

Copyright 1987 Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano

Departamento de Cine/ULA

Derechos reservados conforme a la Ley

Depósito legal IF 84-0830

Impreso en Venezuela / Printed in Venezuela

Talleres Gráficos Universitarios / Mérida 1987

**OCTAVIO GETINO**

**CINE LATINOAMERICANO  
ECONOMIA  
Y NUEVAS TECNOLOGIAS  
AUDIOVISUALES**

**FUNDACION DEL NUEVO CINE LATINOAMERICANO  
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
DEPARTAMENTO DE CINE  
LA HABANA - MERIDA  
1987**

## **OCTAVIO GETINO**

**Argentino. Director de cine y televisión. Investigador y teórico de los medios de comunicación en América Latina. Profesor y conferencista sobre temas de comunicación en universidades de Argentina, Perú y México. Consultor de organismos internacionales en comunicación para el desarrollo. Ha publicado diversos trabajos sobre cine, cultura y comunicación en América Latina. Reside actualmente en México.**

## PRESENTACION

La primera motivación que tuve para abordar el tema de la Economía del Cine Latinoamericano nació con la lectura, hecha veinte años atrás, de una investigación realizada por el estudioso español José A. Suárez (1). Aunque ella se refería a la situación del cine en la península, incluía —como propio— el espacio hispanohablante. Quise cotejarla con elaboraciones locales y corroboré sin sorpresa que los datos y estudios existentes en la región eran escasos o de muy poco valor.

Tal situación me estimuló años después, en 1975, a elaborar una primera aproximación a la situación económica del cine argentino, que debí concluir fuera de mi país dos años después (2). El tema me sirvió para producir algunas notas periodísticas y breves ensayos que aparecieron en medios peruanos entre 1976 y 1977 (3). Posteriormente, CIESPAL me encargó un artículo para su revista "Chasqui" (4), editada en Quito, donde intenté sintetizar apuntes y reflexiones previas. Por último me propuse reunir y ordenar lo realizado hasta entonces y pedí la colaboración —a nivel de datos y documentos— de cineastas y compañeros de diversos países de la región. Algunos respondieron y otros no; esto se advierte fácilmente en las limitaciones y virtudes del trabajo.

Destaco entre la colaboración recibida las conversaciones registradas con algunos —muy pocos— productores y distribuidores de Argentina y Perú; o los materiales y observaciones que me hicieron llegar compañeros de diversos países: Pedro Susz y Alfonso Gumucio-Dragón (Bolivia), Gerardo Sarno, José Talavares de Barros y Paulo Paranagua (Brasil), Carlos Alvarez (Colombia), Julio García Espinosa (Cuba), Ulises Estrella (Ecuador), Jorge Sánchez y Fernando Macotella (México), los compañeros del GECU (Panamá), y el invaluable aporte de Luis Angel Bellaba, por medio de "El Heraldo de Cine" (Argentina, quien me proporcionó buena parte de los datos y estadísticas utilizadas). Gracias a esa cooperación pude avanzar en la recopilación de información y en su ordenamiento, primer análisis y conclusiones. Las limitaciones o errores que contiene el trabajo, me corresponden por completo quedando liberados de las mismas quienes prestaron su valiosa colaboración.

Al tema de la economía del Cine Latinoamericano se han agregado datos y reflexiones sobre la relación de dicho medio con las nuevas tecnologías audiovisuales y los impactos que emergen de la misma, tanto en el

terreno económico como el cultural. Ellas fueron motivadas por los debates iniciados en La Habana en 1984 (5) y continuados en años posteriores en el marco de los Festivales del Nuevo Cine Latinoamericano (6).

Finalmente resulta obvio señalar que estas notas y reflexiones no fueron pedidas por nadie, siendo ellas producto de mi simple inquietud personal. Una especie de respuesta a la investigación ya referida aunque con casi veinte años de retraso... Cabe siempre la confianza de que este trabajo estimule en otros nuevas y más lúcidas respuestas, con lo cual el esfuerzo quedará ampliamente justificado.

#### EL AUTOR

México, D.F. octubre de 1986

1. José A. Suárez: *Geografía económica del cine hispano*. Madrid, 1970.
2. Octavio Getino: *Cine y dependencia: el cine en la Argentina* (Mimeo). Lima, agosto 78.
3. Notas aparecidas en el diario "La Prensa" de Lima, entre 1976 y 1977, y en la revista "Medios" del CETUC, Centro de Teleducación de la Universidad Católica del Perú.
4. Revista "Chasqui", N° 12, octubre-diciembre 1984. CIESPAL, Quito.
5. Varios autores: *Vídeo, cultura nacional y subdesarrollo*. Filmoteca UNAM, México, 85.
6. Octavio Getino: *El cine y las nuevas tecnologías*. Documento de trabajo 01-86, CECOP. México 1986.

