



# *LA BATALLA DE LAS PANTALLAS. DESAFÍOS PARA EL CINE DE AMÉRICA LATINA*

## **POR MARINA MOGUILLANSKY**

*The Battle of the Screens. Challenges for Latin American cinema*

### **Resumen**

La hegemonía del cine de Hollywood en las pantallas de América Latina lleva casi un siglo y ha demostrado su solidez ante cada transformación social, política o tecnológica. ¿Qué pueden hacer, en este contexto, los cines latinoamericanos para llegar a los espectadores? La era digital con la proliferación de pantallas móviles, el *streaming* y las burbujas de ocio plantea un nuevo escenario que, hasta el momento, no ha sido aprovechado y parece volver a reforzar el predominio del cine de Hollywood. En este artículo se analizan las articulaciones entre cine, nación y sociedad a partir de una serie de datos sobre la composición de la oferta audiovisual en diferentes espacios, los consumos de los espectadores y las alternativas de intervención desde las políticas públicas.

**Palabras clave:** Cine Latinoamericano, Hollywood, Políticas cinematográficas, Exhibición

### **Abstract**

The hegemony of Hollywood cinema on the screens of Latin America has been going on for almost a century and has shown its solidity in the face of every social, political or technological transformation. What can Latin American cinemas do in this context to reach spectators? The digital age with the proliferation of mobile screens, streaming and entertainment bubbles presents a new scenario that, until now, has not been exploited and seems to reinforce the predominance of Hollywood cinema. In this article, the articulations between cinema, nation and society are analyzed utilizing a series of data on the composition of the audiovisual offer in different spaces, the consumption of the spectators and the intervention alternatives for public policies.

**Keywords:** Latin American Cinema, Hollywood, Cinematographic policies, Exhibition.

## Introducción

Si el cine revela discursos e imágenes que nos interpelan e identifican con ciertas historias, paisajes y personajes, ¿cómo se conectan el cine y sus imaginarios con espacios significativos como la nación? ¿Cómo se articulan las comunidades, el cine y los espectadores cuando la oferta parece dominada por un solo tipo de producción? El cine norteamericano ha sido desde hace décadas una presencia central en las pantallas latinoamericanas, atrayendo y formando a los públicos en una estética específica. En este artículo, propondremos una mirada que, desde la sociología de la cultura, se interroga por los procesos y las políticas que intermedian en la configuración de la oferta cinematográfica en América Latina.

Desde la sociología del cine se considera que los filmes son objetos muy especiales por su valor simbólico, por su potencial para recrear identidades culturales y comunidades imaginarias (Anderson, 1993). A través del discurso fílmico, se construye, representa e interpreta la historia de la sociedad (Sorlin, 1991). De diversas maneras, el cine se inscribe en la vida cotidiana, articulando imaginarios en torno de lo social-histórico, creando cartografías y contribuyendo a nuestro conocimiento del mundo. Otro aspecto relevante de los aportes de la mirada sociológica sobre el cine es su interés en revelar los diversos mecanismos y decisiones que median entre la producción del cine y su consumo: las políticas cinematográficas, las actividades de distribuidores y exhibidores, la configuración de los sistemas de salas, las regulaciones de las plataformas de visionado *online*, los múltiples discursos críticos sobre los filmes son aspectos interrelacionados que es preciso tener en cuenta.

Desde hace décadas, en foros y reuniones internacionales en las que se busca liberalizar el comercio, algunos países –liderados por Francia– vienen sosteniendo el carácter excepcional de las industrias culturales para afirmar que la creación cultural no puede ser sometida a las mismas reglas que sujetan al resto de la actividad económica. Esta posición se basa en el argumento del valor de la diversidad cultural y en la importancia de la soberanía sobre las propias imágenes (Mattelart, 2006). Al respecto, Néstor García Canclini señala que la globalización de los mercados culturales puede “interrumpir la comunicación de los creadores con su propia sociedad y despojar a naciones periféricas de su patrimonio” (2004: 196). En el caso del cine, Hollywood se expande al controlar tanto la producción como la distribución y la exhibición, imponiendo su forma de hacer cine como la única valiosa.

En las pantallas de las salas de cine de los países latinoamericanos se estrenan paradójicamente muy pocas películas latinoamericanas. Más aún, las pocas películas que llegan a estrenarse, suelen hacerlo en inferiores condiciones con respecto a las superproducciones de Hollywood y permanecen en cartelera un tiempo tan breve que no se llega a producir la difusión de boca en boca. De esta manera,

siguiendo a García Canclini, una mayoría poblacional se ve convertida, por la propia dinámica oligopólica del mercado, en una minoría cultural.

En la primera sección, reconstruimos sintéticamente la historia de la ocupación de los mercados de cine latinoamericanos por parte de la producción de Hollywood. En la segunda sección, analizamos la situación contemporánea, atendiendo a las listas de películas con más cantidad de espectadores en diversos países de América Latina. En la tercera sección, abordamos las políticas cinematográficas a nivel regional, prestando especial atención al Programa Ibermedia y al Programa Mercosur Audiovisual, en cuanto a las formas en las que han intentado limitar la hegemonía del cine norteamericano y potenciar la creación y la circulación de cine latinoamericano. En las conclusiones, proponemos una reflexión acerca del equilibrio de fuerzas entre los cines latinoamericanos y el cine de Hollywood, las consecuencias culturales de la actual situación de marginalidad de nuestros cines en las pantallas y las políticas culturales que pueden vislumbrarse.

