0º grado.cero
Revista de Estudios en Comunicación

octubre 2026
Nº 8 · e-ISSN 2683-9784

UCES
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Juan Andrés Martínez Cantó

Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina

elgatoproducciones@yahoo.com.ar

ENVÍO

[11/08/2025]

ACEPTACIÓN

[04/03/2026]

ARK

https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s26839784/hrys2b145

Una mirada sobre Nuestro Cine en contexto de crisis (2000–2004): ejes de análisis

A view over Argentinian Cinema in Crisis Context (2000-2004): Analisys Axis

Resumen

A través de tres ejes abordaremos el periodo que se enmarca entre los años 2000 y 2004, en lo concerniente al mercado audiovisual, industria cinematográfica y legislación vigente para la promoción de la política audiovisual.

De esta manera, propondremos una mirada sobre lo que sucedió en la franja de tiempo citado, y como se produjo un advenimiento de la producción cinematográfica en Argentina, una vez que se atravesó la crisis económica, política y social del año 2001: se produjo un boom de producciones, de asistencia del público a las salas donde las audiencias consumieron masivamente producciones nacionales, así como una legislación acorde que apuntaló a la industria.

Las políticas públicas de fomento del audiovisual, tomaron cuerpo con una presencia del Estado, a través del organismo correspondiente, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Si bien Argentina tiene una larga data y trayectoria en la producción audiovisual, sin esta presencia del Estado, articulada con los privados y las audiencias, no hubiese sido

posible el despegue y posicionamiento del país, como uno de los principales productores de contenidos de América Latina.
Este debate cobra nuevos bríos, en pos de la coyuntura que se encuentra atravesando la república Argentina, para pensar nuevos escenarios posibles a futuro.

Palabras Clave: Argentina; audiovisual; crisis 2000-2004; crisis industria audiovisual 2025

Abstract

We will examine the 2000–2004 period through three key lenses: the audiovisual market, the film industry, and the legislation in place to promote audiovisual policy.
In doing so, we will analyze events during this timeframe and the resurgence of film production in Argentina following the economic, political, and social crisis of 2001. This period saw a boom in productions and cinema attendance—with audiences flocking to see domestic films in large numbers—supported by legislation that bolstered the industry.
Public policies fostering the audiovisual sector materialized through active State involvement via the relevant agency, the National Institute of Cinema and Audiovisual Arts (INCAA). Although Argentina has a long history of audiovisual production, the country's takeoff and subsequent positioning as a leading content producer in Latin America would not have been possible without this State presence, coordinated with the private sector and audiences.
This discussion is gaining renewed momentum in light of the current situation in Argentina, prompting us to envision potential future scenarios.

Keywords: Argentina; audiovisual; crisis (2000–2004); audiovisual industry

Introducción

A través de la presente, se propone un análisis de un periodo histórico determinados (que comprende la franja de años que van desde el 2000 hasta el 2004 inclusive), en cuanto a la coyuntura audiovisual de nuestro país. Los ejes de abordaje planteados serán tres: el eje nominado como Mercado, el eje Industria y el eje Legislación.

Marco teórico metodológico

Como puntal para el abordaje metodológico, utilizaremos las nociones planteadas por Ander Egg, en Técnicas de la Investigación Social, donde plantea a la "*Recopilación documental*" (Ander Egg, 1995, pag. 227), como herramienta metodológica per sé, para poder objetivar los corpus de soportes materiales como textos, documentos, etc. Tendremos un especial cuidado en los documentos que brinden data numérica plausible de análisis a posteriori, para poder brindar variables cuantitativas en datos para el trabajo. Estos mismos pueden ser informes estadísticos, contables, comerciales, etc. (Ander Egg, 1995).

