

INDUSTRIAS CULTURALES

BALANCE 2003 ARGENTINA



El presente informe ha sido elaborado por el CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano) de la Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable del GCBA especialmente para el Observatorio de Industrias Culturales (OIC) de la Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
Fecha de cierre de la presente publicación: junio de 2004

INDUSTRIAS CULTURALES

Tras varios años de recesión en el sector (entre dos y tres según el subsector) en 2002, las industrias culturales sufrieron un fuerte golpe y prácticamente todos los indicadores -excepto el correspondiente a afluencia de público a cines- mostraron una retracción interanual considerable, incluso superior a la correspondiente al promedio de la economía. Esta "sobre-reacción", se explica principalmente porque se trata de bienes y servicios cuya demanda presenta alta elasticidad-ingreso, es decir que reacciona con fuerte sensibilidad dado que, al no tratarse de productos de primera necesidad, su consumo puede postergarse.

El año 2003 marcó la recuperación para las industrias culturales, con una reversión generalizada de las caídas. De todas maneras, se advierte que los resultados positivos surgen en parte del contraste con los paupérrimos niveles del año anterior.

Al incremento en el consumo interno confirmado por las cuentas nacionales, se suman otros motivos para la recuperación. En el caso de la industria del libro, se registra una mayor edición en el país de títulos que antes se importaban, al igual que un aumento del reposicionamiento de los libros argentinos en los mercados externos, junto con campañas de promoción de la lectura que realizan diversos organismos estatales (distribución de ejemplares en escuelas, canchas de fútbol, playas y colonias de vacaciones, etc.) y las mayores ventas de libros a turistas residentes en el extranjero. Respecto de esto último, debe tenerse en cuenta que la Ciudad de Buenos Aires es un centro neurálgico de generación, distribución y comercialización de la producción de base cultural -el más importante del país- y que en 2003, el nivel de turistas y de gasto volvieron a convertirse en récords. Así, el impacto que el fenómeno turístico tiene sobre las industrias culturales de la Ciudad se debe a que una proporción importante de los residentes del extranjero que la visitan adquiere libros y CDs, concurre a espectáculos de tango, asiste a cines, teatros y festivales artísticos, visita museos, etc. Así lo muestran los datos que surgen de la Encuesta en Puntos de Entrada a la Ciudad de Buenos Aires: 21% de los turistas extranjeros compró libros, 21% música y 9% artículos de tango.

Libro

La industria del libro muestra una recuperación de su nivel de actividad. En 2003, se editaron 14.360 títulos, que a una tirada media de 2.654 ejemplares por título, equivalen a 38.100.000 ejemplares producidos.

A diferencia de lo acontecido para el año 2002, se registraron incrementos interanuales tanto en títulos como en ejemplares publicados. En 2003, los títulos publicados por las editoriales aumentaron en 39,4% y los ejemplares en 12,9%, y el año concluyó con niveles de ambas variables incluso superiores a los de 2001¹ (Gráfico 1). De todas maneras, los importantes aumentos en las

¹ El aumento en los títulos de 2003 es producto del incremento de 37% en las novedades y de 65% en las reimpressiones. Como las tiradas medias cayeron 19% y 22% en cada caso, el aumento en los ejemplares fue más moderado, de 11% en las novedades y de 28% en las reimpressiones.

dos primeras variables deben considerarse con precaución, porque los títulos y ejemplares de 2002 habían sido los más bajos de los últimos diez años², pero hablan de una tendencia en ascenso que continúa en 2004: en febrero la tirada media alcanzó el valor más alto desde abril de 2002 y los ejemplares, desde octubre de 2001.

El dato negativo es que la mayor cantidad de títulos editados en 2003 estuvo acompañada por una caída en la tirada media (19%), que se suma a las que se habían producido en los años anteriores. De esta manera, la tirada media se ubicó entre los 2.500 y 2.800 ejemplares por título, mientras dos años atrás variaba entre 4.000 y 5.000, lo que equivale a una reducción cercana a la mitad. Cabe destacar que la caída en la cantidad de ejemplares por título coloca al nivel de 2003 en el más bajo de los últimos diez años (2.654 ejemplares por título)³. Sin embargo, analizando la evolución por trimestre, se observa que la caída de la tirada media se fue desacelerando, al punto que en el cuarto trimestre de 2003 esta variable mostró un leve incremento de 0,3%.

