

Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe

The Challenges of the Cinema Industry in Latin America and the Caribbean

Por Octavio Getino *

Recibido el 15 de enero de 2007, aprobado el 4 de abril de 2007

Resumen

Las cinematografías de los países latinoamericanos afrontan hoy mayores desafíos que los que existían medio siglo atrás. Ellos provienen del creciente dominio por parte de las majors norteamericanas de la programación que se oferta en las pantallas de cine, televisión, video y nuevas tecnologías audiovisuales. Sin embargo, América latina, representa, al menos potencialmente, un espacio altamente favorable para el desarrollo de industrias del audiovisual con las que podría mejorar los procesos identitarios y los imaginarios de cada pueblo. Se hace entonces necesario precisar la importancia de estas actividades, así como las políticas orientadas a una creciente, aunque todavía insatisfactoria, integración del cine regional.

Palabras clave: América latina. Industria cultural. Cine latinoamericano. Economía y cine. Políticas cinematográficas.

Abstract

The cinema industries of the Latin American countries today face challenges that are greater than those of fifty years ago. These challenges arise from the growing domination of the North American programming giants in the offer on the screens of the cinema, television, video and new audiovisual technologies. However, Latin America represents, at least potentially, a highly

* Profesor de la Facultad Iberoamericana de Ciencias Sociales, Argentina.

favourable space for developing audiovisual industries that could improve the identity processes and the imaginaries of each country. It is therefore necessary to specify the importance of these activities, as well as policies directed towards the growing but still insufficient integration of the regional cinema.

Key words: *Latin America. Cultural industry. Latin American cinema. Economy and cinema. Cinematographic policies.*

Referirse a la existencia de un “*cine latinoamericano*” es acudir a un término convencional que simplemente nos ayuda a informar sobre el vasto territorio del cual estamos hablando. Como lo es cuando hablamos del “cine europeo”. En uno y en otro caso estamos haciéndolo de cinematografías diversas y asimétricas, asociadas principalmente por el hecho de participar de un mismo territorio continental. Sin embargo, en el caso de las de origen latinoamericano, las afinidades son mucho mayores, porque representan a las originadas en culturas y lenguas muy semejantes, articuladas por una historia más o menos compartida y por proyectos nacionales, pese a todo, no menos comunes. Aún así, considerando los desfases existentes en materia de desarrollo industrial, capacidades productivas, mercados locales e internacionales, políticas y legislaciones de fomento y contextos económicos y socioculturales, sería más acertado referirse al concepto de “*cinematografías latinoamericanas*”, en tanto éste expresa con mayor acierto la diversidad de situaciones que ha vivido habitualmente el cine en los países de la región.

Otras veces se ha dicho, y no está demás reiterarlo, que entre las, aproximadamente, 12.500 películas producidas desde 1930 a 2000 en América Latina, 5.500 corresponden a México (45% del total), 3.000 a Brasil (25%) y 2.500 a la Argentina (20%). De ese modo, el 90% de la producción de películas en una región que representa más de 400 millones de personas, se concentró en sólo tres naciones, correspondiendo el 10% restante a más de veinte países y, de manera particular, sólo a los que decidieron desarrollar políticas para la producción industrial de imágenes propias. Allí donde no hubo legislación proteccionista sobre la producción local, ésta no existió, salvo como hecho aislado o excepcional (Getino, 2006)

No estamos hablando siquiera de la existencia de “industrias cinematográficas”, sino, simplemente, de “actividades productivas” de tipo industrial en materia de cine. Las industrias, como tales, sólo tuvieron vigencia a partir de los años 30 en los principales países de la región, con la aparición del sonido óptico. Fue el caso de Argentina, México y en menor medida, Brasil. En estos países se realizaron importantes inversiones en estudios de filmación y de sonido, y laboratorios cinematográficos, lo que posibilitó la aparición de verdaderas fábricas de películas dedicadas a ejecutar proyectos integrales de producción, desde el diseño inicial del guión hasta la impresión de las copias para su comercialización en los cines.

