento, mientras que otros utilizan la actividad como fuente de ingresos complementarios. Este fenómeno refleja la estructura del mercado laboral local, donde coexisten tanto profesionales consolidados como aquellos con una inserción más precaria. Esta característica no es exclusiva del ecosistema fueguino, ya que, según un informe del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA, 2020), hay una coexistencia de empleos formales e informales, especialmente en las regiones del interior, donde la industria enfrenta limitaciones en la escala de proyectos y oportunidades laborales estables. Esta observación complementa la singularidad de que los perfiles senior son, al igual que en el resto del interior del país, menos frecuentes que

en los grandes mercados metropolitanos, limitando la presencia de experiencia avanzada en el sector.

La informalidad es otra dimensión importante que emerge como característica, con una alta prevalencia de relaciones esporádicas e informales, deslizan la presencia de rasgos de una economía "gig", en donde las relaciones del trabajo se estructuran por proyecto. Esto contrasta con el creciente interés en la capacitación continua, donde los profesionales buscan mejorar sus habilidades para mantenerse al día con las nuevas tecnologías y demandas del mercado. Las instituciones educativas locales desempeñan un papel crucial en este aspecto, ofreciendo programas especializados que ayudan a profesionalizar el sector. La presencia de jóvenes profesionales es significativa, lo que resulta estimulante, ya que suele aportar nuevas perspectivas y competencias tecnológicas que dinamizan la industria. Sin embargo, las condiciones laborales de este segmento son variables, con una mezcla de condiciones formales part-time y relaciones informales, y una dependencia considerable de la economía de proyectos temporales, lo que plantea desafíos importantes en el desarrollo profesional a largo plazo.

En términos de las necesidades, las más importantes para el sector audiovisual en Tierra del Fuego incluyen una mejor conectividad, el acceso a capacitación continua y la inversión pública y privada en infraestructura y recursos. Estas necesidades son fundamentales para abordar las limitaciones actuales y mejorar la competitividad en el mercado global.

La estructura existente del sector, caracterizada por una variedad de perfiles, *expertises* y niveles de dedicación, está íntimamente relacionada con las necesidades identificadas. Las necesidades de mejor conectividad, capacitación e inversión reflejan esta complejidad, sugiriendo que las estrategias deben considerar estos factores como complementarios y no como compartimentos aislados. Las redes colaborativas son esenciales en este sentido, especialmente en producciones independientes o de menor escala, donde la cooperación y el trabajo en red pueden contribuir a superar las limitaciones locales de infraestructura, financiamiento y capacidades. Esto es particularmente relevante en un contexto donde las necesidades de capacitación y conectividad son urgentes, y las inversiones estratégicas pueden transformar el sector en un motor de desarrollo económico y cultural para la región.

En términos de formación y desarrollo de talento, el sector fueguino muestra un interés en la capacitación y la especialización en áreas emergentes como la animación y los efectos visuales. Este enfoque refleja una comprensión de la necesidad de alinear las capacidades locales con las demandas del mercado global, lo que podría ser potenciado mediante la colaboración con instituciones educativas y la implementación de programas de formación específicos.

Para potenciar el desarrollo del sector audiovisual en Tierra del Fuego, es esencial implementar acciones estratégicas que aborden tanto la infraestructura como la capacitación y especialización profesional. Mejorar la conectividad y

el acceso a equipamientos avanzados, así como la incorporación de más y mejor tecnología de banda ancha y de centros de recursos técnicos compartidos, aumentará la competitividad del sector. Además, fomentar la especialización en áreas como animación, efectos visuales y realidad aumentada puede abrir nuevas oportunidades de mercado. En tal sentido, los centros de recursos compartidos parecen ubicarse como fundamentales para el desarrollo del sector audiovisual, ya que podrían proporcionar acceso a equipos y tecnología avanzada que de otro modo serían inaccesibles para muchos profesionales. Estos centros tienen el potencial de fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los diferentes actores del sector, creando un entorno promotor de la innovación. Al centralizar recursos y facilitar el acceso equitativo a la tecnología, este tipo de estrategias podría contribuir a mejorar las condiciones del sector minimizando los recursos involucrados, aunque su efectividad dependerá del apoyo institucional disponible y de las sinergias y aperturas que se brinde a distintos actores. La contrapartida de generar *efectos lock-in*, o accesos selectivos de determinados grupos sobre otros, es una patología típica de los contextos periféricos extremos (Ortiz y Kataishi, 2024) que debe tender a superarse.

En todo esto, es evidente que el desarrollo de políticas públicas integrales es crucial para crear un entorno favorable para el crecimiento. Esto incluye incentivos para la inversión privada y para la capacitación en áreas clave, así como la necesidad de una articulación efectiva entre diferentes niveles de gobierno para asegurar coherencia en las estrategias de desarrollo. Aprovechar las sinergias entre el sector audiovisual y otras industrias locales, como el turismo y la manufactura, puede generar nuevas y originales oportunidades de crecimiento y diversificación económica, reforzando así la economía local y posicionando a Tierra del Fuego como un polo creativo y productivo. Estas limitaciones podrían ser superadas a través de inversiones estratégicas, las cuales deberían articularse con sectores complementarios, como la manufactura promocionada, que ya cuenta con incentivos económicos y logísticos en la región y que prevé un fondo de financiamiento para la diversificación productiva de la isla.

Para que esto sea posible, la articulación multinivel y el papel de estrategias nacionales y regionales es clave. Esto implica coordinar políticas que faciliten el flujo de recursos y conocimientos entre distintos sectores, asegurando que las iniciativas locales se alineen con los objetivos nacionales de desarrollo. La colaboración entre el gobierno, el sector privado y las instituciones educativas puede fortalecer la infraestructura necesaria y potenciar el talento local, creando un ecosistema que no solo atraiga inversiones, sino que también retenga a los profesionales capacitados en la región. De esta manera, Tierra del Fuego puede maximizar su potencial como un hub de innovación y creatividad, capaz de competir en el mercado global mientras fortalece su economía local.

Sin embargo, el panorama no es prometedor ni para la industria nacional audiovisual ni para las producciones del interior debido a las recientes medidas implementadas por el gobierno de Javier Milei. Estas incluyen la *defunding* del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y de otras instituciones culturales, así como la reducción de fuentes de financiamiento autónomas o alternativas, lo que implica a todas luces un retroceso significativo para el sector. Este escenario, atravesado por un lamentable deterioro institucional que alcanza la censura de contenidos (entre otros, se ha vedado el financiamiento y reproducción de obras que traten temáticas como los feminismos, la ecología o la diversidad sexual), está desfasado de los requerimientos actuales de la actividad y representa una estrategia retrógrada y alarmante, especialmente considerando que el sector audiovisual es un difusor clave de visiones críticas, un elemento central en cualquier democracia.

En este contexto, el sector audiovisual de Tierra del Fuego parece estar por su cuenta. Ante la ausencia de políticas de orden nacional, son los diferentes niveles del gobierno local quienes deberán asumir el desafío de apoyar y hacer florecer la industria, desarrollando políticas que fomenten la creatividad, la inversión y la colaboración intersectorial para asegurar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Referencias bibliográficas

Blair, H. (2001). "'You're only as good as your last job': The labour process and labour market in the British film industry". *Work, Employment and Society*, vol. 15, nº 1, pp. 149-169.

Borello, J. A.; Ascúa, R.; Barberis, N. y González, L. (2023). "Características de la producción audiovisual en Argentina". *Realidad Económica*, vol. 353, nº 1, pp. 9-38.

Borello, J. A.; Barberis, N. y Ascúa, R. (2019-a). "La producción audiovisual argentina y sus procesos de innovación". *Realidad Económica*, vol. 325, nº 1, pp. 35-64.

Borello, J.; Motta, J. y Fleitas, G. (2019-b). "Políticas subnacionales de fomento a la producción audiovisual en la Argentina: Trayectoria, tipos de instrumentos y perspectivas". *Imagofagia*, nº 19, pp. 514-541. Disponible en: http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/153.

Brixner, C. y Kataishi, R. (2023). "El modelo de desarrollo de la industria en Tierra del Fuego, su trayectoria sobre la base de las importaciones, y los desafíos de la interacción productiva en cadenas globales de

valor". En *XXIX Red PyMEs Mercosur*. UNTDF-CONICET, Córdoba, Argentina.

Brixner, C.; Urcelay, F. y Kataishi, R. (2023). "La política industrial como entramado normativo: una aproximación sistémica para comprender el subrégimen de Tierra del Fuego (TDF) y la Ley 19640". En *XXIX Red PyMEs Mercosur*. UNTDF-CONICET, Córdoba, Argentina.

Car, V. (julio-septiembre de 2019). "Comunicación y territorios: el caso de Tierra del Fuego". *Question*, vol. 1, nº 63.

Christopherson, S. (2008). "Beyond the self-expressive creative worker: An industry perspective on entertainment media". *Theory, Culture & Society*, vol. 25, nº 7-8, pp. 73-95.

CIECTI (2018). *Lineamientos estratégicos para la política de CTI. Tierra del Fuego*. Buenos Aires: CIECTI (Dirección: Fernando Porta (CIECTI) y Gustavo Baruj (CIECTI) Consultores responsables: Florencia Balestro, Rodrigo Kataishi, Juan Ignacio García, Carolina Hernández. Contraparte provincial: Daniel Martinioni, Walter Bogado).

Cunningham, S. y Flew, T. (2019). *A Research Agenda for Creative Industries*. Edward Elgar Publishing.

Deluca, Juan Pablo y Kataishi, Rodrigo Ezequiel (2022). "La promoción industrial como instrumento central de la economía política y del ejercicio de soberanía en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur". En *Ciudad de la soberanía: Rio Grande, Malvinas y la construcción de la Argentina Bicontinental*, Juan Augusto Rattenbach (compilador). Río Grande/ Buenos Aires: Municipio de Río Grande/ Universidad Nacional de la Defensa, págs. 187-208.

Flew, T. (2012). *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: Sage.

Gallo, M. y Kataishi, R. (2024). "Nuevas estrategias de explotación energética en La Patagonia: elementos preliminares para comprender el caso del Hidrógeno Verde". En *Asimetrías territoriales en Ciencia, Tecnología e Innovación: Redes federales e interinstitucionales para la evaluación de propuestas e itinerarios posibles en la Argentina actual*. Workshop PISAC CTI 2024, Universidad Nacional de San Juan-Universidad Nacional de Río Negro, Argentina.

Hallak, J. C.; Park, L. y Bentivegna, B. (2023). *Reformulación del subrégimen industrial de Tierra del Fuego: propuesta y simulación de impactos esperados*. Buenos Aires: Fund.Ar (Documento de Trabajo, 2). https://fund.ar/publicacion/transformacion-del-subregimen/

Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. London: Sage.

Hesmondhalgh, D. y Baker, S. (2011). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.

INDEC (2022). *Censo nacional económico 2020-2021. Resultados provisorios*. Buenos Aires: INDEC.

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) (2020). *Informe Anual del Sector Audiovisual 2020*. Buenos Aires: INCAA.

Kalleberg, A. L. y Dunn, M. (2016). "Good jobs, bad jobs in the gig economy". *Perspectives on Work*, vol. 20, pp. 10-14.

Kataishi, R. (2022). "La Dinámica Reciente de la Industria Fueguina: Elementos Clave Para Su Abordaje Conceptual". En *Segundas Jornadas de Economía de Tierra del Fuego*. IDEI-UNTDF, Río Grande, 3 de diciembre.

Kataishi, R.; Brixner, C.; Cala, D. y Niembro, A. (2023-a). "Crisis, resiliencia e innovación en sectores estratégicos: Reconfiguraciones en el complejo turístico de Tierra del Fuego". *Revista Tiempo de Gestión*, nº 34, segundo semestre, p. 7.

Kataishi, R.; Roulier, C. y Ruíz Díaz, R. (2023-b). "Nuevas tecnologías y sustentabilidad en la acuicultura: una discusión sobre las estrategias de diversificación para el desarrollo en Tierra del Fuego, Argentina". *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*. Disponible en: https://doi.org/10.37388/unicen/est.34.155.

Kataishi, R. y Welsch Casagni, C. (2022). "Hidrocarburos y el Mar Argentino". En *Una Nación en el Mar: la proyección argentina desde la Cuenca del Plata al Polo Sur a través de Malvinas y el Atlántico Sudoccidental* (pp. 78-97). OCIPEX.

Lattanzi, J. P.; Daicich, O.; Jaldín, S. y Bellofatto, B. (julio de 2021). "Entre desafíos e ilusiones: La producción audiovisual en Tierra del Fuego (2009-2019)". *Sociedad fueguina*, nº 8, pp. 6-15. Instituto de Cultura Sociedad y Estado Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Legoupil, D. y D. Chevallay (2017). "La terre de feu (1925): un documental francés sobre los indígenas de Patagonia y Tierra del Fuego". *Magallania*, 45(2), 67–80. Recuperado a partir de https://www.magallania.cl/index.php/magallania/article/view/968

Markusen, A. (2010). "Organizational complexity in the regional cultural economy". *Regional Studies*, vol. 44, nº 7, pp. 813-828.

Menger, P. M. (1999). "Artistic labor markets and careers". *Annual Review of Sociology*, vol. 25, nº 1, pp. 541-574.

Motta, J. J.; Morero, H. A. y Mohaded, N. M. (octubre de 2013). "La interacción entre las instituciones y la producción cinematográfica y de contenidos para TV en Córdoba". *Imagofagia*, nº 8. Buenos Aires: Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (AsAECA).

Naranjo, C. (2023). *Los dispositivos de evaluación de carreras enfocados en la participación estudiantil: una propuesta de innovación en la Licenciatura de Medios Audiovisuales de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego* [Trabajo final integrador Especialización en Docencia Universitaria (modalidad a distancia)]. Universidad Nacional de La Plata.

Ortiz, M. E. y Kataishi, R. (2024). "Manifestaciones institucionales de la condición periférica en el Extremo Sur (o una expresión posible de las asimetrías territoriales)". En *Asimetrías territoriales en Ciencia, Tecnología e Innovación: Redes federales e interinstitucionales para la evaluación de propuestas e itinerarios posibles en la Argentina actual*. Workshop PISAC CTI 2024, Universidad Nacional de San Juan y Universidad Nacional de Río Negro, Argentina.

Pratt, A. C. (2012). "Cultural industries and public policy: An oxymoron?". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 18, nº 4, pp. 319-331.

Roitter, M. (1987). *La industrialización reciente de Tierra del Fuego*. Buenos Aires: CEPAL (Programa CFI-CEPAL; Perspectivas de reindustrialización y sus determinantes regionales [PRIDE]. Documento nº 13. CFI; publicación CEPAL G-102).

Romano, S. A.; Kataishi, R. E. y Durán, L. (2018). "La promoción industrial en Argentina: entramado normativo para el caso de la ley 19.640". *Economía, sociedad y territorio*, vol. 18, nº 58, pp. 947-976.

Saura, G. (2021). "Economía y pantallas: ¿Cómo está la industria audiovisual argentina?". *Redacción Mayo*.

Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.

Teece, D. J. (2007). "Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance". *Strategic Management Journal*, vol. 28, nº 13, pp. 1319-1350.

UNESCO (2022). *Repensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global*. UNESCO. Disponible en: https://doi.org/10.58337/ZWFF4891.

ANEXO: Copia del formulario utilizado en el relevamiento

1º Relevamiento del Sector Audiovisual Fueguino

El presente relevamiento se enmarca dentro del Proyecto de Investigación PII-IDEI "Caracterización del sector audiovisual en Tierra del Fuego: un estado de situación para el diagnóstico de actores, estrategias y redes", Res CIDEI 20/2020, desarrollado por el IDEI y el ICSE de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego. La respuesta de este formulario no supera los 20-25 minutos. Agradecemos su predisposición.

La presente información es de uso confidencial con propósitos de investigación académica y científica.

