

Los cines de América Latina frente a los rigores del cinema único

Javier Protzel

INTRODUCCIÓN

Llamar al cine el arte del siglo XX no es ponerlo por encima de la música, la pintura o la novela, pues comparaciones de ese tipo son un despropósito. En cambio, sí puede decirse que tipifica bien al siglo pasado, pues antes no existía, y no sabemos a ciencia cierta que ocurrirá en unas dos décadas con los dispositivos de espectáculo a medida que se perfeccionen las tecnologías de interfaz. Pero aquí y ahora, el cine sigue siendo una invención que como ninguna antes ha permitido circular cantidades inmensas de relatos dirigidos a públicos aún más innumerables y diversos en toda la vastedad del planeta. Para nuestro propósito de ubicar al cine latinoamericano en los flujos cinematográficos mundializados, deben resaltarse inicialmente algunos de los rasgos que provocaron su explosiva expansión: el efecto icónico casi mágico de la imagen fotográfica en movimiento, de una inimaginable similitud con lo real en sus tiempos de aparición, incluso la generada con los antiguos materiales de impresión; la popularización y multiplicación de temas y géneros narrativos, equivalente a un encuentro masivo de la historicidad con la intimidad, conectando acontecimientos colectivos y vidas privadas; el desanclaje acelerado de la imaginación con respecto a sus referentes simbólicos locales o nativos, atraída por lo diferente; y la rápida construcción de industrias, entre las cuales la más poderosa sigue siendo, hoy como nunca, la manifestación de la hegemonía planetaria de los Estados Unidos. Es lo último lo que nos interesa.

CINE AMERICANO Y MODERNIDAD.

La preponderancia indiscutible del cine norteamericano lleva casi obligatoriamente a preguntarse si estamos viviendo en materia cultural un proceso de americanización antes bien que de globalización. La magnitud de los recursos financieros, tecnológicos y comerciales de esta cinematografía lo mantienen en el primer lugar en ingresos y difusión mundial, y resulta obvio que la densificación de las redes de la sociedad de información, aumenta su cuota en los mercados, explicándose además por el fuerte peso del *box-office* extranjero en los ingresos de las grandes empresas de la *Motion Pictures Association*. Como botón de muestra, *Titanic* (1997) que recaudó más de 600 millones de dólares en Estados Unidos y Canadá, logró 1.234 millones en el resto del mundo. Puede estimarse que Estados Unidos controla un poco menos de la mitad del mercado mundial, que en 1999 pasaba los 210 billones de dólares, lo que se ilustra en el número de sus espectadores, equivalente al 73% del total de boletos vendidos en Europa en el 2000, y al 61% en el Japón. Los títulos americanos estrenados en Italia paso del 51 al 67% del total de 1970 a 1994; en Francia del 32 al 77% de 1980 a 1995, mientras en la mayor parte de América Latina supera el 80%.⁽¹⁾

Pero es sobre todo el magnetismo conjunto de los tratamientos temáticos, divas y divos del *star system* y efectos especiales de las grandes producciones los que hacen patente su supremacía: mientras los críticos hablan de la identidad cultural, el gran público prefiere ver *Harry Potter*. Aunque esto se explique por el virtual oligopolio de la distribución de las empresas de la MPA en muchos países, por las millonarias campañas de lanzamiento y el negocio de productos derivados (*cross selling*) que las acompaña, así como por la sinergia con otros soportes y formas de exhibición (vídeo, DVD, televisión por cable), queda en suspenso por qué seducen tanto. Probablemente el cine americano ha fundado su propia tradición más allá de sus fronteras *tempranamente*, hace casi un siglo, lo cual le dio una vocación muy diferente de aquellos otros que, pese a sus prometedores inicios, no lograron consolidar esa expansión. Éstas y las cinematografías menores tuvieron que construirse ya sea tomando a la americana como referencia, ya sea compitiendo contra ella, o bien aislándose, pero siempre de acuerdo a decursos históricos y culturales particulares. No obstante, el cine americano ocupó prácticamente desde la segunda década del siglo el lugar central en la naciente *memoria internacional popular*, tomando prestada la expresión de Renato Ortiz⁽²⁾.