Tales industrias contaron a su vez con importantes sistemas de promoción (academias de artes cinematográficas, festivales locales o internacionales, publicaciones especializadas), logrando desarrollar en sus mejores momentos —entre 1930 y 1950— su propio *star system*. Este modelo productivo, basado

principalmente en el de Hollywood, sirvió para lanzar a escala regional –y en algunos casos, a escala mundial– películas y figuras de la cultura latinoamericana.

La Revolución Cubana creó, por su parte, una infraestructura industrial que estuvo manejada desde los años 60 por el Estado asegurando hasta 1990 una producción permanente y sistemática a partir de sus propios estudios, laboratorios y personal técnico y artístico, de carácter estable. Situación que fue bruscamente interrumpida tras la “caída del Muro” y la implosión de los llamados países socialistas.

La industria brasileña y la argentina dejaron de existir como tales hace cuatro o cinco décadas. Sus viejos estudios y laboratorios han sido desmantelados y los que lograron sobrevivir pasaron a brindar servicios a la producción televisiva o publicitaria, y sólo episódicamente a alguna película. De lo que fue la industria mexicana –en su tiempo la más importante del cine regional– quedan algunos grandes estudios, una fuerte tradición artística y técnica y una sucesión de tentativas orientadas a reactivar lo que fue una de las mejores experiencias de América Latina. Sin embargo, en estos tres países se consolidó en el último período la existencia de poderosos conglomerados mediáticos, como Globo en Brasil, Patagonik/Clarín/Telefónica/Walt Disney en Argentina, y Televisa y Azteca en México que han comenzado a incursionar en la producción filmica –Televisa lo viene haciendo desde los años 70– con capitales propios o en coproducción con fondos estatales locales o con el extranjero, y que están presentes en las películas más exitosas de cada país. Producen o coproducen pocos títulos al año, pero lo hacen apostando al “éxito seguro” (temas y tratamientos muy influenciados por el cine norteamericano, guiones con fuerte influencia de la narrativa televisiva, actores altamente promocionados en las pantallas chicas y los medios, técnicos de primer nivel, etc.) logrando así estar presentes en más de la mitad de las recaudaciones del cine local en cada territorio: más del 70% en Argentina y Brasil, y porcentajes aproximados en México.

En otros países, como Venezuela, Colombia y Chile, han aparecido algunas empresas de servicios con tecnología moderna para la producción y la post-producción audiovisual con capitales que ha menudo proceden de la actividad audiovisual publicitaria, pero en términos generales se carece de estructuras estables de carácter industrial.

En el resto de los países, predomina la actividad productiva con formatos reducidos o soporte video y digital, para la producción de *spots* publicitarios, documentales, o cortometrajes, de acuerdo a las características y posibilida-

des de cada lugar.

Algunos de los viejos empresarios que se dedicaban a concebir proyectos, seleccionar equipos artísticos y técnicos y promover las ventas de sus películas en el mercado local y en el extranjero, se dedican hoy en día a otros menesteres como son la distribución de películas y de video hogareño, en su mayor parte de origen norteamericano. También, en otros casos, han encontrado ciertos nichos en la producción televisiva y en los servicios de señales de TV de pago. Muchos han terminado también marginándose de la actividad.

En lugar de la que otrora fuera una producción más o menos sistemática y permanente de películas, aparecieron numerosos autores o directores, obligados a convertirse en productores y financistas de sus propios proyectos, subvenciones estatales mediante. En este tipo de producción “independiente”, acrecentada por la labor de numerosas escuelas de cine, predominó el afán de prestigio internacional –vía festivales de cine– como manera de repercutir en mercados más amplios que los locales a fin de resolver los problemas de financiamiento. A menudo interesada más en remitirse a lo específico del campo del cine que a su propio contexto sociocultural, esta línea productiva –particularmente allí donde se basó en subsidios o ayudas estatales– tendió a desentenderse del público y el mercado local (incluso del regional) buscando el reconocimiento internacional para sostener –vía coproducciones y ayudas varias– una relativa continuidad productiva.

