

## INVESTIGACIÓN

# Algunas características de la pequeña producción audiovisual en la Argentina

---

Noelia Barberis\*, José A. Borello\*\* y Rubén Ascúa\*\*\*

\* Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf) Boulevard Roca 989, Rafaela,  
Santa Fe. [noeliabarberis@unraf.edu.ar](mailto:noeliabarberis@unraf.edu.ar)

\*\* Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento -  
CONICET, Juan M. Gutiérrez 1150, Los Polvorines, Buenos Aires  
[borello@gmail.com](mailto:borello@gmail.com)

\*\*\* Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf) Boulevard Roca 989, Rafaela,  
Santa Fe. [rubenascua@unraf.edu.ar](mailto:rubenascua@unraf.edu.ar)

RECEPCIÓN DEL ARTÍCULO: diciembre de 2018

ACEPTACIÓN: marzo de 2019



## Resumen

En este trabajo se caracteriza parcialmente a los pequeños emprendimientos, firmas unipersonales y trabajadores independientes de la producción audiovisual. Esa caracterización comprende la edad, la formación, y aspectos de la inserción en el mercado laboral. A partir de una reseña de la bibliografía existente, se formulan premisas que luego son contrastadas con los resultados de una encuesta a estas unidades productivas. Las principales conclusiones son: (i) Los encuestados tienen una amplia formación educativa. (ii) Esa formación se combina con una inserción diversificada en el mercado laboral (esto se aprecia en la variedad de roles que asumen en la producción de cine, TV o publicidad). (iii) Al mismo tiempo, una parte de los encuestados desempeña otras actividades laborales. (iv) El modo cómo funciona el sistema productivo audiovisual argentino es un elemento central para explicar por qué una parte de las personas tienen una inserción laboral relativamente precaria e inestable. (v) El funcionamiento de ese mercado laboral promueve la búsqueda de una formación amplia al mismo tiempo que las personas se ven impulsadas a diversificar su relación con el mercado asumiendo diversos roles en producciones que abarcan el cine, la TV, la publicidad y las nuevas pantallas.

**Palabras clave:** Producción audiovisual - Pequeños productores - Formación - Inserción en el mercado laboral.

## Abstract

### Some features of small audio-visual production in Argentina

In this paper, small entrepreneurs, single-person firms and independent workers involved in audiovisual production are characterized. This characterization includes age, training, and aspects of their participation in the labor market. From a review of the existing bibliography, premises are formulated and then contrasted with the results of a survey of these productive units. The main conclusions are: (i) Respondents have a broad educational background. (ii) This training is combined with a diversified insertion in the labor market (this can be seen in the variety of roles they assume in film, TV or advertising production). (iii) At the same time, a part of the respondents undertake other work activities. (iv) The way in which the Argentine audiovisual production system works is a central element to explain why some of the people have a relatively precarious and unstable work insertion. (v) The functioning of this labor market promotes the search for a broad education at the same time that people are impelled to diversify their relationship with the market, assuming diverse roles in productions that include film, TV, advertising and new screens.

**Keywords:** Audiovisual production - Small producers- Training - Insertion in the labor market.

## Introducción<sup>1</sup>

**L**os sistemas productivos de países semiindustrializados como la Argentina tienen características propias que los distinguen de los de los países más industrializados. En particular, hemos señalado -siguiendo a otros autores y a partir de nuestras propias investigaciones- que los sistemas productivos son “menos profundos”: hay menos proveedores especializados, mayor integración vertical y los agentes tienden a tener una orientación al mercado más diversificada (Borello y Morhorlang, 2013 2014). La producción audiovisual no es ajena a estas especificidades. De este modo, las características que muestran los agentes que pueblan este complejo productivo reflejan esa especificidad. En particular, mostraremos un conjunto de pequeños productores que combina una amplia formación universitaria y en cursos especializados con una variada experiencia laboral en un contexto en el cual muchos de ellos tienen -al mismo tiempo- una precaria inserción en el mercado de trabajo.

## Objetivos del trabajo

En este trabajo se hace una caracterización de los pequeños emprendimientos, firmas unipersonales y trabajadores independientes de la producción audiovisual. Esa caracterización se centra sobre un análisis de algunas dimensiones que hacen a su trayectoria e inserción laboral y a su relación con el mercado: edad, educación, niveles de especialización y diversificación de actividades. A partir de una reseña

---

<sup>1</sup> Si bien las páginas que siguen son de nuestra autoría, el presente artículo es el resultado de un enorme esfuerzo colectivo de decenas de personas, sin cuyo aporte no podríamos haber elaborado este documento. Se agradecen los comentarios de un evaluador anónimo de esta revista y de colegas en el encuentro anual de la Red Pymes MERCOSUR realizado en Mar del Plata en septiembre de 2018, donde una versión previa de este texto fue presentada; esos comentarios nos han ayudado a mejorar este trabajo. Los datos que se analizan en este artículo fueron brindados de manera desinteresada por diversas personas en varios lugares del país; su aporte fue mucho más allá de lo esperado. La encuesta que recogió esa información se llevó adelante con la colaboración de un conjunto enorme de colegas e instituciones, que mencionamos más adelante pero que queremos agradecer acá. Los recursos para llevar adelante la encuesta fueron aportados por diversas universidades (que mencionamos más abajo) y por el CONICET a través de un proyecto PIO-UNGS.

de la escasa bibliografía existente, se formulan algunas premisas que luego son contrastadas con los resultados empíricos de una encuesta reciente a una muestra de estas pequeñas unidades productivas.

La producción cultural es llevada adelante, en todos los países, por firmas y organizaciones de diversos tamaños y características que incluyen, también, un gran número de firmas muy pequeñas y profesionales independientes. Si bien los estudios que existen sobre el complejo productivo audiovisual argentino reconocen la existencia de estas pequeñas actividades, no hay muchas investigaciones que hayan avanzado en su caracterización.

En este artículo, y a partir del análisis de una encuesta realizada en diversas ciudades de varias provincias argentinas, presentaremos una caracterización de estas unidades productivas, sus capacidades y su trayectoria. Los autores creemos que esta es la primera encuesta de una cierta envergadura que se encara sobre dicho segmento de actividades. De este modo, la falta de estudios previos y de información estadística sobre estos individuos y microempresas, hace que el actual sea un texto exploratorio y tentativo. A modo de aclaración también quisiéramos decir que la caracterización que haremos es preliminar y parcial y que se trata de un universo muy heterogéneo en el cual hay individuos y muy pequeñas firmas e inclusive unidades que asumen roles cambiantes (en algunos proyectos son individuos, en otros empresas y en otros grupos asociados). No nos hemos ocupado en este artículo de examinar esas identidades mutantes y cuasi-líquidas.