Un vasto público internacional ya idolatraba a Mary Pickford y a Rodolfo Valentino o se reía con Chaplin al mismo tiempo que otras cinematografías se dedicaban a fortalecer el orgullo nacional, ilustrando en la pantalla sus respectivas tradiciones y en cierto modo reinventándolas. Se establecía una diferencia cualitativa entre el cine americano y los otros, consistente, por un lado, en su capacidad de universalizar géneros, estilos y estrellas a partir de sus referentes particulares, como la épica de los *cowboys* (el mito del vaquero de Tejas o Arizona es más conocido para muchos peruanos o brasileños que el de Puno o Rio

Grande do Sul), y por otro, tematizar cualquier lugar y época en sus narraciones (cualquier Moisés de Cecil B. de Mille, cualquier asalto naval de piratas ingleses a un bajel español, Richard Burton o Marlon Brando como Marco Antonio en la antigüedad romana, o más recientemente, Russell Crowe en *Gladiator*).

La vocación transnacional del cine americano es innegable, pero no precisamente por la capacidad de sus empresas o el poderío de Washington, sino por la singular y temprana relación que en ese país se estableció entre industria cultural, nación y modernidad. Debe repararse en que la voluminosa migración ultramarina que llegaba hace un siglo a ese país en busca de mejores oportunidades aceptaba fácilmente innovaciones poco o nada relacionadas con tradiciones que además podían serle ajenas. Más aún, la productividad de su agricultura extensiva y las altas tasas de formación de capital en las ciudades permitían que estos nuevos actores sociales alcanzasen en lapsos cortos niveles de vida comparativamente cómodos. Hubo dos elementos inéditos en ello. Un frecuente desfase entre niveles educativos e ingreso (mayor, sobre todo distinto al de la Europa clasista que dejaban), lo cual aflojaba los términos de la relación élite-masas,⁽³⁾ y consecuentemente, la débil irradiación del capital simbólico, de la "alta cultura" ultratlántica. Además, esa libertad frente a la tradición formaba parte también de una mentalidad que privilegiaba lo funcional y accesible a todos; tanto más si la economía debía satisfacer una demanda multicultural al menor costo. De ahí que los principios de gestión capitalista eficaz que rigieron la producción seriada, bien llamada fordista, se orientasen simultánea y democráticamente⁽⁴⁾ a todo un universo de bienes materiales y simbólicos cuyo atractivo radicaba en su simplicidad, sus connotaciones de igualitarismo e independencia personal, así como sus escasas referencias al pasado: por ejemplo, vestimenta (*blue jeans*), alimentación (hamburguesas, gaseosas), vivienda (artefactos electrodomésticos).

HOLLYWOOD Y LOS OTROS

Dentro de ese marco, este cine se construyó menos por afirmar una identidad nacional preexistente que por inventarse a sí mismo como relato identitario, dirigido a públicos tan variados como lo era el *melting pot* (crisol) étnico-cultural norteamericano. Por ello, el proyecto y los héroes modernos, claramente individuados, que lo fueron caracterizando no se derivaban sólo de afinidades temáticas con los públicos. Más bien, la naciente industria debió adoptar los principios de la funcionalidad y de la producción a gran escala para facilitar el acceso igualitario y a bajo costo, de modo que los guiones satisficieran los gustos de un gran público genérico. Lo cual conducía a esquematizar, a homogeneizar y a buscar fórmulas comercialmente seguras, teniendo como resultado la rigidez estilística de los géneros y la clara diferenciación de cada uno respecto a los otros. Lejos de ser un defecto, esto venía a ser la condición que le daba personalidad artística a un cine nacional ajeno al afán etnográfico de documentar un referente "auténtico", pero sí -al contrario- capaz de elaborar mitos que no remitían a lo "real" exterior sino a sí mismos como géneros fílmicos que expresaban ensoñaciones y conflictos. Por lo tanto, ubicaban al espectador dentro de un universo simbólico nuevo, poco nutrido de raíces históricas, haciendo de la frecuentación de las salas un ritual de pertenencia colectiva, si seguimos el razonamiento de Douglas e Isherwood sobre el consumo.⁽⁵⁾