## **Un poco de historia: hacia la hegemonía de Hollywood**

Hasta mediados de la década de 1940, en las pantallas de cine de países latinoamericanos podían verse muchos títulos norteamericanos, pero también llegaban diversas películas filmadas en Alemania, Francia, Inglaterra e Italia. En el caso de Argentina, a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, se producen dos cambios importantes en la programación de las salas de cine. Por un lado, un decreto de 1944 establece la exhibición obligatoria de películas argentinas (como mínimo un título por mes), dando comienzo a una década de regulaciones proteccionistas que favorecerían al cine nacional, y que finalizan en 1955 cuando un golpe militar derroca al gobierno de J.D. Perón. Por otro lado, desde 1941 los Estados Unidos imponen una política de “lista negra” que castiga a todos los individuos o empresas que mantengan relaciones con Alemania o Italia. En estas listas ingresarán algunas de las distribuidoras cinematográficas que importaban a la Argentina (y a otros países) películas alemanas.

En forma contemporánea, Estados Unidos desarrolla la política del “buen vecino” que busca, a través de la diplomacia cultural, contrarrestar la influencia ideológica alemana primero y soviética después. En este marco, en 1940 se crea la Oficina de Asuntos Interamericanos (OIA), que bajo la presidencia de Nelson Rockefeller desarrolla diversas iniciativas y apoya de manera sostenida la exportación del cine de Hollywood, cada vez más dominante en las pantallas latinoamericanas. En 1945 se institucionaliza la política de penetración de mercados foráneos a través de la creación de la Motion Pictures Export Association (MPEA), en alianza con un esfuerzo diplomático y una política de Estado de promoción de la industria del cine norteamericana (Guback, 1976).

Desde la segunda posguerra el predominio del cine de Hollywood en las salas de cine latinoamericanas es ya muy alto. El cine de origen europeo (con la exclusión, durante varios años, de Alemania) sigue llegando a las pantallas y sostiene una presencia minoritaria pero continua. Las películas latinoamericanas representan una baja porción de los títulos que se exhiben cada año, muy variable según la existencia y el carácter de las políticas de protección que cada país implementa. Sin embargo, los países latinoamericanos que tienen industria de cine seguirán estrenando sus películas e inclusive exportan algunos filmes a otros países de la región, sobre todo México y, en menor medida, Argentina y Brasil. Entre 1930 y 1960 se vislumbra, a grandes rasgos, la Edad de Oro del cine latinoamericano y sobre todo de sus públicos. Según señala Ana Rosas Mantecón, en estas décadas se registra en México “la concurrencia de todos los sectores, en términos geográficos y económicos (...) y la compenetración del espectador con la oferta cinematográfica” (Rosas Mantecón, 2017). Algo similar se verifica en Argentina, donde el sistema de salas es muy extenso y el público concurre asiduamente, al menos hasta mediados de la década de 1950. Los precios de las entradas en esos años eran accesibles para la clase media y también para los sectores populares (sobre todo en las salas de cine de barrio) y el hábito de acudir semanalmente al cine estaba muy arraigado en las principales ciudades.

A nivel internacional, la década de 1970 marca una inflexión en las reflexiones sobre el intercambio desigual de las industrias culturales. Diversos países periféricos plantean críticas acerca de este problema en el marco de la UNESCO, en tanto organismo representativo de las naciones en temas de cultura, comunicación, educación y ciencia. Se suceden los debates acerca de los flujos unilaterales y desequilibrados de la información y de los bienes culturales. En 1980, el Informe MacBride plantea una mirada crítica y una serie de propuestas para democratizar el flujo de la información y la comunicación. Poco tiempo después, Estados Unidos e Inglaterra abandonan la discusión y se retiran de UNESCO. En el ámbito más específico del cine, es la etapa de surgimiento y auge del Nuevo Cine Latinoamericano, de los Festivales y Encuentros de Cineastas de Viña del Mar, la creación de la Cinemateca del Tercer Mundo en Montevideo, cuestionando y desafiando la hegemonía de Hollywood. A nivel organizativo, los Encuentros de Cineastas del Tercer Mundo en Argel, Buenos Aires y Montreal en 1973 y 1974 se propusieron confrontar con el imperialismo occidental y albergaron debates sobre las relaciones entre estética, política y representación (Mestman, 2016).

A partir de mediados de la década de 1980, gracias a la desregulación que permite fusiones e integración vertical y horizontal en el mercado norteamericano<sup>1</sup>, las *majors* de Hollywood lograron aumentar su capacidad productiva (Holt, 2001) y consiguieron “no sólo soportar los efectos de las nuevas tecnologías audiovisuales, sino aprovecharse fuertemente de las mismas para multiplicar su poder en

1 En 1948 la decisión Paramount de la Corte Suprema en EEUU había establecido límites estrictos a la integración vertical entre productoras y distribuidoras de cine, conformando una política anti-trust que buscaba limitar las posiciones oligopólicas. Durante el segundo período del gobierno de Ronald Reagan, se desreguló la industria cinematográfica y se permitieron nuevamente las fusiones de grandes empresas.

las pantallas del mundo” (Getino, 2007: 32). En este período, considerado como la emergencia de un Nuevo Hollywood, se observa la consolidación de las grandes empresas y una enorme expansión de Hollywood en los mercados de los países latinoamericanos y de otras regiones del mundo. Mientras tanto, los cines latinoamericanos en su mayoría se encontraban, durante los años 80 y comienzos de los 90, atravesando reiteradas crisis de financiamiento, el progresivo cierre de las salas y la caída de los espectadores. Para la economía de Hollywood, este proceso de reintegración industrial y su expansión comercial resultó en que los ingresos que obtuvieron las *majors* fueron cada vez más importantes, pero a la vez se observa un cambio en su composición: si hasta 1984 los ingresos principales provenían del mercado doméstico de los EEUU, desde esa fecha pasan a ser más importantes las ventas de mercados auxiliares y los ingresos por tickets vendidos en mercados extranjeros.