## Contenido del trabajo

El artículo se organiza del siguiente modo.

En la primera parte hablamos de la importancia de los pequeños emprendimientos y de los profesionales independientes involucrados en la producción audiovisual. En esa primera sección también hacemos una breve revisión de la bibliografía existente sobre esos agentes, con especial énfasis en las investigaciones sobre los procesos de formación y aprendizaje y las trayectorias laborales.

En la segunda parte presentamos la metodología de la encuesta realizada y una síntesis de las características de los casos recolectados.

La tercera parte, que es la sección central del artículo, presenta una caracterización de las pequeñas empresas y profesionales independientes involucrados en la producción audiovisual en la Argentina. Las principales variables analizadas incluyen: rango de edad, nivel educativo, rama/disciplina/área de formación, otros cursos de relevancia, roles que asume en la producción e inserción en el mercado laboral.

En la cuarta sección del trabajo se hace una síntesis de los resultados alcanzados y se hacen algunas reflexiones finales respecto a la importancia de estas actividades en el tejido productivo audiovisual, las políticas de apoyo y el potencial de investigar este espectro de actividades.

## **1. Importancia de estas actividades y su caracterización en la bibliografía existente**

El trabajo se inscribe, por un lado, en un esfuerzo relativamente reciente de diversos investigadores en varias áreas disciplinares que pretenden avanzar en un mejor conocimiento económico y organizacional de las industrias creativas y, en particular, de la producción audiovisual (Scott 2004 2014; Lorenzen 2018).

Por otro lado, al ser una investigación sobre la realidad argentina, el trabajo se propone aportar al conocimiento de las formas de organización y de los procesos de creación de capacidades que se dan en una parte poco estudiada de la economía de un país de desarrollo intermedio, pero con un significativo avance de sus actividades de producción audiovisual (Diez y Giannasi 2015-a 2015-b; Motta, Morero y Mohaded 2013; Barnes y otros, dossier especial 2014).

Más específicamente, este trabajo examina algunos aspectos puntuales asociados con la formación y al desarrollo de capacidades entre los pequeños productores y los técnicos de la producción audiovisual en un contexto de rápida transformación. En las dos últimas décadas se han experimentado en las escalas globales y lo-

cales profundas transformaciones en el empleo de las TIC para la producción y el consumo de bienes y servicios culturales y creativos. La industria audiovisual vive una etapa de grandes cambios al punto que se puede afirmar que su modelo de negocios está en transición hacia un nuevo horizonte aún indefinido. Una parte de esa transformación se expresa en la demanda de aptitudes y competencias profesionales que no necesariamente son propias de la actividad. Esta situación vuelve indispensable el desarrollo de estudios para dimensionar y caracterizar el impacto de los cambios que se están produciendo, así como para conocer sus tendencias emergentes (Puente y Arias 2013): este trabajo avanza, en parte, en esa dirección.

Por diversas razones no se sabe, exactamente, cuánta gente trabaja en la producción audiovisual en la Argentina.<sup>2</sup> Menos aún, cuántas de esas personas lo hacen como profesionales independientes o en microempresas, segmento en el que se focaliza este artículo.<sup>3</sup> La información estadística disponible y los estudios existentes, sin embargo, muestran que gran parte del empleo en esta rama de actividad está constituida por individuos, pequeños grupos que tienden a trabajar asociados y microempresas. En el segmento de firmas registradas, el promedio de empleo por empresa se ubicaba en 12,6 personas, en 2016;<sup>4</sup> aunque sabemos que ese guarismo es el reflejo de un pequeño número de firmas grandes y muchas firmas pequeñas.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Esto no quiere decir que no haya estadísticas sobre las actividades del sector y cálculos de su empleo registrado. De hecho, el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social ha publicado una serie de datos de empleo y empresas que abarca 10 años (2006-2016), aunque el reciente desmantelamiento del área de estadísticas de ese ministerio hace peligrar la continuidad de esa fuente de información. El Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales (SICA-APMA) también compila y publica periódicamente datos estadísticos del sector en sus anuarios DEISICA.

<sup>3</sup> Algunas de las dificultades para hacer un cálculo preciso del número de personas involucradas tienen que ver con: (i) la volatilidad de las relaciones laborales en una actividad organizada por proyectos, (ii) la informalidad y la ausencia de registro de diversas contrataciones, (iii) las categorías utilizadas en los sistemas estadísticos que no permiten delinear con precisión a este segmento de trabajadores.

<sup>4</sup> OEDE, Dirección General de Estudios y Estadísticas Laborales, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

<sup>5</sup> En el gran agregado "Cinematografía, radio y televisión" (rama 92) se registraron 11.024 firmas en 2016: 87% tenían menos de 10 empleados; 10% entre 10 y 49; 2% entre 50 y 200; y sólo 1% registraron más de 200 ocupados (OEDE, MTySS).

Por la misma naturaleza de esta actividad, una parte de ella es de difícil captación y relevamiento, ya que su producción puede hacerse a muy pequeña escala y con equipos de muy bajo costo, literalmente en un garage. Además, como es posible fragmentar el proceso productivo y, de hecho, subcontratar procesos y equipamiento, pueden existir agentes que tienen muy pocos activos físicos. Al mismo tiempo, se trata de actividades que, por diversas razones, no son relevadas exhaustivamente por los sistemas estadísticos y los registros que existen de ellas (especialmente en el caso de empresas muy pequeñas o unidades unipersonales) son muchas veces contradictorios (Barnes, Borello y Pérez Llahí 2014). Por otro lado, en la producción audiovisual, existe una esfera poco comodificada, que hemos llamado alternativa y que agrupa a un variado conjunto de personas y organizaciones que producen materiales audiovisuales, que también es muy difícil de relevar (Borello y González 2018). Nos referimos a diferentes grupos y personas que producen materiales audiovisuales pero que no necesariamente son consumidos en los circuitos comerciales: organizaciones sociales y otros colectivos (grupos barriales, movimientos piqueteros y activistas políticos); estudiantes de cine; artistas que producen videos experimentales; etc. (Bosch 2017; Garavelli 2014; Quintar, González y Barnes 2014).