Para poder entender y avanzar sobre este periodo, debemos definir dos categorías centrales que utilizaremos a partir de aquí para vertebrar en dos grandes concepciones, que serán las partes centrales del trabajo: Coyuntura Dinámica y Política Construida (Matus, 1982). El hecho de pensar la Coyuntura Dinámica como un escenario dado, explicita la adscripción a pensar estratégicamente el proceso acontecido durante la franja temporal citada. La coyuntura dinámica transitada constituida por hechos, por verdades existentes. Este es el plano de *lo real*, donde se circunscriben las variables de análisis. Por otro lado, la otra categoría que planteamos aquí es la de Política Construida. Esta se puede dar sin un anclaje en la coyuntura dinámica pero esto quiere decir que sólo se dará en el plano de la abstracción (Matus, 1982).

En el período analizado, en lo *real*, se dio un contexto de crisis que alteró las lógicas de consumo de la época. En este escenario que fue una realidad turbulenta e impredecible, analizamos la coyuntura dinámica en tres ejes que, a nuestro entender, constituyen una gran parte del universo audiovisual contextual: Mercado, Industria y Legislación.

Estado del arte: Años 2000-2004 como ejes de análisis

Durante los años tomados para el análisis, el universo del campo audiovisual ha vivido en Argentina una ampliación en su modo de producción más industrial, consolidándose como campo de desarrollo sostenible y de gran valor agregado. Podemos hablar que se propició, una vez atravesada la crisis del 2001, un nuevo escenario favorable en términos de posibilidades industriales de realización audiovisual. Cabe remarcar que es una época previa al auge del *streaming* y de las plataformas *Over The Top* (OTTs), por eso resulta esencial poder abordar este proceso, para analizar la reconversión hacia al nuevo paradigma de producción audiovisual imperante.

Por ello vamos a plantear tres ejes puntuales:

* **Eje Mercado:** Bajo este eje analizamos el crecimiento de los espectadores cinematográficos y consumidores de contenidos audiovisuales, que genera mercado interno de consumo.[1]

* **Eje Industria:** Bajo este punto se analizarán las características de producción industrial entre los años 2000-2004.

* **Eje Legislación:** En este punto veremos la normativa jurídica que guió el período de los años 2000-2004.

[1] En este periodo hubo una explosión del consumo interno considerable.

Eje Mercado

Bajo este punto, trataremos de dar cuenta de cómo se encontraba el mercado interno de consumo de productos audiovisuales durante este periodo.

En el mercado audiovisual, es importante analizar el consumo durante la etapa de la realización de los contenidos audiovisuales: La mayor parte de las películas demoran en promedio dos años desde el comienzo del desarrollo del proyecto hasta la primera copia de la obra. Analizar el mercado como plaza de consumo permite dar cuenta de las tendencias en la producción audiovisual. Cabe destacar que una realización que comience hoy es probable que pueda ser vista recién tres años más tarde en sala, en el país, luego de atravesar el circuito de festivales extranjeros para su promoción. Es por eso que, para este primer eje, analizaremos en primera instancia, el crecimiento del público espectador cinematográfico durante el período analizado, basándonos en las cifras oficiales.

Según fuentes vinculadas a la industria audiovisual[2], la cantidad de espectadores en sala creció de 24.093.485 registrados vía INCAA, en el año 2000 a la cantidad de 41.353.407 en el año 2004. Esto significa un incrementos del 72% en este lapso. Sólo en la ciudad de Buenos Aires los espectadores crecieron de 7.744.653 en el año 2000, a la cantidad de 12.730.713 en el 2004, representando un crecimiento de un 65%. Se da un gran salto, en cuanto a audiencia, sobre todo en el período 2003 – 2004, que a nivel nacional tiene mayor densidad que el que se da en la ciudad de Buenos Aires.

La variable político económica que atravesaba el país para este período estuvo presente en cada pauta de consumo: Viniendo de una recesión prolongada que traza los años 2000 – 2001, para coronarse en una crisis económica, política y social a fin del 2001, hubo un cambio de paradigma en cuanto al modelo económico, que se terminó de consolidar a partir del año 2003, con una fuerte impronta orientada al consumo. Cabe destacar el

[2] "Observatorio", Revista del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Año 2, Número 3, Octubre 2005, Argentina. Datos extraídos de las siguientes fuentes: INCAA, UAVE, ATVC, REVISTA PRENSARIO, SICA (CINE).

crecimiento sostenido del PBI, expansivo y cuasi exponencial, desde este año.