**I**  
**ECONOMIA Y CINE**

## INTRODUCCION

La historia reciente del cine latinoamericano ha estado marcada por dos tendencias principales. Una de ellas prioriza los aspectos económicos, industriales y comerciales; asociada o sometida a los intereses transnacionales del modelo **hollywoodense**, su labor principal en el plano de la producción es la de ensamblaje o maquila —ideológico-cultural y tecnológica— según las pautas impuestas por dicho modelo. Otra, privilegia los aspectos ideológicos y culturales desde una perspectiva nacional tendiendo a generar modelos de cine propios, congruentes con las características y necesidades reales de nuestros países. Sobre ambos andariveles, el "economicista" y el "ideologista" se debate el desarrollo del cine latinoamericano —y por extensión, el hispano-parlante— aunque las dificultades que se acen- túan en uno y otro podrían servir probablemente como estímulo a la confluencia.

El enfoque sostenido en criterios básicamente economicistas ha desatendido habitualmente todo lo relacionado con los problemas del desarrollo sociocultural nacional. Su finalidad sigue siendo la de obtener como productos "filmes/mercancía", lo cual le permite alimentar relaciones fluídas con las transnacionales y sus aliados locales, particularmente los grandes circuitos de la comercialización; ello explica en parte su papel hegemónico en las estructuras produc- tivas locales.

A través de los años, esta tentativa de **desarrollismo industrial** ha definido sus posibilidades y limitaciones. El mérito mayor que presenta es el de haber instalado en algunos países pequeñas o medianas infraestructuras productivas, bienes de capital, inversiones en equipos y tecnología, laboratorios y estudios cinematográficos, empleos en actividades de producción, y formación técnica de per-

sonal local en la producción de filmes. Un mérito que no puede ser subestimado si se considera que con su sola presencia disputa objetivamente tiempo de pantalla en las salas nacionales a los filmes extranjeros, y con ello, utilidades y espacio a grandes corporaciones norteamericanas o europeas, posibilitando —aunque sea tímidamente— el mantenimiento de un proyecto industrial nacional.

Tal mérito es aún mayor si se observa que tanto las compañías transnacionales como los monopolios locales de comercialización pueden sobrevivir, e incluso incrementar sus utilidades, si se prescindiere del cine nacional. Con lo cual, la actividad de "ensamblaje" o la tentativa de industria propia, desaparecería por completo para mayor beneficio económico e ideológico de los productos importados directamente, al margen de toda otra gestión que no sea la de su simple comercialización en el país.

Defender la existencia de esta tentativa, pese a las objeciones o cuestionamientos que puedan hacersele —la mayor es que no tuvo la lucidez ni la capacidad para construir una verdadera industria cinematográfica nacional con perfiles y ambiciones propias— constituye una tarea de suma importancia, sin la cual se reducirían las posibilidades de todo proyecto de desarrollo integral. En cambio, para la tentativa que prioriza lo ideológico-cultural, los problemas económicos, industriales y comerciales del cine no tuvieron hasta ahora el reconocimiento que merecen. Su preocupación principal es la de encontrar en cada caso los recursos indispensables para producir películas que tanto al nivel de los mensajes como de los modos de tratamiento, indaguen, profundicen o expresen los problemas locales, para estimular actitudes o situaciones de cambio. Se trata de una preocupación que ha permitido construir los mejores productos del cine **latinoamericano** ("cine de autor", "segundo" y "tercer cine") y no ya del cine realizado **en** Latinoamérica. A veces encontró y encuentra espacios de recepción ("mercados") iguales o superiores a las de las grandes producciones; por momentos, su nivel de acogida se limita a sectores sociales reducidos, incapaces de cubrir por sí solos los costos de producción. En todos los casos, esta tendencia conocida como del **nuevo cine latinoamericano** introduce un tensionamiento creativo con respecto a estructuras dominantes (económicas e ideológicas), demostrando las posibilidades de nuestro cine para crecer con una fisonomía propia, acorde con los proyectos de desarrollo existentes en cada país.



Cine de ruptura, pero a la vez de construcción, constituye una alternativa cuya mayor limitación hasta el momento ha sido, probablemente, la de subestimar la dimensión integral de la actividad. Es decir, concertar y armonizar el conjunto de las capacidades nacionales, sean ellas industriales, tecnológicas, comerciales, ideológicas o culturales, en una perspectiva de crecimiento autónomo.