Todo esto implica que no es posible saber con exactitud cuál es el universo de personas y organizaciones involucradas en la producción audiovisual en la Argentina, en especial del segmento de pequeños productores y realizadores y de los técnicos que trabajan como cuentapropistas. Sólo para mostrar las discrepancias en la información existente basta señalar que mientras que la Encuesta Permanente de Hogares (2017, 2º trimestre) permite estimar que las personas que trabajan en la producción audiovisual son unas 52.162, el sindicato que agrupa a estos trabajadores registraba 21.569 puestos de trabajo y el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial del Ministerio de Trabajo (2016) relevaba 20.995 empleos en las ramas de Producción y distribución de filmes y videocintas, Exhibición de filmes y videocintas y Servicios de radio y televisión. La discrepancia entre las fuentes puede atribuirse básicamente al fuerte peso de la actividad no registrada y de los cuentapropistas que es captada junto con la de los asalariados formales en la EPH pero no en las otras fuentes.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Las diferencias entre el nivel de ocupación captado en los hogares y en las firmas ya ha sido mostrada para otros países en general en las actividades ligadas con las industrias culturales (Markusen 2010).

Se conoce bastante poco acerca de estas pequeñas unidades productivas, como bien lo señala Bulloni Yaquina (2009), quien plantea que se trata “...de un mundo laboral particular, escasamente abordado por las ciencias sociales.” Es más, podría afirmarse que se trata de un mundo, en parte, invisible, y cuya importancia numérica podría incluso ser el doble de lo que habitualmente muestran las estadísticas conocidas.

Esta afirmación permite delinear una primera premisa que caracteriza a estas actividades.

*Premisa 1. Son actividades de difícil captación ya que una parte de ellas se desarrolla esporádicamente y la inserción laboral de estos trabajadores tiende a ser precaria.*

“En la Argentina las empresas de las industrias culturales y creativas han implementado desde 1990, como parte de las múltiples estrategias de flexibilización laboral la subcontratación y otras formas de trabajo precario. Esta tendencia en las relaciones laborales les permite adaptarse a las fluctuaciones de la demanda y reducir sus costos fijos de funcionamiento” (Lago Martínez 2017, p. 20).<sup>7</sup>

Los trabajadores enfrentan esa precariedad con diferentes estrategias, entre las que puede mencionarse el trabajo en pequeños grupos asociados frecuentemente liderados por la persona de más experiencia (Bulloni Yaquina 2009; Cabrera 2013; Puente y Arias 2013), en una modalidad que emula formas de organización precapitalistas (Littler 1982).

---

<sup>7</sup> Algunos autores sostienen que la subcontratación y la contratación por proyectos es una característica nueva de la producción audiovisual en la Argentina, que se habría potenciado por gobiernos que impulsan una agenda neoliberal, a partir de la década de 1990. Esto no es, necesariamente, cierto, ya que la contratación por proyectos es una característica que siempre tuvo la producción audiovisual, desde los mismos inicios de la cinematografía en la Argentina. Hubo, en el período de auge de los grandes estudios (1930-40, aproximadamente), un grupo de trabajadores/as (actores, camarógrafos, directores, vestuaristas, maquilladores, etc.) que formaban parte permanente de la plantilla de personal de esos estudios, del mismo modo que, actualmente, la mayoría de los canales de televisión siguen teniendo una parte de su personal como empleados de planta permanente.



A pesar de que muchos de estas personas tienen una inserción precaria en el mercado de trabajo, en general, en términos educativos, es posible delinear una segunda afirmación:

*Premisa 2. Se trata de un segmento de trabajadores y de pequeños empresarios con altos niveles educativos respecto del conjunto de la población económicamente activa (PEA).*

Asociada a esta premisa es posible delinear una afirmación más.

*Premisa 3. Una gran parte de los trabajadores audiovisuales tienen una formación diversa encabezada por las Artes y que, crecientemente, incluye a las Ciencias de la Informática y de la Comunicación.*

Esta característica se encuentra acentuada debido a la demanda de contenidos, servicios y productos audiovisuales vinculados principalmente con los desarrollos interactivos requeridos en el soporte web. “...es visto como el paso de un tipo de producción tradicional a otro y es vivido como un momento de transición hacia algo aún no definido claramente.” Es por esto que, en general, las producciones de contenidos audiovisuales se llevan a cabo con diferentes niveles de tercerizaciones requiriendo de nuevos perfiles de recursos humanos formados en la cultura de los nuevos medios. (Puente y Arias 2013, pp. 70, 71 y 72)

También Cabrera (2013, p. 23) indica que los trabajadores de la industria de la producción de cine y audiovisual, simbolizan las transformaciones contemporáneas de trabajo. Señala que una estrategia empleada por muchos sectores económicos, es el trabajo organizado sobre base a proyectos, lo que se traduce en un aumento del trabajo *freelance*, trabajos temporales y una alta movilidad laboral.

Basado sobre esta característica del sector, Fernández Berdaguer (2006, p. 43) señala que existe una “...diversidad de formaciones en el campo audiovisual” y subraya “la creciente importancia de la tecnología, especialmente de la informática en la producción audiovisual...”.

Esa formación diversa, adquirida en carreras universitarias y en un heterogéneo conjunto de cursos y capacitaciones se combina, en muchos casos, con una variada experiencia de trabajo que se manifiesta tanto en la incursión de estas personas en diversas ramas de la producción audiovisual como en el desempeño de un amplio espectro de roles dentro de esa producción. Para Bulloni Yaquinta (2009) “... estos trabajadores se mueven en un rango [...] amplio de actividades. [que...] trascendería el cine publicitario, extendiéndose hacia otros sub-sectores de la producción cinematográfica -como el largometraje, el documental, el telefilm- e incluso hacia otros sectores, como la televisión, la moda y el teatro”.

Así, desde la inserción laboral es posible delinear la siguiente afirmación.

*Premisa 4. Gran parte de los trabajadores audiovisuales tiene una inserción laboral diversa tanto en términos de las ramas de actividad dentro de la producción audiovisual (cine, TV, publicidad, nuevos medios, etc.) como en términos de las funciones que desempeñan al interior de la propia producción.*

Estas cuatro premisas van a ordenar el análisis que haremos a continuación. Se trata de afirmaciones de tipo estadístico y que no necesariamente son válidas para todos los trabajadores y técnicos audiovisuales. Esto es, hay una enorme diversidad al interior del conjunto de estos trabajadores tanto en su formación, como en su experiencia laboral como también en su inserción en el mercado de trabajo. La edad y la ubicación temporal en la carrera laboral determinan un amplio espectro de situaciones. Por ejemplo, Fernández Berdaguer (2006, p. 43) señala que, en general, a más edad, más formación universitaria y mejor inserción laboral. Y, contrariamente, “Entre los más jóvenes... [hay una] presencia de estrategias donde predominan el doble trabajo con el objetivo de obtener un ingreso monetario estable mientras se desarrolla y consolida una práctica profesional en el campo audiovisual” (Fernández Berdaguer, 2006, p. 43).