Por lo general, no abundó en este caso el interés o la capacidad para construir emprendimientos productivos de carácter relativamente sostenible, debido, entre otras cosas, a la inestabilidad imperante en materia de políticas económicas y cinematográficas en casi todos los países de la región, con su impacto directo sobre la actividad productiva.

En consecuencia, la carencia de políticas estatales orientadas a la creación de verdaderas industrias del audiovisual, unida a la falta de empresarios dispuestos a invertir seriamente en ese tipo de emprendimientos –salvo que el Estado los subsidiara– llevó a muchos autores-productores a cerrarse aún más sobre sí mismos, buscando fuera de sus países lo que no conseguían en el propio, acentuando con ello su desvinculación de sus propios y naturales espacios.

Como producto de esta situación creció la presencia de algunos capitales procedentes de grandes conglomerados multimedia, asociados a inversiones transnacionales vinculadas al audiovisual y las nuevas tecnologías del sector (telecomunicaciones e informática) que pronto se ubicaron al frente de los

títulos más exitosos y de mayor recaudación en cada país. Dueños de una capacidad económica y financiera que les permitiría sobrevivir sin subsidios, créditos blandos, premios o incentivos fiscales que existen en materia de producción en algunas cinematografías, pero que se valen de los mismos para garantizar aún más sus inversiones.

El desafío mayor lo enfrentan las pequeñas empresas, a cargo de más del 80% de las películas realizadas en América Latina, cuya dificultad mayor no es tanto la producción de filmes como la amortización de los mismos debido a la estrechez de los mercados locales y a la desigual competencia con los oligopolios de la comercialización internacional.

1. Producción de películas

Con la implementación del modelo económico neoliberal en la mayor parte de la región, la producción filmica se derrumbó en las principales industrias latinoamericanas entre finales de los 80 y mediados de los 90. Las medidas restrictivas aplicadas en México, Brasil y, en menor medida en Argentina, redujeron la producción conjunta de estos tres países de alrededor de 200 títulos en 1985 (México y Brasil producían entre 80 y 90 largometrajes por año), a menos de 50 en 1995 (CACI, 1995). Las políticas de Salinas de Gortari en México y de Collor de Melo en Brasil habían contribuido directamente a ese desastre.

Sin embargo, la producción brasileña comenzó a crecer lentamente para pasar de unos 20 títulos en 1995 a una treintena a fines de siglo, y a entre 40 y 50 títulos anuales, cifra donde se ha estabilizado entre 2002 y 2006. Por su parte, la argentina duplicó prácticamente su producción pasando de unos 25 filmes en 1995 a entre 55 y 65, diez años después (Oficina Económica, 2003).

En cambio, la mexicana logró estabilizarse entre 20 y 25 películas por año como cifra media para ese mismo período.

Otras cinematografías que vivieron los impactos de la política predominante en estos últimos años, fueron la cubana, que debió reducirse a coproducciones con otros países o prestación de servicios a empresas extranjeras; la peruana, golpeada fuertemente por la no aplicación de la Ley de Cine y los recortes presupuestarios a CONACINE, su organismo cinematográfico; la boliviana y la venezolana, víctimas de las crisis económicas y políticas que desde fines de los 90 involucraron a esos países. Aunque en el caso de Venezuela, la reciente ley de cine, augura un posible crecimiento en la producción y el consumo cinematográfico nacional. Mérito adjudicable a un pro-

ceso de innovaciones estructurales que ha cambiado, en términos seguramente irreversibles, la historia de ese país, incidiendo también ello en su cultura y en su cinematografía.