Esta expansión del Nuevo Hollywood se complementa con la aparición de un nuevo actor en el terreno de la exhibición de cine en la década de 1990: los complejos transnacionales de multiplex. La exhibición de cine se encontraba en los países latinoamericanos en una fuerte crisis, que se expresó en un continuo cierre de salas y en la merma de los espectadores. Esta crisis se revierte cuando el mercado es desregulado (ocurre casi simultáneamente en Argentina, Brasil y México) e ingresan los complejos multipantalla, que se instalan en las principales ciudades de cada país. Estas cadenas sostienen alianzas estratégicas con las *majors* de Hollywood.

Finalmente, un nuevo giro en la situación de desequilibrio entre el cine de Hollywood y los cines latinoamericanos se produce desde comienzos del siglo XXI, con la aparición y rápida penetración de las plataformas de *streaming* legal, especialmente Netflix, que ya logró insertar un botón propio en los controles remoto de los televisores, instalándose así como el jugador dominante del mercado. El catálogo de películas y series que ofrece Netflix es específico para cada país, pero siempre presenta una vasta mayoría de productos norteamericanos.

En la siguiente sección, me ocuparé de la situación contemporánea del cine latinoamericano y del cine norteamericano en cuanto a las alternativas de exhibición en América Latina.

## La batalla por las pantallas

En la actualidad, el cine norteamericano representa entre el 60 y el 90 % de los estrenos de películas en América Latina, con variaciones en cada país, de acuerdo a la fortaleza de las industrias de cine nacionales y, sobre todo, según lo que establezca la legislación en términos de protección del cine nacional, con cuotas de pantalla y otras medidas similares. Pero la composición de los estrenos no alcanza para entender la posición dominante del cine de Hollywood, es necesario tener en cuenta

también el número de copias, las campañas publicitarias, el tipo de salas en las que se exhiben. Todo ello coloca a las películas de Hollywood en una posición ventajosa para atraer espectadores. De esta manera, es posible afirmar que “el poder de mercado de Hollywood y su omnipresente ideología del entretenimiento limitan la circulación de los cines nacionales” (Crofts, 1993: 52). En el caso de América Latina, luego de décadas de consumir cine norteamericano, el público se ha formado en estas experiencias espectatoriales y elige dicha “estética de la acción” (García Canclini, 1995: 35).

La lista de las diez películas más exitosas de cada año nos da una buena idea acerca de las preferencias del público, especialmente en los últimos años en que la distribución de la venta de entradas a salas de cine ha tendido a concentrarse en unos pocos títulos. En todos los países de América Latina, con la única excepción de Cuba, el podio es siempre ocupado casi en su totalidad por películas norteamericanas. Se trata de un conjunto de films bastante homogéneo en cuanto a sus estéticas, sus géneros y el tipo de público al que apuntan, como veremos en las tablas que siguen.

**Tabla 1. Las películas más vistas durante 2014 en América Latina (países seleccionados)**

| <i>Argentina</i>                            | <i>Brasil</i>                               | <i>Chile</i>                                | <i>México</i>                               |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <i>Relatos salvajes</i>                     | <i>Transformers: la era de la extinción</i> | <i>Transformers: la era de la extinción</i> | <i>Maléfica</i>                             |
| <i>Frozen</i>                               | <i>El Hobbit: la batalla</i>                | <i>El planeta de los simios</i>             | <i>Transformers: la era de la extinción</i> |
| <i>Maléfica</i>                             | <i>Guardianes de la galaxia</i>             | <i>El hombre araña 2</i>                    | <i>Río 2</i>                                |
| <i>Río 2</i>                                | <i>Maléfica</i>                             | <i>Frozen</i>                               | <i>El hombre araña 2</i>                    |
| <i>Transformers: la era de la extinción</i> | <i>X-Men Días ...</i>                       | <i>Río 2</i>                                | <i>Capitán América 2</i>                    |
| <i>Cómo entrenar a tu dragón</i>            | <i>Capitán América 2</i>                    | <i>Maléfica</i>                             | <i>El planeta de los simios</i>             |
| <i>El planeta de los simios</i>             | <i>Juegos del Hambre</i>                    | <i>Guardianes de la galaxia</i>             | <i>X Men días...</i>                        |
| <i>Juegos del hambre</i>                    | <i>El hombre araña 2</i>                    | <i>Cómo entrenar a tu dragón</i>            | <i>Anabelle</i>                             |
| <i>Bañeros 4</i>                            | <i>El planeta de los simios</i>             | <i>Tortugas Ninja mutantes</i>              | <i>Guardianes de la galaxia</i>             |
| <i>X Men Días ...</i>                       | <i>Interestelar</i>                         | <i>X Men días ...</i>                       | <i>Cómo entrenar a tu dragón</i>            |