Ninguna de las dos tendencias mencionadas, ha sido capaz por sí sola, de resolver los problemas básicos de la cinematografía latinoamericana. Recién en los últimos años viene cobrando fuerza la conciencia de los falsos antagonismos y de las visiones parciales, con lo que se han motivado algunos intentos de síntesis entre lo que cada una de ellas expresa. Esas carencias sin embargo, siguen explicando a su vez la falta de estudios e investigaciones destinados a profundizar en el conocimiento de la integridad de la actividad cinematográfica, desde una perspectiva nacional y latinoamericanista. Es decir, orientada al mejoramiento de las posibilidades **ideológico-culturales** del cine, a través de un aprovechamiento más racional y creativo de los **medios materiales** —industriales y comerciales— que permitan lograrlo.

“**Economicismo**” e “**ideologismo**” son tendencias que traban, debido a su parcialidad y compartimentación, el crecimiento de cinematografías coherentes con la voluntad de desarrollo armónico y sostenido en todas las áreas de la vida de nuestros países. Ello obliga a replantear la validez de esas parcialidades, y a intensificar los esfuerzos ya iniciados para el diseño y ejecución de políticas cinematográficas más acertadas que las empleadas hasta el momento.

## EL CINE COMO ACTIVIDAD ECONOMICA

### El "hombre necesario" y la "industria de maquila"

Las cinematografías de los países latinoamericanos oscilan actualmente entre el optimismo y la incertidumbre. En alguna de ellas se afirma la amenaza del estancamiento o la involución; en otras se insinúan posibles vías de despegue. Así, las industrias más fuertes del área, ubicadas en sólo dos o tres países de los veintitantos que conforman la región llegaron a alcanzar topes de producción que no parecen poder superarse, pese a que son inferiores a los que poseían hace varias décadas. Por otra parte, los países que comenzaron a incursionar en años recientes en la producción viven entre la posibilidad de una relativa consolidación y la desorientación nacida de algunos fracasos. En el resto de la región las dificultades productivas siguen siendo considerables, pese a los recientes cambios operados en diversos países en el plano político-institucional.

La incertidumbre a su vez, aparece sobre los caminos a seguir. Crece la preocupación por la ampliación de los mercados, en la medida que los costos de producción están sujetos a serias dificultades para amortizarse en el interior de los espacios nacionales. Las inquietudes ideológico-culturales, vigentes en la década de los 60 e inicios de los 70, en diversos países de la región ceden espacios a las preocupaciones de mera sobrevivencia. El "realismo" se impone a los no tan viejos propósitos de **recrear** el cine latinoamericano en el marco de un proyecto de búsqueda de identidad cultural. Aumentan las tentativas de satisfacer las preferencias del público, tendiendo a elaborar productos acordes a los mismos géneros, temas, tratamientos, actores, en suma, **modelos**, en boga. En el mejor de los casos se trata de incluir algunos contenidos críticos en aquéllos, pero sólo cuando los mismos son congruentes también con la demanda. Los argumentos

de esta tentativa son contundentes: sin mercado no hay posibilidad industrial. En consecuencia, el cine se explica por los mercados.

Naturalmente, esto lo saben bien las principales naciones productoras y exportadoras. En los Estados Unidos, por ejemplo, sólo dos o tres largometrajes de cada diez, recuperan sus costos dentro del país. Sin embargo, la producción subsiste y se renueva gracias al control del 60% del tiempo de proyección en los países del área capitalista. Tal vez ninguna otra actividad industrial como la cinematografía, soporta en esa nación una situación de dependencia tan evidente en relación a los mercados externos.

Pero en los países latinoamericanos, salvo contadas excepciones, los espacios de comercialización se reducen al interior de los respectivos espacios nacionales, por lo general insuficientes para cubrir los cada vez mayores costos de producción.

El productor de películas está obligado a satisfacer las demandas de ese reducido espacio, que a su vez son modelados o condicionados por el intenso consumo de otros medios audiovisuales, principalmente la televisión, a la cual se suman las nuevas tecnologías (televisión vía terrestre, vía satélite, videocasete, videodisco, etc.). En este sentido, el conjunto de los medios masivos y de la industria cultural, manejados en sus aspectos decisivos por las naciones centrales, confluyen en el propósito de diseñar, coherentizar y **transnacionalizar** también los valores y el carácter del sujeto **que necesitan** —“hombre necesario”, “hombre aprobado”— para consolidar su situación hegemónica.

Esta situación se proyecta también en el diseño, uniformación y transnacionalización de un modelo determinado de cine, congruente con los intereses de las grandes potencias. Competencias en nuestra situación de dependencia con tal modelo, parece tarea ímproba, particularmente si no existen vigorosas y lúcidas políticas locales de promoción cultural y comunicacional. Y ante las carencias que se observan en las mismas parecería más realista y viable apropiarse de los secretos del modelo de mayor demanda introduciendo en el mismo algunos toques (temas, escenarios, actores, modismos, además de mano de obra barata), que le den sabor local. La industria nacional se mantiene entonces —allí donde ella existe— pero a costa de reducirse a una actividad o de ensamblaje del **software**, es decir, de los contenidos y características de las películas en cuya elaboración intervienen componentes ideológicos-culturales, proporcionados desde las

naciones centrales, a los cuales se les agregan algunos otros de carácter interno, pero para reproducir las esencias del modelo dominante. Cabe recordar que en lo referente al **hardware**, su producción permanece bajo el control directo y total de las transnacionales en sus sedes metropolitanas, ya que su ensamblaje en las regiones periféricas no resulta por el momento suficientemente rentable; al menos en el caso de máquinas, equipos e insumos de utilización profesional.