Los nuevos actores económicos dominantes que emergieron en este momento, tienen una impronta más orientada al fomento y protección industrial, con el fin del mercado interno. Si bien el consumo interno fue la estrella de crecimiento, se dio también de una nueva manera después de la crisis, donde hubo un nuevo paradigma*: hay mayor consumo de bienes efímeros o desechables que de los durables. Y la industria del entretenimiento entra en la producción simbólica de bienes de consumo instantáneos***.** En palabras del sociólogo Rolando Santos, ex - director del departamento de investigación de SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) y de la consultora Cinedística:

> El público potencial (es decir, táchese a los millones que están ya fuera del sistema), en épocas de crisis, más que ahorrar, selecciona el consumo. A lo mejor, paga menos por salud, por indumentaria, come cosas más baratas, pero juntan el poco dinero que tienen para ir al cine, o a un recital. Lo que se perdió en la Argentina, y en general en todo Latinoamérica, es la capacidad de administrar el consumo a futuro. El argentino piensa en el próximo fin de semana, y en tratar de mantener algo de su calidad de vida (Diario Página 12, 30 de julio de 2000).

Esta será la premisa que utilizaremos a la hora de referirnos al consumo en el período analizado: Por más que haya habido un repunte en el consumo, es otro el paradigma guía del consumo, que no está relacionado con una visión de mejor calidad de vida a largo plazo, sino con el esparcimiento y los estímulos, pidiendo pista en el corto plazo, en el instante, en lo desechable y en lo efímero.

Eje Industria Cinematográfica

Para poder analizar este periodo, nos tenemos que remitir a enero de 2000, a partir del cambio de gobierno y la asunción de Fernando De La Rúa como presidente, se designó en el INCAA a José Miguel Onaindia, cuyo objetivo fue ordenar el funcionamiento interno del Instituto. Una de sus primeras

medidas fue la de fijar topes en los subsidios para que las producciones más costosas concretadas por los multimedios televisivos no vaciaran el Fondo de Fomento del Instituto.

El año 2000 mostró excelentes cifras a nivel productivo y de mercado con 45 películas estrenadas que consiguieron un 17,7 del total de estrenos en salas, perfilándose mundialmente como una de las cinematografías con mejor inserción en su propio país. Ese porcentaje de películas nacionales estrenadas por año en relación al total de estrenos anuales fue creciendo en todo el período analizado hasta llegar al 22,7% en 2004, sin embargo a nivel de espectadores el porcentaje total de asistentes a películas argentinas cayó del 18,1% del 2000 al 10,1% en 2004. Es decir que paradójicamente a mayor cantidad de títulos nacionales estrenados, menor cantidad de espectadores van a verlo. Cabe aclarar igualmente que estas variables son porcentuales, ya que en números reales el cine nacional alcanzó el record del período 00/04 en el año 2000 con 6.091.938 espectadores, prácticamente repetido en el 2004 (luego de haber bajado en los años intermedios) con 5.852.583 entradas vendidas[3].

Cifras parecidas a las del año 2000 mostró el 2001 con la misma cantidad de películas estrenadas y con un dato nada menor: "El hijo de la novia" de Juan José Campanella fue la película más vista en el año, superando a todas sus competidoras extranjeras (norteamericanas sobretodo), un hecho único en estos años para la industria cinematográfica argentina.

