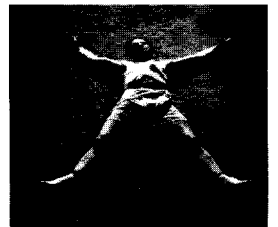




2 economía y dependencia



II. ECONOMIA Y DEPENDENCIA*

1. La dependencia estructural

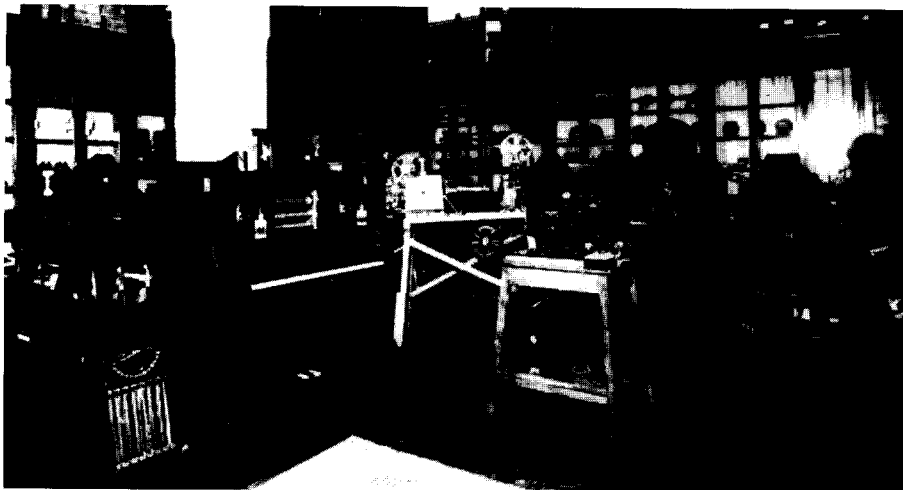
Para los objetivos de las cinematografías hegemónicas, los países periféricos continuamos siendo meros consumidores, al igual que decenios atrás lo fuimos en relación a todas las otras industrias. Algunas de éstas sufrieron modificaciones, originadas en las necesidades de expansión de los centros de poder mundial. Así, por ejemplo, desde hace pocas décadas América Latina ya no interesa solamente como simple proveedora de materias primas, sino que tiende a convertirse también en fabricante de determinados productos, al menos en algunas regiones. En el transcurso de este siglo el capitalismo multinacional realizó cierto tipo de inversiones que, aunque sólo fueran empleadas en industrias complementarias con sus intereses (automotores, textiles, manufacturas, etc.), dejaron en los espacios geográficos nacionales una base de instalaciones, maquinarias y tecnología.

Pese a las deformaciones y condicionamientos que implica este proceso, él no existe ni existió nunca en el terreno de la industria cinematográfica.

El espacio nacional dependiente existe –desde el nacimiento mismo del cine– como espacio esencialmente comercial y consumidor. Las cámaras filmadoras, los proyectores, las grabadoras, el material sensible, los equipos de procesamiento y sobre todo, las películas terminadas, fueron elementos producidos habitualmente en Europa o en los Estados Unidos allí quedaron y no buscaron en ningún momento otra cosa que el mercado de consumo, en un proceso similar al ocurrido en el siglo pasado, cuando Inglaterra procuraba la venta de sus tejidos e impedía o destruía simultáneamente el nacimiento de industrias textiles locales.

Europa y los Estados Unidos construyeron, con recursos extraídos de nuestras regiones, las máquinas y los insumos básicos con los que ellas se realiza-

(*) *Los datos referidos en la primera parte de esta sección -Capítulos 1 a 3, inclusive- corresponden a los años '80, tal como aparecieron en Cine y dependencia, en 1990. Su inserción en este trabajo puede servir a una mejor comprensión del proceso vivido por el cine argentino en las últimas décadas.*



Oferta de los primeros equipamientos cinematográficos importados. Casa Lepage (1910).

ban, trasladando a los países periféricos sólo los productos ya terminados para su consiguiente consumo. Tratándose de la industria del cine en América Latina, el llamado “capital fijo” o “capital constante” –medios técnicos de filmación: cámaras, lentes, equipos, moviolas, instalaciones– se mantuvo en las naciones centrales; otro tanto ocurre con buena parte de lo que constituye el “capital circulante” (fabricación de emulsiones fotográficas, magnéticas, productos químicos, etc.). Sólo en la última etapa algunas empresas han procedido a realizar algunas inversiones en laboratorios, aunque limitadas a los países que ofrecen un nivel aceptable de consumo y estabilidad política y socioeconómica.

Las inversiones de capital fijo o circulante, en el área de la distribución y la comercialización (exhibición), tampoco han existido. Las distribuidoras por lo general alquilan oficinas locales, y envían desde los Estados Unidos el material ya procesado: copias, afiches de propaganda, etc. En el caso argentino, sólo las distribuidoras locales procesan sus copias en los laboratorios del país, situación que no ha logrado imponerse totalmente aún a quienes dominan el grueso de la distribución extranjera: las empresas norteamericanas.

La comercialización-exhibición se ha construido sobre la base de pequeños o medianos capitales locales, invertidos en la compra o construcción de salas, equipos de proyección y sonido (en su mayor parte importados). De este modo, la Argentina fue y sigue siendo un espacio receptor que invierte sólo volúmenes irrisorios en capital fijo o circulante, siempre complementario y dependiente a su vez del complejo industrial transnacional.

En algún momento Marx señaló, aproximadamente, que *“la producción no solamente produce un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto”*. Es decir, el consumo de maquinarias, materiales, filmes, ideas, lenguajes, etc., producidos en las naciones centrales, fue creando a su vez *modelos de uso*, que, en la medida en que se rigieron por los objetivos de aquellas naciones, terminaron condicionados totalmente por circunstancias no necesariamente legítimas en el espacio consumidor. Estos modelos de uso trascendieron obviamente

el plano industrial, para incidir en la ideología, la cultura y la relación de las grandes masas con el cine.

Las grandes metrópolis han dejado en nuestros países sólo hábitos de consumo de productos materiales (economía) y culturales (ideología). Quienes intentaron, desde el espacio nacional, construir —mediante inversiones de capital— productos competitivos frente a los importados, terminaron generalmente dominados por los dueños de la industria cinematográfica hegemónica, siendo ésta a su vez una de las tantas expresiones del capital monopolista mundial. El desfasaje histórico entre los contextos nacionales, de los cuales el cine es un simple emergente, frustró hasta ahora la posibilidad de contar en nuestro país con una industria cinematográfica competitiva, tal como ella es concebida desde la óptica capitalista.

Hace cuatro décadas, la Argentina controlaba los más importantes mercados de habla hispana del continente, llegando a producir alrededor de 50 largometrajes anuales. Era la “edad de oro” de nuestro cine. Di Núbila recuerda al respecto: *“John B. Nathan, director de la Paramount en Buenos Aires, había informado en Estados Unidos que la popularidad de los filmes argentinos torna dificultoso para las compañías norteamericanas el mercado de exhibición sudamericano. Y como el público de América Latina de ese modo estaba librado en buena medida a la influencia del cine de su propia lengua, Washington quiso que las películas en castellano fueran producidas por un país amigo. Temió que las argentinas pudieran eventualmente ser vehículos para la filtración de propaganda enemiga en América Latina. Y prefirió no correr riesgos. Además de apoyar a México, envió equipos y película virgen a Chile.”*⁽¹⁾

Se trataba, naturalmente, de la época en que la Argentina asumía, ante la Segunda Guerra Mundial, una posición neutral. Pero el desarrollo de nuestro cine en el espacio de habla hispana continental se había iniciado años antes, con la aparición del cine sonoro. Sin embargo, pese a la importancia que tuvo esta demostración del poderío competitivo en el plano industrial y cultural, ni aun en los mejores momentos de su historia, la cinematografía nacional pudo extraer demasiado beneficio de los ingresos de las salas de cine. Así, por ejemplo, en 1938, uno de los años cumbre de nuestra industria, las películas nacionales recibieron apenas 6 millones de pesos dentro del país, sobre un total de 20 millones que representaba el ingreso de las producciones exhibidas durante ese año. En la actualidad el panorama se ha agravado fuertemente.

En el período 1955-1975, se estrenaron en la Argentina 8723 películas, de las cuales sólo 630 fueron realizadas dentro del país. Es decir, aproximadamente el 93% de las películas que se exhibieron en la Argentina fueron de procedencia extranjera (volumen “escaso”, sin embargo, si se lo compara con la mayor parte de los países del continente, en los cuales el porcentaje asciende al 98 ó al 100%...).

La línea que se destaca de una primera lectura de los índices de producción nacional muestra claramente una dirección ascendente entre 1932 (2 largometrajes) y 1950 (56 largometrajes). A partir de ese momento la línea se congela y comienza a retroceder hasta estabilizarse en alrededor de 30 produccio-

⁽¹⁾ Domingo Di Núbila, “Historia del cine argentino”, Cruz de Malta, Buenos Aires, 1959.



Rodaje en uno de los primeros estudios. (Martínez y Guinche, 1916).

nes anuales, para ascender con rapidez entre 1971 (36 filmes) y 1974 (40 filmes) y caer luego abruptamente –tras el golpe militar del '76– a 16 películas, volumen aproximado que se mantiene durante ese año y que constituye uno de los más bajos de toda la historia del cine nacional, inferior incluso al de un país como Venezuela que recién se inicia prácticamente en la industria cinematográfica.

Comparando dos períodos clave para el cine argentino, podemos verificar la línea declinante de la actividad productiva:

ii Durante el período 1945-1955	
<i>(Epoca del proteccionismo estatal sobre la industria)</i>	
Cantidad de películas nacionales estrenadas:	427
<i>Promedio anual:</i>	<u>42.7</u>
iii Durante el período 1956-1972	
<i>(Apogeo del libreempresismo)</i>	
Cantidad de películas nacionales fue de:	500
<i>Promedio anual:</i>	<u>29,4</u>

La estabilización de la producción anual en alrededor de 30 largometrajes, no es motivada por la libre decisión de los productores locales, ni por un descenso de la concurrencia a la exhibiciones de cine nacional, ni tampoco por factores económicos de la producción (aumento del precio de los insumos, bajas recauda-

ciones, etc.). El congelamiento –y en consecuencia el creciente retroceso de la producción anual cinematográfica– obedece antes que nada a las necesidades de las empresas transnacionales, cuyos representantes locales son los circuitos programadores de la exhibición. Treinta largometrajes anuales es la cifra máxima que, según ese sector, y a partir de 1955, puede admitir la actividad industrial local para no entrar en contradicción con sus propios intereses, entre los que se hallan sus compromisos con los dueños mundiales de la industria cinematográfica.

Esta decisión restrictiva contó de algún modo con el abierto o solapado beneplácito de la política oficial, incapaz de enfrentar a los monopolios del cine, en tanto éstos son simples apéndices de las fuerzas económicas y financieras cuya incidencia en la economía nacional –y no ya en el cine– es básica para el proyecto de “desarrollo” dependiente. La historia del cine argentino probó más de una vez que, apenas se modificaba la política de relaciones con las naciones dominantes, en pos de un desarrollo autónomo, ello repercutía directamente en un crecimiento industrial de la actividad cinematográfica. Lo ocurrido durante la década del '40 es un claro ejemplo, así como la tentativa frustrada de 1973-1974 cuyos efectos se extendieron hasta 1975; en este período el promedio de películas estrenadas fue de 37 por año. No es casual, en suma, que las crisis de nuestro cine hayan ocurrido a partir de la derrota de los proyectos políticos de desarrollo autónomo, caracterizada por un incremento de la intervención estatal en la política cinematográfica.