En los países de Centroamérica y el Caribe –exceptuando a Cuba– se observó cierta reactivación en Puerto Rico, y en menor medida, con algunas experiencias aisladas, en Costa Rica, República Dominicana y Guatemala, con niveles de producción que, como conjunto, no superaron la media de cinco o seis producciones al año. (Cortés, 2005)

En el caso de Ecuador, su producción de largometrajes es casi insignificante, aunque los escasos filmes realizados en ese país, particularmente los de Camilo Luzuriaga, han logrado un significativo interés por parte del público local. Recién en 2006, con la sanción de una ley de cine para el sector, podría comenzar a desarrollarse una actividad productiva de carácter más sostenible. Otros países, como Chile y Colombia, e incluso Uruguay, tomaron cierto impulso en los primeros años de este nuevo siglo, debido a una clara decisión de las políticas gubernamentales en favor de la industria audiovisual, como sucedió en los dos primeros casos, y a una coyuntura favorable en el país rioplatense, donde confluyó la calidad de gestión y producción de sus cineastas y la realización de coproducciones, estimuladas con el apoyo del Programa Ibermedia, del que participan la mayor parte de los países de América Latina que cuentan con experiencias productivas y una decisión favorable de sus gobiernos y sus organismos de cine.

En cuanto a las posibilidades de amortización de las inversiones productivas en los mercados locales, las políticas económicas instaladas en los años 90 en la mayor parte de la región hicieron multiplicar por más de 3 veces, en valores constantes, el promedio de los costos de la producción en cada país. Si a mediados de los años 80 era posible filmar un largometraje con un costo de entre 150 mil y 350 mil dólares, esa cifra saltó a entre 600 mil y 1 millón de dólares en los años 90.

Medidos en dólares, estos costos han sufrido variaciones que responden a las políticas económicas de cada país. Así, por ejemplo, mientras que en Argentina el presupuesto de un filme era en los años 90, inclusive hasta 2001, de entre 1,2 y 1,5 millones de dólares, tras la devaluación monetaria implementada en 2002 pasó a representar entre 0,6 y 0,8 millones. Brasil mantuvo estable el costo medio de 1,5 millones entre 1996 y 2003 –cifra que se aproxima al que es habitual en otros países, como México y Puerto Rico– y en la mayor parte de los otros países el costo creció según las fluctuaciones monetarias y el porcentaje que los rubros dolarizados ocupan en el presupuesto de

Tabla 1: Producción de películas en países latinoamericanos. Años 2001-2005

Países	2001	2002	2003	2004	2005
Argentina	38	32	67	54	41
Bolivia	0	2	4	3	6
Brasil	30	35	30	46	40
Chile	14	8	12	14	14
Colombia	3	6	8	7	8
Cuba	4	0	3	3	3
Ecuador	1	3	1	s/d	s/d
México	21	14	25	38	53
Perú	1	2	5	7	4
Uruguay	5	5	2	6	5
Venezuela	3	4	3	4	3

Fuentes: Elaboración propia en base a datos de INC, INCAA, CNAC, CONACINE, FONCINE, FOCINE, IMCINE, ICAIC, ICAM, CCPC, INA, Cinemateca Uruguay, Proimágenes, CACI, SICA, DAC, MR&C, MINEDUC, PIEB.

una película. En términos generales, los presupuestos de largometrajes en 35mm en la mayor parte de los países de mediano o pequeño desarrollo, oscilan entre 500 mil y 800 mil dólares por película.

Es sabido que, en términos generales, el porcentaje que percibe finalmente el productor, es el 30%, o menos, de las recaudaciones habidas en las salas (el 50% es retenido por el exhibidor y entre el 20% y el 30% por el distribuidor). Esto hace que, si la amortización de un filme queda librada al juego del mercado, una película con un costo medio de 1 millón de dólares, en un país donde el valor medio de las localidades es de, por ejemplo, 3 dólares, requiere para su amortización productiva de un ingreso bruto en salas de más de 3 millones de dólares, es decir, como mínimo de 1 millón de espectadores, una cifra que prácticamente ninguna cinematografía tiene como promedio anual para el conjunto de su actividad productiva. En nuestro caso, la producción latinoamericana no convoca siquiera a 100 mil espectadores como cifra media

de todas sus películas.