Más que hablar entonces de una cinematografía nacional, deberíamos hacerlo de una producción cinematográfica **ensamblada** en América Latina; al menos si concebimos el mayor valor del cine no tanto por su dimensión material (industrial o tecnológica) como por lo que él promueve en la racionalidad y en la sensibilidad de los individuos.

Como suele ocurrir en cualquier situación de dependencia, los factores causales de los problemas del cine latinoamericano, obedecen a razones internas y externas. Entre las primeras, se destacan las insuficiencias y la inviabilidad histórica de nuestros estilos o modelos de desarrollo, responsables principales de la crisis generalizada que viven hoy los países de la región; crisis que se proyecta también en el terreno de las políticas culturales y comunicacionales, y en el comportamiento de quienes dominan la industria y el comercio cinematográfico a nivel local.

Entre las razones externas, Hollywood —y todo lo que esa palabra significa como realidad económica y cultural— aparece siempre en el origen de los problemas. Pero cabe precisar al respecto, que la hegemonía del llamado “primer cine” hollywoodense no se basa sólo en su capacidad tecnológica, o en lo que algunos califican de “inteligencia” —ambos atributos son propios de muchas otras cinematografías— sino en la existencia de un protagonista mayor, el imperio estadounidense, del cual Hollywood y sus productos son eficaces servidores y beneficiarios. La competencia mayor entre la actividad cinematográfica de las naciones dominantes y la procedente de los países relegados que nosotros constituímos, no se manifiesta principalmente entonces en el plano de lo específico del cine; éste reproduce la relación de fuerzas existentes entre los espacios históricos confrontados.

### **Relaciones de poder y valor social del cine**

El cine nació hace ya casi un siglo como parte del proceso de

expansión industrial y tecnológica de las naciones centrales, resultante y sustento a su vez del poder económico y político que dichas naciones habían comenzado a instalar sobre la mayor parte del mundo. Una poderosa industria cultural y comunicacional —sustitutoria creciente de las tradicionales instituciones educativas y formativas— sirvió para alimentar la actividad cinematográfica y para transnacionalizar modelos de producción y de uso, que fueron rápidamente impuestos sobre nuestros países. El objetivo mayor de esa actividad, así como el del conjunto de las estructuras de la industria transnacional de la cual ella forma parte, es el de construir la personalidad y el carácter del sujeto social necesario para la reproducción del sistema dominante.

Dicho objetivo se sustenta en dos líneas complementarias, la ideológico-cultural, sobre la cual se asienta el modelo del sujeto **necesario**, y la económico-comercial, que permite —al menos tentativamente— la ejercitación práctica de dicho sujeto, consumiendo y reproduciendo valores y propuestas, y a la vez proporcionando rentabilidad y lucro. Ideología y economía coinciden así en un único proceso destinado a la convalidación y refuerzo de los intereses de las naciones centrales y de las fuerzas sociales y políticas locales aliadas de tales intereses.

Así el mundo del cine pasó a ser controlado por quienes lo hacen también con la mayor parte del mundo, sin aditamentos. Por ello, el mayor magnate de la industria cinematográfica, es los Estados Unidos, primer exportador y distribuidor de películas a nivel mundial. Hollywood está en Los Angeles, pero también en Londres, Roma, París y en muchas otras grandes capitales, controlando la mayor parte de los mercados, y a veces, de la propia industria. La **MPEAA (Motion Pictures Export Association of America)**, que sustituye a la **MPIAA (Motion Picture Association of America)** desde el término de la Segunda Guerra, agrupa a los principales productores de los Estados Unidos y los representa a través de la única red mundial de distribución de filmes, integrada por alrededor de 700 agencias.

Once compañías producen en EE.UU. el 93 por ciento de la actividad de cine y televisión. Ellas son: **Paramount, 20th Century Fox, Warner Bros, Columbia, Universal, United Artist, MGM, Avco Embassy, Allied Artist, American International y Walt Disney.**

Las utilidades de esas **majors** de la cinematografía mundial fueron de 2.061 millones de dólares en 1982, procediendo del exterior de los EE.UU. alrededor de 718 millones de dólares. (**Cuadro 1**)