Sección 1a: Datos Personales

Correo (Obligatorio)
Nombre y Apellido (Obligatorio)
Teléfono de contacto
Edad (Obligatorio)

Género
○ Mujer
○ Hombre
○ No binario
○ Prefiero no decirlo

Lugar de Residencia
○ Río Grande
○ Tolhuin
○ Ushuaia

¿Hace cuántos años vive en Tierra del Fuego?
○ Hasta 1 año
○ Entre 2 a 5 años
○ Entre 5 a 10 años
○ Entre 10 y 20 años
○ Más de 20 años

¿Convive con su familia en Tierra del Fuego?
○ Sí
○ No
○ Prefiero no decirlo

¿Cuál es la cantidad de personas que cohabitan en su hogar? (Incluyéndote, opciones del 1 al 10)

Sección 1b: Formación

¿Cuál es el máximo nivel educativo que ha alcanzado?
○ Hasta Secundario Incompleto
○ Secundario Completo
○ Terciario incompleto
○ Terciario completo
○ Universitario incompleto
○ Universitario completo

¿Actualmente está cursando alguna carrera de educación superior relacionada con el sector AV?
○ Sí, soy estudiante inicial
○ Sí, soy estudiante avanzado
○ No

¿Cuál es el nombre de la institución y carrera que cursa o cursó?

¿Realizó cursos de especialización en alguna rama audiovisual desde 2019?
○ Sí
○ No

¿Tiene conocimiento en idiomas además del castellano?
☐ No
☐ Inglés
☐ Portugués
☐ Francés

Sección 2a: Trabajo

¿Actualmente está ocupado? (Incluye trabajo en relación de dependencia, cuenta propia, empleador, u otras)
○ Sí
○ No

¿Cuántas ocupaciones tiene? (Opciones del 0 al 5)

¿Alguna de sus ocupaciones actuales está vinculada al sector audiovisual?
○ Sí
○ No
○ No, pero estoy interesado/a en trabajar en el sector Audiovisual

¿En qué consiste su ocupación PRINCIPAL? (aunque no esté vinculado al sector audiovisual)

¿Su ocupación principal está vinculada al sector AV?
○ Sí
○ No

¿Qué porcentaje de su TIEMPO MENSUAL le insume su ocupación PRINCIPAL?
○ Hasta el 25%
○ Del 26% hasta 50%
○ Del 51% hasta 75%
○ Del 76% hasta 90%
○ La totalidad de mi tiempo

¿Qué porcentaje de su INGRESO MENSUAL proviene de su ocupación PRINCIPAL?
○ Hasta el 25%
○ De 26% hasta 50%
○ De 51% hasta 75%
○ De 76% hasta 90%
○ La totalidad de mis ingresos
Sección 2c: Actividades en el sector audiovisual

¿Realizó alguna actividad NO RENTADA vinculada al sector audiovisual?
☐ Sí, durante 2019
☐ Sí, durante 2020
☐ No

¿Realizó alguna actividad RENTADA vinculada al sector audiovisual?
☐ Sí, durante 2019
☐ Sí, durante 2020
☐ No

¿Cómo describe la contribución de la actividad audiovisual a su sustento económico?
○ Vivo exclusivamente del audiovisual
○ Complemento ingresos con el sector audiovisual
○ Vivo de actividades vinculadas al sector AV
○ Complemento ingresos con actividades vinculadas al sector AV
○ El sector AV no me genera ingresos

¿Cuál es su forma de contratación laboral más frecuente en el sector audiovisual?
○ Informal
○ Soy Monotributista
○ Contrato eventual
○ Relación de dependencia
○ Soy empleador
○ Prefiero no decirlo
○ No fui contratado

Considerando SÓLO la actividad audiovisual, ¿qué continuidad laboral tuvo durante el año 2019?
○ Hasta 1 mes
○ 2 a 3 meses
○ 4 a 6 meses
○ 7 a 9 meses
○ 10 a 11 meses
○ 12 meses
○ Ninguna

¿Cuál es su profesión en el sector audiovisual?

¿Hace cuántos años que trabaja en el sector AV?
○ Más de 20 años
○ Entre 10 y 20 años
○ Entre 5 y 9 años
○ Entre 2 y 5 años
○ Hasta 1 año
○ No tengo experiencia en el sector

¿Hace cuántos años que trabaja en el sector AV en TIERRA DEL FUEGO?
○ Más de 20 años
○ Entre 10 y 20 años
○ Entre 5 y 9 años
○ Entre 2 y 5 años
○ Hasta 1 año
○ No tengo experiencia en el sector en TDF

¿Cuántos proyectos relacionados con el sector audiovisual realizó durante los últimos 5 años?
○ Ninguno
○ 1
○ 2 a 5
○ 5 a 10
○ Más de 10

¿Cuántos proyectos relacionados con el sector audiovisual está realizando actualmente?
○ Ninguno
○ 1
○ 2 a 5
○ 5 a 10
○ Más de 10

¿Tiene un espacio de trabajo propio para realizar producciones?
Tiene para producciones propias
Está disponible para terceros
☐ Set de filmación (Cámaras y Luces) / Chroma
☐ Para grabación de sonido
☐ Con isla de Edición
☐ Tiene Oficina de Producción / Reuniones

¿Dispone de alguno de los siguientes equipos?
Tiene para producciones propias
Alquila a terceros
☐ Cámaras y lentes
☐ Grip y movimiento
☐ Drone
☐ Luces
☐ Equipo de sonido directo
☐ Isla de Edición
☐ Hardware de Postproducción imagen o sonido

Durante los últimos 5 años desarrolló alguna de las siguientes actividades VINCULADAS al sector audiovisual?
☐ Catering vinculado al sector AV
☐ Alojamiento vinculado al sector AV
☐ Transporte / Logística / Flete al sector AV
☐ Otros Servicios Profesionales (Jurídico, Contable, Seguros) al sector AV
☐ Programación Informática vinculada al sector AV
☐ No realicé actividades vinculadas

¿Cuál es la forma organizacional de su emprendimiento o empresa audiovisual (productora, servicios AV, etc.)?
○ Es un emprendimiento o empresa formal
○ Es un emprendimiento informal
○ No poseo

¿Cuál es su PRINCIPAL área de especialización en el sector audiovisual?
○ Realización Integral
○ Producción
○ Dirección
○ Guión
○ Fotografía y Cámara
○ Sonido
○ Escenografía
○ Vestuario
○ Maquillaje y Peinado
○ Arte & Diseño
○ Edición & Postproducción de Imagen
○ Postproducción de Sonido
○ Motion Graphics / Animación
○ Gestión Cultural y Educación Audiovisual
○ Ninguna

Además de lo señalado en la pregunta anterior: ¿Cuáles son sus áreas de DOMINIO TÉCNICO/PROFESIONAL en el sector audiovisual? (Señale las 3 opciones más importantes)
☐ Realización Integral
☐ Producción
☐ Dirección
☐ Guión
☐ Fotografía y Cámara
☐ Sonido
☐ Escenografía
☐ Vestuario
☐ Maquillaje y Peinado
☐ Arte & Diseño
☐ Edición & Postproducción de Imagen
☐ Postproducción de Sonido
☐ Motion Graphics / Animación
☐ Gestión Cultural y Educación Audiovisual
☐ Ninguna

¿Cuáles son tus áreas de mayor EXPERIENCIA RENTADA en el sector audiovisual? (Señale las 3 opciones más importantes)
☐ Realización Integral
☐ Producción
☐ Dirección
☐ Guión
☐ Fotografía y Cámara
☐ Sonido
☐ Escenografía
☐ Vestuario
☐ Maquillaje y Peinado
☐ Arte & Diseño
☐ Edición & Postproducción de Imagen
☐ Postproducción de Sonido
☐ Motion Graphics / Animación
☐ Gestión Cultural y Educación Audiovisual
☐ Ninguna

¿Tiene experiencia en medios tradicionales?
Tengo Experiencia remunerada
Sé del tema, pero sin experiencia
☐ Radio
☐ Cine

☐ Tv
☐ Publicidad
☐ Video Clips
☐ Institucionales
☐ Eventos Sociales
☐ Otros

¿Tiene experiencia de trabajo en nuevos medios?
Tengo Experiencia remunerada
Sé del tema, pero sin experiencia
☐ Series Web
☐ Social Media / Redes Sociales
☐ Animación
☐ Video Juegos
☐ Transmedia
☐ Realidad Virtual / Aumentada
☐ Espectáculos En Vivo
☐ Arte & Performance

¿Tiene experiencia de trabajo en gestión cultural y educación audiovisual?
Tengo Experiencia remunerada
Sé del tema, pero sin experiencia
☐ Promotor de Ciclos (Cine Club, Ciclos, Patrimonio Audiovisual)
☐ Promotor de Festivales
☐ Laboratorios
☐ Formador / Capacitador / Docente

Tiene experiencia RENTADA durante los últimos 5 años en:
☐ Producciones Internacionales
☐ Producciones Nacionales
☐ Producciones Fueguinas
☐ Co-producciones Nacionales e Internacionales
☐ Proyectos Propios
☐ No

¿Tiene experiencia rentada en largometrajes?
○ Sí
○ No

¿Tiene experiencia rentada en cortogramas?
○ Sí
○ No

¿Tiene experiencia rentada en proyectos digitales y/o interactivos?
○ Sí
○ No

¿Participó de alguna producción audiovisual disponible en alguna plataforma VOD nacional o internacional?
☐ Sí, en plataformas nacionales
☐ Sí, en plataformas internacionales
☐ No

Sección 2.3: Trayectoria en el Sector audiovisual

¿Ejecutó proyectos (producción/realización) impulsados o generados por usted?
☐ Sí, durante 2019
☐ Sí, durante 2020
☐ No

¿Cuáles fueron los modos de financiamiento que utilizó para la realización de sus proyectos audiovisuales?
☐ Bancos privados
☐ Inversores
☐ Financiamiento propio
☐ Instituciones públicas nacionales (INCAA, Gobierno Nacional, etc.)
☐ Instituciones públicas locales (Gobierno Provincial, Municipal, etc.)
☐ Ninguna

¿Participó de concursos o recibió premios por sus trabajos durante los últimos 5 años?
Gané Premios
Participé
☐ Exposiciones y muestras
☐ Festivales
☐ Mercados
☐ Labs
☐ Otros

En 2019, ¿participó de proyectos RENTADOS en el sector audiovisual? ¿Cuáles fueron los orígenes de las producciones?
☐ Tierra del Fuego

☐ Buenos Aires
☐ Resto de Argentina
☐ Internacional: Latinoamérica o España
☐ Internacional: EEUU o Europa
☐ Internacional: Resto del Mundo
☐ Ninguno

¿A qué mercados debería dirigirse una estrategia de desarrollo del Sector AV en Tierra del Fuego?
☐ Tierra del Fuego
☐ Buenos Aires
☐ Resto de Argentina
☐ Internacional: Latinoamérica o España
☐ Internacional: CCCP o Europa
☐ Internacional: Resto del Mundo
☐ Ninguno

En los últimos 5 años: ¿Cumplió el rol de productor-director-presentante de proyectos?
○ Sí
○ No

En los últimos 5 años: ¿Realizó co-producciones?
☐ Sí, con agentes de Tierra del Fuego
☐ Sí, con agentes de Argentina
☐ Sí, con agentes internacionales
☐ No

En los últimos 5 años: ¿Cuánta gente participó contratada en el proyecto más importante que produjo?
○ No tuve proyectos a cargo
○ Lo desarrollé solo
○ 2-5 personas
○ 6-10 personas
○ Más de 10 personas
Sección 3: El contexto de la actividad en Tierra del Fuego

Mencione los Referentes que considera más importantes -calidad de su trabajo, su rol local, etc.- en Tierra del Fuego (Nombre y apellido, cada persona separada por coma)

Mencione las PRODUCTORAS del Sector Audiovisual que considera más importantes en Tierra del Fuego (Nombre, separada por coma)

Mencione referentes del sector audiovisual con los cuales haya trabajado FUERA de Tierra del Fuego en los últimos 5 años (nombre, separados por coma)

Si posee afiliación sindical / Profesional, indique cuál(es). Deje en blanco en caso de no poseer.

Sección 4: Datos de percepción de la realidad del sector

Según su percepción, ¿Cuáles de los siguientes aspectos son los mayores desafíos para TIERRA DEL FUEGO? (Marque hasta 3 opciones)
☐ Políticas nacionales de fomento que llegan a TDF
☐ Implementación de Políticas Públicas locales (Provincia y Municipios)
☐ Continuidad de Políticas Públicas locales (Provincia y Municipios)
☐ Importancia estratégica del sector AV en Tierra del Fuego
☐ Inversión privada asociada al sector AV en Tierra del Fuego
☐ Articulación entre áreas del gobierno local
☐ Financiamiento Local

Según su percepción, ¿Cuáles de los siguientes aspectos son las mayores necesidades para TIERRA DEL FUEGO? (Marque hasta 3 opciones)
☐ Infraestructura de conectividad
☐ Infraestructura vinculada con equipos
☐ Incentivos para la inversión privada
☐ Recursos humanos técnicos especializados
☐ Recursos logísticos
☐ Recursos del entorno (arquitectura, naturaleza, etc)
☐ Vías de exhibición
☐ Desarrollo de espacios de capacitación
☐ Apoyo para la participación en ferias y eventos
☐ Interactuar con otros sectores (Turismo, etc.)

Según su percepción, ¿Cuáles de los siguientes aspectos son los mayores problemas del Sector AV en TIERRA DEL FUEGO? (Marque hasta 3 opciones)
☐ Falta de inversión privada
☐ Falta de acceso a financiamiento
☐ Falta de asociativismo en el sector

☐ Ausencia de una Film Comission TDF
☐ Desconocimiento del sector AV y de sus necesidades
☐ Falta de Desarrollo del mercado local audiovisual
☐ Falta de Desarrollo jurídico, legal y laboral en el sector AV
☐ Dificultad para constituir equipos técnico-artísticos
☐ Falta de conexión con otros sectores (Turismo, etc.)

Según su opinión: ¿De qué manera pueden triplicarse o cuadruplicarse las producciones audiovisuales en Tierra del Fuego?

Si desea, comente brevemente su visión acerca del Sector Audiovisual en Tierra del Fuego (sugerencias, políticas, problemas, propuestas, etc.):

Capítulo 6.
Distribución del consumo cultural de eventos de artes clásicas en la ciudad de Bahía Blanca
Un abordaje sociodemográfico, económico-espacial y cultural

Viviana Leonardi y Marina Tortul

Introducción

El análisis del consumo cultural (CC) ha sido parte de un debate extenso por sus efectos sobre el bienestar individual y colectivo (Monsalve *et al.*, 2020). Por ejemplo, incrementa las habilidades cognitivas y comprensivas, mejora la salud y autoestima, reduce y previene el crimen urbano y mejora la disposición a la tolerancia y no discriminación (Matarasso, 1997; Fernández, 2014; Belfiore y Bennett, 2007; Peters, 2010). Sin embargo, hasta hace muy poco su producción, distribución y apropiación solían concentrarse en términos de edad, género, nivel de educación y localización. Así, el consumo de bienes culturales era un elemento de diferenciación y "la arbitraria distinción entre *alta* o *baja* cultura, cultura *popular* y cultura *selecta* dividía asimétricamente el mundo simbólico en dos grandes campos" (Güell y Peters, 2017: 6). No obstante, los autores mencionan que en la actualidad se observa una disolución de los grandes relatos y avanza el relativismo cultural asociado al derecho a la diversidad, creando una mayor horizontalidad entre los universos simbólicos, hacia la democracia cultural.