**Fuente: elaboración propia según datos de UNESCO (2017).**

La mayoría de los títulos del ranking corresponden a películas infantiles o familiares, en muchos casos de “sagas” (películas seriadas que mantienen a los personajes en distintas historias). Son también películas con alta inversión tanto en rubros técnicos como en *marketing* y publicidad; con efectos especiales y una gran calidad de producción. Los títulos que no se dirigen al público infantil son en general películas de acción, de una estética espectacular, con muchos efectos especiales. En los



países de América Latina, los títulos que concentran las mayores recaudaciones son casi en su totalidad norteamericanos, y coinciden casi exactamente con el top ten a nivel mundial (UNESCO, 2017). Si bien puede verse una inflexión latinoamericana con la presencia de la película *Rio 2* en el top 10 (se trata de un blockbuster global pero la historia transcurre en Brasil), en el ranking mundial ocupó el puesto número 15.

De los países examinados, Argentina es el que presenta más participación del cine nacional dentro del ranking de películas más vistas. En el año 2014, *Relatos salvajes* (Sziffrón, 2014) fue la película que atrajo a más espectadores, y ello con una enorme distancia con respecto a la segunda película del ranking. Ese mismo año, otra película de rasgos muy diferentes como *Bañeros 4* (una saga con actores televisivos, de alto perfil comercial y con apoyo multimedios) también logró ubicarse dentro del podio en el puesto número 9. Ninguno de los otros países latinoamericanos aquí considerados logró ubicar una película nacional dentro de las más vistas durante 2014.

**Tabla 2. Las películas más vistas en 2013 en América Latina (países seleccionados)**

| Argentina                    | Brasil                                  | Chile                             | México                            |
|------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <i>Monsters University</i>   | <i>Iron Man 3</i>                       | <i>Iron Man 3</i>                 | <i>Iron Man 3</i>                 |
| <i>MI villano favorito 2</i> | <i>Mi villano favorito 2</i>            | <i>Mi villano favorito 2</i>      | <i>Mi villano favorito 2</i>      |
| <i>Rápido y furioso 6</i>    | <i>Minha mae é uma peça</i>             | <i>Juegos del hambre 2</i>        | <i>No se aceptan devoluciones</i> |
| <i>Metegol</i>               | <i>Rápido y furioso 6</i>               | <i>El hombre de acero</i>         | <i>Monsters University</i>        |
| <i>Iron Man 3</i>            | <i>Wolverine inmortal</i>               | <i>Monsters University</i>        | <i>Rápido y furioso 6</i>         |
| <i>Corazón de león</i>       | <i>Thor 2</i>                           | <i>Gravedad</i>                   | <i>Los Croods</i>                 |
| <i>Los Croods</i>            | <i>Joao e Maria Caçadores de Bruxas</i> | <i>Rápidos y furiosos 6</i>       | <i>Nosotros los nobles</i>        |
| <i>Ralph el demoledor</i>    | <i>Ralph el demoledor</i>               | <i>Oz, un mundo de fantasía</i>   | <i>Guerra mundial Z</i>           |
| <i>Guerra mundial Z</i>      | <i>Monsters University</i>              | <i>Star Trek: en la oscuridad</i> | <i>Thor 2</i>                     |
| <i>El conjuro</i>            | <i>Se beber, nao case 3</i>             | <i>Guerra mundial z</i>           | <i>El hombre de acero</i>         |

**Fuente: elaboración propia según datos de UNESCO (2017).**

El año 2013 muestra una tendencia similar, pero en este caso también Brasil y México lograron ubicar películas nacionales dentro de las diez más vistas. La película mexicana *Nosotros, los nobles* (Alazraki, 2013) es una de las películas más taquilleras de la historia en México, habiendo alcanzado la cifra de los 6,7 millones de espectadores. En el caso de Brasil, *Minha mae é uma peça* (Pellenz, 2013) es una comedia de alto presupuesto realizada en coproducción por Paris y Globo Filmes, con la participa-

ción de grandes empresas multimedia.

Como se observa, solo los países con una fuerte industria cinematográfica nacional -lograda a través de políticas de fomento y protección del mercado- logran que alguna de sus películas aparezca entre las diez más vistas, y aun así esto ocurre de manera excepcional. En América Latina, los casos de Argentina, Brasil y México muestran en algunos de los últimos años la presencia de un título nacional en el podio, en algún caso aislado, dos títulos nacionales. En cambio, países como Colombia, Chile, Paraguay, Perú o Venezuela tienen una total ocupación de sus pantallas por parte de Hollywood.

En Europa pasa algo similar: Alemania, Francia e Inglaterra suelen lograr que uno o dos filmes nacionales lleguen a ubicarse entre las películas más vistas. Algunos países muestran un *market share* más alto que la media en América Latina, lo que significa que sus producciones cinematográficas alcanzan al 20 o 30 % del público. En los últimos años, Francia ha logrado que alrededor de un 30 % de las entradas de cine vendidas en su mercado correspondieran a películas francesas.