Los únicos alicientes creados o mantenidos en los últimos años fueron el refuerzo de las subvenciones y las ayudas estatales en Argentina; los incentivos fiscales y el apoyo financiero de algunos estados y grandes municipios, en Brasil; los premios concursables y otras formas de ayuda, en Chile. También, aunque en menor medida, el fomento a la producción y a un cine de calidad, en México; premios y créditos estatales –según leyes sancionadas y escasamente cumplidas– en Bolivia y Perú; incentivos fiscales a la inversión productiva, en Costa Rica; o pequeñas ayudas de organismos gubernamentales de Educación y Cultura en Costa Rica y Uruguay. (Media Research, 1998)

Junto a esto, aparecen distintos tipos de gestiones que realizan los organismos de gobierno en distintos países para conseguir inversiones externas o apoyos de fondos de fomento internacional, como sucede en Cuba.

Allí donde el Estado aparece ausente, no puede hablarse de producción fílmica de largometraje, salvo en casos completamente excepcionales. Tampoco de información elemental sobre el número de salas, y los volúmenes de espectadores y de recaudaciones.

Un balance preliminar sobre el panorama global del cine latinoamericano, permite sostener que el mayor problema con el cual él se enfrenta es el de su financiamiento. Este aparece condicionado sustancialmente por la necesidad de disponer de un adecuado mercado local o regional para reciclar rápidamente las inversiones y desarrollar una producción sostenible, capaz de irse desprendiendo gradualmente de la tutela gubernamental y de insertarse cada vez más en las expectativas socioculturales –hábitos y consumos– de cada comunidad.

Es pues, el análisis pormenorizado de cada experiencia nacional y no la excesiva generalización, lo que puede fundamentar de mejor modo la elaboración de las diferentes alternativas de desarrollo. Las que, por otra parte, deberán tener también en cuenta indicadores no menos decisivos, como son las relaciones culturales, políticas, sociales, etc., entre los países vecinos y las de estos con otros grupos de países y con la región en su conjunto.

La coproducción cinematográfica ha sido una de las alternativas empleadas habitualmente por empresarios y realizadores latinoamericanos para enfrentar la estrechez de sus mercados locales. Ella vuelve a ser replanteada hoy día frente a los nuevos desafíos que soportan los proyectos de la producción regional.

Históricamente, las coproducciones se han orientado en su mayor parte hacia los países europeos y, en menor medida, hacia los Estados Unidos. Por lo general, los proyectos de coproducción entre países de la región han tenido un interés menor por parte de los productores locales de películas. Se parte de la base de que el dinero y los mercados están en las regiones más desarrolladas, y se subvalora la importancia de los acuerdos productivos regionales e, inclusive, a menudo, la de los propios mercados locales. Si hasta los años 80 las coproducciones con Europa y Estados Unidos, representaban entre el 15% y el 20% de la producción total de películas, las efectuadas entre países latinoamericanos no llegaban en ese entonces al 5% de ese total (Getino, 2006).

Las experiencias con las regiones señaladas responden a enfoques económicos y culturales totalmente distintos. Las compañías norteamericanas buscan en los países latinoamericanos escenarios naturales, técnicos y actores secundarios, extras y servicios baratos para realizar las películas concebidas directamente en sus oficinas centrales para un mercado internacional indiferenciado, donde lo “latinoamericano”, en caso de aparecer, resulta apenas un detalle exótico o subalterno.

