



POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN LA PLATA

Mg. Liliana Cristina Galán | Lic. María Julia Cassani

Resumen

El presente trabajo aborda la problemática de la industria audiovisual y describe la significación del Programa Polos audiovisuales, como política de gobierno a fin de instalar y fortalecer las capacidades para la promoción de contenidos para la televisión digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de asimetrías entre provincias y regiones de la Argentina. Este programa es sostenido en redes organizacionales y constituidas las universidades nacionales como nodos y/o sedes de los mencionados polos. En este contexto, se pone en debate la participación de la Universidad Nacional de La Plata en la gestión del nodo centro de la provincia de Buenos Aires, focalizando en la oportunidad que el mismo se convierta en campo de experiencia y aprendizaje de los estudiantes, en particular de las carreras orientadas al cine y la televisión.

Palabras clave: industria audiovisual – universidad – organizaciones en red – políticas públicas.

Abstract

The present paper is about the problematic of the audiovisual industry and describes the signification of the Audiovisual Polo Program, as a government policy to install and strength the capacity of promotion of the digital television content, promoting the equality of opportunities and the decrease of asymmetries between provinces and regions of Argentina. This program is sustained in organizational webs and the national universities constituted as nods or headquarters of the pols previously mentioned. In this context, the participation on the National University of La Plata in the management of the central nod of the province of Buenos Aires is brought into discussion, focusing in the opportunity of it becoming a field of experience and learning to students, in particular those who are in studies orientated to films and television.

Key words: audiovisual industry – university – web organizations – public policy.

Mg. Liliana Cristina Galán
Mg. en Dirección de Empresas, Prof. Titular de Administración II, Secretaria de Extensión, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de la Plata. Investigadora II en el sistema de Incentivos SCYT UNLP.

Lic. María Julia Cassani
Licenciada en Turismo. Integrante del Instituto de Investigaciones en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Introducción

De la reciente creación de la TV Pública Digital en la Argentina, surge el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos que “busca instalar y fortalecer las capacidades para la producción de contenidos para la Televisión Digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de asimetrías entre provincias y regiones” del país¹.

El programa mencionado, responde a la política llevada a cabo por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Nación. El mismo propone el trabajo en red de los distintos actores diseminados por el territorio nacional, articulados a través de centros de referencia regionales denominados polos.

Las Universidades Nacionales tienen una participación activa en esta política pública, representadas en el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). Nuclean a los integrantes del sector televisivo local para la conformación de los diversos nodos de los polos regionales. De esta manera, las Universidades Nacionales y los actores audiovisuales locales trabajan mancomunadamente en pos del desarrollo y la consolidación de la producción televisiva de las diferentes regiones o polos del país.

En el escenario descrito, el presente trabajo indaga sobre la situación actual de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) dentro del nodo al que pertenece, cómo promueve la participación de las unidades académicas que forman talentos en Ciencias de la Comunicación Audiovisual y de qué manera esto apalanca la producción de este género. Por último se intentarán identificar, a título enunciativo, las acciones que se están realizando para avanzar con el posicionamiento de la carrera de Artes Audiovisuales de la Facultad de Bellas Artes de la UNLP en el mercado audiovisual de la región.

En primer lugar, se desarrollará un marco teórico, donde se definirán las premisas utilizadas como así también conceptos básicos de la temática planteada, la participación de las Universidades Nacionales en los polos audiovisuales tecnológicos, y el caso específico de la UNLP en el nodo al que pertenece, dentro de la provincia de Buenos Aires. Finalmente, se presentarán las conclusiones.

Marco teórico

Las políticas públicas son el marco normativo para el desarrollo de los distintos sectores productivos. En particular las políticas culturales son consideradas como el conjunto de acciones que realizan los distintos agentes para orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y

obtener consenso o disenso sobre un tipo de orden social. Las políticas culturales deben ser formuladas por varios agentes para generar un marco normativo en el que concursen todos los agentes involucrados (García Canclini, 2009).