Nos hemos referido a las dificultades de la producción cinematográfica latinoamericana para llegar a las pantallas y a los espectadores, y al rol de las políticas nacionales para que la producción local logre estrenarse. Pero más allá de la posibilidad de ver cine del propio país, una oferta cultural realmente diversa requeriría no solo de la presencia de cine nacional, sino también latinoamericano, europeo, asiático, africano. Dada la hegemonía del cine norteamericano, “el ciudadano promedio no cuenta hoy con una verdadera diversidad de bienes y servicios culturales a su disposición (...): de los más de 6500 largometrajes que se producen anualmente, un porcentaje mínimo llega a las pantallas latinoamericanas, compitiendo desventajosamente con las cintas norteamericanas” (Rosas Mantecón, 2017: 61). Esta situación de hegemonía del cine norteamericano solo se ve desafiada en países con una industria de cine muy sólida y con fuertes barreras de ingreso a sus mercados. Esto ocurre en China, India, Nigeria, Turquía y algunos otros países. En prácticamente todos los casos, las barreras de ingreso al cine de Hollywood son políticas proteccionistas, limitaciones a los estrenos extranjeros y/o preferencias a los estrenos locales. En la siguiente sección, nos dedicaremos precisamente a revisar las iniciativas políticas que se han desarrollado al respecto en América Latina en años recientes.

## Las políticas regionales frente a Hollywood

Las políticas cinematográficas a nivel nacional, como las que han sostenido Argentina y Brasil durante las últimas décadas, han sido muy efectivas en el fomento de la producción de cine; pero han logrado una incidencia muy limitada en los terrenos de la distribución y la exhibición (Amaral, 2013). Las películas nacionales llegan poco y mal a las salas de cine, se estrenan con pocas copias, duran pocas



semanas en cartelera y atraen a pocos espectadores. Solo unos pocos títulos, tanto en Argentina como en Brasil, logran éxito con el público. Se trata, casi siempre, de películas realizadas con participación de las empresas de multimedios o con alianzas estratégicas con la televisión. Los títulos que llegaron al ranking de las más vistas, como *Corazón de león* (Carnevale, 2013) o *Minha mae é uma peça* (Alazraki, 2013), representan este tipo de producción.

En el ámbito regional, podemos destacar dos iniciativas diseñadas para desafiar la hegemonía de Hollywood y mejorar la diversidad cultural de la oferta de cine. La más exitosa es el Programa Ibermedia<sup>2</sup>, que desde 1998 realiza convocatorias periódicas en las que otorga fondos para la coproducción, para ayudar en la distribución y para becas de formación profesional. Según Libia Villazana (2008:149), la principal razón para la creación de Ibermedia fue precisamente asumir que tanto España y Portugal como los países latinoamericanos se encontraban en una posición subalterna con respecto a Hollywood y que necesitaban unir fuerzas para contrarrestar su hegemonía. En la misma línea, Minerva Campos señala que “la coproducción internacional es la fórmula financiera más extendida para el cine ajeno a Hollywood” (2016:17). El mayor impacto de Ibermedia se produjo en el área de las coproducciones entre países de la región, que se multiplicaron generando numerosas alianzas profesionales y permitieron que se produjeran películas de presupuesto mediano y alto (para los estándares latinoamericanos), de buena factura técnica y con llegada a otros mercados. Algunas películas latinoamericanas importantes, que se filmaron con fondos de Ibermedia (y otras fuentes) que podemos mencionar, entre muchas otras, son: *El abrazo de la serpiente* (Ciro Guerra, 2015, Colombia), *El casamiento* (Aldo Garay, 2013, Uruguay), *Histórias que só existem quando lembradas* (Julia Murat, 2011, Brasil), *Magallanes* (Salvador del Solar, 2015, Perú), *Pelo malo* (Mariana Rondón, 2013, Venezuela), *Juan de los muertos* (Alejandro Brugués, 2011, Cuba), *Violeta se fue a los cielos* (Andrés Wood, 2011, Chile) y *Zama* (Lucrecia Martel, 2017, Argentina).

La estrategia de la coproducción, con apoyo de Ibermedia, permitió también que muchos países que casi no producían cine pudieran desarrollar filmes sobre historias locales. Una película nos permitirá ilustrar este punto: Panamá había tenido una producción errática y muy escasa de cine, y acontecimientos centrales de su historia no habían sido llevados a la pantalla grande. Gracias a los fondos de Ibermedia, se filmó el documental *Invasión* (Abner Benaim, 2014), en coproducción con Ajimolido, una productora argentina, y se estrenó en salas de ambos países.

El impacto de Ibermedia en la distribución y la exhibición ha sido muy limitado, aunque una de sus líneas de acción fue el concurso por fondos de “delivery” que permitían mejores lanzamientos de

<sup>2</sup> El Programa Ibermedia fue creado en 1997 en una Cumbre realizada en la Isla Margarita, en Venezuela. En 1998 lanzó su primera convocatoria y los primeros estrenos de películas realizados con fondos de Ibermedia llegaron a la pantalla en el año 2000. Actualmente lo integran Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. En el año 2016 se incorporó Italia.

las películas. En los últimos años, una iniciativa muy importante del programa ha sido la creación de Ibermedia TV, que programa y emite películas iberoamericanas clásicas y contemporáneas en diferentes canales de países de América Latina. Una acción más reciente y también de gran relevancia es la creación de Pantalla CACI, vigente desde 2017: se trata de una plataforma *web* que permite el visionado *online* de las películas que se programan en Ibermedia TV y otros filmes de la región. Esta plataforma, sin embargo, al ser de uso únicamente académico, no tiene impacto en el público de espectadores.