En el caso de las coproducciones con Europa, particularmente las efectuadas con España, y también con Francia, Alemania e Italia, el modelo ha sido diferente. En su mayor parte, ellas no fueron impulsadas por compañías privadas, sino por políticas culturales gubernamentales de ese continente, dirigidas a fomentar la labor de directores-productores locales, siguiendo el ejemplo de lo que era común en los mismos países europeos. La televisión y algunas instituciones para-estatales, fueron el medio idóneo para concretar proyectos de coproducción, los que tuvieron una importante dosis de fomento y proteccionismo. Tal la experiencia de la mayoría de esas coproducciones de autores-productores como Fernando Solanas, Paul Leduc, Arturo Ripstein, Tomás Gutiérrez Alea, Francisco Lombardi, Adolfo Aristarain, Miguel Littín, Humberto Solás, Eliseo Subiela, Jorge Sanjinés, Alí Triana, Silvio Caiozzi, Marcelo Piñeyro, Sergio Cabrera, Juan José Campanella, entre muchos otros. (FNCL-Carolina, 2006)

Estos ejemplos no tratan de un cine realizado *en* América Latina, sino de un cine *de* América Latina, el que, a pesar de obvias intermediaciones y algunos condicionamientos, contribuye a mejorar el intercambio cultural entre naciones con grandes diferencias de desarrollo cinematográfico, inaugurando experiencias que benefician por igual a cada participante.

2. Comercialización y mercados

En cuanto al “consumo” cinematográfico, pese al incremento experimentado en los últimos años por parte de algunos sectores sociales medios y medio-altos en determinados espacios territoriales, continúa observándose un fuerte desfase no sólo en la dimensión económica comparativa de unos mercados y otros, sino también, en la correspondiente a cultura, dado que la oferta de películas es entre 300 y 400 veces mayor en las pantallas chicas que en las salas tradicionales (estimando un consumo televisivo de 2-3 horas diarias como promedio, por persona mayor de 5 años, equivalente a unas 700 por persona/año y un consumo cinematográfico que no llega a 90 minutos por persona/año en el conjunto de la región).

Las inversiones efectuadas desde mediados de los 90 en la construcción de modernos complejos de multicines, permitieron elevar el número total de pantallas de la región a entre 8.000 y 9.000, casi el doble de las existentes diez años atrás, aunque dicha cifra es algo menor a la de mediados de los 80.

En materia de entradas vendidas en las salas, se estimaba para 1996 una

Tabla 2: Espectadores de cine en países latinoamericanos. Años 2001-2005 (millones).

Países	2001	2002	2003	2004	2005
Argentina	31,3	30,7	33,3	42,2	37,6
Bolivia	1,3	1,4	1,2	1,5	1,5
Brasil	74,3	90,8	102,9	114,7	88,0
Chile	11,0	11,4	12,0	11,5	9,9
Colombia	17,8	18,4	17,5	13,7	11,7
Cuba	4,8	3,4	3,2	3,1	3,0
México	139,0	132,0	137,0	139,0	162,0
Perú	10,2	11,8	11,6	13,1	13,2
Uruguay	2,2	2,3	2,2	2,3	2,4
Venezuela	16,3	14,7	16,1	18,9	18,6

Fuentes: Elaboración propia en base a datos de INC, INCAA, CNAC, CONACINE, FONCINE, FOCINE, IMCINE, ICAIC, CCPC, INA, Cinemateca Uruguaya, Proimágenes, CACI, SICA, ACDPC, DAC, MR&C, MINEDUC, Nielsen/Edi, Screen Digest 2003.

cifra de aproximadamente 450 millones, frente a los mil millones de una década atrás. Sin embargo, la creación de multipantallas en la mayor parte de la región, condujo a un crecimiento del número de espectadores entre 1996 y 2005, que llegó a representar entre 350 y 400 millones de entradas vendidas en ese último año. Algo más del 83% del total, correspondieron a sólo tres territorios: México, Brasil y Argentina.

Un porcentaje semejante aparece también en la distribución de las recaudaciones, estimadas para 2005 en algo más de mil millones de dólares.

Pero la potencialidad del mercado no se limita a simples cifras. Deben incluirse otros datos de no menor importancia, como son las características relativamente semejantes de los países de la región en cuanto a idiomas, cul-

Tabla 3: Recaudaciones en salas de cine. Años 2001-2005 (millones US\$).