El dominio de los espacios de pantalla nacionales lo ejercieron habitualmente cuatro ó cinco países, principalmente los Estados Unidos. Según una investigación realizada por Heriberto Muraro y José Cantor, a mediados de los años '70, *“las películas extranjeras representaron entre 1971 y 1975 el 90.4% de los filmes estrenados en el país. Dicha tasa varió entre un máximo de 92.3% registrado en 1972 y un mínimo de 87.3% registrado en 1975. Asimismo se observa que el 29.5% de las películas estrenadas corresponde a producciones de origen norteamericano; el 40.6% de países europeos (no socialistas); 3% de países socialistas (Unión Soviética y europeos); 2.2% de países latinoamericanos; 2,9% a producciones de otros países; y el resto (3.2%) a diversos tipos de coproducción”*.⁽²⁾

De este modo, los Estados Unidos, con el 29.5% del control del filmes estrenados, Italia con el 11.3%, Inglaterra con el 9.5% y Francia con el 6.7%, manejaban el 57% de las producciones exhibidas en la Argentina, a lo cual habría que agregar un 20% más, como consecuencia de las coproducciones efectuadas entre esos mismos países o con otros (9.8% de coproducciones de Italia con otro país; 6.7% de coproducciones de Francia, etcétera).

Si el 77% de las películas exhibidas en el país procedía de sólo cuatro grandes naciones productoras –57% de producciones y 20% de coproducciones– el 13% sería suministrado por más de 20 países. El resto, es decir, el 9.5% correspondería a la producción nacional, cuyo índice creció en los años '71-'75 con motivo de las circunstancias vividas en el país y en el cine a partir de 1973.⁽³⁾

⁽²⁾ Heriberto Muraro y José Cantor, “La influencia transnacional en el cine argentino”, en revista Comunicación y Cultura, núm. 5, México, 1978.

⁽³⁾ De las 37 películas que superaron los 10 mil espectadores durante 1985 en salas de “primera línea” de Buenos Aires, sólo una era de origen argentino.

Recaudación básica: 35.393 millones de pesos viejos*

De lo cual correspondió:

- **A recaudación básica para la producción nacional: 7.459 mill.**
- **A recaudación básica para la producción extranjera: 27.934 mill.**

Admitiendo que el producto básico se liquide por partes iguales, las utilidades tuvieron este destino:

- **Para las empresas de exhibición** 17.696 mill.
(50% de 35.393 millones de pesos viejos):
- ➔ **Para la producción extranjera (50% de 27.934 mill.): 13.967 mill.**
- ➔ **Para la producción nacional (50% de 7.459 mill.): 3.729 mill.**

Resumiendo:

- **Para las empresas de producción nacional:** 3.729 mill.
- **Para las empresas de exhibición locales y para las empresas dedistribución y producción extranjera:** 31.663 mill.

Si actualizamos estas cifras según los datos de 1976, sobre un ingreso en boleterías de alrededor de 40 millones de dólares, referidos únicamente a las salas centrales de Buenos Aires, la distribución habría sido aproximadamente la siguiente:

- **Para las empresas de distribución y producción extranjeras (90% del mercado):** u\$S 16 mill.
- **Para las empresas locales de exhibición** u\$S 18 mill.
- **Para el Fondo de Fomento del INC** u\$S 4 mill.
- **Para los productores nacionales** u\$S 2 mill.

(*) En 1978, 100 pesos viejos equivalían a un peso nuevo. En 1972, el dólar se cotizaba a 990 pesos viejos; en 1979 el dólar representaba alrededor de 120.000 pesos viejos.

Estas proporciones se extendían a todo el mercado cinematográfico nacional. Es decir, la mayor parte de los ingresos en boleterías se dirige hacia las empresas que no han invertido en el país ningún capital fijo, y cuyo interés por el desarrollo de una industria cinematográfica nacional es nulo. Sólo los empresarios de exhibición han construido algunos edificios o locales que, en momentos críticos, fueron convirtiéndose en depósitos o supermercados.⁽⁴⁾

En suma, apenas el 10-15% del monto que los argentinos dejan en las salas de exhibición –volumen irrisorio para el mantenimiento de un proyecto industrial cinematográfico– está destinado a la sobrevivencia del capital constante invertido

⁽⁴⁾ Esta situación ha cambiado en los años '90 con la presencia de inversiones directas extranjeras en la creación de complejos de salas en distintas partes del país.

en laboratorios, edificios o maquinarias, o en el capital circulante de la producción de filmes.

El centro del negocio cinematográfico se halla, por otra parte, en la ciudad de Buenos Aires y alrededores (Gran Buenos Aires). Allí se localiza el interés de las transnacionales, tanto a nivel económico como cultural.

Ello explica que el mayor consumo de cine extranjero –a nivel global y por habitante– tenga lugar, precisamente en la capital del país, donde el cine nacional encuentra, a su vez, menor acogida, comparado proporcionalmente con el resto de las ciudades. Buenos Aires concentraba, en los años '70, las salas con mayor número de butacas, los mayores precios por localidad y las más grandes audiencias:

**PORCENTAJE DE CAPITAL FEDERAL EN RELACION
CON EL RESTO DEL PAIS. AÑOS '70**

NUMERO DE SALAS	7,7 %
CANTIDAD DE BUTACAS	15,0 %
CANTIDAD DE ESPECTADORES	37,0 %
RECAUDACION DE BOLETERIAS	50,0 %

También el cine extranjero recauda en el país, por cada espectador, un porcentaje superior al del cine nacional. Así, por ejemplo, según el Instituto Nacional de Cine, en 1972, la cinematografía argentina obtenía 228 pesos viejos por espectador, mientras que la producción norteamericana o extranjera lograba una cifra de 322 pesos, es decir, casi un 50% por localidad vendida.⁽⁵⁾

2. El cine como industria cultural

Una estructura de tipo capitalista se caracteriza por la existencia de un capital que aparece en el mercado de trabajo y de mercancías, como comprador, para proceder en una segunda etapa a la transformación productiva de los elementos adquiridos, con lo cual obtendrá un valor superior al que poseen aquellos que han posibilitado la transformación. Finalmente, el capitalista vuelve al mercado como vendedor, convirtiendo sus mercancías en dinero a fin de volver a comprar de nuevo otras mercancías y nueva fuerza de trabajo. El objetivo principal de este proceso es la “reproducción ampliada”, vigente en toda actividad productiva capitalista, incluida la relacionada con la industria cultural y, por ende, con la industria y el comercio cinematográficos.

⁽⁵⁾ Instituto Nacional de Cinematografía, Memoria, Buenos Aires, 1973.

En la industria cultural, el objetivo capitalista se sintetiza en realizar un producto destinado al consumo, en el marco de un proceso guiado por el lucro (“reproducción ampliada del capital invertido”), y consiguientemente por una ideología que concibe al hombre como “espectador-consumidor”, es decir, no como fin a cuyo desarrollo y mejoramiento hay que condicionar la actividad productiva, sino como objeto y materia de uso, para mejoramiento y desarrollo del capital.

En cualquier país altamente industrializado, las distintas fases de la producción observan un nivel de coherencia y “legitimidad” que permiten hablar de la existencia de una verdadera industria cinematográfica nacional. Producción, distribución y comercialización operan sirviendo a intereses más o menos semejantes, dueños en primera instancia del complejo industrial-comercial del propio país, y proyectados simultáneamente hacia el exterior, en abierta o solapada competencia con otros complejos nacionales.

Los ciclos de “reproducción ampliada de capital” se desarrollan principalmente desde la misma aparición de la industria cinematográfica en los espacios altamente industrializados, es decir, en las sociedades centrales.

Los países periféricos o, lo que es igual, el proletariado de las metrópolis capitalistas, no interesan nada más que como meros consumidores de productos cuyo costo ya está amortizado. Al respecto, un informe emitido por la MPEA (Motion Pictures Export Association), señalaba a mediados de los '70 que el 50% de los ingresos obtenidos en el exterior, entre 1963 y 1973, por la industria cinematográfica de aquel país, procedía básicamente de seis mercados: Italia, Canadá, Alemania Occidental, Gran Bretaña, Francia y Japón. Frente a esta realidad, el conjunto del cine latinoamericano apenas si representaba el 10% del negocio de exportación cinematográfica norteamericana, o lo que es igual, un volumen similar al de un solo país europeo, Italia con el 10.4%. Brasil, principal comprador, significaba sólo el 3.9% de las ventas de los Estados Unidos; México, el 3%; Venezuela, el 1.3%; etc. La Argentina, con el 1.2%, ocupaba el 15^{vo}. puesto como consumidor mundial del filmes norteamericanos, y el 4^{to}. consumidor en el espacio latinoamericano.

Como vemos, los países de América Latina cumplen un rol secundario para el negocio del capitalismo multinacional, insuficiente hasta ahora para estimular inversiones en infraestructura o en coproducciones más o menos permanentes. Estas se dirigen en su casi totalidad hacia las naciones centrales; basta recordar la presencia condicionante, cuando no determinante, del capital norteamericano en las industrias cinematográficas europeas.

Sin embargo, la importancia de nuestros espacios no se mide solamente comparando de manera mecanicista los índices económicos locales con los que corresponden a las regiones dominantes, sino destacándolos allí donde su verdadero valor se clarifica siempre, es decir en la realidad inmediata y concreta que los explica o lo que es igual, la realidad de los espacios latinoamericanos. De este modo, podemos convenir que si América Latina representa, en su conjunto, apenas el 10% del negocio de la exportación cinematográfica norteamericana, su importancia es indudablemente secundaria para la economía de esa industria. Pero también habremos de aceptar que ese 10%, unos 40 millones de dólares anuales, representaría para nuestra realidad, la posibilidad de producir alrededor de 260 largometrajes cada año (calculados, en los años '70, a un promedio



Logotipos de lo que fueron grandes empresas productoras argentinas.

de 150 mil dólares por película), o lo que es igual, el 60 ó el 70% de la producción que requiere anualmente cada país para abastecer las necesidades de sus mercados.

Es decir, la solución al problema de abastecimiento industrial y cultural de las salas de cine en Latinoamérica podría darse a través del simple desplazamiento de una sola de las potencias productoras mundiales, si es que entretanto nosotros fuéramos capaces de incrementar y coordinar el desarrollo de una industria propia de alcances continentales, apta para ganarse, además, el respaldo de las grandes masas de espectadores, condicionadas culturalmente por el cine hegemónico.

El problema, como vemos, es muy complejo porque no tiene alcances meramente económicos o industriales. Sin embargo convendría que nos detuviéramos a analizar éstos, aunque sea de manera aproximativa, para intentar clarificar las eventuales soluciones.

a) La producción

La actividad industrial cinematográfica se desenvuelve a través de distintas etapas, cada una de las cuales posee varios niveles. En un trabajo dedicado a investigar este tipo de actividad, el estudioso Pierre Vigier destaca principalmente tres niveles:

1. Industrias que producen las materias primas necesarias a la realización.
2. Industrias que producen los medios técnicos (máquinas) de producción.
3. Industria consumidora de 1 y 2 que produce el film, producto material y cultural.

De esta manera —dice Vigier— nos encontramos con la primera división in-

dustrial de la producción. Dentro de cada rama de la producción se producen a su vez nuevas divisiones, por ejemplo, en la número 2, algunas industrias dedicadas a la producción de medios técnicos producen filmadoras; otras, copiadoras y reveladoras; otras, equipos de sonido; otras, equipos de iluminación. También existen varias fábricas que se dedican a producir la misma tecnología, luchando entre sí por conquistar un espacio dentro del mercado o por su hegemonía total. Por otro lado, sus posibilidades de desarrollo están estrechamente condicionadas por el crecimiento de la industria.⁽⁶⁾

A estas tres etapas de la producción industrial se acoplan lógicamente otras que completan la estructura económica donde circula el dinero y el interés capitalista: la distribución y la comercialización, ambas sujetas a nuevas subdivisiones.

Veamos algunas características de las etapas industriales de producción aplicadas al caso argentino:

■ *Primera etapa de la Inversión de Capital*

Ver Cuadro de la página siguiente.