De ello se desprenden dos consecuencias. Primero, que las mismas características que popularizaron al cine americano dentro de sus fronteras fueron las que le permitieron trascenderlas. Al perder el gigantesco imperio francés *Pathé-Frères* su condición de productor dominante⁽⁶⁾ durante la Primera Guerra Mundial, Hollywood se afianzó en los mercados exteriores. En segundo lugar, incursionó más adelante en temáticas ajenas a las americanas. No se trata del antecedente de una película como *Intolerance* de D.W. Griffith (1916), superproducción que fracasó por su carga de denuncia, sino de diversos géneros de "reconstrucción" histórica o cultural que en realidad fueron (son) elaboraciones míticas a la medida del público, sobre todo el americano. El magnetismo de las historias de *gangsters*, viajeros interplanetarios o príncipes medievales se ha debido sobre todo a la agilidad de los géneros y a la fuerte tipificación de los personajes que al referente mismo. El ritmo de la acción dado por el montaje de espacios y tiempos discontinuos en rápida sucesión y la conversión de rostros y cuerpos en arquetipos le confirieron a los géneros californianos unas cualidades mitogénicas -usando el neologismo de Román Gubern-⁽⁷⁾ que estimularon la imaginación de buena parte del planeta.

Si cada cinematografía nacional o regional ha correspondido a rasgos económicos y culturales específicos, la americana sería sin duda abierta y expansiva, en contraste con otras que configuran "modelos" distintos. La clausura puede responder simplemente a razones lingüístico-culturales como lo fue en parte en el Japón, cuya producción data también de hace casi cien años, superando las 800 películas anuales durante los años 20, descendiendo a alrededor de 300 en los 80, lo que se prolonga hasta la actualidad con los 281

largometrajes de 2001.(8) La ajenidad con respecto a los cines occidentales es también el caso de la India. Su topografía y gran diversidad lingüística impidieron el desarrollo de una televisión nacional, favoreciéndose en cambio industrias filmicas en Bombay, Calcuta y Madrás. En 1965 la producción hindú superaba los 320 títulos, casi el doble de la americana de ese entonces. Actualmente es el primer productor mundial con un promedio de 839 largometrajes entre 1989 y 1999.(9)

A Rusia habría que ubicarla en otro "modelo", pues desde tiempos de Lenin sostuvo un proyecto de cine socialista y nacional, si cabe el término, dado el dominio imperial de ese país sobre los otros de la entonces Unión Soviética. Subrayemos que la industria no fue una innovación del comunismo, pues se calcula que entre 1914 y 1917 se estrenaron más de 1,000 películas rusas en un estimado de 3,000 salas.(10) El bloqueo comercial a la URSS, la devastación de su infraestructura durante la Segunda guerra mundial, pero sobre todo el carácter doctrinario y didáctico de esta cinematografía la singularizan por su aislamiento de los flujos de distribución, pese a su parentesco artístico con Europa occidental, y a las influencias aportadas por cineastas soviéticos geniales como Eisenstein y Kozintsev, y las recibidas de Estados Unidos e Italia.

Después del desmoronamiento de la URSS, la producción rusa ha disminuido considerablemente. La UNESCO consigna un promedio anual de apenas 46 filmes durante la última década.(11) Qué duda cabe sobre qué cine reemplaza al del antiguo régimen. Los escaparates de Moscú y San Petersburgo no dejan de anunciar los últimos éxitos de Stallone, Sandra Bullock o Brad Pitt. Ansiosa americanización que, iniciado ya el nuevo siglo, muestra la hegemonía comercial de Hollywood como un hecho incontrovertible. Frente a ello, la ilusión de su universalidad plantea una discusión que no puede ser estrechada en América Latina limitándola a la vieja teoría del imperialismo cultural. La evolución del audiovisual durante los últimos veinte años, sobre todo merced a los cambios tecnológicos, ha desplazado los términos de aquello que muchos asumieron ideológicamente como lucha identitaria. En muchos países la defensa y la creación de cines nacionales se había sostenido en la esperanza de alcanzar una producción estable de largometrajes para abastecer por lo menos una porción importante de cada mercado interno, desplazando a una parte de los importados. Tanto las cinematografías europeas occidentales como las latinoamericanas, cuyos mercados habían sido protegidos por barreras culturales hasta los años 50, debieron tarde o temprano adoptar políticas de fomento y subsidio para resistir frente a las distribuidoras del *Film Board*, alineándose con las de Europa central y recibiendo a menudo el beneplácito de la URSS. Trátese de la *nouvelle vague* francesa o del cinema novo brasileño, las vanguardias filmicas de postguerra apostaron por una expresión al mismo tiempo autoral, de lenguaje innovador, pero siempre con mirada y sabor propios.