La emergencia de las nuevas tecnologías digitales genera innovaciones en la producción de bienes inmateriales como los culturales en tanto producción y comercialización y facilita la conformación de redes colaborativas (Castells, 1999).

Las redes constituidas por polos o nodos, permiten compartir recursos y articular modos de acción entre unidades heterogéneas. Las interfaces pueden ser de orden económico (recursos) operativo (trabajo en común, toma de decisiones) cultural (valores compartidos, similitud de situaciones y objetivos) e informativo (acceso a las fuentes de información, intercambio).

El neo institucionalismo enfatiza las maneras en que es estructurada la acción y es posible el orden mediante sistemas de reglas compartidas. Este conjunto de reglas compartidas, legitiman el funcionamiento de un campo organizacional conformado por organizaciones heterogéneas que se homogenizan a través de rutinas comunes.

Arturo Chavolla (s.f.) define a la política cultural como el

“conjunto de todas aquellas acciones o intenciones por parte del Estado, la comunidad o instituciones civiles tendientes a orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de una sociedad y obtener consenso para la transformación social o el establecimiento de un nuevo tipo de orden entre las personas”

En términos generales, plantea que algunos de los objetivos son ampliar los espacios de producción artística y manifestaciones culturales; mejorar la gestión, producción y comercialización de las industrias culturales; incentivar la valoración, protección y difusión del patrimonio cultural entendido más allá de lo histórico y estético; contribuir al pluralismo y la tolerancia; estimular la difusión de las culturas de los pueblos originarios; entre otros.

Entonces, considerando a la cultura como construcción social, donde se involucra la conciencia de una comunidad, el sentido de existencia de la misma, y el modo de verse a sí misma (Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires, 2003), se entiende que toda política cultural debe apuntar al fortalecimiento y comunicación de la cultura de un país.

Las políticas en torno al ámbito audiovisual

¹ Flyer Polos audiovisuales

se han fortalecido por la visión del sector como parte fundamental de la Sociedad de la Información, con capacidad importante para generar empleo y riqueza (Casado, 2005). A su vez, la producción audiovisual es un bien cultural y entonces se encuentra atravesada por los lineamientos de la política cultural. En la sociedad de la información surge una mayor demanda para la industria de imágenes audiovisuales. La televisión (y por extensión las industrias audiovisuales) se ha convertido en muchas regiones y estrategias regionales en un instrumento clave para el reflejo, la creación y el fomento de la identidad, e incluso como medio para activar el desarrollo económico (Azpillaga, 2000).

La producción de bienes culturales suele concentrarse en las grandes ciudades globales (Scott, 2000), lo cual aísla a las regiones periféricas del posible desarrollo económico y pone en riesgo sus identidades culturales. Es en este sentido, que las políticas culturales, y en particular lo referido a la industria audiovisual, entran en juego para garantizar, fomentar y potenciar la producción cultural de las regiones.

El Programa de Polos Audiovisuales Tecnológicos es una de las Políticas del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV digital abierta, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversiones Públicas y servicios, apunta a este objetivo, expresando la necesidad de crear nuevos conglomerados productivos para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional y regional.

El trabajo en red de los Polos audiovisuales, apoyado en la tecnología digital permitirá compartir estrategias, operaciones y recursos disminuyendo las asimetrías entre las regiones argentinas.

El mundo global enfrenta a las organizaciones a necesidades que no pueden satisfacer solas, ya que no cuentan con todos los talentos, recursos o el tiempo que impone la innovación continua. Las organizaciones abiertas a sus clientes y a la comunidad tienden a especializarse, de manera que las relaciones con otras les permiten complementar y ampliar sus capacidades centrales. Estas relaciones son el eje esencial de la organización en red, que permite satisfacer intereses comunes y necesidades de los clientes y de los participantes quienes individualmente no podrían lograrlo. Una red colaborativa está constituida por el conjunto de empresas, individuos y otras organizaciones que poseen los recursos necesarios para satisfacer un objetivo específico. Esta red trabaja de forma colaborativa para alcanzar los objetivos colectivos