Eseverri y Luka se encargan de remarcar la situación del cine argentino en el 2002:

> A pesar del caos económico y social que lo signó, el 2002 fue un año alentador para el cine nacional. Cuarenta películas fueron estrenadas comercialmente y tuvieron más de 3 millones y medio de espectadores. El circuito de festivales internacionales las reconoció con setenta y seis premios, "El hijo de la novia" consiguió una nominación al Oscar 2001 como mejor film en idioma extranjero y el INCAA obtuvo la autarquía que le permitió recuperar los recursos

[3] Fuente: DEISICA

económicos perdidos[4] (Eseverri, M y Luka, E., 2003, p.15).

Se debe destacar que a pesar del aumento en espectadores, la recaudación bruta –producto de la devaluación- cayó un 70 % en valor dólar[5]. A su vez, la misma devaluación produjo una mayor reactivación, se presentaba el cuello de botella de que la industria cinematográfica posee insumos dolarizados. De allí que resulte imperiosa la necesidad de lograr subsidios estatales y aportes extranjeros (a través de fundaciones y organismo como habíamos indicado anteriormente). *La situación productiva planteada indica, principalmente, que la presencia del Estado en favor del cine nacional, sea en concursos, premios, subsidios, incentivos fiscales, promoción local e internacional, capacitación, preservación e investigación, resulta totalmente indispensable en Argentina como en cualquiera de los países de Latinoamérica.* Sin tal presencia, no habría prácticamente ninguna posibilidad de actividades productivas en este campo.

En el 2003 hubo un leve pero perceptible incremento de la cantidad de películas exhibidas y estrenadas. Un 6,8% fue el aumento de títulos estrenados. Se estrenaron 46 largometrajes nacionales, 6 más que el 2002. El año 2004, y siguiendo los datos recogidos por Cinedística, resultó otro muy buen año para la industria cinematográfica en el país. La cantidad de espectadores subió un 30% en relación al año anterior superando la cifra de más de 41.000.000 de entradas vendidas. En cuanto a la cantidad de estrenos nacionales, en el circuito comercial, la cifra ascendió a 66 convirtiéndose en un record histórico para la industria cinematográfica argentina. La cantidad de espectadores al cine nacional creció más del 90 % (de los 3.067.112 en 2003 a los 5.852.583 del 2004) aunque tres film concentraron dos tercios del total, “Patoruzito” “Luna de Avellaneda” y “Peligrosa Obsesión”.

[4] En agosto de 2002 el Poder Ejecutivo dispuso la devolución retroactiva al INCAA de los fondos que le habían sido retirados durante los cuatro años anteriores.
[5] Fuente: Cinedistica 2002

Cabe aclarar que el tradicional duopolio nacional de empresas exhibidoras conformado por Sociedad Anónima Central –SAC (con el 45,5%) y Coll Saragusti (con el 43%)[6] a partir de 1997, con la llegada masiva de compañías transnacionales, se modificó drásticamente. A tal punto cambió la relación de fuerzas en el negocio de las salas cinematográficas que, para el 2004, las transnacionales copaban el 63% del mercado, repartido de la siguiente manera: Hoyts General Cinemas, 23,6%; Village Road Show, 17,0%; Cinemark, 14,1% y NAI-Paramount, 8,6%. Mientras que las nacionales SAC y Coll-Saragusti redujeron su participación a sólo el 10%[7].

Eje Legislación Cinematográfica

Para finales de 1993, un hito significativo para la cinematografía argentina, fue la aprobación de la Ley 24.337, modificatoria de la ley 17.741 y que, a su vez, antes también había sido reformada por otras leyes. Si bien el primer antecedente de legislación de fomento real se puede encontrar en 1947, con el general Perón como presidente, el gran salto se produce en el 1994, once años después de la vuelta de la democracia, con la aprobación de la Ley 24.337[8]. Esta Ley surgió como respuesta necesaria a la inminente agonía del cine nacional. Para muchos directores, teóricos y críticos de cine, era imperiosa la necesidad de modificar la situación regulatoria en ese momento porque, caso contrario, se iba derecho a la desaparición del cine argentino[9]. La "Ley de Cine" sustituyó al anterior INC por un nuevo organismo: el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales -INCAA- (ubicado en el área de la Secretaría de Cultura), amplió la protección estatal del sector a niveles nunca antes obtenidos (mediante la asignación de recursos

[6] El 11,5% restante estaba en manos de exhibidores independientes.