Países	2001	2002	2003	2004	2005
Argentina *	42,8	46,0	61,3	88,3	84,8
Bolivia	2,9	2,9	2,5	3,4	3,6
Brasil	178,3	181,6	224,1	281,9	213,1
Chile	s/d	28,5	27,4	32,0	30,0
Colombia	40,0	44,4	46,0	35,2**	30,4**
Cuba	0,24	0,17	0,16	0,15	0,15
México	319,0	316,0	342,0	434,0	550,0
Perú	s/d	s/d	29,8	30,3	29,6
Uruguay	6,5	6,3	6,8	6,1	6,5
Venezuela	54,5	34,6	36,1	46,6	52,9

*La caída en las recaudaciones en Argentina a partir de 2001 se debe a la terminación de la equidad monetaria entre el dólar y el peso y a la devaluación de esta moneda.

**Datos correspondientes sólo a las salas asociadas a la ACDPC.

Fuentes: Elaboración propia en base a datos de INC, INCAA, CNAC, CONACINE, FONCINE, FOCINE, IMCINE, ICAIC, ICAM, CCPC, INA, Cinemateca Uruguay, Proimágenes, CACI, SICA, ACDPC, DAC, MR&C, MINEDUC, Screen Digest 2003.

turas, religión, memoria histórica, e incluso, proyectos de integración, los cuales muestran una clara ventaja sobre otras regiones para el intercambio de productos culturales y audiovisuales.

También podría agregarse como otra ventaja la relativa estabilización que se observa en el mercado tradicional de las salas, y el crecimiento del número de las mismas, así como el de espectadores y de las recaudaciones en las principales ciudades de la región. Situación ésta que ha incidido sin duda en las grandes empresas del audiovisual norteamericano y mundial para intentar adueñarse directamente de algunas franjas de la comercialización de películas.

En esta situación regional cabe destacar también la existencia de nuevas y crecientes ventanas de comercialización audiovisual, a las que particularmente el cine de América Latina no ha podido (o no ha sabido) acceder todavía, para financiar parte significativa de sus inversiones. A ello se agrega la segura aparición de nuevas ventanas de explotación comercial que en la actualidad se encuentran en fase de experimentación o de desarrollo.

Estos datos de valor meramente referencial y aproximado son ilustrativos de la existencia de enormes recursos y posibilidades de Iberoamérica para construir las necesarias industrias culturales del cine y del audiovisual y, sobre todo, las obras cinematográficas (la “industria de contenidos”) que sepan expresar creativamente el imaginario colectivo de cada una de las comunidades que la conforman.

3. La integración como alternativa

Las tentativas de integración de las cinematografías latinoamericanas estuvieron presentes en numerosas declaraciones y acuerdos, suscritos entre nuestros países a lo largo de más de seis décadas. El primero de ellos parece que se remonta a 1931, durante la celebración del Congreso Hispanoamericano que tuvo lugar en Madrid ese año y donde se trató de llegar a algún entendimiento entre las industrias más desarrolladas del sector. Posteriormente se multiplicaron los encuentros con iguales o parecidas intenciones. Aun así, transcurrió más de medio siglo para que los organismos oficiales del cine iberoamericano, suscribieran en la ciudad de Caracas, en noviembre de 1989, los acuerdos de integración, coproducción y mercado común y de creación de la CACI –actualmente, CAACI– ratificados luego por los congresos nacionales de más de una decena de países de Iberoamérica.

Cinco años después de la firma de estos acuerdos, precisamente en 1994, entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) que había sido firmado tiempo atrás por los gobiernos de México, Estados Unidos y Canadá, y dentro del cual aparecía el tema de la producción y los servicios cinematográficos y audiovisuales. Los resultados del mismo no se hicieron esperar y las apetencias pragmáticas del *establishment* económico y político mexicano fueron literalmente nefastas para la cinematografía de ese país.