■ *Segunda etapa de la inversión del capital*

En esta etapa interviene el capital nacional cubriendo prácticamente el total de los costos. Las inversiones se dirigen a la adquisición o alquiler de elementos señalados para la etapa anterior (compra de material virgen, alquiler de maquinarias, contratación de laboratorios de imagen y sonido, etc.). Asimismo compran la fuerza de trabajo técnica e intelectual (directores, guionistas, fotógrafos, músicos, sonidistas, actores, personal técnico, montajistas, etc.). Conviene destacar que en este último rubro, algunos técnicos, particularmente fotógrafos, sonidistas y montajistas, constituyen pequeñas o medianas empresas personales, dotadas de una inversión importante de capital en maquinarias y equipos.

En esta segunda etapa de inversión, intervienen básicamente tres niveles distintos de actividad empresarial:

■ *Empresas de producción estable*

Se conoce como empresas de producción estable a aquellas que cuentan con estudios propios y personal permanente, para desarrollar una actividad productiva sistematizada y continua. Es la base principal de una producción cinematográfica nacional, por sus inversiones en infraestructuras, maquinarias, personal técnico y películas realizadas de manera ininterrumpida, precisamente para solventar las inversiones efectuadas.

■ *Empresas de producción independiente*

Dentro de este nivel, las empresas denominadas comúnmente "independientes" (que cuentan también con su propia estructura de organización gremial diferenciada de la correspondiente a las "estables") carecen de estudios propios

⁽⁶⁾ Pierre Vigier, "Economía política de la industria cultural", inédito, Buenos Aires, 1970.

RUBRO	CAPITAL	CARACTERISTICAS
MATERIALES SENSIBLES		
Película virgen	Radicado en el exterior: Estados Unidos y Europa (Kodak, Agfa-Gevaert, Fuji). Estados Unidos vende al país más del 80% de la película que se importa. El resto procede de Europa y Japón.	En el país no existe producción de material sensible cinematográfico. Las fábricas instaladas, de capital extranjero, han comenzado a producir solamente película para fotografía fija. En el país no existen fábricas de material magnético de sonido. La venta se efectúa a través de agentes de empresas extranjeras.
Sonido	Idem (Agfa-Gevaert, Basf, Ampex, 3 M, etc.)	
MAQUINAS CINEMATOGRAFICAS		
Filmadoras, grabadoras, micrófonos, óptica, fotómetros, colorímetros, iluminación, moviolas, etcétera.	Radicado en el exterior: Estados Unidos y Europa (Arriflex, Nagra, Perfectione, Ampex, Bell & Hollew, Angenieux, Beyer, Lowell, Prevost, etc.)	En el país no se fabrican maquinarias cinematográficas. Existen representantes o agentes de empresas extranjeras, ocupados de la venta. La única producción local se concentra en algunos equipos que no requieren alta precisión. Otras tentativas no alcanzan todavía nivel profesional. Se han constituido empresas que alquilan equipos y maquinarias para filmación.
LABORATORIOS		
Filmadoras, grabadoras, micrófonos, óptica, fotómetros, colorímetros, iluminación, moviolas, etcétera.	Nacional, vinculado a otras actividades empresarias en los casos más importantes. En los años '70, eran Laboratorios Alex y Tecnofilm, seguidas por Cinecolor, Citeco, Bacca, Phonalex, etc. (Desde finales de los '80, Cinecolor pasó a monopolizar prácticamente el procesamiento filmico en el país). La mayor parte de los productos químicos que se utilizan en los laboratorios de imagen procede de fábricas extranjeras.	Utilizan maquinarias producidas en su casi totalidad en el exterior (copiadoras, trucas, videoanalizadoras, transcriptoras ópticas, etc.). En el área de sonido ha comenzado a desarrollarse cierta capacidad para el diseño de estudios y producción de equipos que no requieren gran precisión. Otro tanto ocurre con algunas máquinas y accesorios para el procesado de la imagen.
ESTUDIOS		
Productoras con estudios para filmación.	Nacional. Ante el cierre de los estudios de Argentina Sono Film, en 1977, adquiridos un año después por MBC, quedaron solamente los relativamente estables de Baires, manejados en ese entonces por la productora Aries Cinematográfica.	Existen algunas pequeñas empresas dedicadas a alquilar galpones, adaptados para servir como estudios de filmación y que trabajan esencialmente para la producción de filmes publicitarios.

(los arriendan para cada producción), y de personal permanente (lo contratan en cada trabajo). Ello les ha permitido una mayor agilidad productiva y económica, en la medida en que no están obligadas a filmar para cubrir los gastos fijos de instalaciones y personal – como ocurre con las “estables”– y lo hacen sólo cuando organizan un proyecto que creen rentable.

■ *Empresas de producción circunstancial*

A diferencia de los otros niveles señalados, este tipo de empresas sólo conserva relaciones muy excepcionales con la industria cinematográfica. Intervienen en ella por diversas razones, pudiendo intentar, a veces, segundas experiencias para asentarse en la producción “independiente”, lo cual no suele ser común. Entre las causas, podríamos señalar el hecho de buscar relaciones con el “medio artístico”, o de ganar prestigio en alguna labor de “tipo cultural”.

Pero abunda, sobre todo, la tentativa de evadir tributos al fisco, en la medida que la inversión en actividades cinematográficas no paga impuestos hasta el momento de la comercialización de las películas; por otra parte, las inversiones en la producción de un film suelen ser difíciles de controlar por los organismos oficiales e, incluso, por el propio Instituto Nacional de Cinematografía.

b) La distribución

Cubierta la fase primera de producción de una película, ésta entra obligatoriamente en una nueva etapa: la de su distribución, a través de la cual el film arriba a su tercero y último momento, el de la comercialización (exhibición).

Las empresas de distribución intervienen solamente en el alquiler de locales o edificios para oficinas, depósitos o microcine, y en algunos casos, en cierta maquinaria (proyectores, moviola, etc.). Tratándose de empresas locales dedicadas a distribuir filmes extranjeros, arriesgan obviamente el grueso de su inversión en la compra o arrendamiento de los mismos, así como en los correspondientes gastos de publicidad y lanzamiento.

Su actividad radica en centralizar aquellas películas que creen más adecuadas para el mercado de la exhibición, disputando luego con ese sector –o incluso entre sí– el espacio de pantalla existente. Los beneficios radican en el eventual porcentaje que cobren, cuando se trata de la distribución de películas nacionales, o en la diferencia que pueda surgir entre lo que se pagó por un film extranjero y aquello que éste deje en boleterías- deducido el porcentaje correspondiente al exhibidor y los impuestos.

Una empresa distribuidora puede procurar vender a la exhibición películas de cualquier origen; sin embargo, la actividad esencial que realice define sus características. Por ello podemos distinguir tres tipos básicos de distribución:

■ *Distribuidoras extranjeras*

Son, por lo general, filiales de empresas productoras y/o distribuidoras extranjeras, ocupadas de ofrecer lo que éstas les proporcionan. No importa la forma legal que asuman, ya que no existe prácticamente control estatal sobre este nivel de actividad.

La casi totalidad de la distribución extranjera pertenece a capitales norte-

americanos, reunidos en el llamado Film Board, que aglutina a las principales compañías de ese país. Estas oficinas pueden actuar aisladamente o conformar, a veces, asociaciones entre unas y otras, para la distribución de películas.

Según la investigación de Muraro y Cantor antes citada, el conjunto de las empresas extranjeras de distribución de origen norteamericano manejaron en el quinquenio 1971-1975, el 43.1% de las películas estrenadas en la Argentina. Un 74.5% de aquel porcentaje correspondía a producciones o coproducciones de los Estados Unidos; el 27.2% a producciones o coproducciones de países europeos.⁽⁷⁾

Asimismo, más del 60% de las recaudaciones se orientaron hacia las distribuidoras norteamericanas.

El hecho de manejar casi el 50% de las películas que se estrenan en el país, así como las más "taquilleras", convierte a este sector de la distribución en el poder principal para decidir la programación anual de los cines argentinos, cuyo ejecutor inmediato en el empresariado de la exhibición.

En un plano de menor importancia, pero dentro de este nivel de distribución, habría que ubicar también a la mexicana Pel-Mex, que en el decenio 1970-1979 distribuyó 115 películas de esa empresa productora, es decir, el 4% de las películas estrenadas en el país; también correspondería agregar a la empresa Artkino Pictures of Argentina, distribuidora de filmes de los países socialistas que, en el decenio mencionado, comercializó un total de 73 películas.

En lo que respecta a las distribuidoras norteamericanas, sus inversiones locales son prácticamente inexistentes. No efectúan mayores gastos en el procesado de copias para exhibición o duplicados de los negativos de los filmes (para efectuar las copias necesarias). Introducen al país prácticamente todo: diseño de campañas, y buena parte de las copias de comercialización, y los "traillers" ("colas" de publicidad), etc. En cambio, imponen a la exhibición la programación de aquellas películas que les interesa comercializar, a cambio de la cesión de determinados filmes de "éxito seguro".

■ *Distribución local*

Existe, en segundo término, un nivel de inversiones nacionales en el arriendo o adquisición de derechos para comercializar filmes extranjeros. Se ocupa de producciones de origen europeo, en su mayor parte, y también de algunas películas norteamericanas que escapan al control de las grandes distribuidoras. Ellas representaban, en los años '70, el 66% de las películas europeas que se difundían en el país, el 24% de las norteamericanas, y el 33% de las procedentes de los países socialistas.

A diferencia de las distribuidoras norteamericanas, estas empresas no comercializan aquellos filmes que les envían las centrales productoras internacionales, sino que deben efectuar un trabajo de selección, a través del cual compran los derechos de distribución por tiempos determinados en un área que, por lo general, se extiende a los mercados de la Argentina, Uruguay y Paraguay. A nivel de comercio internacional del cine, el mercado latinoamericano está dividido en áreas que suelen comprender a varios países limítrofes y complementarios.

⁽⁷⁾ *Heriberto Muraro y José Cantor, ob. cit.*



Rodaje de un film de Nelo Cosini, en la época del cine mudo.

que agregar gastos de procesamiento de copias en el país y lanzamiento publicitario, que comprende promoción, presentación en las salas, avisos en diarios, revistas, radios y TV, y copiado de “colas”. En 1979 los costos de lanzamiento oscilaban entre 50 y 150 mil dólares.

Las relaciones con el empresariado de la producción nacional, así como el de la exhibición, son de mera intermediación, no verificándose significativas inversiones en uno o en otro sector.

Estas compañías distribuyen también títulos nacionales, según el interés que tengan por los mismos, de igual modo que hacen las filiales de las *majors* cuando descubren algún producto local que puede ser lucrativo.

c) La exhibición

Es indudable que quien decide lo que los argentinos ven diariamente en las salas de cine, el video y la TV, es, antes que nadie, el monopolio de las grandes empresas productoras y distribuidoras internacionales, principalmente norteamericanas.

Pero no menos cierto es, también, que la exhibición actúa en la práctica como agente local de aquellos intereses. A fin de cuentas, el empresario exhibidor, al igual que la distribución de películas extranjeras, puede prescindir absoluta-

En esta labor de adquisición o arrendamiento, las distribuidoras locales sufren también las imposiciones de las grandes empresas internacionales, quienes, a cambio de un film de “éxito seguro”, obligan a la compra de un “paquete” donde aquel film aparece acompañado de producciones de rezago. Ellas, sin embargo, obligan a su vez, a la distribuidora, a encontrar un espacio disponible para la producción nacional.

Esta situación, unida a la que provocan las distribuidoras norteamericanas, es mucho más grave si se contempla que el espacio de pantalla no admite elasticidad alguna, y que se circunscribe —económicamente hablando— a ocho meses de cada año, ya que los otros cuatro, de verano, son considerados como insuficientemente rentables.