Como en toda actividad eminentemente práctica, ha habido y habrá siempre un debate respecto de si la formación universitaria es necesariamente relevante para el trabajo audiovisual o si lo relevante se aprende en el oficio y en la propia práctica (Bulloni Yaquinta 2009; Fernández Berdaguer, 2006).

Si bien en el texto no examinamos este problema de forma central, las personas contactadas en la presente investigación valoran la formación sistemática, sea en la universidad o en instituciones diversas que ofrecen cursos de formación.

En la sección siguiente presentaremos la metodología de la encuesta para luego, sí, poner a prueba las premisas delineadas anteriormente.

## 2. Metodología y fuentes de información

Este trabajo se nutre empíricamente de algunos resultados de una encuesta a individuos y microempresas audiovisuales.<sup>8</sup> Se relevaron 140 individuos que trabajan en la producción audiovisual. La muestra recogida es diversa en términos de la edad de los entrevistados, de su orientación al mercado y de su localización geográfica. Se relevaron individuos en las provincias de Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Mendoza, Salta y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Al no conocerse el universo del cual se extrae la muestra no es posible hacer afirmaciones tajantes respecto a su representatividad.<sup>9</sup> Una parte del relevamiento se hizo *online*, con los individuos completando los formularios directamente en un sistema informático, y otra parte, en especial en muchos lugares del interior, con encuestadores.

---

<sup>8</sup> Ese relevamiento es parte de un esfuerzo mayor de recolección de información que incluyó una encuesta a empresas que producen software y servicios informáticos y otra a firmas audiovisuales. Los tres relevamientos fueron realizados en colaboración con diversos grupos de investigación en varios lugares de la Argentina. Esos grupos pertenecen a las siguientes universidades nacionales: Córdoba, Centro de la provincia de Buenos Aires, Mar del Plata, Rafaela, del Sur, y General Sarmiento; y a la sede de la Universidad Tecnológica Nacional de Concepción del Uruguay (Entre Ríos); también trabajó con nosotros el grupo asociativo empresario audiovisual Film Andes, de Mendoza. En las otras dos encuestas se relevaron 104 firmas audiovisuales y 161 empresas que producen software.

<sup>9</sup> Esta encuesta formó parte de un esfuerzo de relevamiento más amplio que incluyó dos encuestas adicionales, una a empresas audiovisuales y otra a firmas de software. El equipo de campo estuvo formado por dos responsables generales: Nicolás Moncaut (software y servicios informáticos) y Leandro González (audiovisual); una persona que fue haciendo la depuración de las diferentes bases de empresas en Buenos Aires y contactando a las empresas telefónicamente (especialmente las de la ciudad de Buenos Aires y el Conurbano): Viviana Ramallo; y de coordinadores de cada equipo en los lugares fuera de Buenos Aires. Los relevamientos se realizaron entre octubre de 2016 y junio de 2017.

El trabajo conjunto con diversos grupos de investigación y el contacto con instituciones vinculadas con las actividades que se relevaron tenía el propósito de aumentar la diversidad y tamaño de la muestra. El equipo coordinador de la UNGS ya había hecho varias encuestas de firmas de *software* y un relevamiento a productoras audiovisuales; mientras que la mayoría de los otros equipos involucrados también tenía experiencia previa en la realización de estudios y relevamientos sobre estas actividades en sus ámbitos geográficos más cercanos.

Las limitaciones en los recursos con los que contamos para este relevamiento sumadas a la exasperante demora en la entrega de los fondos por parte del CONICET, nos obligaron a no ir más allá de la red de investigadores que conocemos. Esto explica que no haya firmas relevadas ni en la Patagonia ni en gran parte del norte argentino. Por último, siempre es difícil hacer un relevamiento de este tipo, sin un apoyo oficial más explícito.

La muestra que analizamos incluye profesionales independientes localizados en la CABA (18), con una importante presencia de individuos que viven en Mar del Plata (45) y la ciudad de Córdoba (38) y con algunos casos inclusive en localidades pequeñas de las provincias de Entre Ríos, Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe. Esta diversidad geográfica es también el reflejo de la expansión de la producción audiovisual en diferentes lugares del interior del país. A continuación analizaremos las características de esta muestra empezando por la edad de los entrevistados.

### **3. Caracterización de las pequeñas empresas y profesionales independientes involucrados en la producción audiovisual**

En esta sección exploraremos empíricamente las cuatro premisas que formulamos en las páginas anteriores haciendo uso de los datos de la encuesta a pequeños productores y técnicos audiovisuales que describimos en la sección anterior.

Antes de explorar esas premisas describiremos la muestra en función de la edad de los entrevistados, que es una variable de particular importancia para contextualizar el análisis que sigue.

### 3.1 La edad de los entrevistados

La edad de los entrevistados es relevante ya que es un elemento central para contextualizar su trayectoria laboral y sus niveles de ingresos. Al mismo tiempo, la edad se asocia con una determinada generación y con experiencias y comportamientos comunes.

Como podemos ver en el **Cuadro 1**, el grueso de la muestra (casi 80%) tiene entre 21 y 49 años, esto es, se encuentra en el momento más productivo de la vida laboral. Al mismo tiempo, el cuadro muestra que se trata de una muestra diversa con una proporción significativa de personas en distintos rangos de edad, tanto al inicio como al final de la vida laboral.

En ese cuadro se han agrupado a los entrevistados en categorías de edad que pertenecen a distintas cohortes que, según diferentes bibliografías, responden a distintos tipos de generaciones (Golik 2013). Cada una de esas generaciones comparte elementos comunes de formación, vivencias y experiencias particulares. En particular nos interesa el modo en el cual cada una de las generaciones ha sido expuesta al cambio tecnológico y cuáles suelen ser sus actitudes respecto del trabajo y las formas en las cuales se organiza.

Entre estas se pueden distinguir:

- Generación silenciosa: más de 65 años (nacidos en 1953 y antes);
- *Baby boomers*: de 50 a 64 años (entre 1954 y 1968);
- Generación X: de 35 a 49 años (entre 1969 y 1983);
- Generación Y o *millennials*: de 21 a 34 años (entre 1984 y 1997)

La generación mayoritaria, con el 47% del total, es la Generación X. Algunas características de importancia que se destacan, se relacionan con la vivencia de la llegada de internet, así como todo el desarrollo tecnológico posterior. Es por esto que se considera la generación más adaptable al cambio. Es una generación de transición ya que pueden hacer convivir equilibradamente la relación entre tecnología y

**Cuadro 1.**  
Pequeños productores y técnicos audiovisuales, por rango de edades y generaciones

Rango de edad	Número de personas entrevistadas	%	Clasificación de generación
Más de 65 años	6	4,3%	Generación Silenciosa
De 50 a 64 años	22	15,7%	Baby Boomers
De 35 a 49 años	66	47,1%	Generación X
De 21 a 34 años	45	32,1%	Generación Y o Millenials
Sin datos	1	0,7%	-
TOTAL	140	100,0%	

vida social. Por otro lado, se caracterizan por ser responsables y comprometidos en el trabajo, buscan su desarrollo profesional dentro de la misma empresa, saben trabajar en equipo y fomentan las relaciones laborales de confianza. Equilibran la energía entre el trabajo, la familia y el tiempo de ocio.