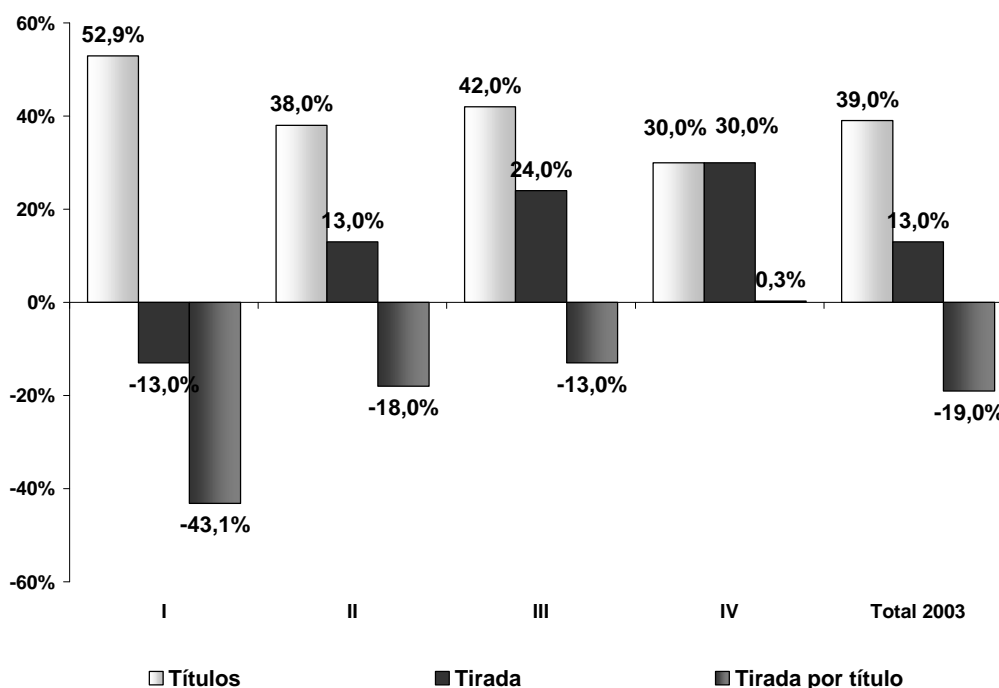
Por otra parte, la participación de las novedades en el total de títulos y en el total de ejemplares mantuvo su importancia respecto del año anterior, quedando sólo un punto porcentual por debajo de los guarismos de 2002 (92% y 89% respectivamente). Las temáticas más publicadas en el año 2003 fueron *Literatura latinoamericana, Derecho y Educación*.

Vale la pena destacar que en comparación con 1998, el año previo al inicio de la caída en el sector, se verificó en el último año un incremento de 12% en la cantidad de títulos editados, con una reducción de 30% en los ejemplares, consecuencia de una disminución de 38% en las tiradas medias.

² Sólo en 2002, el número de lanzamientos se había reducido interanualmente 23,3%, la tirada media 25,5% y la cantidad total de ejemplares 42,8%.

³ Los niveles de tiradas medias para 2003 fueron de 2.570 ejemplares por título en novedades y de 3.585 en reimpressiones.

Gráfico 1
Industria del libro. Variación interanual de las fichas registradas en el ISBN. Argentina.
Año 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Cámara Argentina del Libro.

Cabe destacar que si bien el incremento en los títulos editados más que compensó la caída del año anterior, colocando el nivel por encima del correspondiente a 2001 (en 19%), la fuerte caída en las tiradas determinó que la cantidad de ejemplares quedara significativamente por debajo de la de entonces (27%).

Como se explicara en la edición anterior de este Informe, la reducción de las tiradas medias admite distintas explicaciones. En términos generales, ante la retracción permanente registrada en el consumo durante los últimos años, las editoriales han tendido a tomar una estrategia conservadora, dándole preferencia a tiradas cortas de novedades y a reimpressiones de títulos de aceptación de público comprobada.