Los precios de los filmes, que las distribuidoras locales deben abonar en divisas, pueden oscilar entre 5 mil y 60 mil dólares, a lo cual hay

mente de la producción cinematográfica nacional. El dominio de la industria estadounidense sobre el área es suficiente, como para abastecer sin problema alguno las demandas de los circuitos de comercialización. Tal es el panorama, además, en la mayor parte de los países de América Latina. A fin de cuentas, sostienen los exhibidores, el cine nacional –salvo aquellos filmes de “éxito seguro”– sólo ha servido para “crear problemas”. ¿Con quién? Con la distribución extranjera, obviamente interesada en reservarse para sí el mayor espacio de pantalla posible.

Incluso los filmes de “éxito seguro” deben ser limitados, ya que si exceden de cierto volumen adecuado harían peligrar las relaciones con las empresas internacionales, de las cuales no se podría prescindir...

¿Significa esto que *todos* los propietarios de salas de cine han hecho o están haciendo grandes negocios con la comercialización? Evidentemente no. Basta observar las numerosas salas que han cerrado en los últimos años, así como aquellas otras que apenas alcanzan a mantenerse, particularmente en las áreas suburbanas (cines de barrio). Por eso, cuando nos referimos a la exhibición, hablamos básicamente del núcleo dominante, es decir, del monopolio –en la práctica– del negocio cinematográfico, que no tiene reparo alguno en imponer también sus despiadadas leyes sobre los pequeños empresarios o exhibidores.

Dos ó tres meses antes de finalizar cada año, un núcleo de empresarios, que no llegan a diez, programa en una oficina del centro de Buenos Aires, la exhibición de los filmes que los argentinos verán el año siguiente en los principales circuitos de consumo. Tal programación se elabora, conforme a los acuerdos previos existentes con los integrantes del Film Board, en primer término; con las principales distribuidoras locales de películas extranjeras, después; y por último, con el sector hegemónico de la producción nacional, particularmente aquel cuya línea de películas posea mayores garantías comerciales.

Obviamente, quien posee los productos de mayor rentabilidad –jerarquizados por las leyes que rigen la industria cultural y los medios masivos (temas, elenco, promoción, etc.)– impone las condiciones que mejor le convengan. Además, el dueño de tales productos no maneja sólo películas sino medios de comunicación masiva, recursos económicos o políticos persuasivos y todo el andamiaje de dominación que caracteriza al poder transnacional.

La situación privilegiada de manejar la programación anual –que no implica preocupación alguna por el desarrollo cultural de las grandes masas de espectadores– permite al empresariado monopolizador de la exhibición, proponer e imponer, no sólo las fechas de estreno de los filmes, sino también el tipo de temas, intérpretes y características de las películas que entiende más acordes para su negocio. Lo cual rige, principalmente, para la producción nacional. Por ello, algunos núcleos dominantes de la exhibición han intervenido más de una vez en la actividad productiva, ya sea con aportes parciales, o adelantando recursos a cuenta de comercialización en aquellos proyectos considerados “éxito seguro”. También en algunas oportunidades participaron en la producción directa de filmes bajo sellos empresarios de distinto tipo. (Cabe recordar su incursionar obligado en la producción en la década de los primeros gobiernos peronistas –1945-1955– para cumplir con la obligatoriedad de exhibir más filmes nacionales, y también para satisfacer las mismas expectativas de lucro que movilizaron entonces a la mayor parte del empresariado productor).



Filmación en estudio de "Mestro Levita" (Luis César Amadori, 1938).

Las inversiones empresarias del sector exhibidor se reducen a la sala, instalaciones y equipos de proyección. Los riesgos son siempre de muy escasa cuantía: el fracaso de un film es el fracaso de una semana cuando más, rápidamente superado con las películas de éxito.

El empresario de la exhibición está comúnmente asociado a los llamados "circuitos" de salas que operan con similares tipos de programación. A la cabeza de tales circuitos se ubican las grandes empresas, o grupos empresarios, que suscriben los respectivos contratos con los distribuidores para la comercialización de determinados filmes en todas las salas integrantes del circuito. Es decir, el núcleo hegemónico de aquellos se ocupa de programar y aprovisionar de películas a los empresarios asociados, a cambio de lo cual, éstos abonan un porcentaje de sus recaudaciones. Obviamente, mientras mayores sean las posibilidades de la "cabeza" de un circuito para conseguir filmes "taquilleros", mayor será el interés por asociarse a él y superior será también el sometimiento de los pequeños empresarios al tipo de programación general que se les imponga.

La estructura generada a través de los años por los dueños de los circuitos a nivel nacional constituye, en la actualidad, uno de los mayores impedimentos—si no el más decisivo— para incrementar los volúmenes de producción nacional. Sin modificación de los circuitos existentes, a fin de adecuar éstos a una racionalización del uso de los filmes, resultará de cualquier manera imposible superar los índices de producción, congelados desde hace varias décadas en 30 películas anuales, precisamente por esta situación. Pero el hecho de querer transformar dichos circuitos en estructuras de comercialización que sirvan al desarrollo armónico e integral del conjunto de la actividad cinematográfica del país, obligaría a una intervención estatal en ese sector, cosa que casi siempre se ha evitado para no enfrentar la compleja red de relaciones económicas y políticas, que asocia a la exhibición con núcleos hegemónicos de la vida nacional (y extranjera...).

Hasta el momento no existe en el área de la exhibición posibilidad alguna de desarrollo independiente. Los empresarios aislados tienen poca o ninguna relevancia en este terreno, limitados cuando más, al manejo de alguna pequeñas

salas de público “selectivo”, que trabajan directamente con las distribuidoras dueñas de las películas más “difíciles”.

En el caso de las distribuidoras extranjeras, éstas no tienen necesidad de poseer salas propias (se verían obligadas a inversiones innecesarias); les basta decidir el tipo de producciones que se ofrecerán al público y las condiciones básicas del negocio. En lo que respecta a los productores locales, la exhibición es un mundo de intereses tan odiado como temido. Sabedores del poder de aquella, están obligados a aceptar sus disposiciones, y muy pocas veces –o nunca– se han animado a enfrentarla directamente, por temor a las seguras represalias.

Otro tanto ocurre con el campo de la distribución nacional de filmes, dedicada a disputar el espacio que le deja la distribución norteamericana. Por lo general, cada distribuidora tiene un solo y determinado circuito de exhibición para el cual trabaja; en cambio, los circuitos operan simultáneamente con distinto tipo de distribuidores.

3. Una industria carente de proyecto industrial

La industria cinematográfica argentina ejemplifica, tal vez mejor que cualquier otro sector, la enfermedad básica de la dependencia. Adjudicar las causas de su evidente retroceso a situaciones tales como los aumentos de los costos, la reducción de los mercados, o la falta de un respaldo estatal, sería –pese a la realidad de esas situaciones– una conclusión parcial y falsa. Los problemas de la industria del cine en la Argentina residen principalmente en las circunstancias políticas que atraviesa cíclicamente el país, caracterizadas por la ausencia de un proyecto de desarrollo nacional autónomo en las clases dirigentes, y por la proscripción o la represión violenta de las fuerzas que lo propugnan. Sin desarrollo de ese proyecto, no podrá afirmarse ningún proceso serio de crecimiento industrial –y menos aun cultural– de nuestro cine. Verificar esta afirmación no cuesta tampoco demasiado: los únicos momentos de desarrollo más o menos efectivo del cine argentino se dieron simultáneamente a procesos políticos y socioeconómicos encaminados a tentativas de autonomía. Las crisis mayores fueron a su vez, paralelas a la política de dependencia. El ejemplo actual es bien elocuente. Ello es así, porque la industria cinematográfica sintetiza y vive el conjunto de la problemática nacional, en tanto se halla condicionada por situaciones económicas y políticas que tienen implicancias internas y externas.

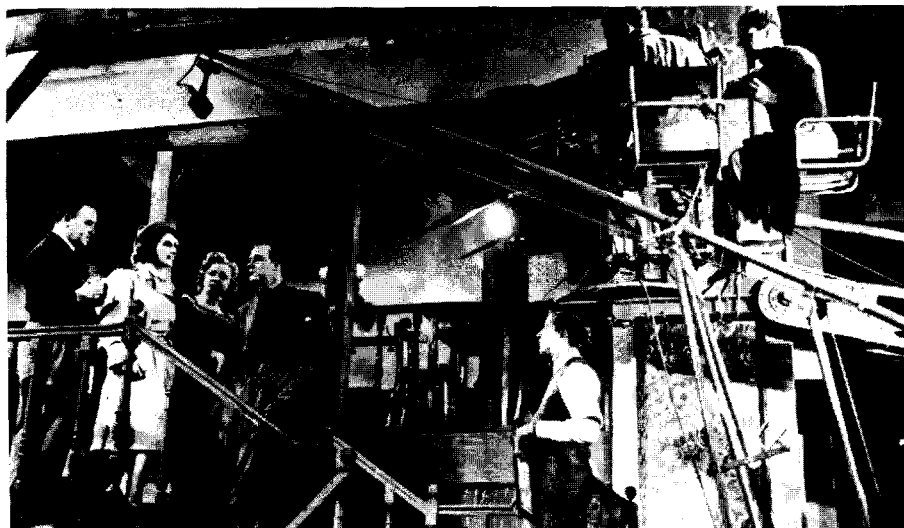
Podríamos señalar, sin embargo, situaciones parciales y reales que desnudan, antes que nada, la falta de una política coherente y orgánica para el conjunto del área; la carencia, en suma, de un proyecto. Veamos algunas:

■ Aumento de los costos de producción

En el informe emitido por el Instituto de Cine en 1973, se sostenía: *“tomando como ejemplo una película, La guerra gaucha, estrenada en 1942, uno de los años pico de producción, vemos que su costo fue de 269.000 pesos y que a precio de entrada su estreno de 3 pesos (básico 2.70 con 1.15 para el productor), necesitó 234.780 espectadores para cubrir su costo. En cambio, Argentino hasta la muerte, con un costo de 9.500.000 pesos, estrenada en 1971 a 400 pesos*



Rodaje de "Mujeres que trabajan" (Manuel Romero, 1939).



Escena de filmación de "El fin de la noche" (Alberto de Zavalia, 1944).

(básico 320, 136 para el productor), necesitó a precio de entrada de estreno, 735.290 espectadores. Mientras que hoy se necesitan tres veces más espectadores que en 1942 para amortizar una película, la población del mercado interno no alcanzó a crecer una vez".⁽⁸⁾

En los inicios de 1976, la cantidad de espectadores necesaria para amortizar los costos de producción de un largometraje era de más de un millón; sin embargo, el promedio de concurrencia a las películas argentinas –muy superior enton-

⁽⁸⁾ Instituto Nacional de Cinematografía, ob. cit.

ces al de los filmes extranjeros –no excedía los 400 mil espectadores. Muy pocos títulos –salvo algunas excepciones– superaban la cantidad necesaria para cubrir los costos, cuyo incremento estuvo originado en gran medida, en la dependencia del país en cuanto a materias primas, insumos, película virgen, maquinarias, etcétera.

■ *Reducción de los mercados*

En las décadas del '30 y del '40, la industria argentina dominaba, como dijimos, el mercado de habla hispana de Latinoamérica. En los '70 ocupaba el tercer lugar, después de México y Brasil, quedando reducidos sus mercados externos a Perú, Colombia, Venezuela y Chile, que cubrían el 50% de sus exportaciones, basadas en filmes netamente comercialistas, con cantantes de moda, humor grueso y abundantes desnudos (versiones de “exportación”). Es el caso del gordo Porcel, Olmedo, Isabel Sarli, Libertad Leblanc, etcétera.

A nivel interno, existió en las dos últimas décadas una reducción visible del mercado, en la medida en que amplios sectores comenzaron a emplear nuevos recursos para su tiempo libre (televisión, automóviles, etc.). Sin embargo, conviene destacar el resuelto interés de los espectadores argentinos por el cine nacional, particularmente en los momentos en los que éste supo acercarse más a la problemática y sentimientos populares. Recordamos, por ejemplo, que en 1973 y 1974 los filmes argentinos ocupaban la mayor parte de los primeros puestos en materia de recaudaciones. Según datos del Instituto Nacional de Cine, en 1974, diez de las quince películas más taquilleras eran argentinas; entre ellas figuraban: *La Patagonia rebelde* (Olivera), *La tregua* (Renán), *Boquitas pintadas* (Torre Nilsson), *La Mary* (Tinayre), *La madre María* (Demare), etc. Tres años después, en 1977, por la represión y la censura de la política dominante, de las diez películas más taquilleras, no existía un solo título argentino: todas ellas eran de origen norteamericano.