La segunda iniciativa relevante es la creación de la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas del Mercosur (RECAM) en tanto espacio para la política audiovisual regional. La RECAM diseñó e implementó el Programa Mercosur Audiovisual, en cooperación con la Unión Europea, que contó con un presupuesto total de un millón ochocientos sesenta mil euros (€1.860.000), de los cuales un millón quinientos mil (€1,500.000) fueron financiados por la Unión Europea y 360 mil (€360.000) provinieron de los aportes de la RECAM<sup>3</sup>.

El Programa Mercosur Audiovisual (PMA) llevó adelante cuatro líneas de acción destinadas a mejorar la integración cinematográfica entre los países de la región.

En primer lugar, creó una Red de Salas Digitales, con presencia en Argentina (10 salas), Brasil (10), Paraguay (5) y Uruguay (5), destinada a exhibir películas latinoamericanas y, en menor medida, europeas. Esta red supuso la instalación de proyectores de alta definición en salas pre-existentes y la puesta en marcha de una Coordinadora de Programación Regional que, con sede en Montevideo, se ocuparía de seleccionar las películas más adecuadas y conseguir los derechos de exhibición. En segundo lugar, el PMA desarrolló talleres de formación profesional que buscaron mejorar las capacidades de los realizadores, productores y otros profesionales locales. Esta actividad consistió en seminarios en cada país del bloque, destinados a pequeñas y medianas empresas, y talleres de formación técnica (en Asunción, Paraguay) que abordaron cuestiones como guión, fotografía, sonido, cámara, arte, producción y dirección. Se hicieron también, cruzando los objetivos de patrimonio y capacitación, tres talleres de restauración del patrimonio, organizados por la Cinemateca Brasileira en la ciudad de San Pablo, durante 2015. En total, alrededor de 300 profesionales pasaron por alguna de estas instancias de capacitación. En tercer lugar, se generaron acciones para rescatar y restaurar piezas del patrimonio audiovisual de la región, creando copias digitales y contribuyendo a su difusión. Por último, se hizo un estudio de la legislación cinematográfica y conexas para buscar estrategias de armonización.

---

<sup>3</sup> Como se ha señalado, el Programa Mercosur Audiovisual debe entenderse “en el marco de las transformaciones acontecidas en el programa Media de la Unión Europea. Dicho programa, que existe desde 1991, durante la Comisión Barroso (2004-2009) se amplió a terceros países, a través de dos iniciativas: Media Internacional (concebido como un programa preparatorio, apoyó la cooperación entre profesionales europeos y extra-europeos) y Media Mundus. Media Mundus comenzó a funcionar a partir del 2011, financiando coproducciones entre europeos y profesionales extra-europeos (aunque el coordinador del proyecto siempre tiene que ser un europeo). Con dichos programas, se busca cumplir los objetivos del Tratado de Lisboa en materia de diversidad cultural, aumentar la circulación del audiovisual europeo, promover la competitividad, ampliar los mercados y la información sobre los mismos, entre otros” (Poggi, 2016 siguiendo a Crusafón, 2013).

De las iniciativas de la RECAM, la más ambiciosa e interesante era la creación de una red de salas digitales, y precisamente esta propuesta buscaba diversificar la oferta de películas, creando canales para la exhibición del cine latinoamericano. Por diversos obstáculos esta red, que se encuentra ya instalada en su totalidad, no ha logrado un funcionamiento regular, y en la práctica se utiliza para programas películas en forma esporádica.

El Programa Mercosur Audiovisual terminó en el año 2015, cuando se presentaron los resultados en audiencias públicas y se dio por finalizada la ejecución. Como destacó Guillermo Saura, director del PMA, no se preveía la continuidad de las políticas, pues se trató de un programa acotado y no existe financiamiento para seguir implementando estas iniciativas.

Más allá de las limitaciones de las políticas cinematográficas regionales, se han ido tendiendo puentes y tejiendo redes profesionales entre realizadores y productores de los países latinoamericanos. Los encuentros en talleres y festivales son claves para generar lazos y conocimiento entre los profesionales, lo que luego posibilita la elaboración de proyectos cinematográficos en conjunto y su presentación a diversos concursos de fondos, como el Programa Ibermedia y, más recientemente, los fondos bilaterales para la coproducción que se han creado entre Argentina y Brasil, Argentina y Uruguay, Argentina y México; Brasil y Uruguay, Brasil y Chile. En diálogo con productores de cine, señalan que actualmente (2018) los montos de financiamiento que se pueden obtener en estos concursos bilaterales son mayores incluso que los que otorga Ibermedia, de modo que se trata de ventanas para la producción muy interesantes.

44

## Claroscuros de la era digital

La posibilidad de ver cine por fuera de las salas no es nueva, pero se ha multiplicado y tornado más común que nunca en los últimos años con la aparición de las tabletas, los celulares inteligentes y los servicios de streaming como Netflix, YouTube, Moviestar Play, HBO, Blim y otros. La movilidad de las redes y la portabilidad de las pequeñas pantallas nos permiten, además, ver películas o series de a pedacitos, en “burbujas de ocio” (Igarza, 2010) mientras nos desplazamos al trabajo, en la fila de un trámite o en un recreo durante la jornada laboral. Nunca hemos visto tanto cine en el hogar como en la actualidad.

El ingreso de Netflix en el terreno de la producción fílmica dio lugar a una nueva polémica en torno de la definición del cine en la era digital: en 2017, dos producciones de Netflix fueron nominadas en el Festival de Cannes (*Okja* y *The Meyerowitz Stories*), generando críticas de cineastas franceses. Las discusiones que se suscitaron al respecto se plantearon en torno de las condiciones que deberían cumplir las películas para competir en Cannes y también se abrió el debate acerca de la composición

del catálogo que ofrecen las plataformas de streaming. La Unión Europea comenzó a tratar un proyecto que exigirá al menos un 30 % de contenidos europeos en los catálogos de empresas como Netflix y Amazon Prime Video.