[7] Fuente: Informe Nielsen EDI, XXº Festival Internacional de Cine de Mar del Plata

[8] Se presentó y discutió en 1993, se reglamentó en septiembre de 1994 y se aprobó definitivamente en enero de 1995.

[9] Durante los cinco años que van desde 1989 hasta 1994, se registró la menor producción de cine nacional desde 1935, llegando incluso en los años '90 y '92 a estrenarse tan sólo 12 películas nacionales en cada uno de esos años y en 1994 sólo 8 estrenos. La media anual desde 1935 hasta 1988, era de 33 estrenos por año.

destinados a la conformación del Fondo de Fomento Cinematográfico), reglamentó nuevos caminos para el acceso a esos nuevos fondos permitiendo el acceso a los mismos de nuevas camadas de realizadores y federalizó la conducción del Instituto. El cine argentino cambió. En 1995, sólo un año después de haberse promulgado la ley, Argentina, al menos cinematográficamente, era otro país. Se triplicaron los estrenos nacionales respecto del año anterior y la afluencia de espectadores a esos estrenos se multiplicó casi por siete.[10]

Con la ley modificada de 1994, se mantenía el impuesto del 10% sobre todas las entradas vendidas para exhibición comercial en salas, pero a partir de la sanción de la Ley N° 24.377 el mismo se conforma "con un impuesto equivalente al 10% aplicable sobre el precio básico de toda localidad o boleto entregado gratuita u onerosamente para presenciar espectáculos cinematográficos"; con otro impuesto "equivalente al 10% aplicable sobre el precio de venta o locación de todo videograma grabado destinado a su exhibición pública o privada",[11] y con (pese a la férrea oposición de los multimedios de comunicación que no querían un nuevo gravamen[12]) "un 25% del total de las sumas efectivamente percibidas por el Comité Federal de Radiodifusión" (organismo regulador de los medios televisivos y radiales, al cual las empresas del sector deben derivar alrededor del 7,5% de su facturación).[13] Esto permitió elevar las posibilidades reales de fomento estatal.

Sin embargo, el Instituto sufrió los manejos políticos propios de nuestro país. Primero la Ley disponía que la percepción y fiscalización de los gravámenes estuviera a cargo de la Dirección General de Impositiva (AFIP)

[10] Eseverri, M y Luka, E.; "Introducción"; en "Generaciones 60/90. Cine Argentino Independiente", Malba, Buenos Aires, 2003.

[11] Hasta fines del año pasado, se estaba debatiendo si las plataformas de Streaming (Netflix, Paramount Plus, Disney Plus, etc.), no debían cuadrar en éste apartado de la ley. Esto multiplicaría por cinco el fondo de fomento.

[12] Originalmente los impulsores de la ley promovieron un impuesto directo a la TV por cada emisión de una película nacional, pero la iniciativa fracasó debido a las múltiples presiones.

[13] Ley nacional 24.337

y en 1997 el Decreto 1480/97 determinó que el Fondo de Fomento Cinematográfico pasara a formar parte de la Cuenta Única del Estado. La industria cinematográfica sufriría a partir de allí sucesivos recortes a sus recursos propios y genuinos dependiendo de los caprichos del Ministro de Economía, Domingo Cavallo. Este determinó que la producción local se redujera por un decreto dictado en el marco de la Ley de Emergencia Económica, por el cual se suspendió la autarquía financiera del INCAA, apropiándose entonces el Tesoro Nacional de alrededor del 50% de los recursos del organismo, y procediendo a un envío irregular de los restantes recursos, con lo que se dificultó seriamente el otorgamiento de créditos, el pago de subsidios y la planificación de actividades.