■ *Censura*

Este es uno de los aspectos que más ha perjudicado sin duda al cine nacional, impidiéndole competir exitosamente con películas extranjeras capaces de abordar audazmente determinados tipo de situaciones y temáticas que, en la Argentina, resultan habitualmente prohibidas.

La inestabilidad política incidió siempre en este punto, empujando a la industria a películas de “éxito seguro”, capaces de ser aptas en cualquier situación, con lo cual la producción deambuló entre temas ambiguos, tratamientos grisáceos y contenidos anodinos. La gran beneficiaria, fue, sin duda, la competencia extranjera.

■ *Falta de protección estatal*

Cuando se refieren a este punto, los productores hablan particularmente de lo que afecta o no sus específicos intereses económicos; por proteccionismo entienden –como hicieron entre 1945 y 1955– una política de apoyo indiscriminado, que sirva para el lucro inmediato y personal. Toda medida estatal que suponga una injerencia mayor para intervenir en la reorganización de la estructura de producción y comercialización es vista, en cambio, como una especie de atentado a la “libre empresa” o al “libre comercio”. En este sentido, su visión es sensi-

blemente inferior a la del empresariado de la exhibición para el cual sus objetivos aparecen mucho más claros.

Lo cierto es que un Estado, limitado a administrar burocráticamente los recursos que los espectadores dejan en boleterías, desatiende los problemas de la industria nacional, precisamente por el carácter librepresista que ella enarbola, pese a que tal situación reduce sus posibilidades de desarrollo e incrementa las de la competencia extranjera.

Como vemos, diversas circunstancias confluyen para imposibilitar el desarrollo de una industria nacional, aunque existe un "mercado" interno, deseoso de brindarle su apoyo. ¿Cuáles son las alternativas que se ofrecen para reorientar la direccionalidad de este proceso?

Reparemos en la experiencia de los países hermanos del continente. En ellos aparecen tres modelos básicos de política cinematográfica:

- a) *Libreempresismo total:*
- b) *Coexistencia de gestión estatal y privada*
- c) *Estatismo total*

Los resultados de la política de esos modelos saltan a la vista: Cuba, el único país con una conducción estatal sobre el conjunto de la actividad cinematográfica (Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica, ICAIC), logró afirmar una industria allí donde aquélla no existía y, al mismo tiempo, desarrolló una producción diversificada (largometrajes, cortos y medimetrajes, filmes educativos, documentales, etc.), cuyas cualidades técnicas y culturales se destacaban entre las más elevadas de América Latina. Son obvias las razones que impiden la producción cinematográfica cubana difundirse, como debiera ocurrir, en otros países y continentes. Sin embargo, pese a esas dificultades actuales, el manejo estatal de la producción, distribución y exhibición probó un rotundo éxito en el marco de la política de la Revolución Cubana.

Podrían enumerarse algunos datos sobre la nueva relación de dependencia establecida entre ese país y algunas naciones del este europeo (insumos, material virgen, maquinarias, estilos, ideología, etc.); sin embargo, lo que importa destacar es que un modo de uso diferente al que es típico en la concepción capitalista, y que se rige, no tanto por el lucro, sino por la cualidad de sus productos, demostró en Cuba su enorme capacidad para levantar una industria cinematográfica relativamente importante, en medio de un continente donde esa posibilidad parece momentáneamente bloqueada.

México, por su parte, experimenta la coexistencia de la actividad estatal y la privada. A partir de 1970, la incapacidad empresaria para desarrollar armónicamente el conjunto de la actividad cinematográfica llevó al Estado a construir sus propias empresas productoras, como fueron Conacine (Corporación Nacional Cinematográfica), Conacite I y Conacite II (Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores y Estado).

Asimismo, los dos grandes estudios y laboratorios cinematográficos, Churubusco-Azteca y América, son de propiedad estatal. Otro tanto ocurre con los

circuitos más importantes de la exhibición (Compañía Operadora de Teatros) y con la distribución, donde el Estado participa a nivel nacional en Películas Nacionales, y maneja la que opera en el plano internacional, Películas Mexicanas (Pel-Mex).⁽⁹⁾

En la Argentina, la política cinematográfica dominante ha sido siempre de corte librepresista, limitándose la gestión estatal —en las breves etapas de mayor proteccionismo— a establecer alguna restricción sobre la producción extranjera, incrementar la obligatoriedad de exhibición y de subsidios a la producción nacional, pero sin pretender en ningún momento inmiscuirse en el dominio del área “privada”, aparentemente inviolable.

El cine argentino no experimentó en su historia el mismo tipo de gestión que fue aceptada en otras áreas de las comunicaciones masivas y de la industria cultural: televisión, radiodifusión, teatro, espectáculos, medios impresos, etc. En todos esos medios, el Estado, o algunas instituciones gubernamentales nacionales, provinciales e incluso municipales, o universitarias, llegaron a poseer y manejar emisoras de radio y televisión, salas de teatro, editoriales, etc., sin que ello afectara para nada el libre desenvolvimiento de la actividad privada. Por el contrario, la gestión estatal directa salió más de una vez a cubrir vacíos notables en materia de necesidades de información, educación o cultura, que los empresarios dejaron de lado, en tanto no producían lucro.

La actividad cinematográfica, sin embargo, nunca experimentó acción alguna del Estado en materia de producción directa de largometrajes, o de control de circuitos de distribución o de salas de exhibición. El empresariado —incluyendo el de la producción— se opuso siempre a ese tipo de ingerencias, oposición que tuvo en los exhibidores y en la distribución a sus principales portavoces.

La crisis del cine argentino, entonces, al margen de las causas que ya se han enumerado, tiene también otro responsable concreto: el propio empresariado de la producción, incapaz de articular un proyecto de desarrollo propio, para incrementar el potencial industrial. Temió tanto a las eventuales ingerencias estatales en este terreno (siempre de carácter tentativo y excepcional) que prefirió someterse a la “protección” del empresariado exhibidor, y por lo tanto, a las fuerzas externas asociadas a aquél. Las migajas de un espacio racionado en las salas de cine, perecieron ser más útiles que la voluntad de resolver el conjunto de la situación de la industria y el comercio, sin lo cual difícilmente exista posibilidad alguna para la sobrevivencia de una actividad cinematográfica estable en la Argentina.

Todo indica, hasta el momento, el rotundo fracaso de una política librepresista, incapacitada para dinamizar la industria (y naturalmente, la cultura cinematográfica). El fracaso es mayor, cuando se lo compara con las experiencias de aquellas otras políticas que en el continente permitieron el control total del Estado sobre el medio cinematográfico (Cuba), o bien, sobre parte sustancial de aquél (México).

Es evidente que la Argentina tiene dificultades mayores a las de países como México o Brasil, cuyos mercados internos son mucho más importantes; superan

⁽⁹⁾ A finales de los '80 la presencia estatal en el cine mexicano comenzó a disminuir, anunciándose la privatización de las empresas para los años subsiguientes.

los 200 millones de espectadores anuales cada uno, frente a los 60 de la Argentina. También atraviesa momentos más difíciles que Venezuela, donde una situación económica coyunturalmente próspera permitía producir, en los años '80, unos 15 filmes por año y obtener una recaudación anual bastante importante, pese a contar con una población muy inferior en número a la de la Argentina.

Sin embargo, estas dificultades pueden superarse; la historia del cine argentino lo probó más de una vez. Es más, no resultan tan lejana la experiencia del período 1973-74, en la que alcanzó a insinuarse una vía para organizar el desarrollo integral de la industria cinematográfica.

El proyecto de legislación elaborado por los sectores de la producción nacional, nucleados en la llamada Cámara del Cine, apuntaba precisamente a posibilitar soluciones integrales, que pasaban necesariamente por una gestión más activa y enérgica del Estado —no ya sólo en su propia capacidad de producir, distribuir y exhibir—, sino de reestructurar los circuitos de exhibición para ponerlos en función del desarrollo industrial cinematográfico del país.

Dicho proyecto, cuya redacción final trabajamos conjuntamente con René Mugica, Mario Soffici (el más mesurado y lúcido de todos) y Carlos Mazar Barnett, sostenía en su presentación, refrendada por el Poder Ejecutivo Nacional: *“(La exhibición) deberá regularse no para atender las necesidades que puedan devenir de su actividad específica, sino para integrarse a las necesidades del conjunto de la producción cinematográfica. De esta forma, el ciclo global de la producción, la distribución y la exhibición habrá de quedar armonizado para lanzar el despegue de la cinematografía nacional hacia la conquista de espacio en los hermanos pueblos de América Latina, del Tercer Mundo y de las naciones centrales. Será ésta, por otra parte, la única forma de fortalecer una industria y a un comercio que hasta ahora, y como producto de la dependencia y de los anacronismos que ella origina, se debate entre la paralización y la crisis”*.⁽¹⁰⁾

Frente a estas propuestas, el empresariado de la exhibición hizo elaborar dos voluminosos estudios tildándolas de “tendenciosamente comunistas” y “estatizantes”, y desarrollando al mismo tiempo una intensa gestión para su congelamiento, en los pasillos gubernamentales y ante los diversos factores de poder; Iglesia, Fuerzas Armadas, partidos políticos, etc. Por su parte, el empresariado industrial no tardó en escindirse cuando los representantes de la producción “estable” decidieron dejar de lado a los “independientes”, para ubicarse, con rigor bien pragmático, junto a los exhibidores y los distribuidores locales (atemorizados éstos por la proyectada obligación de distribuir un film nacional por cada seis películas extranjeras).

El proyecto, cuyo trámite parlamentario se inició el 13 de agosto de 1974, sostenía en el mensaje presidencial que lo acompañaba: *“Atendiendo al hecho de que el Estado subsidió el mantenimiento de la producción nacional y que ese subsidio está basado obviamente en contribuciones que el propio Estado recauda con los porcentajes que el pueblo deja en boleterías, se tratará de que ese dinero del pueblo vuelva a él a través de productos con cualidades siempre en*

⁽¹⁰⁾ Proyecto Ley de Cine. Presentado por el Poder Ejecutivo Nacional. Cámara de Diputados de la Nación. Trámite Parlamentario. Agosto de 1974.

desarrollo, para cimentar una cinematografía que incluya a los valores jóvenes y que a corto plazo pueda competir por sus valores culturales, expresivos y técnicos con las cinematografías más modernas y avanzadas. Se tratará, en suma, de sostener las estructuras productivas ya existentes, y de reactivar otras más jóvenes y nuevas, tendiendo a que el conjunto de la producción dé una imagen rica en valores de todo tipo de aquella problemática de un pueblo como el nuestro, pleno de resolución y de fe para quebrar definitivamente la dependencia en todas sus manifestaciones, desde las más históricas y colectivas, hasta las más cotidianas y personales (...). La intervención del área estatal prevé un complejo cinematográfico apto para producir una película desde la idea inicial hasta la copia de exhibición; la aparición de complejos productivos regionales en las áreas culturales del país, destinados a posibilitar la aparición de una cinematografía consustanciada con la problemática y la manera de expresarse de cada una de dichas áreas, admitiendo así la extensión a nivel nacional que requiera tal cinematografía, rompiendo lo que hasta ahora es privilegio único de una provincia o una ciudad; la realización de películas destinadas especialmente a la juventud y la infancia, así como también informativos cinematográficos para su difusión nacional e internacional; la distribución de películas de países hermanos de América Latina y el Tercer Mundo, prácticamente desconocidas en nuestro pueblo por el dominio que sobre estas áreas ejercen los imperialismos; la exhibición masiva y a nivel nacional, mediante un circuito adecuado de salas, a fin de que el conjunto del pueblo pueda acceder más activamente al conocimiento de una cinematografía que exprese el verdadero ser argentino y que acreciente su patrimonio cultural; la creación de centros de distribución y comercialización de películas nacionales en cabeceras de áreas en América Latina, Europa, África y Asia.⁽¹¹⁾

El Proyecto de Ley de Cine se complementaba naturalmente con planes de acción concreta, entre los cuales se destacaba el “Plan Trienal para la Cinematografía Argentina”, que redactamos a principios del '74 en la Casa de Gobierno tras consultar a las entidades más representativas del cine nacional, pero cuya posibilidad de ejecución estuvo negada por los cambios políticos ocurridos en el país a partir de la muerte de Perón.