Para el año 2018, Netflix anunció que financiaría cincuenta productos audiovisuales originales diseñados específicamente para América Latina, entre los cuales se cuentan series de ficción, películas y sesiones de stand up, en todos los casos con actores y directores locales, mostrando escenarios e historias nacionales. Incluso se sugirió la posibilidad de que se produjeran telenovelas propias, intentando de esta manera absorber el producto estrella de las audiencias latinoamericanas. Algo de esto ya comenzó a suceder: en octubre de 2018, Netflix estrenó la película *Operación final*, dirigida por Chris Weitz, que recrea la historia de la captura de Adolf Eichmann por parte del Mossad de Israel en 1960 en Argentina. Esta superproducción muestra algunos de los problemas y límites que enfrenta Netflix, pues al intentar producir un cine histórico y global, genera contradicciones y artificialidad<sup>4</sup>. Netflix produjo también varias series de ficción en países latinoamericanos: algunas de ellas resultaron sumamente exitosas, como *La casa de las flores*, en México, que se vio no solo allí sino también en Argentina, Brasil, Chile, España, Uruguay y otros lugares. La ficción realizada en Argentina, titulada *Edha*, no tuvo la misma suerte y la recepción fue bastante fría entre los espectadores.

En el terreno de la producción cinematográfica en América Latina, Netflix ha tenido su mayor acierto con *Roma*, la película de Alfonso Cuarón, estrenada globalmente el 14 de enero de 2019. Este film ya obtuvo numerosos premios como el León de Oro en el Festival de Cine de Venecia, dos Globos de Oro otorgados por la Asociación de Prensa Extranjera de Hollywood e inclusive fue nominada como mejor film para los premios Oscar.

¿Qué ocurre al respecto en los países de América Latina y sus espacios regionales? La discusión apenas comienza a plantearse. Estos países han tenido una transición tardía, en comparación con Europa y los Estados Unidos, hacia la digitalización del cine y ha sido más tardía aún la incorporación de los desafíos del paradigma digital en la discusión de las políticas cinematográficas. En la actualidad, la mayor parte de las salas de exhibición poseen equipos digitales y la proyección en fílmico está en vías de desaparecer, al menos en el circuito comercial de más alto nivel. Como ya señalamos (Moguilansky y Poggi, 2017), las políticas cinematográficas de la región comenzaron a reconocer solo muy recientemente este cambio de paradigma tecnológico: en las discusiones de la RECAM, hasta 2009, se plantearon intervenciones que se asentaban en el cine analógico. Cuando se plantea el Programa Mercosur Audiovisual, se da un paso adelante en priorizar la Red de Salas Digitales, pero no se aborda aún la cuestión de las plataformas de streaming.

4 En particular la recreación del ambiente en Argentina, con personajes hablando en inglés, resulta problemática.

El Programa Ibermedia ha sido algo más dinámico al lanzar su propia plataforma de streaming (Pantalla CACI) que permite el acceso a un gran catálogo de películas iberoamericanas. Sin embargo, su restricción a los usos institucionales y académicos no permite una mayor incidencia en la experiencia cotidiana de los espectadores.

Una experiencia muy relevante al respecto es la plataforma Retina Latina, creada en 2017 como un proyecto desarrollado por seis instituciones cinematográficas diferentes: el CONACINE de Bolivia, el CNCINE de Ecuador, el Ministerio de Cultura de Perú, el IMCINE de México, el ICAU - Dirección del Cine y Audiovisual Nacional del Uruguay y la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, ésta última encargada de la coordinación y secretaría técnica, y la gestión está a cargo de Proimágenes Colombia. Esta iniciativa recibió financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Consiste en una plataforma de Video On Demand (VOD) que ofrece el visionado online gratuito de un amplio catálogo de películas latinoamericanas, incluyendo diversos títulos de los países que la crearon y también contenidos producidos por DocTV Latinoamérica (un programa de fomento de la producción y difusión del documental latinoamericano<sup>5</sup>). Recientemente, Retina Latina fue reconocida y premiada por la UNESCO, que la consideró una “buena práctica” para fortalecer el mercado cultural digital de cine de América Latina. Una característica distintiva de Retina Latina es que se dirige al público latinoamericano, pues utiliza el bloqueo por origen geográfico para no permitir que los contenidos sean visualizados desde fuera del continente. De esta manera, se busca preservar la explotación de estas películas en mercados externos, ya que se trata, en muchos casos, de películas relativamente recientes que podrían ser vendidas en otros territorios. Lamentablemente esta restricción afecta también la circulación de los filmes entre un público potencialmente interesado.

## Algunas reflexiones finales

Desde mediados del siglo XX, los cines latinoamericanos han sufrido diversas crisis de producción y una sostenida dificultad para encontrarse con los espectadores. Si en la época dorada del cine argentino o del cine mexicano, se producían cantidades industriales de películas que se estrenaban no solo en sus países de origen sino en otros países del continente, esta situación virtuosa no logró sostenerse más allá de 1960. Distintos procesos políticos, económicos, sociales y culturales contribuyeron para consolidar la dominación de las pantallas por parte de Hollywood.