En esa medida, las industrias europeas y latinoamericanas padecen dificultades semejantes, pese a historias, recursos y públicos diferentes. Si hablásemos de "modelos" distintos en una y otra región, se aproximarían por contar ambos con públicos sensibles -por distintas razones- a los encantos del Tío Sam, y en muchos casos por el obstáculo que genera la pequeñez de sus mercados internos, a diferencia de los mencionados anteriormente.

Pero cuando analizamos la posición de los cines de América Latina hay tres asuntos que por serle característicos es insoslayable abordar: la autonomía del campo cinematográfico, la relación con la televisión y el descentramiento del sujeto cultural.

LAS DIFICULTADES DE LOS CINES DE AMÉRICA LATINA

En primer lugar, y a diferencia de los europeos, la significación de los "cines nacionales" del continente ha sido muy distinta a la del otro lado del Atlántico. Campos cinematográficos como el italiano o el francés se han caracterizado por su autonomía, su continuidad y su alcance nacional. No se discute la representatividad de un Renoir o de un Fellini, precisamente personajes nacionales. En cambio, las inmensas distancias sociales que aislaron a buena parte de las élites intelectuales, principalmente a principios del siglo XX, configuraron de un modo distinto los campos cinematográficos. Pese a los inicios tempranos del cine continental y a una nutrida producción muda en Rio, México y Buenos Aires(12) que frecuentemente imitaba la producción del hemisferio norte, no fue hasta los años 30 y más adelante, según el país, que el campo cinematográfico alcanzó el grado de autonomía de otros, como el literario o el pictórico. En la *modernidad periférica* latinoamericana, tomando prestado el título de Beatriz Sarlo, lo que era factible en el caso de la literatura o la música de cenáculo cosmopolita, se complicaba en el del cine. Bajo distintas versiones, las experiencias brasileña y argentina, estudiadas por Renato Ortiz y Beatriz Sarlo(13) se repitieron en los casos de otros países del continente, salvo en el México de ciertos momentos,

y más adelante, Cuba. Cara a la oferta americana, producir cine significaba salir del círculo elitista e invertir mucho dinero e intentar acortar unas brechas culturales más amplias que las existentes en otras regiones, recogiendo el acervo popular al mismo tiempo que construyendo una estética propia. Esto llevó muchas veces a substituir la producción californiana con mediocres imitaciones locales, a trasladar éxitos musicales radiales, o bien a quedarse en un folklorismo intrascendente.

Pese a las dificultades que los cines latinoamericanos han tenido para legitimarse como bienes culturales, es innegable que los movimientos culturales desencadenados al calor de los Estados populistas le dieron sedimento a las industrias que afirmaban una identidad nacional acaso reinventada pero percibida como propia(14). En tal sentido, cabe referirse brevemente a México, Brasil y Argentina.