Obviamente, este Plan, cuya posibilidad de instrumentalización dependía de la Ley de Cine donde se establecían normas y pautas para el conjunto de la actividad cinematográfica, debe ser entendido en el marco de un “Proyecto Nacional de Liberación”, como era el que los argentinos habían votado en las elecciones de 1973. Sin la existencia de aquél, las propuestas hubieran resultado meramente ideologistas.⁽¹²⁾

Ello explica también que el conjunto de medidas proyectadas: leyes, planes, decretos, etc., terminarían sustentadas solamente por las organizaciones sindicales de los trabajadores del cine, actores, directores y los productores independientes de mediana o pequeña importancia; es decir, por las fuerzas sociales y

⁽¹¹⁾ Proyecto Ley de Cine presentado por el Poder Ejecutivo Nacional. Cámara de Diputados de la Nación. Trámite Parlamentario. Agosto de 1974.

⁽¹²⁾ Proyecto Ley de Cine. Ob. Cit.

Ver texto del “Plan Trienal”, al final del libro en Anexo Documental 3.

económicas equivalentes a las que en otras áreas de la vida nacional intentaban afirmar nuevas vías para el desarrollo del país.

El golpe militar del '76 vino a echar por tierra aquellos proyectos, cuyo congelamiento se había iniciado en las postrimerías de 1974, restituyendo en cambio los que enarbolaban la exhibición, la distribución extranjera y los escasos grandes propietarios de la industria. Ese golpe doblegó momentáneamente la posibilidad de un proyecto de desarrollo cinematográfico autónomo para una industria que, desde sus capas empresariales dirigentes, nunca fue capaz de elaborarlo por sí misma.

En 1979, los principales estudiosos del negocio cinematográfico mundial, los norteamericanos, destacaban sintéticamente el éxito de la política oficial argentina, en lo que respecta a impedir sistemáticamente la posibilidad de un desarrollo industrial propio. En un informe sobre cine argentino aparecido ese año en la revista *Variety*, y reproducido en el país por *Heraldo de Cine*, se informaba sobre el brillante negocio que llevaban a cabo las distribuidoras norteamericanas y las argentinas dedicadas a comercializar filmes extranjeros. Textualmente, el informe sostenía: *“De las 45 películas que lograron más de 100 mil espectadores en las salas de estreno durante 1978 –de acuerdo a cifras suministradas por el Instituto Nacional de Cinematografía– 25 fueron distribuidas por compañías norteamericanas, 19 por ‘independientes’ y la restante fue una película argentina. En dólares el vigor económico del mercado argentino de películas se explica por el constante incremento del precio de las localidades, desde menos de un dólar a comienzos de 1976, hasta alcanzar actualmente 2.25 dólares. En términos generales, la comercialización cinematográfica se ha concentrado en el sector pudiente de la población, dado que el poder adquisitivo de los trabajadores no calificados comenzó un proceso de deterioro hace unos tres años. El resultado ha sido mejores ingresos con menos espectadores. Un factor contribuyente a este desenvolvimiento fue la virtual desaparición de películas argentinas como principal competidor a partir de 1975”*.⁽¹³⁾

A confesión de partes...

4. Producción y financiamiento del “cine en democracia”

De las “actividades” cinematográficas al proyecto “industrialista”

Producir imágenes propias es un requisito indispensable para toda comunidad que aspira a existir libremente. También lo es para garantizar los necesarios intercambios entre los pueblos y el enriquecimiento de las culturas nacionales, junto con el fortalecimiento de una cultura universal que sea expresión de la diversidad sobre la que se cimenta el desarrollo de la humanidad.

Sin imágenes propias, no existe la posibilidad de dar vida plena al imaginario de cada individuo. Menos aún al de las naciones. Pero las características específicas de su producción devienen de la situación histórica de cada comuni-

⁽¹³⁾ Revista “Variety”, citada por *Heraldo de Cine*, Buenos Aires, 1979.

dad. Tratándose de una producción permanente y sistematizada, destinada a una difusión de masas, nacional e internacional, ello demanda de la existencia de una industria cultural audiovisual y no solamente de actividades episódicas o artesanales. Ello no impide a los países de menor volumen poblacional y más bajo índice de desarrollo —en consecuencia, de menor dimensión de recursos y de mercado— sostener actividades productivas para cubrir sus necesidades en este rubro. Actividades que pueden ejercitarse tanto con el cine, ayudas estatales mediante, por ejemplo el cortometraje, telefilmes, etc., como con otros medios audiovisuales, estatales o privados (televisión, video, etc.).

El hecho de que la mayor parte de los países latinoamericanos no haya contado nunca con industrias cinematográficas (Uruguay, Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador, etc.), no les ha impedido realizar acciones de pequeña o mediana importancia —y a veces de enorme valor cultural— en la producción fílmica, coherentes con la dimensión de su población y de su mercado. Las posibilidades de creación de industrias en estos casos están condicionadas por la evolución de los procesos integrativos subregionales, ya que la aparición de mercados comunes del cine y del audiovisual, pueden transformar lo que ahora son actividades, en verdaderas industrias.

En las naciones desarrolladas, la industria del cine es un hecho probado desde los orígenes del medio. Es el caso de los EE.UU., algunas naciones europeas y países asiáticos, como la India y el Japón. También lo fue en países latinoamericanos, como México, Cuba, Brasil y el nuestro. Las dificultades competitivas que hoy tiene la región frente a los procesos de globalización, dificultan en esos casos la existencia de industrias del audiovisual que excedan las del medio televisivo. Un medio que ha desplazado al cine, en cuanto a capacidad económica, productiva y comercial allí donde aquel experimentó décadas atrás cierta solidez y autosuficiencia.

Argentina, Brasil y México, son naciones que pueden aspirar a construir verdaderas industrias audiovisuales, dentro de las cuales la cinematografía no se limite a actividades episódicas o artesanales, sino que actúe como eje dinamizador de aquellas, tal como sucede en otros países del mundo. Más aún, si dichas industrias son concebidas como parte de proyectos de integración regional, abarcativos también de la comunicación social, la cultura y las artes.

Con este enfoque deberíamos tratar el futuro del cine en nuestro país, asumién-



Afiche de "Nacha Regules" (Luis César Amadori, 1949).

dolo como proyecto de verdadera industria cultural y no como mera sucesión, más o menos circunstancial, de actividades productivas. Y cuando hablamos de industria cultural, estamos refiriéndonos a aquella dedicada a fabricar manufacturas o productos (películas), con contenidos simbólicos (obras cinematográficas) que informen, testimonien o expresen artísticamente nuestro imaginario.

Atender, pues, la dimensión económica, productiva y comercial del cine, no es una labor secundaria, sino que involucra también a las posibilidades mismas del desarrollo creativo, ideológico y estético de las obras cinematográficas. Al menos, esa es la experiencia viva de este medio a lo largo de más de un siglo de historia.

El proteccionismo estatal ejercido sobre la industria cinematográfica —en los años '40 y parte de los '50— y sobre las actividades del sector que continuaron cuando ella cesó, atendió principalmente uno de los dos rubros básicos del sector: el de la producción, dejando más o menos librado a su arbitrio, el de la comercialización (distribución y exhibición). Cuando se intervino sobre éste, no fue tanto para promoverlo o modernizarlo, en función de las necesidades de la producción nacional, sino para imponerle condiciones supuestamente proteccionistas de dicha producción, por ejemplo, cuotas de pantalla, medias de continuidad, etc. La relación producción nacional versus comercialización, terminó finalmente perjudicando a la producción misma.

La disminución del número de salas, que dejó a varias provincias carentes de cine, afectó particularmente a pequeños y medianos empresarios de la exhibición, contribuyendo a la concentración del negocio en muy pocos circuitos, ubicados a la Capital Federal y Buenos Aires y en tres provincias más (Córdoba, Santa Fe, Mendoza). Pero afectó también a los pequeños y medianos productores de películas —los grandes desaparecieron hace casi medio siglo— que se quedaron sin sus “mostradores” tradicionales. Aquellos que han representado históricamente más del 90% del financiamiento de la producción nacional.

Cabe recordar que el mercado local ha sido siempre la base principal para la amortización de las películas argentinas (algunas excepciones a esta norma no afectan la generalidad de la misma), una situación que no es privativa de nuestro país sino que es común a todas las naciones. Por ejemplo, ningún cine nacional en Europa tiene presencia significativa más allá de sus fronteras y es dentro de las mismas donde define sus posibilidades principales de financiamiento y amortización. Otro tanto ocurre con el cine de los países asiáticos, árabes y africanos.

La única excepción a esta norma puede ser la que en diversos casos —no en todos— experimenta la industria norteamericana. El control que las *majors* ejercen sobre la mayor parte de los sistemas de distribución y comercialización en el mundo, es lo que permite a las grandes compañías obtener habitualmente suculentas utilidades. También, a veces, compensar eventuales fracasos comerciales en su propio mercado. Pero esa situación particular no se sustenta sólo en la calidad de sus productos o en la habilidad de sus distribuidores, sino en el conjunto de factores que definen las relaciones mundiales de poder (económicos, políticos, militares, comunicacionales, culturales, etc.) entre los que se incluyen los que tienen que ver con el audiovisual.

Es bien sabido que el corazón económico de la actividad cinematográfica y audiovisual radica, hoy más que nunca, no en la producción de las películas, sino en la comercialización de las mismas. Si el cine norteamericano ha incrementado

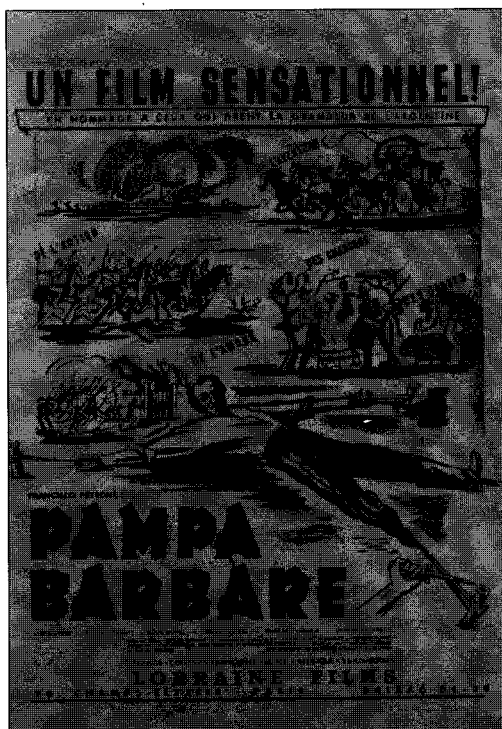
su rentabilidad en todo el planeta, se debe más a la capacidad de la asociación de productores de ese país para extender sus mercados internacionales y diversificar las “ventanas” de comercialización de sus productos, que a la habilidad para producir los mismos. (Lo cual no reduce el valor de ésta en materia de diseño de productos que, además, pueden satisfacer diversas expectativas de los distintos mercados).