También explica la reducción de las tiradas la falta de financiamiento necesario para invertir en producciones más importantes, en un contexto de escasez de capital de trabajo y de crédito, baja propensión al endeudamiento, achicamiento de los plazos otorgados por los proveedores y, en algunos casos, falta de disponibilidad de insumos clave. En ese sentido, la industria papelera es un sector oligopólico, que actualmente está colocando una parte importante de su producción en el exterior, en virtud de que sus precios están dolarizados, por lo que el papel no siempre se consigue en las cantidades necesarias (o se lo consigue con retraso). Las editoriales pequeñas y medianas son las más afectadas, porque están limitadas para hacer pedidos grandes en el mercado

local o importar, por un tema de financiamiento y de falta de disponibilidad de espacio para stocks de papel⁴. Además, en el caso de la importación, deben inscribirse en un registro especial para la exención de aranceles (Registro de Importación del Sector Editorial) que hace más complicada la adquisición.

Se suma a las explicaciones anteriores el reingreso al mercado de muchas editoriales pequeñas que el año pasado prácticamente no habían tenido actividad, y que en 2003 editaron novedades con tiradas cercanas al mínimo técnico (1.000 o 1.500 ejemplares). También las ediciones sustitutivas de importaciones responden cada vez más a segmentos cortos de la demanda.

En otro orden de cosas, la competitividad por precio dada por el tipo de cambio hace actualmente conveniente la realización de ediciones de libros de autores consagrados para venderlos al exterior. Las editoriales de propiedad extranjera son las primeras que pudieron aprovechar la situación, colocando la producción directamente a través de sus subsidiarias en otros países. Para las pequeñas empresas exportar resulta más difícil debido a que el ciclo del libro es largo, requieren de un distribuidor que tome sus libros en consignación y deben financiar ellas mismas la producción.

Cabe destacar que sólo el 3% de las ediciones argentinas fueron impresas en el extranjero (especialmente en Brasil, Colombia y Chile), menos que en 2002 (4%) y, obviamente, que en 2001 (10%) antes de la devaluación. Esto muestra que el cambio registrado en los precios relativos desde la devaluación ha involucrado un aumento sustantivo de la competitividad de las gráficas locales.

En abril de 2004, se inauguró el portal del libro argentino (www.libro.ar) que contiene información detallada sobre todos los títulos editados en el país, no sólo en español sino también en idiomas extranjeros. El objetivo central de este instrumento es utilizar Internet para desarrollar una comunidad virtual que permita capturar, almacenar y distribuir la información proveniente de la Base de Datos ISBN de Libros Argentinos administrada por la CAL. A través de este instrumento se busca, especialmente, difundir en el país y en el exterior la oferta editorial argentina.

Hasta el momento, las bibliotecas y canales de venta de libros no tenían un sistema que brindase información integral sobre los títulos editados en la Argentina registrados en el *International Standard Book Number* (ISBN). Aquellos agentes con registros informatizados, sólo disponían de información sobre el material que tenían o habían tenido disponible. Al carecerse de información integral y unificada, el sector tenía serias dificultades para difundir, distribuir y comercializar la producción bibliográfica.

Se espera que este instrumento haga más eficiente la labor del sector, reduciendo la aplicación de recursos humanos y *hardware* para cargar y mantener las bases de datos individuales. El portal conjuga esfuerzos de los distintos actores: las editoriales aportan su criterio sobre las formas de

⁴ Hay que tener presente, que la producción de papel para libros representa apenas el 3% del total de la producción papelera, lo que le quita poder a las editoriales, aún en el caso de que se asocien entre ellas para negociar mejores condiciones.

actualización de la información relacionada con sus fondos editoriales y los elementos adicionales que favorecen su difusión; las librerías y distribuidoras establecen sus necesidades y requerimientos de información sobre la oferta editorial y los medios para incorporar estos datos en sus sistemas de gestión; y el sector de bibliotecas define políticas de captura e intercambio de información y optimiza recursos que hasta el momento duplicaban tareas⁵.

Música

La industria discográfica sigue siendo la que muestra la mayor recuperación con respecto al año pasado, con un incremento interanual de 84% en las unidades vendidas (10.670.000 unidades) y de 76% en los importes (\$139,2M). Esto también es producto de una recomposición parcial de los ingresos de la población, sumada a la recuperación y saneamiento de la cadena de venta minorista⁶, al aumento en la cantidad de locales de pequeñas cadenas y a la estrategia de incremento de títulos en los catálogos de las editoras con menores unidades por título que en los años anteriores (Gráfico 2).