e individuales del organizador de la red, las firmas miembro, y los clientes. La red de colaboración es un proceso dinámico, en forma de estructura que tiene la agilidad necesaria para repetir sus componentes y cómo se relacionan entre sí jurídicamente y operacionalmente, según la finalidad y el contexto en el que la red evoluciona. Es una forma de organizar nueva e innovadora, apta para aprovechar los recursos existentes y crear nuevo valor. Es una forma de trabajo que potencia las fortalezas de todos los que contribuyen y por lo tanto los beneficios (Shuman y Rottemberg, 2001).

En 1988 Peter Drucker explicaba que una nueva forma organizacional emergía como respuesta al impacto de los avances en las comunicaciones y la tecnología de la información llamándola *networked organization* (Drucker, 1988).

Según Martínez Nogueira (2003) las redes responden a un nuevo paradigma organizativo basado en la colaboración y la cooperación que rompe con los criterios de jerarquía, flexibilizando las relaciones entre los componentes de la misma.

Martínez Nogueira (2003) tipifica las redes en tres tipos: de información, cooperativas y las redes por diseño. Las redes de información, son las más elementales, y se establecen para el simple intercambio de información, como su nombre lo indica, y requieren de poca formalización para las relaciones entre centros productores de conocimiento. Constituyen el primer paso para la promoción territorial de diferentes tipos de actores. Las redes cooperativas, surgen cuando existe la necesidad de coordinar esfuerzos para lograr eficiencia en la complementariedad de las acciones de los participantes, con intereses compartidos en la producción de bienes y servicios, o difusión de conocimientos. Las políticas públicas actúan como promotoras de las mismas. Por último, las redes por diseño, surgen cuando se requiere crear las condiciones para incentivar los vínculos entre los participantes, para compartir recursos y talentos e impulsar el desarrollo de cada uno de los nodos intervinientes. Cuando el objetivo es el desarrollo territorial y la creación de condiciones de sustentabilidad de proyectos con múltiples dimensiones, las redes por diseño son incorporadas a las políticas públicas como instrumentos estratégicos. En estos casos, es necesario fijar prioridades, operar sobre la oferta como sobre la demanda de bienes o servicios y movilización de actores, por lo que se requiere de la institucionalización de condiciones que faciliten la utilización de recursos compartidos, la integración de polos y los desarrollos conjuntos

(Martínez Nogueira, 2003). Podría interpretarse que la creación de los polos audiovisuales, a la que se hace referencia en este artículo responde a esta perspectiva.

La Universidad Nacional de La Plata y los polos audiovisuales

El Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos al que se ha hecho referencia anteriormente, materializa una red por diseño, constituyéndose en instrumento estratégico de política pública, con el objetivo de promover el desarrollo territorial y crear condiciones de sustentabilidad de proyectos de múltiples dimensiones como lo son los de comunicación audiovisual.

El Programa de Polos Audiovisuales Tecnológicos, se fundamenta en lo que establece la ley 26.522, conocida como la ley de medios, que da a las Universidades la posibilidad de obtener gratuitamente licencias para la explotación de frecuencias. Contribuye al financiamiento, además de lo que obtengan de la propia explotación de sus frecuencias y otorga la posibilidad de generar por sí mismas un mínimo del 60% del contenido de programación.

En tal sentido, el día 25 de abril de 2012 se puso en marcha el Nodo Audiovisual Tecnológico La Plata, Berisso y Ensenada, coordinado por la UNLP². El objetivo del nodo es desarrollar y consolidar la producción televisiva en el entorno donde se circunscribe. El Nodo La Plata, Berisso y Ensenada es el tercero del Polo Metropolitano, y el número 33 a nivel nacional. Luciano Sanguinetti, director del Canal de TV de la UNLP, es quien coordina el nodo de esta región³.