La segunda generación, con el 32% del total, es la Generación Y o *Millenials* la cual se caracteriza principalmente por estar muy adaptados al ritmo cambiante de la tecnología. La vida virtual es una extensión de su vida real y se los considera aficionados a la tecnología del entretenimiento ya que pasaron por todas sus formas evolutivas. No suelen tener la misma fidelidad de la generación anterior con la empresa para la que trabajan, es por eso que las empresas intentan encontrar maneras de reducir su rotación.

48

La muestra obtenida también incluye algunas personas de generaciones más viejas con una larga experiencia laboral. Alrededor del 20% de la muestra tiene 50 o más años de edad.

Veremos en las páginas siguientes de qué manera se expresan, en otros aspectos, estas diversas posiciones en la vida laboral de las personas.

### 3.2 La inserción en el mercado laboral

*Premisa 1.* Son actividades de difícil captación ya que una parte de ellas se desarrolla esporádicamente y la inserción laboral de sus trabajadores tiende a ser precaria.

Esta premisa contiene dos partes. La primera refiere al modo en el cual algunos de los técnicos y pequeños productores audiovisuales desarrollan sus actividades. Como podemos ver en el **Cuadro 2**, para gran parte del total de la muestra, la producción audiovisual es una actividad laboral central en términos de los ingresos y del tiempo que les ocupa. Al interior de la muestra, sin embargo, hay situaciones muy diferentes. Así, para el 41% se trata de su actividad laboral exclusiva aunque, en el otro extremo, casi el 14% considera que se trata de una actividad esporádica.

El **Cuadro 3**, apunta a ilustrar la precariedad de la inserción laboral de muchos de los entrevistados. Como puede apreciarse, en la muestra hay sólo una pequeña proporción de trabajadores que tiene su propia empresa formalmente constituida o que trabaja en relación de dependencia, mientras que la gran mayoría percibe sus ingresos a través de contratos o directamente al contado.

Tomando como referencia el último año, la producción audiovisual para usted es...	Frecuencia	Porcentaje
Su actividad laboral exclusiva	57	41,0%
La actividad a la que le dedica más horas por semana	30	21,6%
Una actividad frecuente	30	21,6%
Una actividad esporádica	19	13,7%
Otros	3	2,1%
TOTAL	139	100,0%

**Cuadro 3.**

Formas a través de las cuales percibe sus ingresos en la actividad audiovisual

	Frecuencia	Porcentaje
Factura como Monotributista	71	53,0%
Informal (al contado)	34	25,4%
Mixto (informal y monotributista)	15	11,2%
En relación de dependencia	7	5,2%
Factura como sociedad formal constituida	4	3,0%
Otros	3	2,2%
TOTAL	134	100,0%

El **Cuadro 4** complementa la información que ya hemos comentado al revelar que una parte relevante de la muestra tiene ingresos de otros orígenes e, inclusive, algunos percibieron bajos ingresos o no percibieron nada por sus tareas en la producción audiovisual. Esto último ilustra algo que planteamos en la introducción, que es que hay una parte de las actividades de las industrias culturales que no necesariamente son remuneradas.

**Cuadro 4.**

Relevancia de los ingresos para la economía familiar

Los ingresos que recibió en el último año por su actividad audiovisual son...	Frecuencia	Porcentaje
Su principal fuente de ingresos	54	38,8%
Más de la mitad de sus ingresos mensuales	14	10,1%
Aproximadamente un tercio de sus ingresos mensuales	25	18,0%
Una ayuda para su economía familiar	19	13,7%
Un reconocimiento simbólico	22	15,8%
No tuvo ingresos	5	3,6%
TOTAL	139	100,0%



A modo de síntesis, se puede ver que las afirmaciones que hicimos en la primera premisa respecto a que una parte de la muestra tiene una precaria inserción laboral, se confirman. Al mismo tiempo, los datos presentados también señalan que una parte significativa de los entrevistados viven de esta actividad y es la que los ocupa la mayor parte de su tiempo de trabajo.

### 3.3 Características de la formación

Respecto a la formación, nos planteamos dos premisas centrales.

*Premisa 2.* Se trata de un segmento de trabajadores y de pequeños empresarios con altos niveles educativos respecto del conjunto de la población económicamente activa (PEA).

*Premisa 3.* Una gran parte de los trabajadores audiovisuales tienen una formación diversa encabezada por las Artes y que, crecientemente, incluye a las Ciencias de la Informática y de la Comunicación.

Respecto de la primera premisa, al consultar sobre el máximo nivel educativo alcanzado, se aprecia que 127 encuestados (91% de la muestra) han realizado algún tipo de formación más allá de la escuela secundaria (**Cuadro 5**).

**Cuadro 5.**  
Máximo nivel educativo alcanzado. Comparación entre la muestra y la PEA

Máximo nivel educativo alcanzado	Frecuencia (muestra)	% de la muestra audiovisual	% del total de la PEA en 31 aglomerados urbanos**
Terciario/universitario completo	89*	63,6%	23,4%
Terciario/universitario incompleto	38	27,1%	14,2%
Secundario completo	8	5,7%	28,1%
Secundario incompleto	5	3,6%	16,2%
Primaria completa	0	0,0%	14,3%
Primaria incompleta	0	0,0%	3,4%
Sin instrucción	0		0,4%
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

\*Incluye 7 casos de posgrado. \*\*Fuente: INDEC (2018), pág. 9, Cuadro 1.5 “Caracterización de la población ocupada. Total 31 aglomerados urbanos”, primer Trimestre. PEA. Población económicamente activa.

El Cuadro 5 también señala que los niveles de educación de la muestra son mucho mayores a los del conjunto de la población económicamente activa. Por ejemplo, el nivel educativo alcanzado en el estrato superior (universitario completo) más que duplica el promedio de la PEA. En el otro extremo de la distribución, mientras en la PEA en general el 14,3% alcanzó sólo a completar la escuela primaria, no hay casos con ese nivel educativo en la muestra. Claramente, los niveles de formación observados en la encuesta son mucho más altos que los registrados en la PEA en general, tal como planteamos en la Premisa 2.