Por todo lo mencionado, el acceso generalizado a los bienes culturales debería ser un objetivo prioritario de la política pública. Sin embargo, la existencia de diferentes barreras geográficas y socioeconómicas impiden su

total aprovechamiento como herramienta de desarrollo humano (CEPAL, 2014). Esta problemática se replica en la ciudad de Bahía Blanca (CBB). Por ejemplo, Leonardi *et al.* (2023) encuentran que el consumo cultural en general se concentra en el centro de la ciudad y en algunos barrios cercanos al centro o de nivel socioeconómico alto.

La CBB es una ciudad intermedia, portuaria e industrial, situada en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires. Constituye un relevante nodo de comunicaciones, que la posiciona como uno de los focos económicos, sociales y culturales más sólidos y dinámicos del sur del país (Diez y Pasciaroni, 2018). Su oferta cultural es amplia y pujante, compuesta por artistas e instituciones culturales independientes y de gestión pública. En particular, la producción de artes clásicas es de provisión pública. Específicamente, se concentra en los Organismos Artísticos del Sur (OAS) que dependen del Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires: Ballet del Sur, Orquesta Sinfónica Provincial y Coro Estable de Bahía Blanca.

En este contexto, resulta relevante reconocer cómo es el acceso al consumo de artes clásicas de la ciudad. ¿Se concentra en un grupo definido de personas o abarca a un amplio espectro de la población? ¿Cómo es su distribución espacial? ¿Está concentrada en los barrios más cercanos a la oferta o las personas de barrios periféricos también tienen acceso?

El objetivo principal del trabajo es contrastar la hipótesis de que existen factores sociodemográficos, económico-espaciales y culturales que podrían condicionar el CC (Morrison y West, 1986; Throsby, 2008; CEPAL, 2014; Leonardi *et al.*, 2022) de artes clásicas. Para ello se examina la distribución del consumo de espectáculos de artes clásicas provistos por los OAS en la CBB. Concretamente, se busca examinar si existen diferencias significativas entre los grupos de consumidores y no consumidores de artes clásicas en términos de (1) clases sociodemográficas, (2) clases socioeconómicas y (3) capital cultural.

Para abordar estos objetivos, se emplea una metodología cuantitativa, basada en estadística descriptiva y el análisis espacial, realizado mediante el software QGis. La base de datos se construyó a partir de un trabajo de campo propio realizado entre agosto y diciembre de 2022.

Marco de referencia

El CC como objeto de estudio ha sido abordado desde diferentes campos disciplinares como la sociología y la economía de la cultura. Desde el punto de vista sociológico, Nazif (2007) determina cuatro posiciones sociológicas respecto al consumo de bienes culturales. Estos enfoques analizan el consumo en función a su estratificación y el gusto cultural en las sociedades contemporáneas. El primero sostiene que la condición de clase social puede revelar, con altas probabilidades, el consumo de un bien cultural específico, es decir,

la estratificación social puede explicar el CC. Así, los bienes artísticos de alto nivel (denominados "alta cultura") están ligados al consumo realizado por la élite, mientras que el consumo de cultura de masas a los estratos sociales bajos. Dicho correlato teórico fue defendido por Bourdieu (1979) y se denomina el enfoque de los "destacados".

Un segundo enfoque señala que la distribución del CC sobrepasa los patrones de estratificación social, dado que "el tipo de consumo cultural de las personas no está anclado a la herencia de su clase de origen, sino más bien por proyectos de vida personales, los cuales están marcados por la posibilidad de realizar su propia reconstrucción" (Nasif, 2007: 167-168). Este enfoque es defendido por Giddens (1991), entre otros. Este último sociólogo señala que en aquellas sociedades donde se ha promovido el estado de bienestar, los patrones de CC ya no se explican por las condiciones de clases y estatus. Las reformas que permitieron la movilidad social activaron un fuerte proceso de individualización. Esta posición teórica se denomina cuasiposmoderna.

La tercera vertiente es una síntesis de las dos posiciones anteriores y entiende que el solapamiento entre estratificación social y estratificación cultural es débil, dado que el CC no sigue en forma estricta la distinción élite-clases bajas (Peterson y Simkus, 1992). Los autores mencionados señalan que el CC de la élite ya no está exclusivamente asociado a formas distinguidas de arte, puesto que este también se extiende a algunas otras formas que han estado relacionadas con la cultura de masas y, por otra parte, los miembros de las clases bajas mantienen el consumo de expresiones culturales populares. Esta vertiente denomina a las personas que consumen bienes culturales de distinta índole como "omnívoros".

La cuarta destaca el rol de la familia como una alternativa para explicar el consumo de bienes culturales. Winch (1963) subraya que la familia es la principal puerta de acceso a la vida social. En la misma línea, Tironi *et al.* (2006) mencionan que es el seno de la familia donde se aprenden las normas, valores y todos los aspectos propios de la vida social. Es por ello que un ambiente familiar que valore los bienes artísticos y culturales puede explicar el CC de las generaciones más jóvenes.

Esta última teoría fue también abordada desde el ámbito disciplinar de la economía de la cultura. Lévy-Garboua y Montmarquette (1996) presentan un modelo teórico en el que el consumo de un bien cultural está vinculado a la exposición temprana a dichos bienes. Así, afirman que el gusto por el bien aumenta y eventualmente se nivela porque se ha adquirido un sabor adicional a través de la exposición temprana a ciertos bienes y la experiencia repetida en el consumo. Aquí rescata el rol de la familia, dado que, tal como afirma el cuarto enfoque sociológico, es en el marco familiar en el cual se forman los gustos, preferencias, hábitos y valores.

Sin embargo, los enfoques anteriormente mencionados dejan de lado un aspecto relevante vinculado a la relación que mantiene el CC con el espacio.

Campos (2015) sostiene que el consumo cultural es siempre una actividad situada y que la importancia que se le asigna surge en la relación con otros individuos. Así, "toda obra o bien artístico-cultural es consumido en un determinado contexto de recepción, el cual supone la vinculación de las prácticas de consumo cultural, estructuras institucionales, desarrollos tecnológicos e, incluso, políticas culturales que le otorgan una forma peculiar a las actividades artístico-culturales" (ibíd.: 16). La dimensión territorial refiere a

> modos de ocupación, demarcación y significación del espacio que despliegan los individuos y que se traduce en una visión de sus barrios, de su posición en la ciudad y de la accesibilidad que tienen a servicios de consumo cultural se origina en su condición situada en un lugar y en un tiempo, y que su incidencia en la vida social remite a la representación social que se ha construido sobre su accesibilidad física y territorial (ibíd.: 17).

El autor habla de adherencia territorial, lo cual describe el estado de mayor o menor fijación de un objeto u obra artístico-cultural al territorio de su producción. Este fenómeno puede ser el resultado de múltiples factores, como las redes de distribución, las tecnologías de difusión, etc. Así, los bienes de baja adherencia territorial comparten una misma lógica de circulación, caracterizada por el ingreso directo a los hogares, mientras que aquellos bienes que se caracterizan por requerir del desplazamiento de sus consumidores al lugar donde son distribuidos son clasificados como de "alta adherencia". Este grupo está compuesto por bibliotecas, museos, teatros, danza, conciertos, etc. La necesidad de desplazarse impone cierta limitación al consumo, ya que se deben poseerse recursos y movilidad para acceder a los bienes culturales.

Con relación a la evidencia empírica, la economía de la cultura también ha aportado numerosas investigaciones que analizan los determinantes del CC, reconociendo la existencia de factores que lo impulsan o inhiben. Entre ellos se destacan el nivel de educación, de ingresos de las familias, gustos y preferencias, localización de los bienes, ambiente familiar favorable, entre otros (Morrison y West, 1986; Nazif, 2007; Campos, 2015; Calderón Garzón *et al.*, 2019; Leonardi *et al.*, 2023; entre otros).

Morrison y West (1986), con una muestra de 340 individuos, analizan la asistencia a museos y a eventos de artes escénicas en Ontario, Canadá. Los resultados sugieren que la educación y el ingreso son variables que explican la probabilidad de asistir a eventos, además de que la "exposición temprana" es la clave para la demanda futura.

Nazif (2007) estudia determinantes de asistencia a obras de teatro, danza, espectáculos de música en vivo, exposiciones de arte y circo en Chile sobre la base de la encuesta nacional de consumo cultural 2005 realizada por el Consejo Nacional de la Cultura y la Artes. El autor encuentra que la educación, la

realización de actividades artísticas y un ambiente familiar propicio influyen positivamente en el consumo.

En Colombia, sobre una muestra de 17.670 datos obtenidos en la Encuesta de Consumo Cultural realizada por el Departamento de Administración Nacional de Estadística (DANE, 2016), Calderón Garzón *et al.* (2019) estudian los determinantes de la asistencia a diferentes bienes culturales e identifican dos perfiles de consumidores culturales. El primero se ve representado por las variables sociodemográficas estado civil, edad y participación en el sistema de educación (asistencia educativa), las cuales repercuten directamente en la asistencia a bibliotecas. El segundo impacta sobre la asistencia a ferias, galerías, museos, exposiciones, danzas, casas de la cultura y ópera. Las variables que explican el consumo son el sexo y la región donde habitan los asistentes.

Por su parte, Leonardi *et al.* (2022) realizan un análisis empírico del CC en la CBB sobre un relevamiento propio. Dicho estudio revela que la exposición a una edad temprana a actividades culturales y el desarrollo del individuo en un ambiente familiar propicio al consumo cultural tienen un efecto positivo sobre el CC.

Con relación al CC y la vinculación con el territorio, Campos (2015) estudia algunos de los aspectos que inciden en el CC en Chile desde una perspectiva territorial. El análisis lo lleva a cabo a través de una muestra realizada a 4176 casos. Los resultados de la investigación muestran que la zona geográfica donde está ubicada la población determina su acceso a los bienes y servicios culturales; si la oferta es limitada en el territorio, disminuye la probabilidad de asistencia a estos espacios.

En el mismo año, Correa *et al.* (2015), citado en Campos (2015), encuentran que la cercanía o el fácil acceso a los teatros es un factor determinante en la elección de las salidas –cuestiones que apelan al sentido de lo práctico, lo funcional–, sostenida en la búsqueda de la accesibilidad al destino del evento. Así, la cercanía a la oferta hace que el consumidor cultural vea con mayor viabilidad el destinar parte de su tiempo de ocio a este tipo de espectáculos.

Leonardi *et al.* (2023), sobre la misma base de datos trabajada en la investigación publicada en 2022, encuentran que el CC en CBB en general se concentra en el centro de la ciudad y en algunos barrios cercanos al centro o de nivel socioeconómico alto.

En este contexto y dado este marco de referencia teórico, se plantea como hipótesis de trabajo que el CC de artes clásicas en la CBB, como bien de alta cultura, podría estar condicionado por factores sociodemográficos, económico-espaciales y culturales propios de los individuos.

Metodología

Para corroborar la hipótesis del trabajo, se estudia si existen diferencias entre el grupo de consumidores y no consumidores de artes clásicas de la CBB, para lo cual se realiza un relevamiento propio. A continuación, se describe la metodología empleada para recoger los datos y para llevar a cabo el análisis.

Metodología de diseño, recolección y validación de la muestra

La etapa de diseño involucró la construcción del cuestionario y la determinación de las características del método muestreo. Con relación al diseño de la encuesta, se eligió un cuestionario estructurado en cinco secciones. La primera apunta a captar el grado de conocimiento, participación y gusto de los entrevistados por las funciones ofrecidas por cada organismo de los OAS. La segunda, a conocer valoración social de dichos cuerpos artísticos. La sección tres intenta determinar la valoración económica de los OAS. La sección cuatro, conocer las características del ambiente cultural del encuestado, tanto actual como de su infancia. Finalmente, la sección cinco releva su situación demográfica y socioeconómica.

Se optó por un método de muestreo no probabilístico e incidental. Se estableció como unidad muestral a los residentes de la CBB mayores de dieciocho años. Considerando que el tamaño de la población del aglomerado Bahía Blanca-Cerri mayor de dieciocho años se estima en 243.794 habitantes (INDEC, 2023), es decir que se aproxima a infinito, el tamaño óptimo de la muestra se define como (1)[1] (Leonardi y Laumann, 2018).

$$n = \frac{Z^2\, p\, q}{e^2} \quad (1)$$

Donde n es el tamaño de la muestra, p es la proporción de la población que presenta la característica bajo estudio y q es igual (1-p), Z es el estadístico asociado a la distribución normal para un determinado nivel de confianza (para un nivel de confianza de 95% Z=1,96) y e es el error muestral aceptado.

Se estipula trabajar con un error máximo de muestro de 5% y un nivel de confianza de 95%; entonces el tamaño de la muestra debe ser de 384 observaciones. Asimismo, se busca tomar una muestra estratificada para mantener la representatividad de los grupos poblacionales en términos sexo, edad y nivel educativo.

Para recolectar los datos se llevó a cabo un trabajo de campo híbrido que combina técnicas y la realización de encuestas de modo virtual y presencial. La encuesta virtual se efectuó mediante Google Form entre agosto y diciembre

1 Tamaño óptimo de una muestra para poblaciones > 100.000 habitantes.

2022. El relevamiento presencial se realizó entre octubre y diciembre en espacios públicos para captar diferentes perfiles de personas. Los lugares seleccionados fueron el Parque de Mayo, el Paseo de las Esculturas y diferentes plazas y supermercados de alcance barrial.

Metodología para el análisis de datos

Previo al análisis orientado a comprobar la hipótesis del trabajo, se evalúa la muestra obtenida para asegurar su validez. En este sentido, primero se analiza la representatividad de la muestra en términos de tamaño. Conociendo la cantidad de encuestas válidas efectivamente realizadas, se determina el error muestral máximo con el que se trabaja de acuerdo con (1).

Segundo, se evalúa la representatividad de cada estrato sociodemográfico considerando sexo, edad, educación y localización de la muestra y la población mayor de dieciocho años. La bondad de ajuste de la muestra en términos de sexo (mujer-varón), grupo etario (18-40; 41-60; más de 60) y nivel educativo (primario, secundario, superior) se analiza considerando como parámetro poblacional aquel que surge de la EPH (INDEC, 2023) expandida del aglomerado Bahía Blanca-General Cerri. Por su parte, la bondad de ajuste de la distribución espacial de la muestra se realiza considerando los datos censales de 2010 (INDEC, 2010). Para ello, primero se clasifican las áreas de residencias[2] según la cantidad de personas mayores de dieciocho que habitan en ellas. Quedan conformados cuatro grupos, a saber: muy poco poblado, que hace referencia al primer cuartil (q1) e incluye áreas geográficas de hasta 1832 mayores de dieciocho años; poco poblado representa al segundo cuartil (q2), entre 1833 y 2655; medianamente poblado, el tercer cuartil (q3), entre 2656 y 4153, y altamente poblado, el cuarto cuartil (q4), entre 4154 y 37.800. Se compara si existen diferencias significativas entre la proporción de encuestas realizadas en cada grupo y la proporción de la población mayor de dieciocho que reside en cada grupo. En todos los casos, se realiza el test de hipótesis de igualdad de proporciones, donde el estadístico de prueba se distribuye como una Chi cuadrado.

Para abordar el objetivo del trabajo, se estudia si existen diferencias significativas entre los grupos de consumidores y no consumidores de artes clásicas en términos de diferentes factores. Para definir estos grupos, se utiliza como variable dependiente ASISTE, que indica si el entrevistado asistió o no alguna vez a algún espectáculo de los OAS. En todos los casos, se analiza el test de independencia Chi cuadrado para estudiar si existe una relación significativa

2 Las áreas de residencia son áreas sociogeográficas similares a los barrios. Fueron construidas por PUE (2017) y denominadas puntos muestra para llevar a cabo un estudio socioeconómico en la CBB, como el agrupamiento de un cierto número de radios censales definidos por INDEC (2010). Se determinan 70 áreas de residencia en la CBB.

entre las variables independientes o factores y la variable dependiente. Se analizan tres tipos de factores condicionantes:

Características sociodemográficas: sexo (varón-mujer), grupo etario (18-40; 41-60; más de 60) y nivel educativo (primario, secundario, superior, posgrado).
Características económicas y espaciales: condición laboral (ocupado, desocupado, inactivo) y localización (áreas de residencia de nivel socioeconómico alto, medio alto, medio bajo, bajo). Siguiendo a Leonardi *et al.* (2023), la clasificación de las diferentes áreas de residencia en términos socioeconómicos se realiza en función a la proporción de promedio de hogares con necesidades básicas insatisfechas (NBI). Los cortes se realizan en términos de cuartiles. Las áreas con menos de 1,23% promedio de hogares con NBI pertenecen al nivel socioeconómico alto; entre 1,23% y 2,60%, medio alto; entre 2,61% y 5,84% medio bajo, y entre 5,85% y 18% bajo.
Capital cultural: entorno familiar donde creció el entrevistado (nada favorable al desarrollo cultural, poco, bastante, completamente).