El desarrollo científico y tecnológico de las últimas décadas ha facilitado ampliamente esta hegemonía de los productos norteamericanos sobre las pantallas mundiales. Ello explica que, con un volumen casi constante de producción en los últimos años, los estudios norteamericanos hayan saltado de un ingreso total de 2.895 millones de dólares por venta de derechos en 1981, a 15.742 millones de dólares en 1994, lo que representa un incremento del 409 por ciento.⁽¹⁴⁾

Por otra parte, el cierre de las salas tradicionales —falta de fomento a la distribución de películas locales y de incentivos a la exhibición para modernizar sus instalaciones y difundir películas locales— no se compensó tampoco con políticas estatales ni privadas, para ocupar un espacio creciente —económico y cultural— en el mercado de las nuevas tecnologías audiovisuales.

La desaparición de la mayor parte de las salas del interior del país y los suburbios de las grandes ciudades dejó a nuestros productores sin bocas de salida para sus productos. Una situación de extrema gravedad cuando se observa que las mismas representan el 90%, o más, de la amortización de las inversiones, si se excluyen las ayudas estatales. Muy diferente además, a la de otras cinematografías —de nuevo la norteamericana— donde las salas apenas significan el 40% de los ingresos, como promedio, corriendo a cargo de las otras ventanas de comercialización, nacionales e internacionales, el 60% restante (televisión, video, *merchandising*, etc.).

Desde hace varias décadas, la posibilidad de una industria o de un proyecto



El cine argentino en los mercados internacionales. Afiche de "Pampa Bárbara" (Lucas Demare, 1945).

⁽¹⁴⁾ Goldman Sachs, citado por J. M. Alvarez Monzoncillo, en "Historia general del cine", Vol. XII, Ed. Cátedra, Madrid, 1995.

industrial, no se sustenta tanto en sus potencialidades de fabricación de productos –en este caso, audiovisuales– sino en la inteligente ubicación de los mismos en el mercado. Si esto último no ocurre, tampoco se asegura la necesaria, además de segura y rápida, circulación de capital.

Tratándose de películas o imágenes en movimiento, la situación podrá cambiar, tal vez, en los inicios del próximo siglo, pero sólo cuando las nuevas tecnologías digitalizadas permitan hacer llegar directamente los productos audiovisuales desde el “fabricante” de los mismos a los suscriptores, usuarios o compradores, prescindiendo de los tradicionales sistemas de explotación comercial (distribuidores y exhibidores, por ejemplo). A fin de cuentas, la imagen en movimiento, a diferencia de otros productos o manufacturas, tiende a convertirse cada vez más en “energía”, con tendencia a desligarse de sus viejos soportes físicos.

Ello hace que en cualquier industria, el capitalismo preste suma atención a un conjunto de elementos, de cuya inteligente articulación o integración depende su desarrollo, incluyendo, obviamente, a la producción misma. Nos referimos a los aspectos de capacitación, investigación, promoción, mercadeo, modernización, fusiones empresariales, etc., sin los cuales vería reducida su capacidad de competencia en los diferentes mercados. Cuando tratamos el sector de las industrias culturales, debemos incluir, además de todos esos rubros, el de mejorar y actualizar también, creativamente, el diseño y la realización de contenidos simbólicos. En nuestro caso, las obras cinematográficas.

La producción: entre el proteccionismo y la globalización

Una revisión superficial de las políticas y las prácticas seguidas por el Estado argentino en el campo del cine, así como las de nuestros productores y directores-productores, permite observar serias limitaciones en cuanto al tratamiento de los problemas que estamos considerando. Ellas no provienen sólo de lo específico del sector, sino que están muy relacionadas, a su vez, con la inestabilidad política y económica que ha caracterizado la historia argentina de las últimas décadas, afectando casi por igual a las industrias y al empresariado nacional.

La política del “Proceso” en relación al cine, formó parte de la misma concepción con que se manejó, no tanto a la economía en general, sino a los medios de comunicación que habían quedado bajo el control militar, es decir, la televisión, la radio y la información. Si en la economía en general, controlada por el sector privado, dicha política alentó la presencia de capitales internacionales, en los medios de comunicación hizo predominar el interés político a fin de someter los mismos al férreo control de las Fuerzas Armadas.

Martínez de Hoz negociaba con empresarios privados los destinos de la industria y la economía argentinas, en tanto los militares se distribuían entre sus distintas armas el manejo absoluto de los canales de televisión, las emisoras de radio, el COMFER, el Instituto Nacional de Cine, la agencia informativa Telam, además de las actividades culturales a cargo del Estado. Vicealmirantes, comodores y coroneles de la marina, de la aeronáutica y del ejército, ejercieron, sin delegación alguna, el manejo directo de los medios, como forma de asegurarse el desguace de la economía nacional, labor reservada al sector privado.

Ello explica el mantenimiento del régimen de ayudas y subvenciones al cine, un medio de elevado valor estratégico en la “guerra ideológica”, con la intención de utilizarlo para el hipotético prestigio de la dictadura a cuanto festival o muestra de cine el país fuera invitado.

Fue esa una política que no estuvo sólo a cargo del estado gansteril, sino que contó también con la presencia, legítima o no, de algunos cineastas locales. Basta recordar que en la misma época en que se asesinaba o secuestraba a miles de argentinos y cuando el capital financiero y las multinacionales hacían lo equivalente en el plano económico con muchas industrias nacionales, el comodoro Bellio, director del INC, junto con el coronel Sánchez de la SIP, y los capitanes Mare y López, representaban a la dictadura en la Muestra de Cine Argentino de Punta del Este, acompañados por conocidas figuras de nuestro cine y de nuestra cultura –autores, productores, directores, actores, etc.– cuyos nombres figuran en algunas publicaciones de ese entonces.⁽¹⁵⁾

Los representantes de la dictadura no pretendieron destruir lo poco o mucho que pudiera existir en cuanto a industria fílmica ni a legislación proteccionista, sino que trataron de poner ambas cosas a su servicio. Ello explica que, entre 1976 y 1983, el INC haya colaborado en la realización de cerca de 200 largometrajes, con un promedio de 24 películas por año, ocupándose principalmente de los contenidos de los filmes. La economía del cine no fué perjudicada en ese período más que en otras épocas.

A un mes del golpe de estado de 1976, el capitán de fragata Carlos Corti, Director de Prensa de la Presidencia, dio a conocer las pautas que orientarían, de ahí en más, la producción cinematográfica. Dos años después, en 1978 –época donde decenas de miles de argentinos coreaban con los militares el conocido “*somos derechos y humanos*”– el contralmirante Oscar Franco hacía conocer el proyecto de ley de cine, elaborado en la Secretaría de Información Pública (SIP), donde fijaba nuevas pautas a quienes pretendieran beneficiarse de las ayudas del INC. Dentro de las mismas, por ejemplo, se obligaba al productor, a contar con certificados previos de autorización para iniciar el rodaje, de igual modo que las empresas de laboratorios fílmicos debían informar del comienzo del proceso de todas las películas locales, reservándose el INC la potestad de negar certificados de exhibición y exportación a cualquier película “*por razones de seguridad nacional o por considerar que (ella) atenta contra el estilo nacional de vida o las pautas morales o culturales de la comunidad, o vaya en detrimento de los intereses de la Nación*”.⁽¹⁶⁾

Proyectos y disposiciones que encontrarían también en el sector más representativo de la cinematografía y la cultura argentinas crecientes objeciones y resistencias, como fue el caso de las acciones a las que, en esa misma época, convocaron las entidades del cine y la cultura nucleadas en el Comité Permanente en Defensa del Cine Argentino (DAC, SICA, AAA, etc.).

⁽¹⁵⁾ Para mayor información sobre este tema consultar los trabajos de Jorge Abel Martín sobre “Cine argentino” de los años 1976 a 1978 (Ed. Metrocop) y de 1979 a 1981 (Ed. Legasa), Buenos Aires.

⁽¹⁶⁾ Jorge Abel Martín, “Cine argentino '78”, Ed. Metrocop, Buenos Aires, 1979.

Debilitada la dictadura tras el fracaso de Malvinas, crecieron los reclamos de cineastas, actores y autores, contra la censura, y en favor de modificar el sistema de préstamos y subsidios entonces vigente, elaborando al respecto una nueva ley de cine "*acorde con la Constitución*". Una época de exigencias democráticas que llevó a la renuncia de comodores y vicecomodores y a la instalación en el INC de un civil, Mario Luis Palacios, quien pronto se rodeó de algunos hombres de la cultura, previendo una etapa de transición institucional y política. Entre quienes lo acompañaron figuraban nombres muy conocidos, como Guillermo Fernández Jurado, Emilio Villalba Welsh y Andrés Rolando Fustiñana ("Roland").

Las empresas productoras más fuertes de ese entonces nucleadas en la Asociación General de Productores Cinematográficos –Sono Film, Aries, Chango, etc.– cuyos éxitos comerciales acompañaron la gestión de los militares al frente del INC, protestaron ante el nuevo director del organismo, temiendo que los recursos destinados a créditos fueran dispersados entre directores-productores de escasa experiencia. Sin rubor alguno reclamaron que dichos recursos se otorgasen "*sólo a quienes presenten una solidez empresarial adecuada y avales reales*".⁽¹⁷⁾

Días más tarde, el flamante director del INC, contestó dichos reclamos argumentando sobre las posibles ventajas de una industria descentralizada, cuestionando simultáneamente a quienes pretendían la monopolización del sector "*con evidente menoscabo de los valores éticos, estético-culturales y espirituales*". Según él, lo propuesto por la asociación de los productores tradicionales "*menoscararía los derechos de noveles productores sin experiencia en la materia, que esa entidad pretende tutelar*".⁽¹⁸⁾

Esos términos que hoy en día podrían resultar casi "subversivos" para los agentes de la globalización económica y cultural en nuestro país, mostraban la existencia de un enfoque "culturalista" en las postrimerías del "Proceso", opuesto al de carácter "industrialista" que sostenían aquellos que, en los años previos de la guerra sucia, no habían tenido reparo alguno en acogerse a los beneficios del Estado, produciendo solamente mensajes en la línea de quienes gobernaban.

El enfoque del entonces director del INC sobre la descentralización productiva y los "*noveles productores sin experiencia*", sería retomado meses más tarde, por el nuevo responsable de ese organismo, Manuel Antín, en lo que terminaría siendo una de las etapas de mayor estímulo y ayudas a los numerosos directores-productores de primeras obras.

Una posición intermedia fue suscripta por un grupo altamente representativo de cineastas en julio de 1983, tres meses antes de las elecciones que llevarían al Dr. Alfonsín al gobierno, cuando decidieron crear la Asociación Argentina de Productores Cinematográficos Independientes (AAPCI). Integraban la misma, entre otros, Alberto Fischeman, Luis Puenzo, René Mugica, Edgardo Pallero, Mario Sábato, Juan José Jusid, Isidro Miguel, Raúl de la Torre y Juan Carlos Desanzo. Su propuesta fue la de "*un cine artísticamente maduro e industrialmente sano*,

(17) Jorge Abel Martín, "Cine argentino '83", Ed. Legasa, Buenos Aires, 1984.

(18) *Ibid.*

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA ENTRE LOS AÑOS 1984 Y 1994

RUBROS	1984	1994
Películas argentinas producidas	23	5
Películas argentinas estrenadas	23	11
Películas extranjeras estrenadas	270	160
Espectadores	63.357.479	16.123.533
Porcentaje películas nacionales	18%	2%
Porcentaje películas extranjeras	82%	98%
Concurrencia media espectadores/año	2,1%	0,46%
Precio localidades (salas estreno)	U\$S 1,2	U\$S 6,00

Fuentes: INC, INCAA, DEISICA.

que recupere el mercado nacional e internacional; abolición de todo tipo de censura; ejercitar un cine de entretenimiento y otro de indagación de problemas nacionales; desarrollo de nuevas formas de producción que permitan la aparición de nuevos productores y la ampliación de la industria". Plantearon también la autarquía del INC y la elaboración de una nueva ley de cine.⁽¹⁹⁾

Entre 1983 y 1989, el promedio de películas producidas por año fue de 22, una cifra parecida a la del período anterior, aunque muy distante de la media de 42 títulos anuales que tuvo nuestro cine en sus mejores momentos productivos (años 1945-55).