En la Premisa 3, propusimos que “Una gran parte de los trabajadores audiovisuales tienen formación diversa encabezada por las Artes y que, crecientemente, incluye a las Ciencias de la Informática y de la Comunicación”. Esta premisa puede ser explorada examinando los detalles de la o las carreras estudiadas y de las instituciones en las que se completaron los cursos posteriores al nivel secundario, según los datos de nuestro relevamiento. Como era de esperarse, prevalecen formaciones vinculadas con las ciencias humanas y las artes y al manejo de la información y la comunicación. Es significativo, también, que 32 de las personas encuestadas consignan más de una formación académica.<sup>10</sup>

Este cuadro surge de toda la información académica (se excluyen los cursos) indicada en los puntos “Máximo nivel educativo alcanzado” y “Otros estudios y cursos realizados”. Se observa que varios de los encuestados consignan diversos niveles de formación ya sea en diferentes niveles académicos o iguales, es por eso que la sumatoria total es mayor a 140.

Tal como se indicó, 95 de las carreras realizadas se relacionan con la rama de las Ciencias Humanas y dentro de ésta, 88 corresponden al campo de las Artes. Teniendo en cuenta la importancia de este dato, justifica clasificar este número según el área a la que pertenece. De esta forma se puede apreciar que 74 de los casos provienen del área audiovisual, lo que equivale al 43% de las formaciones recopiladas en la encuesta.

<sup>10</sup> La categorización por Rama/Disciplina/Área utilizada, fue tomada de la clasificación que propone el Departamento de Información Universitaria de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) en su Anuario 2013 de Estadísticas universitarias argentinas.

**Cuadro 6.**  
Ramas, disciplinas y áreas de formación universitaria y terciaria

Rama		Disciplina		Área	
Ciencias Humanas	95	Artes	88	Audiovisual (cine, tv, video)	74
				Fotografía	6
				Música	3
				Teatro	4
				Otros	1
		Educación	4		
Otras	3				
Ciencias Sociales	55	Ciencias de la información y de la comunicación	37		
		Economía y administración	8		
		Derecho	5		
		Otras	5		
Ciencias Aplicadas	21	Informática	9		
		Arquitectura y diseño	5		
		Ingeniería	3		
		Industrias	2		
		Cs. Agropecuarias	2		

Nota: El cuadro incluye formaciones de posgrado completo e incompleto; universitario completo e incompleto; y terciario completo e incompleto.

Seguidamente, se encuentra la formación en la rama de las Ciencias Sociales con 55 casos, siendo la disciplina de mayor importancia la de Ciencias de la información y de la comunicación con 37 individuos relevados, exactamente la mitad de la anterior y equivalente a un 22% del total.

Sobre base a estos datos podemos ver que si bien la formación preponderante está ligada a las humanidades, artes y a la formación audiovisual, emerge como significativa la formación en carreras ligadas a la informática. De esta forma, se comprueba la Premisa 3 propuesta.

Por otra parte, se solicitó también a los encuestados que detallaran los cursos más relevantes que hubieran realizado. La información que surge se clasifica y detalla en el **cuadro 7**.

Tal como se esperaba, el mayor porcentaje de cursos se relaciona, en primer lugar, con las Ciencias Humanas y, en segundo término, con las Ciencias Sociales. El análisis de los cursos muestra un amplio nivel de formación con individuos que, además de una o más carreras universitarias, han hecho cursos de formación en temáticas complementarias.

De este modo, los datos analizados permiten apreciar que se trata de un universo de personas con una amplia formación que incluye carreras universitarias y

**Cuadro 7.**  
Cursos más relevantes realizados

Ciencias Humanas	Luminotecnia, Teatro, Dirección de actores, Diseño 3D, Fotografía, Maquetismo, Escenografía, Iluminación, Danza jazz, Danza contemporánea, Música, Pintura artística, Guión, Montaje, Sonido, Dramaturgia, Realización, Dirección de Arte, Actuación, Edición, Escritura, Animación digital, Diseño gráfico, Stop Motion, Crítica cinematográfica, Maquillaje, Vestuario, Literatura, Artes plásticas, Colorimetría y Apple color, Cortos de producción audiovisual, Management, Documental transmedia, Reflectorista, Coordinación de postproducción, Game Art (Animación 3D en videojuegos), Fotoperiodismo, Videofactorías, Desarrollo de proyectos, Formador para emprendimientos, Diseño y realización audiovisual.
Ciencias Sociales	Diplomatura en periodismo político, Diplomatura en gestión de emprendimientos culturales, Publicidad, Gestión Cultural, Gestión de emprendimientos creativos, Formación profesional ocupacional, Locutor nacional, Seguridad informática y protección de datos en la Armada, Branding y Marketing digital.
Ciencias Aplicadas	Manejo pesquero, Técnico mayor de obras.

cursos de distinto tipo. Al mismo tiempo, la información obtenida muestra una fuerte concentración de la formación en carreras y cursos ligados a las artes y al espectro audiovisual con una significativa presencia de actividades de formación en cuestiones ligadas con la informática y la comunicación. Como veremos en la sección que sigue, la diversidad como característica observada de la formación también aparece en el caso de las experiencias laborales.

### 3.4 Características de la experiencia laboral

*Premisa 4.* Gran parte de los trabajadores audiovisuales tiene una inserción laboral diversa tanto en términos de las ramas de actividad dentro de la producción audiovisual (cine, TV, publicidad, nuevos medios, etc.) como en términos de las funciones que desempeñan al interior de la propia producción.

En esta sección exploraremos la cuarta premisa que delineamos inicialmente a través de un análisis de tres elementos relevados en la encuesta: el tipo de producciones audiovisuales realizadas, la incursión en diversas fases de la producción audiovisual y los roles que asumen en las producciones audiovisuales.

En el **cuadro 8** puede observarse la enorme variedad de proyectos audiovisuales que han acometido las personas encuestadas, más allá de que se destacan el cine ficción, la publicidad y los productos institucionales: más del 60% de la muestra participó de este tipo de producciones audiovisuales en algún momento de su carrera. Con la excepción de la producción de videojuegos, al menos un tercio de los entrevistados ha trabajado, alguna vez, en alguno de los tipos de productos audiovisuales listados.

Esta diversidad en los productos en los que han trabajado los entrevistados también aparece en el caso de las etapas en la producción audiovisual en las que han estado involucrados los encuestados. Como puede apreciarse en el Cuadro 8, más de dos tercios de todos los entrevistados han estado involucrados en las fases de producción y en las de pre y posproducción.