Resultados

La evaluación de la muestra indica que se obtuvieron 398 respuestas válidas. Dado el tamaño de la población y el nivel de confianza establecido, el error de muestro queda determinado en 4,9%. Así, la muestra es representativa en términos de tamaño.

No obstante, algunos estratos están sobrerrepresentados, como mujeres, jóvenes, personas con educación superior y personas que residen en áreas poco pobladas. Con relación a la localización en áreas muy poco pobladas y medianamente pobladas, a la cantidad de adultos de edad media y de personas con estudios secundarios, la muestra no manifiesta sesgos significativos (tabla 1). La figura 1 esquematiza la representatividad espacial de la muestra.

Tabla 1. Composición de la muestra

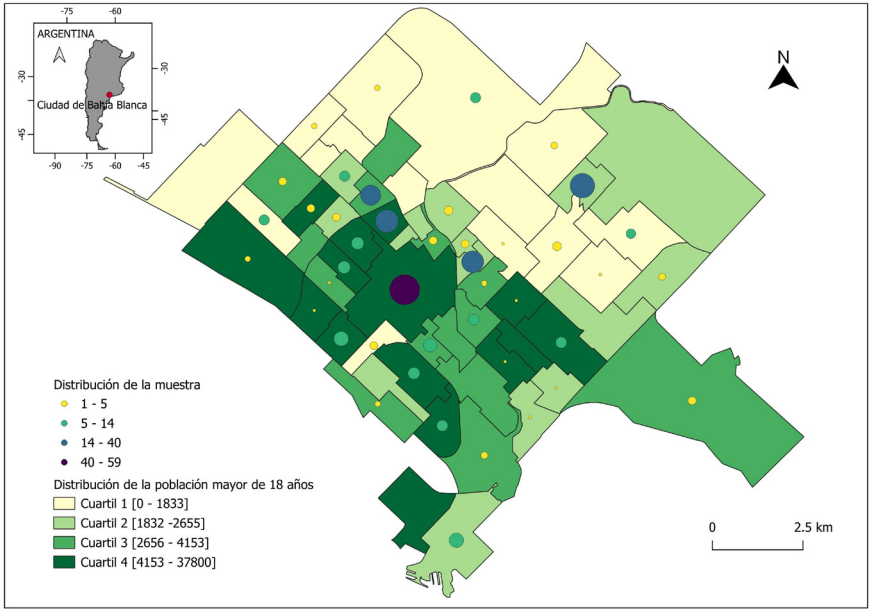
Variable	Categoría	Muestra		Población		Test
		Ni	%	Ni	%	P value
Sexo	Mujer	233	59	128.884	53	0,0267
	Varón	163	41	114.910	47	0,0157
Edad	18-40	232	58	106.135	44	0,0000
	41-60	124	31	75.409	31	0,946*
	Más de 60	42	11	32.250	25	0,0000

Variable	Categoría	Muestra		Población		Test
		Ni	%	Ni	%	P value
Máximo nivel educativo	Primario	19	5	51.200	21	0,0000
	Secundario	182	46	100.462	41	0,055*
	Superior	197	49	92.132	38	0,0000
Área de residencia	Muy poco poblado	38	10	16.760	8	0,1412*
	Poco poblado	111	29	31.793	15	0,0000
	Medianamente poblado	67	18	46.972	22	0,0448
	Altamente poblado	162	43	121.017	56	0,0000

*No rechazo H0 de igualdad de proporciones con un 95% de confianza.

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo y INDEC (2023).

Mapa 1. Representatividad de la muestra (ciudad de Bahía Blanca, Argentina)



Fuente: elaboración propia.

Con relación al consumo de artes clásicas, 225 encuestados declaran hacer asistido a eventos de los OAS. De esta forma, el grupo de consumidores de artes clásicas de la ciudad está conformado por 57% de la población bahiense mayor de dieciocho años.

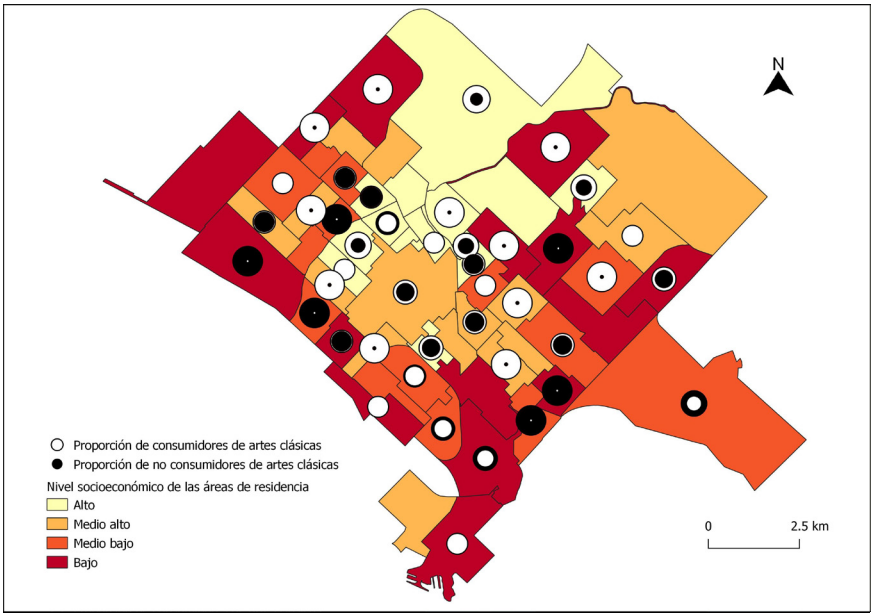
La tabla 2 presenta las relaciones entre la variable ASISTE y los factores sociodemográficos, socioeconómicos y culturales. Con relación a las características sociodemográficas, se verifica que la edad y el nivel educativo podrían ser condicionantes del consumo de artes clásicas. Hay evidencia significativa en este sentido: es más probable que los consumidores de artes clásicas sean personas mayores a cuarenta años, con estudios de superiores y de posgrado. Por el contrario, los no consumidores suelen ser jóvenes y personas con nivel educativo secundario. Además, el sexo no parece ser un condicionante del consumo.

Tabla 2. Relación entre el consumo de artes clásicas y los factores condicionantes

Factores condicionantes	Variable	Categoría	No consumidor		Consumidor		Test de independencia
			ni	%	ni	%	P value
Socio. demográficos	Edad	18-40	130	56	102	44	
		41-60	30	24	94	76	
		Más de 60	13	31	29	69	0.0000*
	Máximo nivel educativo	Primario	8	42	11	58	
		Secundario	91	50	91	50	
		Superior	68	42	95	58	
		Posgrado	6	18	28	82	0.0006*
Económico-espaciales	Condición laboral	Desocupado	10	71	4	29	
		Inactivo	75	53	66	47	
		Ocupado	88	36	155	64	0.0001*
	Nivel del área de residencia	Alto	71	38	115	62	
		Medio alto	29	32	62	68	
		Medio bajo	28	57	21	52	
		Bajo	25	48	27	52	0.018*
Culturales	Entorno familiar favorable al dllo cultural	Nada	37	61	24	39	
		Poco	72	47	82	53	
		Bastante	40	38	66	62	
		Completamente	23	31	52	69	0,002*

Fuente: elaboración propia.

Mapa 2. Distribución de los consumidores y no consumidores de artes clásicas según nivel socioeconómico de las áreas de residencia (ciudad de Bahía Blanca, Argentina)



Fuente: elaboración propia.

Por su parte, los factores económicos y de localización también podrían resultar condicionantes del consumo de artes clásicas. De esta forma, la evidencia indica que los asistentes de los OAS en general son aquellos con una mejor situación laboral (ocupado) y que residen en las áreas de nivel socioeconómico alto y medio alto (tabla 3). La figura 2 representa la distribución espacial de los consumidores y no consumidores de artes clásicas considerando el nivel socioeconómico de las áreas de residencia.

Finalmente, en cuanto al capital cultural de las personas, se observa una relación significativa entre aquellos que han crecido en un entorno familiar favorable para el desarrollo cultural y aquellos asistentes a espectáculos de los OAS.

Reflexiones finales

El objetivo principal del trabajo fue contrastar la hipótesis de que existen factores sociodemográficos, económico-espaciales y culturales que impulsan o

inhiben el CC de artes clásicas (Morrison y West, 1986; Throsby, 2008; CEPAL, 2014; Leonardi *et al.*, 2022). Para ello se examinó la distribución del consumo de espectáculos de artes clásicas provistos por los OAS en la CBB a partir de un relevamiento propio. Los resultados del trabajo muestran que la muestra obtenida es representativa en cuanto a su tamaño, aunque hay algunos estratos sociales sobrerepresentados. El trabajo de campo verifica que la demanda de eventos de artes clásicas en la CBB se concentra en un grupo definido de personas, pertenecientes a un determinado (alto) estrato sociodemográfico, socioeconómico y cultural. Específicamente, se encuentra que las personas mayores de cuarenta años, con nivel educativo alto (terciario, universitario o de posgrado), que se encuentran laboralmente ocupados y que residen en áreas de mayor nivel socioeconómico.

Estos resultados sugieren que la estratificación social se relaciona con el consumo de un bien cultural específico, los bienes artísticos denominados de "alta cultura", corroborando así los postulados de Bourdieu (1979). Asimismo, los resultados ratifican el cuarto enfoque y las conclusiones de Lévy-Garboua y Montmarquette (1996) respecto al vínculo entre la exposición temprana y el CC. Así, las personas que provienen de familias que generaron un ambiente favorable para el desarrollo cultural son más propensas a consumir espectáculos de los OAS.

Los resultados encontrados plantean la necesidad de implementar estrategias para mejorar el acceso a las artes clásicas, en especial considerando que la oferta es provista por instituciones provinciales. Tal como afirman Güell y Peters (2017), es necesario derribar la arbitraria distinción entre *alta* y *baja* cultura, expandiendo el gusto por las artes clásicas y ampliando los públicos, de forma de avanzar en el proceso de democracia cultural. Se propone la coordinación de esfuerzos entre los organismos públicos e instituciones educativas y barriales, como sociedades de fomento, para planear estrategias de acceso más generalizadas que permitan incrementar la valorización de los OAS. También es posible pensar en acciones que posicionen a estos elencos estables como factor de atracción turística para la región.

Finalmente, vale mencionar que aquí no se ha analizado la relación entre la realización individual de actividades artísticas y el consumo, lo cual podría indicar que la distribución del CC sobrepasa los patrones de estratificación social, poniendo de manifiesto la importancia del proceso de individuación de los públicos asistentes. Además, tampoco se consultó en la encuesta acerca del consumo de bienes vinculados a la cultura popular, lo cual impide analizar si las personas con mejor posición socioeconómica consumen exclusivamente o no formas distinguidas de arte.

Referencias bibliográficas

Belfiore, E., & Bennett, O. (2007). Determinants of impact: Towards a better understanding of encounters with the arts. *Cultural trends*, 16(3), 225-275. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630701342741

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction: Critique Sociale du Jugement*. Editions de Minuit.

Calderón Garzón, S. P.; Caviedes, S. C., y Acosta, Y. P. (2019). "Las variables sociodemográficas y su incidencia en la asistencia a eventos culturales: Caso Colombia". *Espacios*, vol. 40, nº 16, pp. 13-21. Disponible en: http://ww.w.revistaespacios.com/a19v40n16/a19v40n16p13.pdf.

Campos, L. (2015). "Análisis del consumo cultural en clave territorial. Algunas pistas otorgadas por la ENPCC 2009". *Contenido. Arte, Cultura y Ciencias Sociales*, vol. 5, pp. 14-27. Universidad de Chile.

CEPAL (2014). *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*. Madrid: OEI. Disponible en: https://cutt.ly/tc3stBd.

Diez, J. I. y Pasciaroni, C. (2018). "Análisis del sistema productivo de Bahía Blanca desde una mirada histórica. Trayectoria, estado actual y perspectivas". *H-industria, Revista de historia de la industria, servicios y empresas en América Latina*, nº 22, pp. 71-94.

Espinal Monsalve, N. E.; Ramos Ramírez, A. D.; Balbín Espinal, I. C. y Echeverría Carvajal, J. I. (2020). "Consumo de cine en Colombia: estimación de sus determinantes". *Sociedad y Economía*, nº 39, pp. 57-79.

Fernández, P. (2014). "Consumos culturales en América Latina y la emergencia del prosumidor: un recorrido conceptual desde la sociedad de la información". *Communication Papers*, vol. 3, nº 4, p. 87.

Güell, P. y Peters, T. (2017). *La trama social de las prácticas culturales en Chile: Sociedad y subjetividad en el consumo cultural de los chilenos*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Resultados definitivos. Buenos Aires: INDEC. https://www.indec.gob.ar

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2023). Encuesta Permanente de Hogares (EPH): Base de microdatos, cuarto trimestre de 2023. https://www.indec.gob.ar

Leonardi, V.; Elías, S.; Tarayre, C. y Tortul, M. (2023). "Caracterización del consumo cultural en la ciudad de Bahía Blanca, argentina: relevamiento 2019". *Economía Sociedad y Territorio*, vol. 22, nº 72, pp. 601-627.

Leonardi, V. y Laumann, Y. (2018), Proyectos turísticos. Notas para su formulación y evaluación. Serie Docencia, Ediuns, Bahía Blanca.Leonardi, V.; Tortul, M. y Elías, S. (2022). "Testeando la hipótesis de aprendizaje basado en el consumo en la ciudad de Bahía Blanca, argentina. Año 2019". *Semestre Económico*, vol. 25, nº 58, pp. 1-30.

Lévy-Garboua, L. y Montmarquette, C. (1996). "A microeconometric study of theatre demand". *Journal of Cultural Economics*, vol. 20, pp. 25-50.

Matarasso, F. (1997). Use or ornament? The social impact of participation in the arts. Comedia, The Round, Bournes Green, Reino Unido.

Morrison, W. y West, E. (1986). "Child exposure to the performing arts: The implications for adult demand". *Journal of Cultural Economics*, vol. 10, nº 1, pp. 17-24. Nueva York: Springer Publisher.

Nazif, J. I. (2007). "Diferenciación Social en patrones de consumo de exposiciones de arte, teatro, danza, recitales en vivo y circo en la sociedad chilena". *Revista de Sociología*, nº 21, pp. 165-189.

Peters, T. (2010). The pursuit of wow!: Every person's guide to topsy-turvy times. Vintage. https://url-shortener.me/H936

Peterson, R. A. y Simkus, A. (1992). "How musical tastes mark occupational status groups". En Lamont, M. y Fournier, M. (Eds.), *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality* (pp. 152-186). Chicago: University of Chicago Press.

Proyecto de Unidad Ejecutora (PUE) (2017). *Inclusión social: innovaciones y políticas públicas.* Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, UNS-CONICET (2017-2022).

Tironi, E.; J. S. Valenzuela y T. R. Schully (2006). "Familia en Chile los Impactos de la Modernización". En Valenzuela, J. S.; Tironi, E. y Scully, T. R. (Eds.), *El Eslabón Perdido. Familia. Modernización y Bienestar en Chile*. Taurus.