El 23 de octubre de 2012, el presidente de la UNLP, Fernando Tauber, inauguró oficialmente el canal 56 de la Televisión Digital Abierta llamado TV Universidad. Con capacidad para transmitir en formato de Alta Definición, el primer canal de TV de una universidad se puede ver mediante el sistema de Televisión Digital Abierta, de carácter gratuito para

todo el país.

Desde principios de octubre de 2012, TV Universidad tiene al aire el primer programa de producción propia, un magazine de actualidad diario llamado "Plaza 56". Este programa cuenta con financiamiento del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

A su vez, se están transmitiendo los partidos de los clubes Gimnasia y Esgrima La Plata y Estudiantes de La Plata. Además se está trabajando en la incorporación de otras producciones propias tales como informativos y programas de ficción. El resto de la grilla se completará con materiales aportados por el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA).

También durante el mes de octubre se completó la instalación del equipamiento necesario para el canal de la Universidad. El estudio del canal 56 realizó en los meses previos transmisiones de prueba para revisar la calidad de la señal en la ciudad y alrededores⁴.

Entre las actividades que se realizan hoy en día en el nodo regional, y en el marco del Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos, se destacan las clínicas de capacitación de la "fábrica de tv". Estas consisten en una serie de entrenamientos que van desde la "producción de un programa de televisión, partiendo desde la formulación del proyecto, la negociación con un canal, la búsqueda de auspiciantes para así poder arribar finalmente al círculo del mercado televisivo". Se realizan clínicas de distintos perfiles como dirección, actuación, producción, guion y producción periodística⁵.

En este marco surge el tema de la gestión del nodo como espacio de promoción y participación de las unidades académicas que forman profesionales con capacidades específicas. Es el caso de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata, donde se dicta la carrera de Licenciado en Comunicación Audiovisual con orientación en realización de cine, video y TV. En su página institucional, la facultad de Bellas Artes expresa:

² Se constituyó el nodo audiovisual tecnológico de La Plata, Berisso y Ensenada (2012) Recuperado el día 26 de mayo de 2013 de <http://www.tda.gob.ar/notas/2940-se-constituye-hoy-el-nodo-audiovisual-tecnologico-la-plata-berisso-y-ensenada>

³ La UNLP coordinará el Nodo Audiovisual Tecnológico de la región (2012) Recuperado el día 26 de mayo de 2013 de http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/4/26/presentacion_del_nodo_audiovisual_tecnologico_en_la_unlp

⁴ TV Universidad, un canal de comunicación para todos (2013) Recuperado el día 26 de mayo de 2013 de http://www.unlp.edu.ar/tv_universidad

⁵ Programa polos audiovisuales: clínicas de capacitación de la "fábrica de tv" (2012) Recuperado el día 26 de mayo de 2013 de <http://www.tda.gob.ar/notas/3228-programa-polos-audiovisuales-clinicas-capacitacion-la-fabrica-tv->

La Carrera de Comunicación Audiovisual tiene como finalidad principal formar profesionales poseedores de una concepción crítica del cine, la TV y el video, a partir del papel que dichos medios desempeñan dentro de la sociedad argentina, y en particular, en el espacio regional en que se producen y se emplean, mediante una práctica académica basada en la realización, sobre los campos de la investigación, la planeación y los sistemas de producción, el ejercicio del lenguaje y la confrontación social del producto audiovisual. El egresado contará para ello con un amplio conocimiento y dominio de los recursos del lenguaje audiovisual, para usos informativos, educativos, artístico-culturales y de promoción social, desarrollando una sólida formación estética, con criterios de innovación expresiva que se correspondan con la personalidad y las aptitudes creativas de cada alumno y con la funcionalidad sociocultural prevista para los productos de cine, TV y video., el egresado estará en condiciones de conocer y contribuir a los procesos de desarrollo regional y a la consolidación de la memoria y la identidad cultural de la comunidad regional y nacional. Atendiendo a la evolución acelerada de las tecnologías del cine, la TV y el video, el egresado estará, asimismo, en condiciones de diseñar y promover nuevas y mejores formas de empleo de la comunicación audiovisual, particularmente la que está cada vez más sustentada en los recursos electrónicos, lo cual demandará de aptitudes satisfactorias para experimentar e innovar teórica, estética y técnicamente, en nuevos modos de uso (masivos o selectivos), que satisfagan necesidades básicas de la comunidad y que se correspondan con las aptitudes creativas y personales del alumno. Por último estará en condiciones de transferir los conocimientos adquiridos a la comunidad a través de sus organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, promotoras socioculturales.