**Cuadro 8.**

Tipos de producciones audiovisuales en las que participaron los encuestados

	Número de menciones*	% sobre el total de casos (140)
Cine ficción	89	64%
Publicidad	89	64%
Institucionales	85	61%
Videoclips	68	49%
CINE documentales	61	44%
TV otros	59	42%
TV documentales	53	38%
TV ficción	46	33%
Productos para medios interactivos	44	31%
Videojuegos	5	4%

Nota: los entrevistados podían marcar más de una opción con lo cual el total de la primera columna suma más de 140 (el número total de individuos encuestados) y la segunda columna suma más de 100%

Por último, examinaremos los datos que hemos recogido en la encuesta respecto de los roles que desempeñan los encuestados al interior de cada producción audiovisual. La pregunta planteada en la encuesta era: “En general, cuando trabaja en una producción, ¿qué roles asume?”.

**Cuadro 9.**

Etapas de la producción audiovisual en las que participan los encuestados

¿En qué etapas de la producción audiovisual se desempeña?	Número de menciones	% sobre el total de la muestra
Preproducción	117	84%
Producción	130	93%
Posproducción	96	69%
Brinda servicios a otros	54	39%

**Cuadro 10.**

Número de roles que suele asumir en una producción audiovisual, por persona

Número de roles que asume cada una	Número de personas
1	17
2	33
3	44
4	23
5	10
6	9
7	3
8	1
TOTAL	140

Todas las personas que respondieron la encuesta respondieron esta pregunta. Muchas de ellas declararon trabajar en varios roles en su actividad de producción audiovisual. En total, los 140 entrevistados respondieron que desempeñan un total de 440 roles lo que da un promedio de tres roles por persona, aproximadamente. De los 140, sólo 17 respondieron que desempeñan un solo rol, mientras que la mayoría se concentra en los casilleros que corresponden a los 2, 3 o 4 roles (**cuadro 10**).

En el cuestionario se les daba la posibilidad de marcar una cruz en varias opciones (Productor, Director, Guionista, Iluminador, Sonidista, Fotógrafo, Editor y/o Actor/presentador) o de agregar otros roles no previstos. En función de las opciones marcadas y a partir de reclasificar las opciones asentadas como “Otros”, se elaboró el **cuadro 11**.

**Cuadro 11.**

Número de menciones por rol que suele asumir en una producción audiovisual

Roles	Número de menciones
Productor	96
Director	86
Guionista	66
Editor	59
Fotógrafo	30
Actor/presentador	20
Iluminador	16
Sonidista	12
Asistente (de dirección, de producción y de arte)	10
Animador/a	7
Camarógrafo/a	7
Dirección especializada (arte, fotografía, sonido, actores, casting)	6
Productor general e integral	5
Game designer	3
Líder de proyecto y lead Developer	2
Vestuarista	2
Compositor/a	2
Otros*	11
TOTAL	440

\*Otros incluye: Agente de publicidad; Área de arte; Conductor; Coordinador; Desarrollador; Escenógrafo/a; Espec. en producción de arte; Posproductor; Programador; Steady cam.

Hemos incluido en el cuadro todas las opciones que fueron marcadas al menos dos veces. Nótese que hay un gran número de encuestados que eligieron los principales roles: Productor, Director, Guionista y Editor. Así, de los 140 encuestados, 96 seleccionaron Productor y 86 Director. Casi la mitad de la muestra marcó Guionista y algo menos la opción Editor. O sea, tenemos acá todas las funciones generales necesarias para producir un producto audiovisual.

Las combinaciones más frecuentes fueron las que pueden verse en el **cuadro 12**.



**Cuadro 12.**  
Pares más frecuentes

Pares	Frecuencia
Productor-director	66
Director-Guionista	59
Productor-director-guionista	45
Guionista-editor	17
Director-editor	12
Director-fotógrafo	7
Productor-guionista	6

Acabamos de ver que la inserción laboral de gran parte de los entrevistados es extremadamente diversa. Esa diversidad ha sido examinada tomando en cuenta el tipo de producciones audiovisuales realizadas, la incursión en diversas fases de la producción audiovisual y los roles asumidos en las producciones audiovisuales. De este modo, se confirma lo que esbozamos en la premisa cuatro, al comienzo del artículo. Aparecen acá elementos para pensar tanto el potencial como las limitaciones de un conjunto de personas con enorme amplitud en sus capacidades pero, seguramente, con limitaciones en término de la profundidad de esas capacidades en aspectos puntuales de la producción audiovisual. Dicho de una manera muy burda: son generalistas sin especialización. Ampliaremos estas reflexiones en la sección que sigue.

#### 4. Conclusiones y reflexiones finales

En los párrafos que siguen haremos una síntesis de los resultados alcanzados y formularemos algunas reflexiones finales respecto a la importancia de estas actividades en el tejido productivo audiovisual, las políticas de apoyo y el potencial de investigar este espectro de actividades.

A partir de una lectura de la bibliografía existente sobre la producción audiovisual en la Argentina y, en especial, de los estudios que analizan a la pequeña producción audiovisual y a los trabajadores del cine, la TV y la publicidad, se

formularon cuatro premisas que intentan resumir algunas de las características de estas unidades productivas, en muchos casos, unipersonales. Se contrastó esas premisas con los datos que surgen de una encuesta reciente realizada a 140 personas que trabajan en la producción audiovisual en diversos lugares de la Argentina.

Muy sintéticamente esas premisas son:

1. Las actividades del complejo audiovisual son de difícil captación ya que una parte de ellas se desarrolla esporádicamente y la inserción laboral de estos trabajadores tiende a ser precaria.

2. Estas personas tienen altos niveles educativos respecto del conjunto de la población económicamente activa (PEA).

3. Una gran parte de ellos tienen una formación diversa encabezada por las Artes y que, crecientemente, incluye a las Ciencias de la Informática y de la Comunicación.

4. Gran parte de ellos tiene una inserción laboral diversa tanto en términos de las ramas de actividad (cine, TV, publicidad, nuevos medios, etc.) como en términos de las funciones que desempeñan al interior de la propia producción.

En general, los datos de la encuesta mostraron la validez de estas premisas, más allá de que también sugieren algunas cuestiones quizá no contempladas en ellas.