Esa producción cayó abruptamente entre 1989 y 1994, siendo este último año uno de los peores de la historia del cine nacional, con sólo 5 largometrajes producidos y 10 estrenados. El promedio en ese período descendió a 12 títulos anuales. Esas cifras comenzarían a crecer recién en 1995, con la puesta en marcha de la nueva ley de cine que fuera sancionada un año antes.

La cantidad de espectadores en las salas se redujo en esos años a menos de un tercio: 19 millones en 1995 contra 63 millones en 1984, lo cual significó también una caída mayor en el índice de concurrencia a las salas: 0,5 veces por persona/año en 1995 frente a 2,1 en 1984.

La demanda de películas nacionales también cayó a casi la mitad, pasando de representar un porcentaje del 18% del total de espectadores en 1984, al 11% en 1995, con un pico inédito de caída del 2% en 1994.

⁽¹⁹⁾ *Ibid.*

Tal situación sólo pudo ser compensada en el mercado, gracias a la estabilidad monetaria y al fuerte aumento del precio de las localidades: 1,20 dólar en 1984 frente a 7 dólares en 1995, en las salas de “primera línea”, que son las principales recaudadoras.

La exitosa competencia del cine mexicano frente al nuestro a partir de la Segunda Guerra, unida a la no menos exitosa labor de la televisión local frente a las salas de cine nacionales, obligaron a los sucesivos gobiernos a dictar medidas de fomento a la producción de largometrajes, sin las cuales los productores no hubieran tenido la posibilidad de seguir realizando películas.

Éxito comercial y protección estatal

Cuando en 1990 me tocó estar al frente del INC, se llevó a cabo un estudio para legitimar la necesidad de exceptuar al cine de los alcances de la restrictiva Ley de Emergencia Económica. Las cifras analizadas no se referían a superproducciones, sino a una película de producción de nivel medio (4 semanas de preproducción, 6 semanas de rodaje, 8 de post-producción y 12 mil metros de negativo color) que incluía un lanzamiento de perfil mediano para la comercialización. Según dicho estudio, el costo se elevaba en ese año a unos 375 mil dólares. (La relación entre el austral y el dólar era entonces de 6.000 a 1).

Ateniéndonos a los precios estimados del boleto cinematográfico desde las salas de estreno “A” y “B” hasta las denominadas “de provincia” y “populares”, el promedio de los mismos era de 3,52 dólares (el precio en sala de estreno equivalía a 4,33 dólares). Deduciendo el 10% del impuesto para el INC, el 50% para el exhibidor y un 20% para el distribuidor, la cifra correspondiente al productor, se reducía a 1,26 dólar por entrada vendida. Ello obligaba a convocar una cifra de 300 mil espectadores por película para amortizar una inversión de entre 350 mil y 400 mil dólares, de no mediar las ayudas del INC, conocidas entonces como de “recuperación industrial”.

Si se considera que el promedio de concurrencia a las películas argentinas entre 1988 y 1989 era de sólo 100 mil espectadores por título estrenado –frente al promedio de 300 mil que había sido habitual en períodos anteriores– la conclusión resultante era obvia: *“la producción cinematográfica sería prácticamente imposible en la actualidad de no existir una legislación de fomento industrial”*.

Con dicha legislación en vigencia era posible admitir una cifra superior a 150 mil espectadores por película en los casos donde ella lograra la calificación de *“interés especial”*, y más de 200 mil si la calificación era menor (películas *“sin interés especial”*).⁽²⁰⁾

En la medida que la legislación cinematográfica premia, hoy como ayer, el éxito y no el fracaso de las películas en el mercado –el público aparece como jurado inapelable para la adjudicación de subvenciones– las ayudas estatales se

⁽²⁰⁾ *Estos datos corresponden al “Estudio preliminar de costos de producción y estimados de financiamiento del cine argentino en el mercado interno”, un documento de trabajo a cargo de la Dirección de Producción e Intercambio del INC, septiembre 1990, Buenos Aires.*

concentran en las productoras más exitosas. Un estudio semejante al anterior nos permitió confirmar que, entre 1980 y 1989, el INC había distribuido la mayor parte de las ayudas entre cuatro empresas tradicionales:

- n Aries Cinematográfica (Oliviera-Ayala), recibió casi 9 millones de dólares, una cifra equivalente al 30% del monto de los subsidios y al 40% de los títulos subsidiados;
- n Cinematográfica Victoria, Argentina Sono Film (Mentasti) y Chango Producciones (Palito Ortega), obtuvieron, en conjunto, unos 6 millones de dólares, el 25% de los subsidios y un porcentaje casi semejante de los títulos.
- n Otras 20 empresas, dueñas del 45% de los títulos producidos, recibieron algo menos del 50% de las subvenciones globales.



Afiche de "La Raulito" (Lautaro Murúa, 1974).

En resumen, veinte pequeñas productoras fueron acreedoras de igual monto que las cuatro empresas más importantes del sector, aunque, debe precisarse, que estas últimas son las que menos perjudicaron las finanzas del INC, al responder en término a los compromisos contraídos, debido al éxito comercial de sus películas.

Las pequeñas empresas productoras de cine sufrieron más que las de nivel "mediano" o "grande", el peso de los fracasos comerciales, originados en los criterios eminentemente "culturalistas" que rigieron la política del INC en los '80, y que hicieron pasar a segundo plano la problemática integral del sector, que incluye necesariamente su situación en los mercados.

Ello explica el elevado número de deudores de créditos ("documentos vendidos e impagos", según el léxico del Banco de la Nación Argentina a cargo de los mismos) que fue particularmente grave en el último período del gobierno alfonsinista con la devaluación acelerada e incontrolable. Inclusive, las deudas se acrecentaron todavía más en el primer tramo del gobierno de Menem, de tal modo que, en el mes de marzo de 1993, la suma de créditos adeudados al INC se aproximaba a los 6 millones de dólares, según consta en los documentos de dicho organismo.

Fue esta una situación que llevó a más de un productor a rehusar el crédito,



Afiche de "Los Inundados" (Fernando Birri, 1962).

a pesar de que el mismo le había sido ya autorizado por el director del INC, por cuanto los valores reales del mismo se reducían a cifras casi insignificantes entre el momento de su otorgamiento y la fecha en que aquél comenzaba a efectivizarse realmente, a través de sucesivas cuotas durante el proceso productivo.

No faltaron los productores que prefirieron recibir las primeras cuotas crediticias para especular con ellas a través de las ventajas que ofrecía en aquellos años el mercado cambiario y las elevadas tasas de interés. Ello les permitía contar con un capital suficiente para optar, al cabo de un tiempo, entre la realización del proyecto o la renuncia al mismo, devolviendo al INC los montos percibidos, cuyo valor real era muy inferior al resultante de las especulaciones en el mercado financiero.

Lo cierto es que si en la actualidad prescindieramos de las ayudas del INC, las dificultades serían mucho mayores que las de cualquier otro momento de la historia de nuestro cine. Superiores incluso a las que refería el INC para el año 1971.

Veamos algunas cifras, aunque sólo tengan un mero valor referencial. El costo de producción de una película argentina es actualmente de 1.250.000 pesos (dólares), según estimaciones oficiales del INCAA y, de entre 1 y 2 millones de dólares, de acuerdo a los cálculos de los productores. Si consideramos un precio medio para todo el país de 6 pesos por entrada vendida, el productor recibe aproximadamente 1,80 pesos, una vez deducidos el 10% de impuesto para el INCAA, el 50% para el exhibidor y el 20% para el distribuidor. Esto implica que quien se proponga producir un largometraje, prescindiendo de las ayudas y subvenciones del Instituto Nacional de Cine, estará obligado a interesar a unos 750 mil espectadores como mínimo, para amortizar su inversión. Sin embargo, el promedio de espectadores de las películas argentinas en los últimos años no ha superado la cifra de 100 mil por título estrenado, considerando el total de los estrenos de cada año. Recordemos que, en buena parte del período analizado, más del 50% de las producciones no alcanzaron los 20 mil espectadores cada una.

Recursos del INC y dependencia productiva

Los fondos destinados a fomentar la producción filmica en el país procedieron habitualmente de los espectadores y de los recursos provistos por el gobierno. Hasta la sanción de la nueva ley de cine a finales de 1994, el INC dispuso de

RECURSOS DEL INC SEGUN FUENTES. AÑOS 1986-89 (en dólares)**AÑO 1986** (1 dólar = 0,964 australes)

Recaudación 10%	7.675.388,00	(67,53%)
Tesoro Nacional (sueldos)	2.504.032,60	(22,04%)
Reembolso de préstamos	932.338,89	(8,20%)
Otros (multas, etc.)	253.463,87	(2,13%)
Total	11.365.223,36	(100%)

AÑO 1987 (1 dólar = 2,254 australes)

Recaudación 10%	U\$S 5.034.436,50	(64,50%)
Tesoro Nacional	1.372.107,90	(17,58%)
Reembolso de préstamos	2.455.161,96	(13,95%)
Otros	306.878,35	(3,17%)
Total	7.805.663,70	(100%)

AÑO 1988 (1 dólar = 9,135 australes)

Recaudación 10%	2.751.727,80	(31,66%)
Tesoro Nacional	5.550.450,10	(63,86%)
Reembolso de préstamos	199.069,45	(2,29%)
Otros	199.069,45	
Total	8.691.495,80	(100%)

AÑO 1989 (al 31-07-89) (1 dólar = 83,250 australes)

Recaudación 10%	827.642,90	(56,14%)
Tesoro Nacional	554.590,33	(37,62%)
Reembolso de préstamos	11.903,26	(0,80%)
Otros	80.138,55	(5,44%)
Total	1.474.275,40	(100%)

Fuente: Documento de trabajo de la Dirección de Administración del INC, agosto 1989.

la recaudación correspondiente al impuesto del 10% que se aplica a las entradas vendidas, más los reembolsos naturales de los préstamos que otorga, a lo cual se sumaron los fondos procedentes del Tesoro Nacional para pago de personal administrativo. Ello representó, en los '80, un presupuesto oficial estimado entre 8 millones y 10 millones de dólares por año.

En la página anterior se describen los recursos del período 1986-89, teniendo en cuenta que los fondos destinados a subsidios y préstamos, así como a otras actividades del INC (capacitación, muestras, etc.), se basaban casi exclusivamente en la recaudación del impuesto del 10%.

Esas cifras se redujeron bruscamente en 1989, año del cambio de gobierno, y mantuvieron un muy bajo nivel a lo largo de todo el año siguiente. Un corto período donde el INC estuvo impedido de suministrar subvenciones –pese a contar con una suma cercana a la de los años anteriores– debido a la restricción impuesta a las mismas por la ley de emergencia económica.

El panorama cambió por completo tres años después con la promulgación de una nueva legislación para el cine, a través de la cual se creó el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales en reemplazo del Instituto Nacional de Cinematografía.

RECURSOS DEL INC SEGUN FUENTES. AÑOS 1990-91
(en dólares)

Año 1990 (al 30 octubre) (1 dólar = 1 peso)

Recaudación 10%	2.53.600*	
Menos	225.360	(10,00%)
Ingreso Neto	2.028.240	(68,97%)
Tesoro Nacional	500.000	
Reembolso de préstamos	---	
Otros	412.000	(14,01%)
Total	2.940.240	(100%)

(*) Un 10% derivado a Economía Dec. 225/90.

AÑO 1991 (primer semestre) (1 dólar = 1 peso)

Recaudación 10%	1.905.300	(71,75%)
Tesoro Nacional	92.200	(3,38%)
Otros	660.300	(24,86%)
Total	2.655.800	(100%)

Fuentes: Informe Anual de Gestión 1990, INC; documentos de trabajo de la Dirección de Administración del INC, 1991; DEISICA.