En la época contemporánea, la situación de diversos países latinoamericanos muestra coincidencias: la oferta cinematográfica se ve dominada por la producción norteamericana; el cine nacional cuando es apoyado y protegido por el Estado logra estrenarse y captar una pequeña porción de ingre-

<sup>5</sup> Es una iniciativa de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales de Iberoamérica (CAACI).

sos, mientras que la circulación en otros países latinoamericanos es muy limitada. En las plataformas de visionado a demanda la presencia de cine latinoamericano es mínima y aún no se han formulado políticas que regulen estos espacios. De forma tímida, aparecen iniciativas que buscan construir plataformas de *streaming* propias, que conecten a la producción y a los espectadores.

Diversos interrogantes surgen de esta primera aproximación al problema. Para América Latina, la aparición de Netflix plantea varias cuestiones políticas a resolver, pues supone una oportunidad de financiamiento para la producción y de posibles ventanas para la exhibición de la producción regional, pero también abre discusiones acerca de la regulación necesaria para que no se convierta en un espacio más en donde la producción latinoamericana resulta solo una presencia marginal. La composición de los catálogos de Netflix, los comportamientos de los espectadores al buscar, elegir y visionar películas en estas plataformas, la incidencia y la recepción de las plataformas latinoamericanas en los espectadores son cuestiones que requieren de nuevas investigaciones que nos permitan reflexionar sobre los vínculos entre el cine, las políticas cinematográficas y los espectadores.



## Bibliografía

- Amaral, Alysson Felipe (2013). *Las políticas cinematográficas de Argentina y Brasil (2003-2008): entre la dimensión industrial del cine y la democratización cultural*. Tesis de Maestría, IDAES, UNSAM.
- Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE.
- Campos, Minerva (2016). *Construcción y legitimación de los cines (trans)nacionales en el circuito internacional de festivales. El caso de América Latina*. Tesis Doctoral, Universidad Carlos III de Madrid.
- Crofts, Stephan (1993). "Reconceptualising National Cinema/s", en VITALI, Valentina y Paul Willemsen (Eds.). *Theorising National Cinema*. Londres, British Film Institute, pp. 44-58.
- Crusafón, Carmina (2013). "La construcción del mercado audiovisual europeo: balance de dos décadas de políticas públicas", *Comunicación y Sociedad*, n°20, 161-189.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Getino, Octavio (2007). *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*. Buenos Aires: CICCUS/INCAA.
- Guback, Thomas H (1976). *La industrial Internacional del Cine*, Vol. 1 y Vol. 2. Madrid: Editorial Fundamento.
- Holt, Jennifer (2001). "In Deregulation We Trust: The Synergy of Politics and Industry in Reagan-Era Hollywood", *Film Quarterly*, Vol.55, n°2, pp.22-29.
- Igarza, Roberto (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mattelart, Armand (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Buenos Aires: Paidós.
- Mestman, Mariano (2016). "Argel, Buenos Aires, Montreal: el Comité de Cine del Tercer Mundo (1973/1974)", *Secuencias*, n°43-44, pp.73-93.
- Moguillansky, Marina (2016). *Cines del Sur. La integración cinematográfica entre los países del Mercosur*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- Moguillansky, Marina y Poggi, María Florencia (2017). "¿Hacia una política digital para el cine del Mercosur? Nuevas orientaciones en la agenda regional", *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 134, p.373-389.
- Poggi, María Florencia (2016). *La agenda cinematográfica del Mercosur: ¿El fin del modelo de regionalismo abierto? (1991-2015)*. Tesis de Maestría, Universidad de Bologna.
- Rosas Mantecón, Ana (2017): *Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. México: Gedisa.
- Sorlin, Pierre (1991). "Historia del cine e historia de las sociedades", *FilmHistoria*. Revista de Cine e Historia desde 1991, vol.1, n°2,
- UNESCO (2017). Estadísticas e indicadores, disponible en <http://www.unesco.org/new/es/santiago/resources/statistics/> Acceso: 12 de noviembre de 2017.
- Villazana, Libia (2008). *Transnational Financial Structures in the Cinema of Latin America. Programa Ibermedia in Study*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr.Müller

## Filmografía

*Corazón de león* (Marcos Carnevale, 2013, Argentina)

*El abrazo de la serpiente* (Ciro Guerra, 2015, Colombia)  
*El casamiento* (Aldo Garay, 2013, Uruguay)  
*Histórias que só existem quando lembradas* (Julia Murat, 2011, Brasil)  
*Invasión* (Abner Beraim, 2015, Panamá y Argentina)  
*Juan de los muertos* (Alejandro Brugués, Cuba, 2011)  
*Magallanes* (Salvador del Solar, 2015, Perú)  
*Minha mae é uma peça* (André Pellenz, 2013, Brasil)  
*Operation Finale* (Chris Weitz, 2018, Netflix)  
*Pelo malo* (Mariana Rondón, 2013, Venezuela)  
*Relatos salvajes* (Damián Sziffrón, 2014, Argentina)  
*Violeta se fue a los cielos* (Andrés Wood, 2011, Chile)  
*Zama* (Lucrecia Martel, 2017, Argentina)

Marina Moguillansky es Doctora en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires) y Magister en Sociología de la Cultura (Universidad Nacional de San Martín). Es investigadora adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, con sede de trabajo en la UNSAM, donde coordina el Núcleo de Estudios en Cultura y Comunicación.