Durante y con el apoyo de la presidencia de Lázaro Cárdenas se lanzó una gran industria, que aún antes del éxito notable de *Allá en el Rancho Grande* (1937) afirmaba un fuerte sentimiento nacionalista. Películas de orientación agrarista como *Vámonos con Pancho Villa*, o nostálgicas como *En tiempos de Don Porfirio*, realizadores como Emilio Fernández, y actores como Cantinflas y Pedro Infante gestaron imaginarios populares que se convertirían en identificadores continentales.(15). No obstante, no puede dejar de tomarse en cuenta que ese periodo de crecimiento, llamado de "los años de oro" (los 40) se debió también a la vigorosa protección estatal al cine, así como a la liberación de las pantallas mexicanas, por el recorte de la producción americana debido a la guerra. Lo que debe destacarse aquí es el carácter eminentemente popular y la fuerte tipificación localista de los géneros producidos, aunque pese a ello la industria guardase cierta simetría con la de Hollywood (*star system*, estudios, géneros estereotipados). Esto dejaba además poco margen a la producción vanguardista, obligaba a subsumirse en el melodrama masivo o a sublimar el género hasta sus extremos, como en los filmes de Emilio Fernández.

En los años 50 la producción mexicana aumentó: más de 1,000 largometrajes, contra 587 españoles, 352 argentinos, y 281 brasileños.(16) Pero con esa prosperidad de la postguerra vendría también la massmediación americana, no sólo cinematográfica, sino musical y televisiva, con la mutación de gustos consiguiente, el desvanecimiento de la emblemática de "los años de oro" y una pérdida de calidad. Al acentuarse la crisis -de la que habría que excluir fogonazos como los de Gavaldón, Buñuel en su periodo mexicano, *Velo* (español también) o *Alcoriza*- la industria quedó virtualmente desmantelada. Desde los 70 el cine mexicano se propuso resurgir con obras de corte crítico, con referentes y públicos nuevos, y a contrapelo del cine americano. Las películas postpopulistas de Ripstein o Hermsillo son el precedente inmediato de realizadores como Springall o Gonzales Iñárritu.

De modo equivalente, la generación brasileña del *cinema novo* de Pereira dos Santos, Glauber Rocha y Diegues es posterior al periodo de las parodias populares o *chanchadas* y del cine nacionalista de *cangaçeiros*. El Brasil ilustra cómo el apoyo estatal es necesario, pero no suficiente. Pese a que la cuota de pantalla se instituyó en este país tempranamente (1932) no se logró hasta los años 50 un cine de mayor calidad, pese a la mentalidad industrialista de los productores paulistas, a la "reserva de mercado" y a la voluntad de expresar la realidad nacional.(17) En cambio, sin "edad de oro" comercial, el *cinema novo* es una piedra angular de la historia del cine latinoamericano. Los cineastas de este movimiento no contaron con ayuda pública (años de dictadura), pero tampoco atrajeron públicos numerosos, limitándose a plateas de clase media intelectualizada. Posteriormente, la intervención pública a través de la poderosa *Embrafilme* favoreció el relanzamiento de la producción con resultados muy desiguales, desde *porno-chanchadas* e imitaciones del terror americano, hasta *Doña Flor e seus dois maridos* de Bruno Barreto. De los 32 largometrajes de 1963, se pasó a 101 en 1978,(18) con un promedio de 86 entre 1988 y 1999 según la UNESCO.

La industria argentina es comparable, aunque ésta despegó en los años 30 impulsada por capitales privados acumulados en un proceso de industrialización comparativamente temprano. Sin duda la sostuvo el atractivo que ejercía sobre el inmenso público nacional su propio reflejo en la pantalla, como señala Getino(19), y aunque compitió casi de igual a igual con la mexicana durante los años 40, sólo contó con protección estatal durante el régimen de Juan Domingo Perón, pero sin resultados notables. Muerto Perón, la producción tomó mucho tiempo en recuperarse, perdiendo el lugar que había ocupado en épocas anteriores, ocupado por México. Figuras importantes como Torre Nilsson, Lautaro Murúa, Bemberg y Solanas jalonaron un periodo de restricción de casi 20 años, hasta que la conjunción de bonanza económica, libertad y ayuda estatal permitieron un relanzamiento. A partir de los 90 los nuevos realizadores que se dan a conocer como Subiela, Bielinski y Campanella,(20) junto a brasileños como Walter Salles Jr. o José Araújo, y muchos otros, deben trabajar ahora en un cine que ya no corresponde a los referentes nacionales de sus predecesores ni de sus públicos.