En el año 2003, el crecimiento interanual observado en la venta de copias se debió al incremento en la comercialización de unidades de todos los repertorios. El ordenamiento de los mismos por magnitud del aumento fue: *Español* (120%), *Clásico* (96%), *Inglés y otros* (69%) y *Local* (56%). Cabe destacar que las participaciones de cada grupo durante el año 2003 fueron: 47% del mercado para música *Local*, 31% para la música en *Inglés y otros idiomas*, 20% para el repertorio en *Español*, y el resto para la música *Clásica*.

Si bien la evolución positiva que señalan los datos está expresando una importante recuperación de la industria discográfica, debe tenerse presente que las variaciones interanuales surgen de la comparación contra un año 2002 de bajísima actividad. Si el contraste se realiza contra el año 1998 -antes de sentirse los efectos de la recesión sobre este mercado y del crecimiento estrepitoso de la piratería y el copiado hogareño- los valores de ventas del último año fueron inferiores a la mitad (54% más bajos en unidades y 51% en importes). Se insiste que en el caso de esta industria, debido a la piratería y la bajada de música a través de la Internet, no se esperan en el futuro niveles de producción como los alcanzados años atrás. En otras palabras, sólo una parte de la reducción en las ventas puede atribuirse a la crisis económica, ya que el consumo habría disminuido en mucho menor medida que el gasto.

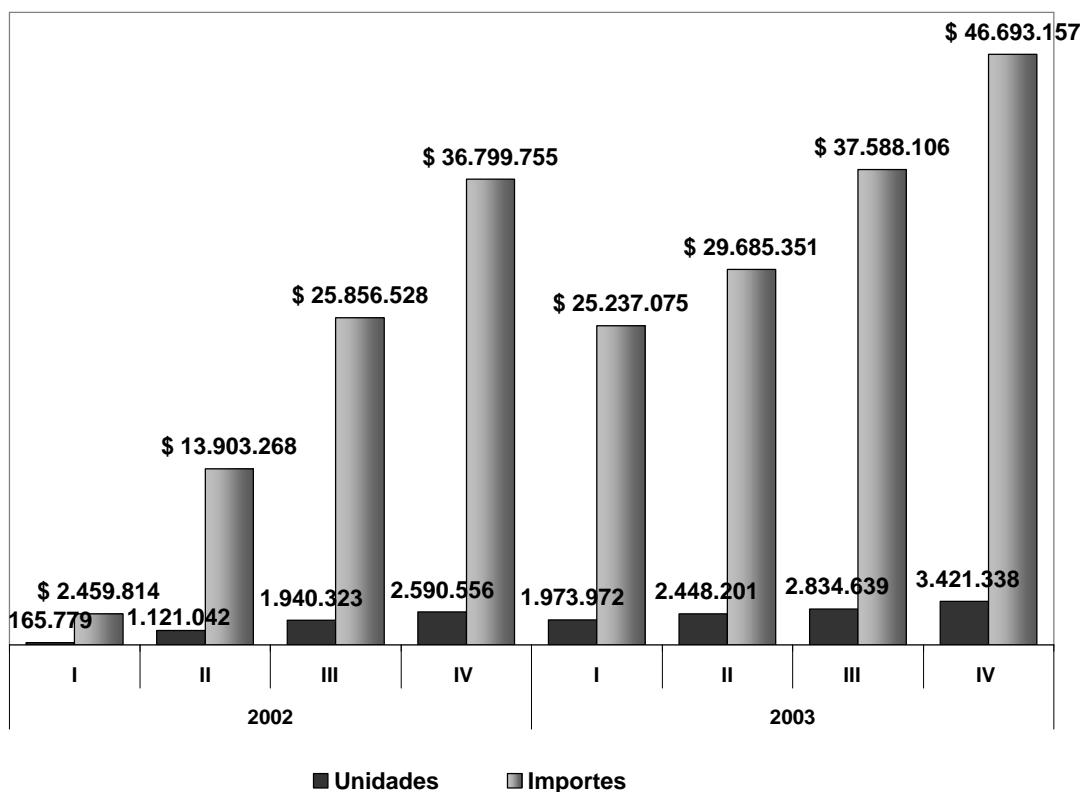
El mayor crecimiento interanual en las ventas se observó en el primer trimestre (1.091% en unidades) y el menor en el cuarto trimestre (32%), lo que habla de una desaceleración del incremento porque las comparaciones se realizan contra sucesivos períodos en recuperación. De todas maneras, cabe destacar