Denominación principal del título: Licenciatura en Comunicación Audiovisual con Orientación en Realización de Cine, Video y TV⁶.

El nodo generado en la UNLP entonces parece el ámbito adecuado para que los estudiantes y egresados de la carrera hagan sus primeras experiencias. Sin embargo, a un año de haberse inaugurado el nodo, y en funcionamiento de la TV digital, cabe preguntarse de qué manera se gestionará, cuál será la participación de las unidades académicas y qué acciones se llevarán adelante. En mayo último se realizó el 1° Concurso de Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales "La Universidad Nacional de La Plata y su contexto social". El concurso se realiza en el marco de las políticas nacionales para promover el desarrollo de producciones audiovisuales locales, pero no se encontró información oficial respecto a la articulación del nodo con las unidades académicas, pertenecientes a la UNLP, vinculadas a la producción audiovisual.

Conclusiones

El surgimiento de los Polos audiovisuales nace como dispositivo de política pública para fortalecer la producción de contenidos, y propone el trabajo en red de los distintos actores diseminados por el territorio nacional, articulados a través de centros de referencia regionales. Las Universidades nacionales se han constituido en esos centros de referencia, operando también en red con las instituciones análogas del territorio. El logro de los objetivos planteados por la política cultural, dependerá entonces de la capacidad de las universidades de gestionar las redes, donde el conocimiento es uno de los pilares.

El conocimiento instalado en las diferentes comunidades, reflejado en las culturas del territorio, como el conocimiento generado en las universidades se conjugan para transformar las culturas en imágenes audiovisuales apoyadas en la tecnología digital. Por lo dicho el rol de las unidades académicas especializadas en ese campo es fundamental, del mismo modo que los polos, son un lugar de práctica, aprendizaje y experiencia.

La Universidad de La Plata se ha constituido en un nodo del Polo de la provincia de Buenos Aires. En ella funciona la Facultad de Bellas artes, que dicta entre otras la carrera de Licenciado en Comunicación Audiovisual con Orientación en Realización de Cine, Video y TV. De manera que la puesta en marcha del polo audiovisual significa una oportunidad para esa unidad académica, docentes, investigadores y alumnos. Se constituye en un espacio de práctica, aprendizaje y transferencia de conocimientos, donde la interdisciplina que caracteriza a la universidad permite diferenciar la producción y uso de los recursos.

A un año de la inauguración, la estrategia implementada por la UNLP fue el lanzamiento de un concurso de contenidos, que ya tiene resultados. Pero no se conocen aún las estrategias de articulación con la red, como cual será el rol de las unidades académicas a fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados por una política pública polémica pero largamente esperada.

Bibliografía

- Azpillaga, P. (2000). Televisión, identidad y desarrollo regional. En: Aguilar Vacas, F. (coord.), Televisión y desarrollo: las regiones en la era digital. Badajoz: Junta de Extremadura, pp.49-59.