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. Cultural Trends. Vol. 17, No. 3, 147–164.

Winch, R. F. (1963). *The Modern Family*. New York: Henry Holt and Co.

Capítulo 7.
La geografía en las letras de Luis Alberto Spinetta
Primera parte: Almendra, Pescado Rabioso, Invisible

José A. Borello

Introducción[1]

Contexto y objetivos

Este trabajo se inscribe en el campo de la geografía cultural, una rama de la geografía humana. Más específicamente, en lo que algunos autores han llamado geografía de la música o geografía musical. No hay todavía, en la Argentina y en otros países iberoamericanos, una significativa producción de textos que examinen a la música desde una perspectiva geográfica. Esto no quiere decir que la música, en general, y la música popular, en particular, no hayan sido estudiadas desde diversas perspectivas académicas y desde enfoques orientados al público en general. Así es que, si bien nuestro aporte se ubica en un campo poco trillado, como es el de la geografía de la música, nos serviremos de contribuciones realizadas en disciplinas y áreas conexas y en el vasto ámbito de las producciones de interés general. Una parte de ellas se ha publicado en revistas especializadas sobre la cultura o la música, pero

1 Agradecemos los valiosos comentarios de Rodrigo Kataishi y Leandro González a una versión anterior de este texto, aunque no los hacemos responsables por los resultados finales.

orientadas a lectores académicos, y otras –la mayoría– han aparecido en libros, diarios, revistas y en sitios de internet de interés general.

Dentro de la geografía musical, como veremos, hay diversas perspectivas. Una de esas perspectivas es la del examen de las representaciones en las letras de las canciones. Es ese enfoque el que desarrollamos en este artículo. En particular, examinaremos, desde una perspectiva geográfica, las letras de las canciones de Luis Alberto Spinetta (1950-2012), un músico popular, considerado uno de los más importantes del rock argentino. Su obra está constituida por unas 400 canciones editadas en más de 40 discos de larga duración. El foco en esta contribución se extiende entre 1968 y 1980, el período inicial en el que Spinetta grabó varios discos como parte de las bandas Almendra, Pescado Rabioso e Invisible, y algunos como solista.

El análisis que desarrollaremos a continuación tiene dos grandes propósitos y busca responder las siguientes preguntas:

Por un lado, queremos hacer una descripción general de las representaciones geográficas que aparecen en las letras de las canciones de Spinetta. Esa descripción busca responder preguntas bastante simples: ¿cuántos nombres propios de lugares aparecen en la obra de Luis Alberto y cuáles son esos nombres? ¿Hay algún patrón discernible en ese listado de lugares? ¿Cuántos accidentes geográficos aparecen en la obra de Luis Alberto y cuáles son esos accidentes geográficos? ¿Hay algún patrón discernible en ese listado de accidentes geográficos? En esta dimensión de análisis, la atención está centrada en las palabras y su recurrencia en el contexto de la obra de Spinetta.

Por el otro lado, queremos avanzar en algo más analítico, que toma no ya ciertas palabras (como los nombres de lugares y los accidentes geográficos), sino el modo en el cual esas palabras construyen nociones de espacialidad y de la espacialidad donde vive el ser humano. Las preguntas conectan con ciertas nociones elaboradas por diversos geógrafos: ¿qué características tiene el espacio geográfico que forma parte de la obra de Spinetta? ¿En qué espacialidad vive el ser humano descripto en esas canciones? ¿Cómo el ser humano transforma ese paisaje mostrado en la obra de este autor? ¿Es una geografía esperanzadora? ¿Hay lugar para la vida en esa geografía? ¿Puede construir el ser humano una geografía de la esperanza a través del arte?

Nuestra tarea ha estado limitada por cuatro grandes dificultades. Pon una parte, debimos resolver el problema de cómo traducir nuestros objetivos e intenciones en una propuesta metodológica simple y eficaz. En segundo lugar, nos encontramos con que, si bien hay diversos análisis de las representaciones de la música y del arte en general, no parece haber antecedentes similares al ejercicio que encaramos acá. Tercero, y volveremos a esta cuestión al final del texto, nos hemos enfrentado a nuestras propias limitaciones personales en cuanto a nuestra formación y experiencia previa. Por último, nuestra cercanía emocional a esta música –esto es, nuestra enorme afinidad a esta obra, este

artista y estas canciones– nos ha jugado en contra: nunca nos pareció que estuviéramos a la altura de la tarea emprendida.

Contenido

Para alcanzar esos propósitos y responder estas preguntas, el texto se organiza del siguiente modo. En la primera sección, avanzamos en discutir los principales antecedentes en el análisis de la geografía de la música y vinculamos ese análisis a los ejes centrales de nuestro trabajo. En la segunda sección, hacemos una pasada panorámica por la vida y obra del artista. En la tercera sección, presentamos la metodología, que es la base del análisis de las letras de Spinetta. En la cuarta sección, que es la sección medular del artículo, se presentan los resultados del análisis. Esos resultados se organizan en dos acápites diferentes. Primero, se presentan los resultados del análisis más descriptivo y cuantitativo para, luego, en segundo lugar, presentar los resultados del enfoque más analítico. En la quinta y última sección se sintetizan e interpretan las principales conclusiones alcanzadas.

Algunos antecedentes en el análisis de la geografía de la música

Como dijimos, este artículo se inscribe en la geografía cultural. Ese campo ha tenido un fuerte impulso a partir, aproximadamente, de la década de los noventa. Ese impulso deviene del interés, dentro de la geografía, no solo en las actividades culturales en general, sino también en la dimensión cultural de la vida humana, en todos sus aspectos. En términos disciplinarios, esto es, dentro de la geografía, se trata de lo que ha dado en llamarse el giro cultural (por "the cultural turn" en inglés), una tendencia que no solo ha subrayado la importancia de la geografía cultural dentro de la geografía, sino que también ha permeado otros campos de la disciplina como la geografía económica.

Dentro del campo de la geografía cultural, nos centramos en la geografía de la música o, más ampliamente, en la geografía de los sonidos. Se trata de un campo temático poco trabajado en América Latina –como veremos–, en especial fuera de Brasil. Hay, sin embargo, algunos antecedentes en la bibliografía internacional, que aquí revisaremos de manera muy sintética. Esos antecedentes nos ayudan a situar nuestra contribución y a establecer una conversación preliminar entre esos textos y nuestros avances.

Hay autores que establecen los inicios de la geografía de la música en los escritos de Johannes Gabriel Granö (1929), un geógrafo finlandés que desarrolló un esquema muy original de análisis holístico de los ambientes locales y regionales que incluía la dimensión sonora. Sin embargo, en general, los inicios de este campo pueden situarse a principios de la década de 1970 y

asociados con la Escuela de Berkeley de geografía cultural. Ya, desde entonces, se empiezan a desarrollar investigaciones que se orientan, por ejemplo, a estudiar los orígenes (y la difusión geográfica) de ciertos géneros musicales, la riqueza (o pobreza) musical de determinados territorios, y los alcances y características de algunos festivales musicales (Gregory *et al.*, 2009). El campo, sin embargo, registra una gran expansión a partir de la década de 1990, en el contexto de la geografía anglosajona (Dantas de Souza, 2013). Si el énfasis en los estudios de la década de 1970 estaba colocado en gran medida en los ámbitos rurales y en músicas originadas en esos lugares, como la música "country", el acento en las últimas décadas está puesto en músicas urbanas y en una variedad de temas asociados a la expansión de la música como una gran industria crecientemente transnacionalizada. La geografía de la música como campo dialoga con desarrollos e intereses de disciplinas conexas tanto en las ciencias sociales como en las humanidades.

Como dijimos al inicio de esta sección, en América Latina, la mayor producción académica vinculada al estudio de la geografía de la música se ubica en Brasil. Ya un artículo publicado en 2013 muestra una importante producción de tesis de maestría y doctorado en ese campo en universidades brasileñas, desde 1991 (Dantas de Souza, 2013: 125, cuadro 2). Las reseñas de Manassi Panitz (2012, 2021) han dado cuenta de ese significativo desarrollo bibliográfico. Esto también puede verse en los resultados que arroja una búsqueda "avanzada" en el Google Académico. Si introducimos las palabras *geografía música*, buscamos solo en el título del documento y limitamos la búsqueda al castellano, nos devuelve 41 resultados; mientras que, si colocamos las mismas palabras, pero recordando que, en portugués, *geografía* no lleva acento, la búsqueda nos devuelve 196 registros.

Muy sintéticamente: ¿de qué trata esta producción? Una parte importante de esta producción académica, tanto en castellano como en portugués, trata sobre la música en el contexto de la enseñanza de la geografía; otra parte son estudios más teóricos que discuten la relación entre música y geografía; y una última parte se focaliza en estudios específicos de determinados géneros musicales o de determinados lugares. Es dentro de este último grupo de estudios donde encontramos investigaciones acerca de las representaciones geográficas en la música, cuestión que es el eje del estudio de caso que desarrollamos más adelante. Pero esta primera aproximación a la bibliografía reciente no agota, para nada, la bibliografía sobre la música desde una perspectiva geográfica o espacial. Sin intentar hacer una revisión exhaustiva de esa bibliografía, baste decir lo siguiente. Hay una línea de trabajo muy asociada a la geografía económica y a campos conexos en la economía de la innovación, en la sociología industrial y en la antropología económica, que ha avanzado el conocimiento que tenemos sobre la geografía de la música. Por ejemplo, se han estudiado los distritos musicales en muchas ciudades del mundo (Watson *et al.*, 2009) como México (Mercado-Celis, 2017), Montreal (Spanu, 2023), Los Ángeles y

Nueva York (Florida *et al.*, 2010), Estocolmo (Braunerhjelm, 2009) o Buenos Aires (Moreno, 2017), entre muchas otras. A partir de ciertos estudios pioneros como el de Allen Scott (1999), se vienen estudiando diversos aspectos de la cambiante geografía de la industria de la grabación musical (Florida y Jackson, 2010; Leyshon, 2014; Bell y Johansson, 2016; Watson, 2008; entre muchos otros). La propia evolución de la geografía económica y de los campos conexos que nombramos más arriba, junto con la gigantesca transformación asociada a la digitalización (y su aceleración durante la pandemia), han abierto una cantidad de nuevos temas, al mismo tiempo que han refrescado las visiones retrospectivas. Como adelantamos, no es nuestra intención revisar lo que es hoy un océano de contribuciones, solo subrayar que se trata de un dominio donde la investigación está lejos de cerrarse. Es más, en el contexto latinoamericano, quizás con la excepción de la bibliografía elaborada por geógrafos y otros profesionales brasileños y mexicanos, no se ha avanzado demasiado en los temas que acabamos de recorrer.

Nuestra contribución está colocada en el análisis de las representaciones asociadas a las letras de las canciones de un artista popular (este tipo de análisis textual es frecuente también en las humanidades y en las ciencias sociales y abarca una enorme diversidad de artefactos e inscripciones que van desde los grafitis hasta la poesía, pasando por revistas y documentos políticos, de interés general, diarios, etc.). Y, en particular, focalizamos nuestra atención en la representación de los aspectos geográficos, la espacialidad, en esa obra. Nos interesa, especialmente, la interpretación que hace Spinetta de la espacialidad en la que vive el ser humano y de las posibilidades que tenemos de expandir las fronteras de esa espacialidad, incluso más allá de los límites que establecen la física y el tiempo.

Los escasos estudios previos en el ámbito latinoamericano y la falta de antecedentes en la línea específica en la que trabajamos son, a la vez, un gran aliciente y un enorme condicionante. Es bastante probable que mucho de lo que digamos sea bastante preliminar y tentativo y esperamos poder revisarlo en futuras contribuciones.

Datos básicos de la vida y obra de Luis Alberto Spinetta y breve referencia a las fuentes existentes

Vida y obra de Spinetta

En esta sección resumiremos algunos datos básicos sobre la vida y la obra de Luis Alberto Spinetta con la intención de establecer un contexto al análisis que haremos en las secciones que siguen.

Spinetta nació en Buenos Aires en 1950 y murió en la misma ciudad el año 2012. Se crio en el seno de una familia de clase media y vivió gran parte de su

niñez y adolescencia en el barrio porteño de Belgrano. Se casó joven y tuvo dos hijos y dos hijas. A edad avanzada se divorció. Se interesó tempranamente por el canto, la música y el arte en general. Aunque asistió a algunas clases en la universidad, no completó una educación universitaria ni en disciplinas artísticas ni en música. Ya desde la escuela secundaria empezó a componer canciones y a dibujar. Ese interés por lo plástico hizo que se involucrara directamente en casi todas las ilustraciones de sus discos y en la estética de sus presentaciones.

Si bien su padre era cantante de tangos y su familia, en general, acompañó sus primeros pasos como artista, no hay nada particularmente fuerte ni en ese contexto familiar ni en sus años de adolescencia que hubieran permitido predecir que su destino estaba colocado en la composición e interpretación de música popular. A modo de hipótesis, proponemos que Spinetta se explica por una variable combinación de talento y sensibilidad inusual en el contexto de una gran metrópolis conectada al mundo y en la que abundan músicos y artistas también enormemente talentosos. Es de ese contexto barrial y metropolitano del que Spinetta se va a nutrir y con el que va a dialogar para la construcción de su obra. Es en ese marco en el que encontrará otras personas que interpretan esa época de la Argentina y del mundo de una manera similar. Allí están los músicos con los que irá armando diversas bandas y los que, en muchos casos, aportarán arreglos y ajustes a sus temas. No son esas cuestiones el foco de esta contribución, aunque mucha de esa dinámica ha sido poco analizada en la bibliografía existente, con algunas honrosas excepciones. En general, los intérpretes de la obra de Spinetta colocan el acento en el enorme talento innato, casi mágico, que indudablemente tenía nuestro artista, pero, por lo general, esos intérpretes dejan de lado toda la interacción entre este y su entorno, que es la que da cuenta de mucha de su producción.

Su producción se extiende desde 1968, cuando graba con la banda Almendra un primer simple con *Tema de Pototo*, hasta su muerte, en 2012, esto es, unos cuarenta y cuatro años. En esas cuatro décadas, graba casi 400 canciones, la gran mayoría de su autoría exclusiva. Hay, al menos, otras 20 canciones más que nunca fueron oficialmente editadas. En total, graba casi 50 discos, en su mayoría con grupos o bandas musicales estables, pero también como solista o en colaboración con otros artistas. En esos años, trabaja con decenas de músicos diversos. Si bien su foco es el rock, como género, su obra tiene nexos significativos con el jazz, el folklore y el tango. Formó parte de y, en general, fue el líder de las siguientes bandas: Almendra, Pescado Rabioso, Invisible, Spinetta Jade, Spinetta y los Socios del Desierto y los Amigo.

Breve referencia a las fuentes existentes sobre Spinetta

Una parte de las fuentes existentes acerca de Spinetta y su obra son trabajos de divulgación, muchos de ellos pensados para el público en general, aunque ya hay libros y artículos colocados en un plano más académico. Si bien se trató de un músico popular, con canciones ampliamente conocidas por el público, gran parte de su obra es compleja –tanto en las letras como en la música– y requiere una escucha atenta.

La bibliografía existente ha tendido a concentrarse en reconstruir la trayectoria personal y artística del músico desde una perspectiva temporal. Así, hay libros que cuentan cronológicamente la vida del artista y el proceso de desarrollo de su obra (Berti, 1988; Marchi, 2019). Hay textos generales y otros que se centran en momentos, años, meses (Delgado, 2017). El análisis de las canciones ha sido otro de los focos de la bibliografía existente (Berti, 2019). El foco se ha colocado más en las letras (Favoretto, 2017; Gasparini, 2016; Ruiz, 2012) que en el análisis musical, aunque hay textos que revisan ambas perspectivas. También hay textos que intentan ir hacia el universo de las ideas de Spinetta (por ejemplo, el notable trabajo de Diez, 2018). Hay también contribuciones que recogen testimonios de personas cercanas al autor (Kasparian, 2019, 2021).