⁵ El portal se espera que también favorezca a las librerías pequeñas: hasta el momento, muchas carecían de registros informatizados y como tienen una oferta de títulos restringida, no estaban en condiciones de responder a consultas de un volumen significativo de libros (menos aún de abastecerlos sobre demanda).

⁶ Se destacan como factores de recuperación de las ventas minoristas, el fortalecimiento de *Musimundo* y *Tower Records* (que cambiaron sus dueños) y el crecimiento de pequeñas cadenas que crecieron en cantidad de locales.

que se registraron incrementos en todas las comparaciones inter trimestrales. En particular, en el cuarto trimestre de 2003, se vendieron 3.420.000 unidades de audio, equivalentes a \$46.700.000, con un valor medio de \$13,6.

Gráfico 2
Industria discográfica. Ventas en unidades y en importes. Argentina. Años 2002 y 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de CAPIF.

Por su parte, los precios medios se redujeron en 3%, pero no en forma uniforme entre los soportes: mientras los CDs redujeron su precio en 6% en promedio, los casetes aumentaron 8%⁷.

En términos de repertorios, hubo aumentos de precios en la música en *Inglés y otros idiomas* (12%), y en *Español* (0,7%). Entre tanto, las caídas fueron iguales para el repertorio *Local* y para el *Clásico* (4%).

Durante el año 2003, 10 de los 20 discos más vendidos en los comercios minoristas correspondieron a repertorio nacional. Otros 8 títulos fueron de repertorio en español y el resto se trató de música en otros idiomas. Entre las compañías que con mayor frecuencia aparecen en este *ranking*, se encuentran *Warner* (6) y *Sony* (6). Por su parte, *Universal*, *EMI* y *BMG-Centraliza* figuran con 2 títulos cada una.

Cabe destacar que 2 de los 20 discos más vendidos en 2003 corresponden a la producción de artistas consagrados a través de *reality-shows* de televisión,

⁷ Cabe recordar que el precio consignado es el de venta minorista.

fenómeno cada vez más difundido en el país y en el mundo, y otros 3, a programas de televisión. Esto responde a una estrategia multimedia, donde el éxito televisivo suele trasladarse al teatro, al cine y a la producción de *merchandising*.

Uno de los problemas más grandes que enfrenta el sector es el de la piratería. De acuerdo con información de la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF), 53% del mercado de la música se obtiene de manera ilegal. Se estima que el volumen de mercado negro asciende a 11 millones de unidades, equivalentes a \$165 M.

Cine y publicidad

De acuerdo con información del INCAA, durante 2003, 9.300.000 personas vieron cine en las 158 salas de la Ciudad, lo que significa una concentración de 29% de los espectadores totales para el país en el distrito. De lo anterior se desprende que un habitante *tipo* de la Ciudad de Buenos Aires fue 3,4 veces al cine en el último año, en contraste con la media nacional de menos de 1 salida al cine en igual período (0,9 veces).

La información complementaria de asistencia de público a cines en *shoppings centers* generada por el INDEC permite deducir que en estos establecimientos se concentró el 39% del público dentro de la Ciudad (3.600.000 personas) y verificar un incremento interanual significativo (27%)⁸. Este aumento contrasta con lo ocurrido en las salas de *shoppings centers* del Conurbano bonaerense, donde se observó una reducción interanual de la afluencia de 2%. A similar nivel de espectadores de 2002⁹, estos niveles también muestran un incremento en la concentración de público en *shoppings centers* de la Ciudad en detrimento de las salas tradicionales, más allá de que la entrada de cine promedio tenga un precio más alto en estos últimos. El incremento de la cantidad de espectadores en los *shoppings centers* es coherente con el incremento en las ventas registradas por estos centros de compra (Gráfico 3).