⁶ <http://audiovisuales.fba.unlp.edu.ar/>

- Casado, Miguel (2005). Nuevas estrategias para el desarrollo audiovisual en las comunidades autónomas, *ÁMBITOS*. Nº 13-14 - Año 2005 (pp. 109-131).
- Castells, Manuel (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, v. 1.
- Clavero G.; Oliva M.(2004). Dirección Estratégica de redes organizacionales *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, Madrid, España.
- Drucker, Peter (1988). *The New Organization*, *Harvard Business Review*, January-February,pg.45-53.
- García Canclini (2009). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Gedisa. Barcelona, España. *Innovation in Organization Design and Management*. Recuperado de: www.druckersociety.at/repository/scientific/Shuman.pdf
- La Ferla, Jorge (2005), *Cine(y)Digital. Aproximaciones, Convergencias y Tensiones*. ARKADIN, Estudios sobre cine y artes audiovisuales, Facultad de Bellas Artes, UNLP, año 1 N 1. Pg 56.
- Martínez Nogueira R. (2003). Publicado en Morales, R. y Perdomo, J.H., *Ciencia, innovación y desarrollo regional*, Comisiones Regionales de ciencia y tecnología, COLCIENCIAS, Bogotá.
- Rincon, J.I y Puente Burgos, C. (2003). *Análisis de las Políticas Públicas :una aproximación desde la teoría de los sistemas sociales*. Centro de Proyectos para el desarrollo. CENDEX. AGDT/DT 003-03.www.javeriana.edu.aco/CENDEX/pdf
- Scott, J. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. Publicaciones Sage. Londres.
- Shuman, J.; D. Rottenberg (1998), *The Rhythm of Business: The Key to Building and Running Successful Companies*, Butterworth-Heinemann, Woburn, MA.
- Shuman, J.; D. Rottenberg (2001), *Collaborative Networks Are: The Organization: An*
- Shuman, Jeffrey, and J. Twombly with D. Rottenberg (2001), *Collaborative Communities: Partnering, for Profit in the Networked Economy*, Dearborn Trade, Chicago, IL.
- Chavolla, A. (s.f.) Proyecto: *DICCIONARIO DEL PENSAMIENTO ALTERNATIVO II*. Recuperado el 26 de junio de 2013, de: <http://www.cecies.org/proyecto.asp?id=47>.
- Concurso de proyectos audiovisuales TV Universidad (2013) Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.unlp.edu.ar/uploads/docs/concurso_proyectos_audiovisuales_tv_universidad.pdf.art 14, pp.3.
- Departamento de Artes Audiovisuales, Facultad de Bellas Artes. Recuperado el 26 de junio de 2013, de: <http://audiovisuales.fba.unlp.edu.ar>
- http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html
- I Concurso de Proyectos Audiovisuales TV Universidad (2013). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.unlp.edu.ar/articulo/2013/4/22/concurso_producciones_tv_unlp
- Instituto Cultural de la provincia de Buenos Aires (2003). *Política e Inversión Cultural*, editorial CICCUS, Buenos Aires.
- La Facultad de Informática con un espacio en TV Universidad (2013). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.unlp.edu.ar/articulo/2013/3/18/la_facultad_de_informatica_con_un_espacio_en_tv_universidad.
- La UNLP coordinará el Nodo Audiovisual Tecnológico de la región (2012). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.unlp.edu.ar/articulo/2012/4/26/presentacion_del_nodo_audiovisual_tecnologico_en_la_unlp
- Organización de estados Iberoamericanos (O.E.I.). *Políticas Culturales*. Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.oei.es/cultura/politicas_culturales.htm
- Programa Polos audiovisuales (2012). Recuperado el 26 de junio de 2013, de:
- Programa polos audiovisuales: clínicas de capacitación de la “fábrica de tv” (2012). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: <http://www.tda.gob.ar/notas/3228-programa-polos-audiovisuales-clinicas-capacitacion-la-fabrica-tv->
- Se constituyó el nodo audiovisual tecnológico de La Plata, Berisso y Ensenada (2012). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: <http://www.tda.gob.ar/notas/2940-se-constituye-hoy-el-nodo-audiovisual-tecnologico-la-plata-berisso-y-ensenada>
- TV Universidad, un canal de comunicación para todos (2013). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: http://www.unlp.edu.ar/tv_universidad.

Otras fuentes consultadas

Arranca el rodaje del magazine “El mejor plan del mundo” (2012). Recuperado el 26 de junio de 2013, de: <http://www.perio.unlp.edu.ar/node/2681>