Esas cuatro premisas están conectadas lógicamente e intentan esbozar un modelo causal que nos ayude a entender la particular morfología de las capacidades de estos trabajadores del conjunto audiovisual. En este texto sugerimos que las características y el modo como funciona el sistema productivo audiovisual argentino son un elemento central para explicar por qué una parte de las personas tienen una inserción laboral relativamente precaria e inestable. El funcionamiento de ese mercado laboral promueve la búsqueda de una formación amplia y diversa al mismo tiempo que las personas se ven impulsadas a diversificar su relación con el

mercado asumiendo diversos roles en producciones que abarcan el cine, la TV, la publicidad y las nuevas pantallas.

El análisis que hemos hecho muestra y amplía nuestro conocimiento sobre la enorme complejidad de la producción audiovisual y sobre la significativa riqueza de las formaciones y de la experiencia laboral que caracteriza estos trabajadores. Si bien no fue un tema analizado en este artículo, surge como algo relevante explorar cuál es la identidad de estas personas en tanto partícipes de la producción audiovisual. ¿Se trata de pequeños empresarios? ¿De trabajadores especializados? ¿O estamos ante actividades donde los que participan en ellas tienen múltiples y cambiantes identidades?

La diversificación que hemos observado, tanto en la formación como en la experiencia laboral, en qué medida es un activo importante para el país y en qué medida es un freno significativo para encarar proyectos de mayor envergadura y complejidad. La falta de especialización ¿es un problema? ¿En qué medida la política pública y las acciones de las entidades que pueblan el complejo (sindicatos, asociaciones, etc.) deberían tomar nota de estas características e incluir el tema en las discusiones de la prospectiva, del futuro de la producción audiovisual en la Argentina?

Por último, el ejercicio que hemos encarado acá muestra el potencial de analizar la producción audiovisual a través de un estudio de los trabajadores y de las muy pequeñas empresas que constituyen una parte sustancial de las capacidades para producir materiales audiovisuales con las que cuenta el país.

## Bibliografía

Barnes, C., Borello, J. A., González, L. y Quintar, A. (2014). Dossier: Producción, distribución, exhibición y consumo cinematográfico en la Argentina. *H-industri@ Revista de historia de la industria, los servicios y las empresas en América Latina*, Año 8, Nro. 14 (primer semestre), pp. 9-16.

- Barnes, C., Borello, J. A. y Pérez Llahí, A. (2014). La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas. *H-industri@*, Año 8, Nro. 14 (primer semestre).
- Borello, J. A. y González. L. (2018). El *cluster* audiovisual en Buenos Aires: La importancia de la acumulación de capacidades simbólicas. En Gutman, G., Gorenstein, S. y Robert, V. (eds.). *Territorios y nuevas tecnologías: Desafíos y oportunidades en Argentina*. Buenos Aires: Ed. Punto Libro, pp. 183-218.
- Borello, J. A. y Morhorlang, H. (2013). 'Al calamar no le importa con qué barco lo pesco': División del trabajo, diseño naval y competencias, En Suárez, D. (comp.). *El sistema argentino de innovación: instituciones, empresas y redes. El desafío de la creación y apropiación de conocimiento*. Los Polvorines: UNGS, pp. 497-533.
- Borello, J. A. y Morhorlang, H. (2014). Producer services, division of labor, and innovation in semi-industrialized countries: A study of Argentine naval workshops". En Chen Jin and Latif Al-Hakim (Eds.). *Quality Innovation: Knowledge, Theory and Practices*, EE.UU. IGI Global.
- Bosch, C. (2017). Discursividad del cine villero. *Imagofagia* (Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual), Nro. 15 (abril), pp. 1-28. <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/1257/1081>
- Bulloni Yaquina, M. N. (2009). Flexibilización laboral y mecanismos informales de regulación de los mercados de trabajo: Un estudio en la producción cinematográfica argentina. *Trabajo y Sociedad* (Santiago del Estero), Nro. 12. Recuperado de: [http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/12\\_BULLONI\\_YAQUINTA.pdf](http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/12_BULLONI_YAQUINTA.pdf)
- 62 — Cabrera, N. (2013). Regulación social del mercado de trabajo en contextos productivos flexibles: Una mirada desde la contribución de los trabajadores en la producción de cine publicitario argentino. Trabajo final de grado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- Diez, J. I. y Giannasi, N. (2015-a). Las industrias culturales en la Argentina: trayectoria y políticas públicas I. *Realidad Económica* 292, pp. 29-43. (Bs As).

- Diez, J. I. y Giannasi, N. (2015-b). Las industrias culturales en Argentina: Trayectoria y políticas públicas II. *Realidad Económica* 293, pp. 143-169. (Bs As).
- Fernández Berdaguer, L. (2006). Trayectoria, educación universitaria y aprendizaje laboral en la producción audiovisual. *Arte e Investigación* (Facultad de Bellas Artes, UNLP), Año 10, Nro. 5, pp. 41-44.
- Garavelli, C. (2014). *Video Experimental Argentino Contemporáneo: Una Cartografía Crítica*. Buenos Aires: EDUNTREF.
- Golik, M. (2013). Las expectativas de equilibrio entre vida laboral y vida privada y las elecciones laborales de la nueva generación. *Cuadernos de Administración* 26 (46). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20527100005>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2018). Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH). *Informes Técnicos*, Vol. 2, Nro. 119; *Trabajo e ingresos*, Vol. 2, Nro. 4 (Primer trimestre de 2018). Recuperado de: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado\\_trabajo\\_eph\\_1trim18.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_1trim18.pdf)
- Markusen, A. (2010). Organizational complexity in the regional cultural economy, *Regional Studies*, vol. 44, Nro. 7, pp. 813-828.
- Motta, J. J., Morero, H. y Mohaded, N. H. (2015). La interacción entre las instituciones y la producción cinematográfica y de contenidos para TV en Córdoba. *Imagofagia* (Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual). Vol. 8.
- Littler, C. (1982). *The Development of the Labour Process in Capitalist Societies: A comparative study of the transformation of work organization in Britain, Japan and the USA*. Londres: Heinemann Educational Books.
- Lorenzen, M. (2018). The Geography of the Creative Industries: Theoretical Stocktaking and Empirical Illustration. En *The New Oxford Handbook of Economic Geography*.
- Puente, S. y Arias, F. (2013). *Convergencia y nuevos contenidos audiovisuales*. Sáenz Peña: Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Scott, A. (2004). Cultural-products industries and urban economic development. Prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, Vol. 39, Nro. 4 (marzo), pp. 461-490.

Scott, A. (2014). *On Hollywood: The place, the industry*. Princeton: Princeton University Press.

Quintar, A., González, L. y Barnes, C. (2014). Producción audiovisual comunitaria: una democratización del relato. *Revista Question* (UNLP). Vol 1, Nro. 42, junio, pp. 360-375.