Ni en los trabajos más académicos, ni en los de divulgación, ni (creemos) en notas en diarios y revistas y en internet se ha intentado analizar la dimensión espacial de la obra de Spinetta, cuestión que abordaremos acá.

Metodología

El primer paso fue seleccionar las canciones y resolver algunos dilemas. Se decidió incluir solo las canciones publicadas y no aquellas que nunca fueron grabadas en un disco. En gran parte de los discos queda claro cuáles canciones son de Spinetta y cuáles no lo son, o cuáles son compartidas con otros autores. Pero, por ejemplo, en el caso del grupo Invisible, la autoría de todos los temas es atribuida al trío en su conjunto, aunque sabemos (por otras fuentes) que la gran mayoría de los temas se originan en letras, ritmos y melodías compuestas por Spinetta. En aquellos casos en los que había dudas sobre la inclusión o no de una canción, nos remitimos siempre al listado de discos y canciones que aparece publicado en su biografía autorizada, escrita por Sergio Marchi (2019). La gran mayoría de las letras de las canciones fueron copiadas de una base de canciones de Spinetta publicada en Wikipedia. Los versos de las canciones fueron copiados de forma secuencial (en vertical) en una base de Excel. Luego se codificaron cada una de las canciones con un código que permite asociar a cada canción con un disco.

Se construyó un primer listado de términos que expresan espacialidad en un sentido muy amplio e incluyen palabras que permiten describir un lugar. Ese

listado abarca accidentes geográficos, adverbios de lugar, puntos cardinales y palabras que aluden a cuestiones espaciales y de lugar (ver anexo A). También se decidió incluir todos los nombres propios de lugares, como Haití o Plaza de Mayo. Luego se fueron leyendo, una a una, todas las letras y eso permitió sumar nuevos términos al listado inicial. En ese ejercicio de pasada por las primeras letras, aparecieron otros problemas. Por ejemplo, ¿si la palabra *sol* aparece 16 veces en una canción, debemos incluir esa palabra ese número de veces? Decidimos que solo incluiríamos una palabra o expresión por canción. Obviamente qué palabras incluir y cuáles dejar afuera no siempre fue obvio y optamos por un criterio amplio, cuestión que se podrá apreciar en el análisis. Por ejemplo, para nosotros, la escala geográfica empieza en el cuerpo, sigue en la casa, sube al barrio, luego la ciudad (y la región), el mundo... hasta llegar al cosmos. No es este el lugar para revisar la noción de "escala" en geografía. Solo diremos que es una herramienta analítica que nos permite adentrarnos en la idea de espacialidad para identificar unidades y sistemas que –aunque están conectados– tienen cierto nivel de entropía.[2] A esas seis escalas les debimos sumar tres categorías más: las palabras que aluden a lugar, las palabras que aluden a movimientos espaciales y temporales y los nombres propios de lugares. Y en cada una de esas categorías aparecen términos que refieren de manera directa a la espacialidad, como *acá*, o de forma indirecta, como *plaza*.

Si bien la idea inicial era analizar todas las canciones de Spinetta, la enormidad de la tarea nos llevó a limitarnos a analizar –en esta primera entrega– el período en el que formó parte de las tres primeras bandas musicales: Almendra, Pescado Rabioso e Invisible. En ese período registramos 90 canciones grabadas en 10 discos de larga duración (LP) y 6 simples, en los años que van desde 1968 a 1977 (nótese que hemos omitido algunos, pocos, temas instrumentales y los grabados exclusivamente por otras personas que eran parte de esas bandas). Esas 90 canciones contienen 2328 versos y unas 9200 palabras (tabla 1).

Análisis

Resultados del análisis descriptivo

Como podemos ver en la tabla 1, el análisis partió de una primera selección de un total de 90 canciones, que contienen unos 2328 versos y unas 9200 palabras aproximadamente. De ese conjunto se terminaron identificando un total de unos 190 versos (que examinaremos en la sección siguiente) y unas 856 palabras clave. El examen de esas palabras es lo que encaramos a continuación.

2 No ignoramos la enorme complejidad de la discusión en geografía y en disciplinas relacionadas sobre la noción de escala (ver, por ejemplo, Moore, 2008).

Tabla 1. Estadísticas básicas del conjunto de canciones seleccionadas y de la muestra elegida

Totales de las canciones seleccionadas		**Totales de la selección de palabras y versos**
Nº de discos	10 LP y 6 simples	10 LP y 6 simples
Nº de versos	2328	190
Nº de palabras	9200 (aprox.)	856

En ese total de 856 palabras está la frecuencia de ocurrencia de palabras ligadas a la cuestión geográfica o espacial, entendida en un sentido muy amplio. Téngase también en cuenta que ese total incluye las reiteraciones de la misma palabra en más de una canción. Como dijimos en la parte metodológica, solo se incluyó cada palabra seleccionada una vez por canción. Por ejemplo, si la palabra *sol* era repetida diez veces en una canción, decidimos incluirla solo una vez (por canción) en la lista. Así, si *fuego* aparece seis veces en la lista, esto quiere decir que esa palabra es mencionada en seis canciones.

Del total de 856 palabras seleccionadas, 179 solo aparecen en una canción y 486 aparecen en 5 o más canciones, como podemos ver en la tabla 2, a continuación. Allí podemos apreciar, en los primeros lugares, partículas que denotan lugar o movimientos espaciales: *en*, *aquí*, *entre*, *va*, *desde*, *dónde*; y palabras que hacen referencia a objetos y dimensiones territoriales: *sol*, *viento*, *luz*, *día*, *noche*. El lugar de *sol* es notable: aparece en 35 de las 90 canciones analizadas. Pero con bastantes reiteraciones también aparecen palabras que hablan del cuerpo: *manos*, *piel*, *ojos*. Las menciones a palabras que describen el barrio o la ciudad aparecen, pero no hay demasiadas de ellas: *ciudad/gran ciudad*, *calle*, *caminos*. En términos de las escalas geográficas, parece haber más referencias a lo más cercano, el cuerpo, y a lo más lejano, el mundo, el cosmos. En la espacialidad spinettiana parece saltarse de lo cercano y cotidiano a la escala mundo y a la dimensión cósmica. Más abajo profundizaremos en la cuestión de las escalas geográficas.

En la tabla 2 también se puede apreciar que ciertas expectativas que teníamos inicialmente respecto a encontrar muchas menciones de accidentes geográficos o puntos cardinales no se confirman en los resultados iniciales. Solo por dar un ejemplo, de los cuatro puntos cardinales, solo aparece mencionado el sur, pero con dos ocurrencias, con lo cual no aparece en esta primera lista.

Sin embargo, sí hay palabras que aluden a las diferentes escalas geográficas que definimos. Por ejemplo, encontramos: cuerpo (*manos*, 13 veces), casa (*puerta*, 6 veces), barrio (*lugar/es*, 5), ciudad/región (*ciudad/gran ciudad*, 11 veces), mundo (*día*, 13 veces y *noche*, 12) y cosmos (*luna*, 8 veces). En la tabla 2 también hay palabras que denotan lugar, como *en* (con 46 ocurrencias) y palabras que aluden a movimiento, como *va/s/n*, que aparece 16 veces.

Tabla 2. Palabras que aparecen 5 veces o más

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
En	46	Bajo	8
Sol	35	Lluvia/s	8
Aquí	17	Luces	8
Entre	16	Luna	8
Va/s/van	16	Sobre	8
Viento/s	16	Sombra/s	8
Luz	14	Alba	7
Desde	13	Tierra/s	7
Día	13	Calle/s	6
Dónde/donde	13	Camino/s	6
Mano/s	13	Flores	6
Dios/a/es	12	Hoja/s/hojarasca	6
Noche	12	Puerta/s	6
Piel	12	Allí	5
Cielo/s	11	Casa	5
Ciudad/gran ciudad	11	Estrella/s	5
Mar	11	Fruta/l/o/s	5
Ojos	11	Jardín/es	5
Fuego	10	Lugar/es	5
Mundo/s	10	Rayo	5
Agua	9	Sal/es	5
Aire	9	Seguir/á/sigue	5
Hombre/s	9	Verano	5
		Volver/é/vuelvan/en	5

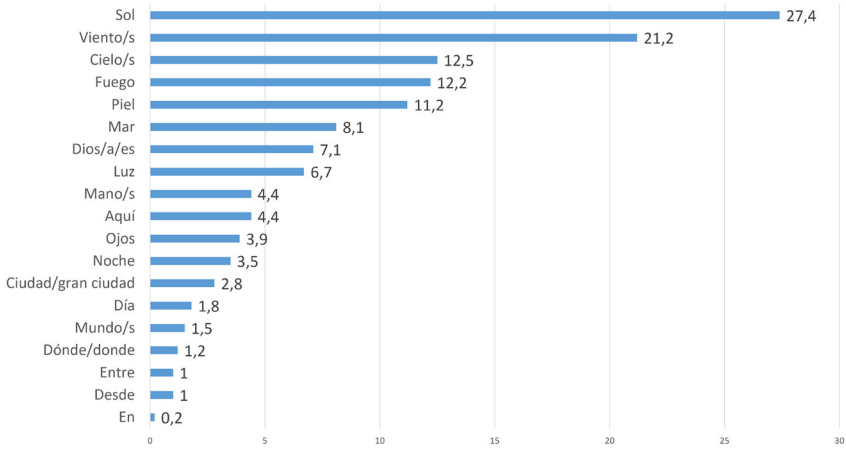
Ahora, ¿qué sentidos o interpretaciones podemos hacer de esta primera visión panorámica?

Una manera de poner en contexto los datos que acabamos de ver en la tabla 2 es ver en qué medida su frecuencia de aparición respecto al total de texto analizado es significativa o no. Este ejercicio es posible utilizando una herramienta construida por la Real Academia Española, que es el CORPES. Esta herramienta permite saber –entre otras cosas– con qué frecuencia se repite una determinada palabra en el castellano contemporáneo que se habla y se escribe en el mundo (incluida la península ibérica, América hispana y algunas otras zonas del mundo de habla hispana). Lo que hicimos fue normalizar las frecuencias presentadas en la tabla 2 respecto al corpus total del que se

extraen esas palabras (9200 palabras) y expresarlo por millón para comparar esos guarismos con las frecuencias que calcula CORPES.

Los resultados de ese ejercicio se muestran en la figura 1, a continuación. Allí puede verse que, al menos para las palabras más frecuentes, esto es, las que aparecen en al menos diez canciones, su recurrencia es mayor que en el castellano en general, en casi todos los casos. Más aún, en los primeros lugares, observamos que *sol* aparece 27 veces más de lo que sería esperable, *viento* 21 veces y *cielo* y *fuego* más de 12 veces cada una. En los últimos lugares, y cerca de las frecuencias esperadas en el castellano en general, tenemos tres adverbios de lugar: *dónde*, *desde* y *entre*. La figura 1 también muestra la sobrepresencia de palabras que corresponden a los dos extremos del espectro escalar que definimos, esto es, por un lado, al mundo y al cosmos (*sol*, *viento*, *cielo*, *mar*) y, por el otro, al cuerpo: *piel*, *manos*, *ojos*. Las escalas intermedias, ciudad, por ejemplo, están presentes; de hecho, *ciudad/gran ciudad* aparece con una frecuencia casi tres veces mayor a lo esperable.

Figura 1. Número de veces en las que aparecen estas palabras en las letras de Spinetta respecto a la frecuencia esperada en el castellano contemporáneo



Fuente: elaboración propia sobre la base de nuestros propios cálculos y CORPES. Disponible en: https://www.rae.es/corpes/.

Hasta acá hemos hecho alusiones puntuales a la aparición de términos (y su reiteración) en el marco de diferentes escalas geográficas. Ahora nos orientaremos a analizar de forma más sistemática la importancia de cada una de esas escalas en el lenguaje de Spinetta, tanto en términos de las palabras que aparecen como de su reiteración en distintas canciones. Si clasificamos

las palabras encontradas en los 9 grupos que adelantamos y contamos su frecuencia, nos da los totales que aparecen en la tabla 3, a continuación.

Tabla 3. Número de palabras por escala geográfica y categorías de lugar y movimiento y sus frecuencias

Escalas geográficas	Palabras (A)	Frecuencias (B)	B/A
Cuerpo	13	52	4,00
Casa/hogar	70	124	1,77
Barrio/cuadra	23	48	2,09
Ciudad/ región	69	179	2,59
Mundo	12	70	5,83
Cosmos	18	90	5,00
Palabras que denotan lugar	38	90	4,55
Palabras asociadas al movimiento espacial y temporal	53	90	2,19
Nombres propios de lugar	4	90	1,00

Lo primero para destacar es que aparecen palabras para cada una de las escalas geográficas y para las categorías adicionales de lugar (adverbios, por ejemplo) y de movimiento. El renglón de nombres propios de lugar registra solo cuatro palabras. Sin embargo, el número de palabras (y su recurrencia) en cada categoría es diferente. Se destacan las escalas geográficas de casa y ciudad y el rubro de palabras asociadas a movimientos espaciales o temporales. Pero esta tabla también permite ver que las escalas con palabras más populares son las que corresponden al mundo (casi 6 veces cada una, en promedio) y al cosmos (5 veces). Dicho de otra manera, mientras que en la escala casa/hogar hay muchas palabras que aparecen una sola vez, en las escalas mundo y cosmos hay unas pocas que aparecen muchas veces. De hecho, habíamos visto antes que, por ejemplo, *sol*, que corresponde a la categoría geográfica cosmos, no solo aparece muchas veces (en 35 de las 90 canciones analizadas), sino que, en términos relativos (respecto a la ocurrencia en el español moderno), era varias decenas más frecuente. Este contraste entre el variado vocabulario usado para describir la casa, el hogar, el lugar donde vivimos respecto al limitado vocabulario que corresponde al cosmos tiene que ver con la cercanía: conozco más aquello que me queda más cerca. Pero esta dualidad entre dos extremos (la casa y el cosmos) también subraya la importancia que siempre le atribuyó Spinetta a la dimensión cósmica de la especie humana.

Antes de pasar al análisis cualitativo en el que nos vamos a centrar en versos o fragmentos de versos de las canciones seleccionadas, vamos a hacer algunas reflexiones generales y a sintetizar el análisis cuantitativo.

Primero, como esperábamos, las nociones de espacialidad manejadas por Luis Alberto Spinetta incluyen todas las categorías que identificamos. Segundo, sin embargo, hay un peso importante de algunas de ellas, como casa y ciudad/región, con una significativa importancia de las palabras asociadas a movimiento. Tercero, es posible discernir algunas categorías en las que ciertas palabras se repiten con mucha mayor frecuencia que en otras: en especial las escalas mundo y cosmos. Allí, por ejemplo, destacamos la fuerte presencia de ciertas palabras –como *sol*– que nos permiten asomarnos al tono esperanzador del universo spinetteano.

Pasaremos ahora a ver cómo esas palabras se combinan entre sí y con otras para construir nociones de espacialidad y de la espacialidad donde vive el ser humano. Como dijimos:

¿qué características tiene el espacio geográfico que forma parte de la obra de Spinetta? ¿En qué espacialidad vive ese ser humano y cómo transforma esa geografía? ¿Es una geografía esperanzadora? ¿Hay allí lugar para la vida? ¿Puede construirse una geografía de la esperanza a través del arte? Evidentemente, se trata de preguntas difíciles, complejas, que aquí solo podemos responder de manera parcial y tentativa.