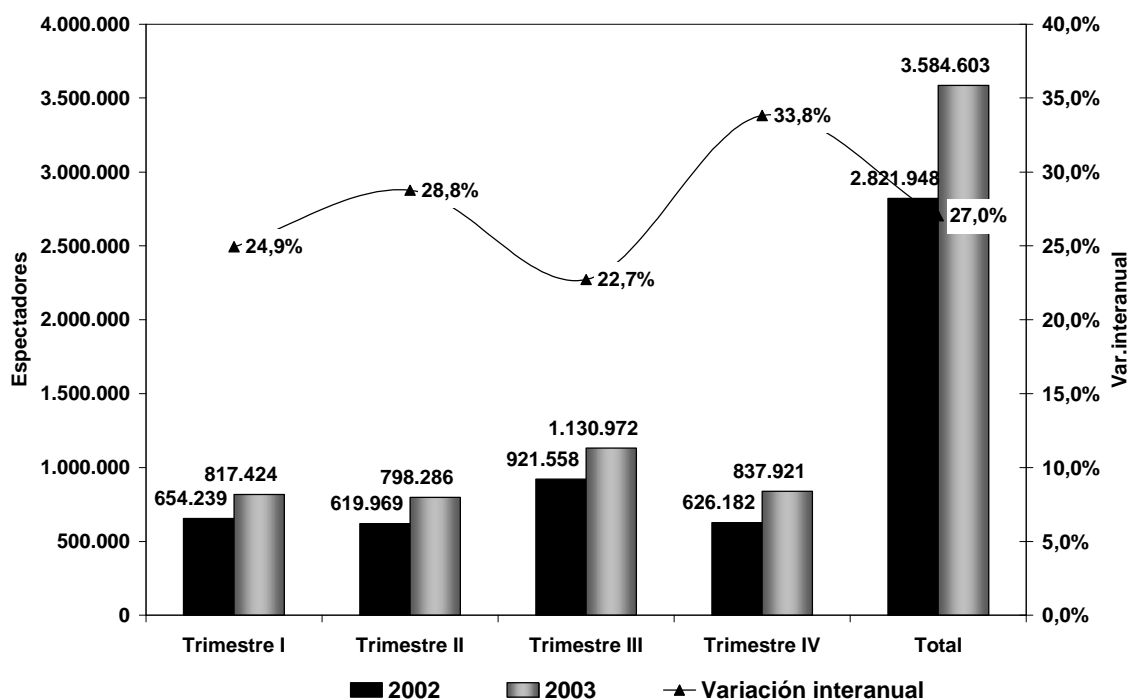
En particular, durante el último trimestre de 2003, asistieron a salas de *shopping centers* 838.000 personas, observándose un crecimiento interanual cercano al 34%.

⁸ El promedio de asistentes por sala al mes fue de 8.900 espectadores.

⁹ De acuerdo con información provisoria suministrada por el INCAA, la cantidad de espectadores que asistieron a las 932 salas de todo el país se mantuvo prácticamente inalterada respecto de 2002 (31.700.000 personas).

Gráfico 3

Espectadores en salas de cine ubicadas en *Shopping Centers*. En valores absolutos y variaciones interanuales. Ciudad de Buenos Aires. Años 2002 y 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Encuesta de Supermercados del INDEC

De acuerdo con un relevamiento propio sobre información publicada en diarios y completada con datos suministrados por el INCAA, en el año 2003 se estrenaron comercialmente 52 películas argentinas, 10 de ellas en coproducción (la mayoría con España). Estas representan el 23% del total de películas estrenadas en el año (226 filmes), pero menos del 10% de los espectadores. La oferta de filmes se completó con 44% de productos norteamericanos, 25% europeos, 3% latinoamericanos y 5% del resto del mundo. Es importante mencionar también que la cantidad de estrenos argentinos superó en 2003 a los del año anterior (habían sido 51 estrenos).