El 21 de agosto de 2002, mediante el Decreto de "necesidad y urgencia" nº 1536 del Poder Ejecutivo Nacional dictado por el entonces presidente Eduardo Duhalde, el INCAA recuperó su autarquía y por ende la posibilidad de recaudar y de administrar sus propios fondos que por ley le correspondían.[14]

Esta recuperación de la autarquía, quizás sea el precedente más fuerte para la expansión de fomento, en términos nominales como en términos monetarios, para apuntalar a la industria. Los créditos blandos, los subsidios y concursos, brindaron un plafón para la multiplicación de las producciones audiovisuales en los años venideros. Quizás el contexto más fáctico fue qué, al contrario de muchos tiempos, la ley empezó a cumplirse.

Conclusiones del presente trabajo

Retomando a Matus y las nociones de coyuntura dinámica y política construida (Matus, 1982), podemos decir que en el periodo que se analiza, se produjo una constante intervención del Estado como regulador y a través de sus políticas públicas de fomento, sosteniendo una ley de avanzada y con actores económicos privados que venían de un mercado totalmente perimido.

[14] En noviembre de ese año se dispuso a través de otro decreto, la devolución retroactiva de los fondos que se le habían quitado durante los cuatro años anteriores.

Todo esto decantó en una expansión tanto de público como de producción, una vez acontecido un cambio de variables y políticas económicas. Dentro de un marco más amplio como fue el cambio de políticas económicas, orientadas a un modelo distribucionista, pensado para el mercado interno. Aquí entra en juego el tipo de consumo que se instala: un consumo más recreativo, de bienes no durables, trocados por experiencias personales.

Cabe destacar la importancia del rol del Estado en la articulación de políticas públicas culturales, para atravesar los escenarios de crisis y apuntalar sus industrias culturales, en este caso concreto, la industria audiovisual. A través del organismo de fomento, el Instituto de Cine y Artes Audiovisuales, se instauró a través del poder político para la vuelta de la autarquía del Instituto.

De esta forma, se pudo contar con sus ingresos genuinos y se administró en el marco de lo que la ley determina como asignaciones específicas. La autarquía misma brindó la posibilidad de un fomento propio a la industria audiovisual, pasada la crisis sistémica del año 2001. Si bien la legislación queda siempre rezagada a los modelos de negocios y a los adelantos tecnológicos, estuvo bastante a la saga del momento, a través de una lectura acorde de la ley de 1994.

A modo de finalización, cabe remarcar que en este periodo, el antecedente histórico social fue una crisis sin precedente en materia económica y social en Argentina. Frente a un escenario de crisis próximo y posible, se pueden pensar variables desprendidas de este análisis, para fomentar una industria que, sin lugar a dudas y en vistas a las políticas culturales actuales, necesitará de apoyo estatal para volver a ocupar el lugar que merece en la cinematografía latinoamericana y mundial.

Referencias Bibliográficas

Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social* (24ª ed.). Lumen

Battle, D. (2002). *De la virtual extinción a la nueva ley de cine*. En *Nuevo cine argentino: temas, autores y estilos de renovación*. Tatanka.

Casetti, F. (1994). *Teorías del cine*. Cátedra.

Eseverri, M., & Luka, E. (2003). *Introducción*. En *90 Generaciones 60. Cine Argentino Independiente*. Malba.

Getino, O. (2005). *El cine en el MERCOSUR*. En *Cine Iberoamericano: Los desafíos del nuevo siglo*. Veritas.

Matus, C. (1982). *Estrategia y plan*. Siglo XXI.

Diarios y Revistas

Clarín. (2003, mayo 22).

Clarín. (2006, mayo 25).

Página/12. (2000, julio 30).

Página/12. (2002, mayo 31).

Revista DEISICA (2004)

Observatorio. (2005, octubre). Número 3. Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

Leer Cine. (2006, marzo). Número 5.

Raíces. (2003, noviembre). Número 6.

Superpullman. (2007, febrero). Número 11.

TV y Video. (2006, octubre).