Las características del espacio geográfico spinetteano

Ya vimos en el análisis cuantitativo que se trata de un espacio multiescalar, que incluye elementos que van del cuerpo al cosmos. En ese espacio, ciertas escalas, como la de la casa, son descriptas en detalle, esto es, cuando se habla de ellas, se usan muchas palabras distintas; mientras que otras escalas, como el cosmos, se repiten ciertas palabras, como *sol*. En la tabla 4, en el anexo, hemos incluido un listado simplificado de las palabras que corresponden a cada una de las escalas geográficas y allí podemos apreciar las elecciones que hizo nuestro autor para describir la casa, el hogar, el lugar donde se vive.

El análisis de los 190 fragmentos de canciones que seleccionamos nos permite afirmar que se trata de (i) un espacio multiescalar y diverso, en el que conviven la esperanza y la desilusión; (ii) en el que las personas a veces se desplazan libremente entre escalas, mientras que en otras ocasiones están presas de sus circunstancias; (iii) en el que ciertas escalas permiten la resistencia a la opresión, y (iv) en el que el desplazamiento también tiene sus costos.

(i) Es un espacio en el que encontramos todos los condimentos humanos y animales. Por ejemplo, la locura, a la que Spinetta le dedicó muchos versos: “Cuatro cables se tocaron / las paredes desprendidas / un avión salió a la calle / la mujer quemó un corpiño / Estado de coma” (“Estado de coma”). Pero cuando la locura individual da lugar a la locura colectiva surge la guerra y la destrucción masiva: “En el agua

del estanque / flotan restos de una cuna / ya la bomba ya estalló / la guerra del final, aquí / por entre los edificios / flotan restos de una cuna" ("Corto").

Pero también encontramos la paz infinita, como la de los elefantes: "Los elefantes saben descansar / van a morir de paz" ("Los elefantes"). O la paz de las pequeñas cosas que nos permiten seguir adelante: "Este día empieza a crecer / voy a ver si puedo correr / con la mañana silbándome en la espalda / o mirarme en las burbujas" ("Canción para los días de la vida").

(ii) Es un espacio en el que es posible el movimiento entre escalas, inclusive de la casa y el barrio al cosmos: "Allí va el capitán Beto por el espacio / con su nave de fibra hecha en Haedo" ("El anillo del capitán Beto"). Pero, a veces, las escalas establecen límites en lo que podemos hacer. Por ejemplo, ¿cómo vamos más allá de nuestro propio cuerpo?: "Después de todo tú eres la única muralla / si no te saltas, nunca darás un solo paso" ("La búsqueda de la estrella").

(iii) Pero las escalas son también el trampolín para resistir la opresión. Y Spinetta usa muchas veces las alegorías animales para decirlo: "¿Quién va a ser el que me atrape / cuando me eche a correr? / Mientras tenga espacio libre, no me entregaré" ("Hermano perro"). "Las golondrinas de Plaza de Mayo / Y si las observas / comprenderás que solo vuelan en libertad" ("Las golondrinas de Plaza de Mayo").

(iv) Las escalas geográficas en las que habita el ser humano están sujetas al cambio. Como sabemos, el paisaje no descansa. Y en ese paisaje pasado habitan nuestros tiempos pasados, nuestras vivencias. Y en esos recuerdos hay sentimientos de pérdida, de "saudade", de soledad: "Los lugares de mi tierra natal / se han perdido, nunca más volverán" ("Campos verdes")."¿Dónde está el lugar / al que todos llaman cielo? / Si nadie viene hasta aquí / a cebarme unos amargos / como en mi viejo umbral /¿Por qué habré venido hasta aquí? / Si no puedo más de soledad / ya no puedo más de soledad" ("El anillo del capitán Beto").

Estas cuatro dimensiones de la espacialidad (la diversidad, el movimiento y sus costos, la resistencia, el cambio) que acabamos de explorar ya nos permiten asomarnos a algunas características de la espacialidad spinetteana. Resta ahora profundizar en la obra de nuestro artista para examinar en más detalle cómo se relaciona el ser humano con esa espacialidad y cómo el arte spinetteano, su obra, nos abre nuevas y fructíferas posibilidades de habitar esa geografía.

La espacialidad humana y la relación del ser humano con esa espacialidad

Ya hemos glosado algunas características de la espacialidad humana según Spinetta: el ser humano es un habitante del cosmos con muchas cercanías al resto de los seres vivos y a universos que están más allá de la razón y de la lógica cartesiana.

"Quien canta es tu carozo / pues tu cuerpo al fin tiene un alma / Y si tu ser estalla / será un corazón / el que sangre / Y la canción que escuchas / tu cuerpo abrirá / con el alba" ("Durazno sangrando").

"Cuento las estrellas / en el libro que un dios me dejó / Cuento ya las horas / Todo tiempo me disparará / lejos de aquí / atrás del mar / donde la materia es luz y nada más / De allí zarpa el barco lento / pleamar" ("Pleamar de águilas")."Descálzate en el aire para ir / no lleves ni papeles / hay tanta gloria allá" ("Para ir").

Queremos señalar también que en la visión de nuestro artista el ser humano tiene una relación compleja y a menudo conflictiva con su espacialidad: a veces se siente atrapado en ciertas escalas, otras veces navega entre ellas, en otras instancias se para en ellas para resistir y luchar; esa relación de conflicto lo lleva a veces a la tristeza, al dolor, a la destrucción: "Abrázame, madre del dolor / nunca estuve tan solo en este mundo" ("Post-crucifixión"). "El idiota / Ya nada puedo hacer por él / Él se quemará / mirando al sol" ("A Starosta, el idiota"). "Aquellas sombras del camino azul ¿dónde están? / Yo las comparo con cipreses que vi solo en sueños / y las muñecas tan sangrantes están de llorar" ("Cantata de puentes amarillos").

Aunque en esos pequeños universos cotidianos también hay mucho espacio para el amor, para la paz y para la esperanza. "Y te amo tanto que no puedo despertarme sin amar" ("Cantata de puentes amarillos"). "Dime, nena, ya: ¿es este otro mundo? / Es este un sueño que pasa por nosotros / es la vereda de los descalzos, ¡espera! ¡espera! / yo solo te espero anidado en una mano" ("Lo que nos ocupa es esa abuela, la conciencia que regula el mundo").

Geografía, esperanza y arte

La geografía en la que se sitúa Spinetta es una geografía compleja en la que los seres humanos enfrentan dificultades y restricciones, pero en la que los límites de lo posible se amplían a través de las posibilidades que ofrece el arte como vehículo de la imaginación. Aún así, Spinetta imagina un ser humano activo, que busca correr las propias limitaciones del tiempo y del espacio. "Abre tu mente al sol / todo irá... todo irá mejor" ("Dulce 3 nocturno"). "Si tus pies hoy nacieron viento déjalos correr" (A esos hombres tristes). "Con sus lindas piernas / ella me hace pensar / Debo destruir la mierda / que es mi

gran ciudad" ("Me gusta ese tajo"). "La risa, nena, no podrá surgir / A menos que te subas al árbol" ("Credulidad"). "Tengo que aprender a ser luz / entre tanta gente detrás" ("Canción para los días de la vida"). "No te quedes en tu silla / si ya me puedes amar" ("Dame, dame pan").

Conclusiones, síntesis e interpretaciones

En este texto hemos apuntado a hacer un aporte a la bibliografía asociada al estudio de la geografía de la música. En particular, nos hemos centrado en hacer una contribución a la geografía de las representaciones del arte a través de un estudio de caso de las letras de una parte de las canciones compuestas por Luis Alberto Spinetta, un compositor e intérprete de música popular nacido en Buenos Aires. Además de hacer una síntesis de los resultados de ese estudio de caso, en estas conclusiones quisiéramos también hacer algunas reflexiones sobre la metodología utilizada y sobre las limitaciones de este tipo de análisis.

Veamos, ahora, los resultados. Primero, se confirman algunas afirmaciones que ya se han hecho acerca de las letras de Spinetta. Por ejemplo, la idea de que el ser humano es un ser galáctico, habitante de un espacio que no se limita al globo terráqueo. Esto no solo aparece en versos específicos, sino que es fuertemente destacado en el uso de ciertas palabras, como *sol*, que aparece con una frecuencia que es casi 30 veces mayor que la que encontramos en el español moderno.

Segundo, al mismo tiempo que nuestro análisis muestra la importancia de la escala cósmica para Spinetta, también subraya la relevancia de las otras escalas para la vida humana. Por ejemplo, la palabra *piel* –que corresponde a la escala geográfica del cuerpo– es otra de las palabras más utilizadas por nuestro autor, usada en 12 canciones de las 90 elegidas y en una frecuencia que equivale a 11 veces más de lo que sería esperable en el español moderno. La escala geográfica casa contiene un largo número de palabras que solo aparecen una vez, en una canción, como si el autor las hubiera elegido solo para un tema: *aserrín*, *cipreses*, *nácar*, etc.

Tercero, Spinetta juega con las ideas de que es posible y necesario el movimiento entre escalas –encontramos un gran número de canciones en las que hay palabras relacionadas con el movimiento–, al mismo tiempo que subraya lo problemático que puede ser ese movimiento. En algunos casos, las personas están atrapadas en una escala; en otros, la escala posibilita la resistencia a la opresión, y en el resto, viajar entre escalas nos genera sentimientos de pérdida.

Cuarto, sin negar la oscuridad de la existencia humana, Spinetta afirma la posibilidad del amor y de la esperanza, aunque subraya la necesidad de la acción humana para alcanzar ciertos objetivos, ciertas metas. Parte de esa acción implica viajar en el espacio y en el tiempo.

Estos cuatro puntos, y algunos de los que planteamos en el resto de este texto, hablan sobre una parte de la obra de Spinetta. Como señalamos al principio, aquí solo hemos revisado la primera parte de la obra de nuestro autor, con lo cual mucho deberá ser revisado en la segunda parte de este análisis, que encararemos sobre el resto de su obra, constituido por decenas de discos y unas 300 canciones.

Antes de cerrar esta contribución, resulta apropiado hacer algunas reflexiones sobre las limitaciones de nuestro análisis y acerca de los problemas metodológicos que hemos encontrado. Como ya adelantamos al principio, nuestro análisis de la obra de Spinetta es parcial y, alguno diría, caprichoso. Se trata de canciones que acá hemos despojado de su ritmo, de su melodía. Esto es, no hemos examinado esas canciones teniendo en cuenta algo elemental como es la música. Más aún, cualquiera que haya examinado las notas que están detrás de las canciones de nuestro artista –incluso de sus canciones más simples– se habrá encontrado con progresiones inesperadas y acordes poco usuales. Nada de eso ha sido tomado en cuenta, de manera sistemática, en este trabajo.

La metodología de análisis consistió en revisar todas las letras de las primeras 90 canciones escritas por Spinetta buscando palabras y expresiones que aluden a la espacialidad de la especie humana en un sentido muy general. Ese ejercicio permitió identificar un conjunto de palabras y de versos que se clasificaron en 9 categorías: 6 escalas geográficas (cuerpo, casa, barrio, ciudad, mundo, cosmos) y 3 grupos que se refieren a palabras que denotan lugar (por ejemplo, adverbios), palabras que denotan movimiento espacial o temporal y nombres propios de lugar. Además de contar la frecuencia de repetición de cada palabra, se comparó esas frecuencias con lo que encontramos en el español moderno (a partir de una herramienta creada por la Real Academia Española de la Lengua). De ese análisis cuantitativo surgieron algunas regularidades que después exploramos en los fragmentos más amplios de canciones que aluden a la espacialidad. Este análisis más cualitativo nos permitió sumar una mayor complejidad y densidad al análisis. Nos queda, sin embargo, la impresión de que el segundo tipo de análisis es menos riguroso, aunque nos parece que hemos conseguido llegar a ciertas conclusiones interesantes. Ahora, claro está, todo queda en manos de las y lxs lectorxs.

Referencias bibliográficas

Bell, T. L. y Johansson, O. (2016). *Sound, society and the geography of popular music*. Routledge.

Berti, E. (1988). *Spinetta. Crónica e iluminaciones*. Buenos Aires: Editora 12. (Hay una nueva edición de 2014, sustancialmente revisada, con la autoría del propio LAS y editada por Planeta).

——— (2019). *Por. Lecturas y reescrituras de una canción de Luis Alberto Spinetta*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.

Braunerhjelm, P. (2009). "The genesis and evolution of the Stockholm music cluster". En Karlsson, C.; Andersson, A. E.; Cheshire, P. C. y Stough, R. R. (Eds.), *New directions in regional economic development* (pp. 385-408). Berlín, Heidelberg: Springer.

Dantas de Souza, M. (2013). "Geografia, literatura e música: o simbolismo geográfico na arte". *Revista de Geografia (UFPE)*, vol. 30, nº 1.

Delgado, J. (2017). *Tu tiempo es hoy: Una historia de Almendra*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora.

Diez, J. C. (2018). *Martropía. Conversaciones con Spinett*a. Buenos Aires: Aguilar.

Favoretto, M. (2017). *Spinetta. Mito y mitología*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.

Florida, R. y Jackson, S. (2010). "Sonic city: The evolving economic geography of the music industry". *Journal of planning education and research*, vol. 29, nº 3, pp. 310-321.

Florida, R.; Mellander, C. y Stolarick, K. (2010). "Music scenes to music clusters: The economic geography of music in the US, 1970-2000". *Environment and Planning A*, vol. 42, nº 4, pp. 785-804.

Gasparini, S. (Comp.) (2016). *Iniciado del alba. Seis ensayos y un epílogo sobre Luis Alberto Spinetta*. Buenos Aires: Añosluz.

Granö, J. G. (1929). *Pure geography*. The Johns Hopkins University Press.

Gregory, D.; Johnston, R.; Pratt, G.; Watts, M. J. y Whatmore, S. (Eds.) (2009). "Music". En *The dictionary of human geography* (pp. 484-485). John Wiley & Sons.

Kasparian, J. (2019). *Luisito. 30 entrevistas al universo spinetteano*. Buenos Aires: La Edad de Oro.

——— (2021). *Luisito. Nuevas conversaciones con la galaxia spinetteana*. Buenos Aires: Vademécum/Rayosan Libros.

Leyshon, A. (2014). *Reformatted: Code, networks, and the transformation of the music industry*. Oxford University Press.

Marchi, S. (2019). *Spinetta. Ruido de magia. Biografía oficial*. Buenos Aires: Planeta.

Mercado-Celis, A. (2017). "Districts and networks in the digital generation music scene in Mexico City". *Area Development and Policy*, vol. 2, pp. 55-70.

Moore, A. (2008). "Rethinking scale as a geographical category: from analysis to practice". *Progress in Human Geography*, vol. 32, nº 2, pp. 203-225.

Moreno, F. (2017). "Músicos de rock y nuevas tecnologías digitales. Una relación particular en un distrito del conurbano de Buenos Aires". *Astrolabio*, vol. 19, pp. 253-279.

Panitz, L. M. (2012). "Geografia e música: uma introdução ao tema". *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografiá y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona*, vol. 30.

——— (2021). "Geografia da música: um balanço de trinta anos de pesquisas no Brasil". *Espaco e Cultura*, nº 50, pp. 13-27.

Pujol, S. (2019). *El año de Artaud: Rock y política en 1973*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Ruiz, P. (2012). "Luis Alberto Spinetta, la forma de la canción". *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, vol. 75, pp. 491-498.

Scott, A. J. (1999). "The US recorded music industry: on the relations between organization, location, and creativity in the cultural economy". *Environment and Planning A*, vol. 31, nº 11, pp. 1965-1984.

Spanu, M. (2023). "Industria cultural y creatividad urbana en América del Norte: una evolución comparativa de la música popular en vivo en la Ciudad de México y Montreal". *Norteamérica*, vol. 18, nº 1, pp. 39-65. Disponible en: https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2023.1.538.

Watson, A. (2008). "Global music city: knowledge and geographical proximity in London's recorded music industry". *Area*, vol. 40, nº 1, pp. 12-23.