La *performance* de las películas argentinas estrenadas es similar a la del año anterior, con unos pocos títulos que logran convocar a un número importante de espectadores, mientras que la gran mayoría sólo atrae a pocos espectadores, con una o dos semanas en cartel. En 2003, la película argentina más vista fue *Vivir Intentando* que llevó el doble de espectadores que las dos películas que le siguieron en cantidad de espectadores: *El día que me amen* y *Cleopatra*. En conjunto, estos tres filmes producidos por importantes empresas productoras, concentraron 1.800.000 espectadores, más de la mitad del total para cine argentino en el año. Si bien la concentración en pocos títulos es un fenómeno que se repite año tras año, el comportamiento de las primeras películas argentinas del *ranking* de más vistas en 2002 y 2003 difiere mucho de las correspondientes a 2000 y 2001, cuando filmes como *Papá es un ídolo*,

Nueve Reinas, Corazón-Las alegrías de Pantriste y El hijo de la novia superaban el millón de espectadores cada una.

El cine argentino sigue afectado por la falta de reglamentación de la cuota de pantalla –para lo cual es necesario establecer cómo se calcula la media de continuidad-. Además, aunque muchas películas obtienen la aprobación de la crítica y premios en festivales internacionales, no consiguen una convocatoria masiva de público local. De todas maneras, la existencia de un sistema de fomento a través del INCAA hace económicamente viable la producción, ya que los subsidios generalmente permiten recuperar al menos los costos de producción.

Respecto de este último punto, se destaca que a finales de febrero el INCAA presentó el nuevo Plan de Fomento para 2004 (Resolución N°658) que involucra modificaciones importantes al régimen vigente¹⁰. En el Plan se considera que deben introducirse variaciones que contemplen vías para distintos tipos de películas por las que se pretenda el subsidio por otros medios de exhibición. De esta manera, en lugar de que todos los largometrajes filmados o pasados a 35mm que sean estrenados, exhibidos por televisión o editados en video obtengan el 70% del costo de la película hasta un tope de 35% del valor del costo medio (\$437.500 en el caso de largometrajes y \$140.000 para documentales), como hasta ahora, habrá categorías en función del tipo de película (ficción o documental), el soporte de rodaje fílmico y los antecedentes de los realizadores.

Se fijan entonces las siguientes vías para los distintos tipos de proyecto:

- Primera vía: largometraje de ficción en soporte de rodaje fílmico formato 35 mm o superior. Es condición que el productor presentante tenga como mínimo cinco películas de largometraje producidas con la misma persona de la presentación y una producida como productor ante el INCAA. Asimismo se debe demostrar el 100% de la financiación del proyecto.
- Segunda vía : largometraje de ficción en soporte de rodaje fílmico 16 mm o superior. Es condición que el productor presentante tenga en este caso como mínimo tres películas de largometraje producidas con la misma persona de la presentación o una como productor ante el INCAA. Asimismo se debe demostrar el 100% de la financiación del proyecto.
- Tercera vía: largometraje de ficción en soporte de rodaje de cualquier formato. En este caso, alcanza con que el productor presentante tenga alguna producción realizada ante el INCAA (largometraje, documental, telefilm o cortometraje).
- Cuarta vía: largometraje documental. Soporte de rodaje en cualquier formato. Aquí, el productor presentante debe tener alguna producción

¹⁰ Los proyectos clasificados de interés con anterioridad a la entrada en vigencia de esta resolución deberán comenzar su rodaje en el plazo de un año a contar desde esa fecha. En los casos de proyectos presentados a clasificar con anterioridad a la entrada en vigencia de la nueva Resolución y que no hubieren sido evaluados por el Comité, sus presentantes podrán optar por el régimen que se establece en la Resolución.

realizada ante el Organismo (largometraje, documental, telefilm o cortometraje) sin imponérsele condiciones sobre la financiación.

En todos los casos, el paso de exhibición deberá ser de 35 mm o superior.

De acuerdo con la resolución, al momento de presentarse, todo nuevo proyecto debe indicar la vía elegida, sin admitirse variación de la misma con posterioridad a la declaración de interés.

En todos los casos deberá el productor acreditar que el director de la película tiene antecedentes de haber realizado al menos un cortometraje terminado en 35 mm o un programa de televisión. Esto significa que sólo pueden obtener este subsidio las producciones con antecedentes reconocidos por el Instituto y que incorporen en sus proyectos a directores también con antecedentes en cine o televisión. Se trata de un cambio fundamental respecto del régimen anterior, en el que los productores y directores noveles contaban en forma prácticamente segura con este subsidio por el sólo hecho de estrenar o editar en video su obra, que en los casos de filmes de presupuesto bajo, significaba cerca del 70% del costo de la película. En adelante, los nuevos realizadores sólo contarán con el subsidio de taquilla, que depende de la cantidad de entradas vendidas.