Otro TLC fue el suscrito tiempo después entre Chile y los Estados Unidos aunque en este caso el gobierno del país sureño estableció una “reserva cultural” con el fin de proteger los intereses de las industrias culturales. Por medio de esta reserva se excluyeron del tratado todas las medidas de protección a dichas industrias, como era el caso de la cuota de pantalla para el cine nacional en las salas del país. Adicionalmente, el gobierno se reserva la capacidad de implementar programas de subsidios existentes o futuros a la cultura y también al sector audiovisual.

Más recientemente aún, y tras numerosos encuentros previos que estuvieron guiados por una vocación integracionista regional, tan antigua y valiosa como el cine iberoamericano, los organismos cinematográficos mercosureños procedieron en 2004 a crear la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del MERCOSUR y Países Asociados) y a poner en marcha una serie de actividades para el desarrollo conjunto y la integración cinematográfica regional. Para llevar adelante este tipo de iniciativas, los países acordaron fijar en Montevideo el funcionamiento de una Secretaría Técnica y los aportes de cada país para su funcionamiento. También se aprobó en la RECAM la solicitud de incorporación de Venezuela a mediados de 2005, junto con recomendar la participación de Perú y Bolivia en el diseño de las políticas comunes con el MERCOSUR. En ese contexto ha comenzado a funcionar el primer sistema de información sub-regional sobre cine latinoamericano: el Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA), dependiente de la RECAM (www.oma.recam.org) Este se suma a otros sistemas de información locales como los que son propios de los organismos nacionales de cine (ANCINE, de Brasil; CNAC, de Venezuela; IMCINE, de México; INCAA, de Argentina, etc.), u otros de carácter regional como el de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano o la CAACI), o bien, algunos de carácter más amplio, como el Observatorio de Industrias Culturales (OIC) de la Ciudad de Buenos Aires, que procesa la evolución de la economía del cine argentino junto con la de otras industrias de base cultural de dicho país (www.buenosaires.gov.ar/observatorio).

Un avance altamente significativo y que coloca al cine en el lugar más desarrollado a escala latinoamericana en materia de procesos de intercambio e integración industrial y cultural. Otra valiosa tentativa es el proyecto CINERGIA, iniciado en 2004 en Costa Rica para promover la actividad productiva y la capacitación profesional en cine y audiovisual de realizadores de Centroamérica y el Caribe.

Todos estos emprendimientos institucionales se inscriben en la vieja aspiración de las cinematografías iberoamericanas de encontrar espacios comunes para desarrollar acciones que sirvan al interés del conjunto y a la integración regional y sobre las cuales descansa todavía la lúcida vocación de un espacio audiovisual que exprese y autorepresente a las identidades culturales que comparten las dificultades (numerosas) y los éxitos (escasos) de una historia compartida.

Referencias bibliográficas

- CACI (1997). *La realidad audiovisual latinoamericana*. Caracas: CNAC.
- REY, Germán (2005). *Tendencias y perspectivas del mercado audiovisual en tres países de América Latina*. Informe preparado para UNESCO. Colombia.
- CORTÉS, María Lourdes (2005). Más allá de la pantalla rota. Cine y video en Centroamérica. **En:** *Miradas, Revista Audiovisual de la Escuela Internacional de Cine y Televisión*. EICTV. Cuba.
- GETINO, Octavio (2006). *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*. San José de Costa Rica: UNESCO-FNCL-Veritas.
- GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2004). *La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica*. Caracas: INNOVARIUM-CACI.
- FNCL-Fundación Carolina (2006). *Producción, coproducción e intercambio de cine entre España, América Latina y el Caribe*. Avance de investigación N° 5. La Habana-Madrid.
- FNCL-OEI (2006). *Estudio preliminar de distribución y exhibición de películas iberoamericanas en América Latina*. Cuba-Madrid.
- Media Research & Consultancy Spain-FAPAE-AIECI (1998). *La industria audiovisual iberoamericana 1997*. Madrid.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Río de Janeiro (2003). *El mercado audiovisual en Brasil*. Río de Janeiro.