Watson, A.; Hoyler, M. y Mager, C. (2009). "Spaces and networks of musical creativity in the city". *Geography Compass*, vol. 3, nº 2, pp. 856-878.

Anexo

Tabla 4 (Parte A). Listado completo de las palabras seleccionadas para denotar espacialidad y frecuencia de aparición en las letras de Spinetta, por escala geográfica

Cuerpo	
mano/s	13
piel	12
ojos	11
vientre	3
cuerpo	2
cabeza	2
vivo	1
soplo	1
sonrisas	1
pies	1
perfume	1
pechos	1
despertar	1
TOTAL Cuerpo	**52**

Casa/ hogar	
fuego	10
flores	6
hoja/s / hojarasca	6
puerta/s	6
casa	5
fruta/l/o/s	5
jardín/es	5
pan	4
ventana/s	4
escaleras	3
gorrión/es	3
ave/s	2
corola	2
guirnaldas	2
llave	2
mesa/s	2
plantas	2
suelo	2
uvas	2
aceros	1
alfombra	1
anis	1
arena	1
arroz	1
aserrín	1
bomba	1
café	1
cal	1
cipreses	1
cristal	1
cuarto	1
dormitorio	1
espuma	1

Barrio/ cuadra	
luz	14
sombra/s	8
lugar/es	5
estanque	2
avión (salió a la calle)	1
bicicletas	1
campanas	1
carpa	1
cercos	1
chimeneas	1
cúpula	1
duende	1
edificios	1
gnomos	1
gris	1
hada	1
huecos	1
humaredas	1
humo	1
parvas	1
terreno	1
tumba	1
vereda (de los descalzos)	1
TOTAL Barrio/ cuadra	**48**

gas	1
golondrinas	1
hierba verde	1
hogar	1
hongo	1
junco	1
lajas	1
ligustros húmedos	1
lirio	1
living	1
mascarillas	1
miel	1
nácar	1
nogal	1
olivo	1
ostras	1
pájaro	1
paredes	1
pasto	1
patio	1
peteribi	1
piedras	1
placard	1
planta	1
racimos	1
ramas	1
rayón	1
roble	1
rosa	1
semilla	1
serpiente	1
silla	1
tiza	1
topacio	1
trapos de lustrar	1
vidrio	1
zarza	1
TOTAL Casa/ hogar	**124**

Ciudad/región	
viento/s	16
cielo/s	11
ciudad/gran ciudad	11
mar	11
lluvia/s	8
luces	8
tierra/s	7
calle/s	6
camino/s	6
rayo	5
barco	4
nube	4
tren	4
bosque	3
rio	3
abismo/s	2
avenida	2
brisa	2
castillo	2
colina	2
espejismo	2
lava	2
mirador	2
ocaso	2
orilla	2
parque	2
playa	2
prado/deras	2
pueblo	2
puentes	2
tormenta	2
valle	2
volcán/es	2
TOTAL Ciudad/ región	**179**

Mundo	
día	13
noche	12
agua	9
aire	9
hombre/s	9
aurora	7
verano	5
diluvio	2
alba	1
espectros	1
guerra	1
monstruo	1
TOTAL Mundo	**70**

Cosmos	
sol	35
dios/a/es	12
mundo/s	10
luna	8
estrella/s	5
espacio	4
tiempo	4
ángel/es	2
cometa azul	1
cosmos	1
esferas	1
infierno	1
inmensidad	1
mareas del sol	1
paraíso	1
planetas	1
tren fantasma	1
universo	1
TOTAL Cosmos	**90**

Tabla 4 (Parte B). Listado completo de las palabras seleccionadas para denotar espacialidad y frecuencia de aparición en las letras de Spinetta (palabras que denotan lugar, palabras asociadas al movimiento y nombres de lugares)

Palabras que denotan lugar		**Palabras asociadas al movimiento espacial y temporal**		**Nombres propios de lugar**	
en	46	va/s/van	16	Haedo	1
aquí	17	sal/es	5	Haití	1
entre	16	seguir/á/sigue	5	Olimpo	1
desde	13	volver/é/vuelvan/ en	5	Plaza de Mayo	1
dónde/donde	13	camina/r/n	4	**TOTAL**	**4**
bajo	8	legar/á	4		
sobre	8	lleve/ar/ará/vame	4		
allí	5	volar/vuelan/ vuelo/vola	4		
allá	4	acerca/n	3		
adónde	3	corras/e/er	3		
afuera	3	estar/s/estuve	3		
atrás	3	llega/n/ó	3		
mañana/s	3	nunca	3		
alta mar	2	suba/e/o	3		
dentro	2	van/van/ vámonos	3		
junto al	2	vayas/en/vendrá	3		
lejos	2	viejo	3		
sur	2	amanece	2		
tarde	2	espera/n	2		
abajo	1	ir/se	2		
acá	1	pasa/r	2		
adentro	1	viaja	2		
ahí	1	vienen	2		
al borde	1	andar	1		
alrededor	1	apurada	1		
barlovento	1	dan vueltas	1		
cerca	1	encontré	1		
debajo	1	encuentro	1		
desde aquí	1	escapar	1		
distante	1	giran	1		
frente a mí	1	horas	1		
fuera de allí	1	huyeron	1		
hacia	1	madrugada	1		

hasta el fin	1
mar allá	1
mar aquí	1
oscuridad	1
pleamar	1
TOTAL	**173**

naufragó	1
no corres ya	1
no estás	1
no me dejaste	1
parar	1
pasear	1
prosigue	1
quedate	1
quedes	1
remontarme	1
rumbo	1
salgamos todos	1
saquen	1
se marcha	1
serán llevados	1
sin que puedas correr al	1
sin volver	1
viajero incansable	1
viajes	1
viene hasta mí	1
TOTAL	**116**

Acerca de los autores y autoras

Micaela Alcalde

Mágister en Economía Urbana por la Universidad Torcuato Di Tella y arquitecta por la Universidad de Buenos Aires. Es profesora asistente de las materias Taller de Economía Urbana de la Maestría en Economía Urbana (UTDT), Políticas Públicas para Problemas Urbanos de la Maestría en Políticas Públicas (UTDT), así como tutora de tesis en la misma organización. Actualmente, es directora ejecutiva de Fundación Urbe, donde diseña e implementa el Programa "Ciudad Abierta". Docente en la Diplomatura en Gestión de Ciudades, de la Universidad Nacional de San Martín. Además, es asesora y consultora en temas urbanos en el ámbito público y privado.

María Soledad Arqueros Mejica

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires, magíster en Economía Urbana por la Universidad Torcuato Di Tella y licenciada en Sociología por la Universidad de Buenos Aires. Es investigadora CONICET con sede en el Área de Estudios Urbanos del Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA). Es profesora de grado en la carrera de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional de Avellaneda y de posgrado en la Universidad Nacional de General Sarmiento y en la Universidad Torcuato Di Tella. Entre 2020 y 2021, coordinó el Área de Estudios Urbanos del Instituto de Investigaciones Gino Germani. Estudia temas de desarrollo urbano, políticas urbanas, renovación urbana y hábitat.

José A. Borello

Profesor, Instituto del Conurbano, UNGS; investigador CONICET; profesor UNRaf. Consultor de entes nacionales e internacionales. Ha realizado investigaciones en la Argentina, Brasil, Canadá y los Estados Unidos. Ph. D. en Planificación (Virginia Tech, 1993) y Máster y B. A. en Geografía (Univ. de Ottawa, 1982-84). Se dedica al estudio de la geografía económica. Ha publicado más de 200 trabajos científicos y ha presentado 150 trabajos en congresos y eventos similares. http://joseborello.blogspot.com.

María Isabel Camio

Doctora en Administración de la UNR. Máster en Administración de Negocios, magíster en Comercialización, Contador Público y licenciada en Administración de la UNICEN. Profesora titular en el área Teoría de la Organización de grado y posgrado de la FCE-UNICEN y profesora de la Maestría Comunicación para la Gestión del Cambio de la Universidad Austral.

Codirectora del Centro de Estudios en Administración (CEA) UNICEN. Sus investigaciones se concentran en temas vinculados a la gestión del aprendizaje organizacional y de la innovación. Secretaria de Posgrado y Educación Continua de la FCE-UNICEN.

Constanza Díaz Bilotto

Licenciada en Administración de la UNICEN. Profesora en el Área de Métodos Cuantitativos de la FCE-UNICEN. Investigadora del Estudios en Administración (CEA) UNICEN. Sus investigaciones se concentran en temas vinculados al análisis de redes sociales para el estudio del aprendizaje organizacional y de la innovación.

Matías Galgano

Becario doctoral de CONICET con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires. Docente investigador de la Universidad Nacional de Lanús. Licenciado en Ciencia Política y Gobierno de la UNLa, Esp.; en Gestión del Desarrollo Territorial y Urbano de la UNDAV; maestrando en Desarrollo Territorial y Urbano por la UNQ, y doctorando en Estudios Urbanos de la UNGS. Se desempeñó como becario de la SPU (2013-2015). Colaboró en proyectos asociados a la cuestión territorial, hábitat y centralidades en el conurbano sur. Coordinador del Área de Espacios, Estados

y Territorios del Centro de Investigaciones en Estado y Políticas Públicas de la UNLa

María Fernanda Ghilardi

Licenciada en Economía (Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, UNR). Profesora Titular de Teoría del Crecimiento y Desarrollo Económico, y de Indicadores Económicos y Cuentas Nacionales de la carrera de Licenciatura en Economía. Investigadora categoría III del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación. Directora del Proyecto UNR "Impactos socioeconómicos en la Región Rosario en un contexto de pandemia-postpandemia". Exsubsecretaria de Producción, Empleo e Innovación de la Municipalidad de Rosario.

María Eugenia Goicoechea

Licenciada en Sociología y Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Investigadora asistente del CONICET con sede en el Instituto de Estudios Sociales en Contextos de Desigualdades, UNPAZ. Coordinadora de Indicadores Urbanos del Observatorio Urbano Local – Buenos Aires Metropolitana (FADU-UBA) y miembro del consejo directivo del Observatorio Urbano Global de ONU-Hábitat. Desde 2010 investiga sobre políticas de desarrollo territorial en la CABA y el AMBA, centrada en el campo de la sociología urbana y el urbanismo. Es docente de grado y posgrado en UNPAZ, UBA, UNTREF y UNSAM.

Leandro González

Docente e investigador UNGS-CONICET. Licenciado en Comunicación (UNGS), magíster (UNGS-IDES) y doctor en Ciencias Sociales (UBA). Estudia las políticas y los mercados audiovisuales, los consumos culturales y la geopolítica de los intercambios culturales internacionales. Actualmente, investiga el desarrollo del mercado de plataformas de streaming audiovisual, su impacto en los ecosistemas audiovisuales locales y sus implicancias materiales y simbólicas. Desde 2022 dirige la Licenciatura en Comunicación de la UNGS. E-mail: legonzal@campus.ungs.edu.ar.

Viviana Leonardi

Licenciada, Magister y Doctora en Economía por la Universidad Nacional del Sur (UNS), Argentina. Actualmente es profesora-investigadora del Departamento de Economía en la UNS, desempeñándose en las áreas de economía de la cultura, evaluación de proyectos y microeconomía. Es miembro del Programa Nacional de Investigadores, categoría III. Es investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) de doble dependencia (Universidad Nacional del Sur-Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). Su línea de investigación actual es economía de la cultura y turismo cultural.

Rodrigo Kataishi

Doctor en Economía (Universidad de Torino, Italia), investigador adjunto del CONICET y profesor asociado en la UNTDF, donde coordinó la Licenciatura en Economía y las actividades de investigación en el Instituto de Desarrollo Económico e Innovación. Es profesor de posgrado a nivel doctoral y de maestría, y ha participado como invitado en diversos programas de doctorado en el exterior. A nivel territorial, estudia las dinámicas de diversificación y cambio estructural en el extremo sur global, las competencias de firmas y organizaciones, y las características de los sistemas productivos argentinos. A nivel sectorial, dirigió diversas indagaciones nóveles en Tierra del Fuego, como el primer relevamiento sistemático a la industria audiovisual y al sector de la electrónica de consumo, y realizó aportes específicos sobre la dinámica local en el marco de la pandemia. En años recientes, su trabajo se centra en las nuevas estrategias de desarrollo sobre la Patagonia Sur.

Claudia Gabriela Reta

Profesora y licenciada en Ciencias Antropológicas (FFyL-UBA). Magíster en Estudios Urbanos (UNGS). Doctoranda en Antropología (UBA), becaria doctoral del CONICET con sede en el Instituto del Conurbano (ICO-UNGS). Ayudante de primera de Sociología (CBC-UBA). Su trabajo se centra en las políticas urbano-habitacionales en asentamientos informales.

Marina Tortul

Licenciada y Doctora en Economía por la Universidad Nacional del Sur (UNS). Posee un Máster en Economía Europea y Finanzas Internacionales

por la Universidad de Tor Vergata, Roma. Actualemnte, es docente del Departamento de Economía, UNS. Como tal se desempeña en áreas vinculadas a la evaluación de proyectos, diseño de proyectos culturales y economía de la cultura. Es Profesional Principal de la Carrea de Personal de Apoyo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CPA, CONICET). Se especializa en el procesamiento de bases de datos, georeferenciación y análisis espacial de datos socioeconómicos. En 2025 fue admitida a la Carrera de Investigación Científica (CIC, CONICET) en la modalidad temas estratégico. Investiga en temas relacionados a la economía de la cultura y turismo cultural.

Diego Vázquez

Magíster en Estudios Urbanos por la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) y licenciado en Sociología por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Doctorando en Ciencias Sociales de la UBA y docente en la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Sus temas de interés son las dinámicas de la producción del espacio, las transformaciones urbanas, la circulación de paradigmas y modelos urbanísticos, los procesos de recualificación material y simbólica de barrios centrales o históricos, la valorización del suelo y la mercantilización de las prácticas públicas espaciales.

Alejandra Yoya

Licenciada en Economía y magíster en Desarrollo Regional y Gestión Territorial, directora del Departamento de Economía y Organización de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura (FCEIA) de la UNR. Miembro de la Comisión de Seguimiento Curricular de la carrera de Ingeniería Industrial de la FCEIA de la UNR. Integró la Comisión del Cambio del Plan de Estudio de la carrera de Licenciatura en Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas (FCEyE) de UNR.

Es investigadora categoría III del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación. Codirectora del proyecto “Impactos socioeconómicos en la Región Rosario en un contexto de pandemia-postpandemia”.

Coautora de trabajos referidos al desarrollo regional. Expositora de trabajos en reuniones científicas. Directora de trabajos finales de las carreras de Licenciatura en Economía y de Ingeniería Industrial de la UNR. Integrante de comisiones evaluadoras de tesis de posgrado y de trabajos finales de grado, de artículos para publicaciones científicas y de trabajos de investigación para presentaciones en reuniones científicas. Es profesora titular de las asignaturas Microeconomía en la FCEyE y de Economía en la FCEIA de la UNR.

Pablo Zabala

Maestrando en Desarrollo Territorial y Urbano por la Universidad Nacional de Quilmes. Licenciado en Economía (UNR). Diplomado Superior en Desarrollo Territorial, Local y Economía Social, FLACSO. Realizó cursos de especialización sobre economía y gestión cultural: seminario "Economía Creativa como Estrategia de Desarrollo", Universidad Nacional de Córdoba (2022), "Curso de posgrado en gestión cultural" UNC (2018) y otros. Además, cuenta con varios cursos de formación en el programa QGIS. Investigador categoría V del Programa de Incentivos a la Investigación, integrante del proyecto "Impactos socioeconómicos en la Región Rosario en un contexto de pandemia-postpandemia" de la UNR. En este marco, realizó en coautoría publicaciones referidas al desempeño del sector cultural, y otros sectores, en la Región Rosario. En la actividad docente, es profesor adjunto de las asignaturas Introducción a la economía e Indicadores económicos y cuentas nacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la UNR.