El subsidio por otros medios de exhibición para cada una de las vías previstas determina que sea mayor el estímulo para las películas que se encuadren en la segunda vía, como se observa a continuación donde se expone el subsidio correspondiente en cada caso:

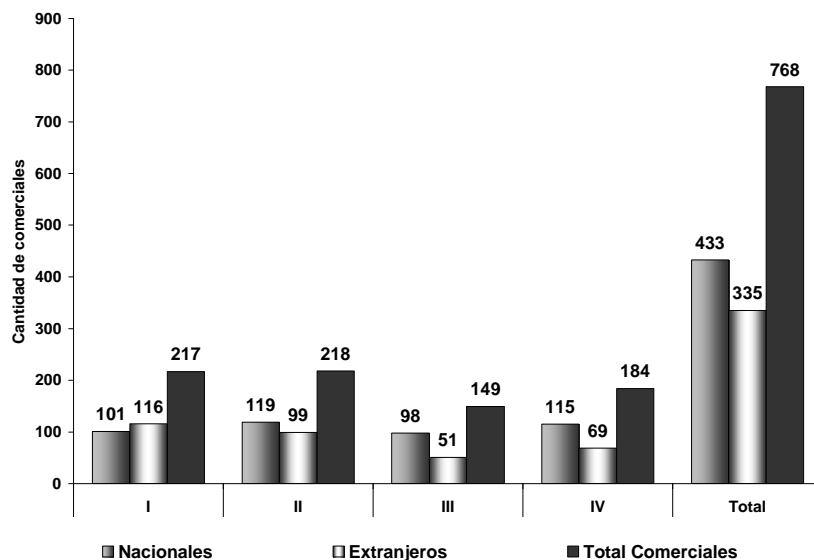
- Primera Vía: 50% del costo definitivo de producción reconocido por el INCAA con un máximo de 52% del costo de una película nacional de presupuesto medio.
- Segunda vía: 70% del costo definitivo de producción reconocido por el INCAA con un máximo de 52% del costo de una película nacional de presupuesto medio.
- Tercera vía: 70% del costo definitivo de producción reconocido por el INCAA con un máximo de 36% del costo de una película nacional de presupuesto medio.
- Cuarta vía: 50% del costo definitivo de producción reconocido por el INCAA con un máximo del veinte por ciento 20% del costo de una película nacional de presupuesto medio.

El pago del subsidio por otros medios de exhibición será de 50% del monto que corresponda dentro de los dos meses días de finalizado el trimestre en el que se acredite totalmente el cumplimiento y el resto, una vez vencido el ejercicio presupuestario correspondiente. A diferencia de lo que ocurría hasta ahora que sólo era eventual el segundo desembolso, en adelante ambos pagos estarán sujetos a la existencia de disponibilidad presupuestaria.

Cabe mencionar que la resolución también introduce modificaciones a las reglas de procedimiento y de conformación de los comités intervinientes en relación con el subsidio en cuestión.

Por último, en lo que respecta al subsector de cine publicitario, está en crecimiento desde 2002, con aumentos tanto para el mercado interno como para el extranjero. El incremento en el último año fue altísimo, pasando de 506 a 770 comerciales filmados. A la conveniencia del tipo de cambio para las producciones extranjeras, se suma la posibilidad de filmar en atractivos escenarios urbanos y naturales¹¹, empleando a técnicos y actores de talento reconocido y con una fisonomía de la población que se adapta a la demanda de muchos países de la región y del norte. De acuerdo a los datos disponibles casi la mitad de los cortos publicitarios que se están filmando son para el exterior (45%), aunque su importancia económica es mucho mayor, debido a que son producciones más ambiciosas y de presupuestos elevados. Durante todo el año 2003 se filmaron 768 comerciales, que significaron casi 14.000 puestos de trabajo para unos 1.600 técnicos (Gráfico 4).

Gráfico 4
Cantidad de cortos publicitarios filmados destinados a los mercados local y extranjero. Argentina. Año 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA).

¹¹ Para las publicidades del hemisferio norte, la estación contraria en nuestro país permite anticipar el rodaje a la temporada de proyección.