TELEVISIÓN Y NARRACIÓN

La legitimidad de los campos cinematográficos se ha replanteado a partir del auge de la televisión. Las crisis de las industrias mexicana y argentina guardaron paralelismo con el aumento de las audiencias televisivas, en particular con el consumo de los géneros de mayor demanda: la telenovela y la comedia popular, convirtiéndose en características del paisaje audiovisual del continente. Por ejemplo, actualmente México produce sólo unos 10 largometrajes anuales, mientras el gigante Televisa exporta sus telenovelas a 89 países, un equivalente a más de 1,000 horas anuales de ficción, por un valor aproximado de 100 millones de dólares, según estima Daniel Mato para 1997.(21) En el Brasil, donde la producción fílmica mantuvo su nivel, la *chanchada* (género cómico) emigró a la televisión hace 30 años, mientras el melodrama se fortalece por las telenovelas, cuyo "*modelo Globo de calidad*", le sigue aportando mucho público a las cintas protagonizadas por sus actores y actrices más populares(22). Además, estas películas recaudan una parte considerable de su ingreso por su emisión televisiva, cuyo número de espectadores puede superar al de las salas.(cita Getino, Fadul, Sodre)

La disminución de públicos y salas ha sido muy clara hasta mediados de la década pasada: de 1970 a 1995 los públicos mexicanos disminuyeron de 253 a 63 millones; en Argentina, de casi 60 a menos de 8 millones de 1970 a 1992; en Venezuela la caída es de 45 a 18 de 1980 a 1993, y en Chile de 57 a 8 entre 1970 y 1993. Sin embargo es mejor no generalizar, pues en realidades tan disímiles como las de Cuba y de Estados Unidos el boletaje cinematográfico ha aumentado. Esto forma parte de una recomposición de relaciones entre los medios audiovisuales, cuyo proceso es ahora de una diferenciación prácticamente continua de formatos y de combinaciones entre géneros, en un marco de mercados desregulados e intensa competitividad.(23)

Al respecto es útil la comparación con la telenovela, por ser el género de mayor consumo. Por un lado, la fragmentación del discurso inherente a la recepción televisiva(24) (interrupciones del espectador, *zapping*, publicidad) se contraponen al aislamiento del espectáculo en sala. Además debe prestarse atención al contraste de sus estructuras narrativas y condiciones de producción con las del cine. Es cierto que la exportación de telenovelas no conduce necesariamente a la homogeneización de las narraciones en función de los múltiples países a los que se le destina. Pero es igualmente innegable que la estereotipia de los personajes, la sobreabundancia y reiteración en las conversaciones, las ocurrencias para mantener el ritmo, y otras convenciones dramáticas son elementos comunes subyacentes a las diferencias entre la producción de uno y otro país. Más aún, las referencias a la cotidianeidad familiar, al conflicto por el reconocimiento y al consumo mismo (el *merchandising*), por permear relaciones sociales reales no dejan de ser estandarizadoras en el plano de la creación.

La vocación del cine ha variado con estos *modos de ver* distintos, configurados más por el marco social de uso de la tecnología que por la tecnología misma. Para las mayorías populares, la televisión, en particular la de señal abierta, tomó a su cargo la creación de referentes simbólicos de pertenencia y el modelaje de conductas modernas, incluyendo telenovelas, *talk shows* y programas cómicos. Esto ha significado el relevo de los antiguos cines nacionales populistas y sus sucedáneos en ese rol, desempeñado en otras épocas en espacios audiovisuales más malos y más ligados al territorio (las salas), vale decir a unas culturas urbanas con menos imágenes y más comunicación en las calles. Pero por otro lado, esa sensibilidad lacrimosa del melodrama latino migró hace décadas del cine a la televisión, donde acaso encontró un dispositivo de recepción más adecuado a la carga de oralidad de los receptores, como si hubiese sobrevivido cierto destiempo constitutivo entre las condiciones de producción del relato audiovisual en las industrias hegemónicas y las de recepción en la mayoría de las audiencias de América Latina.

Jesús Martín Barbero relaciona la abundancia de formatos con cierto menoscabo contemporáneo de la narración.(25) La narrativa puede asociarse con la importancia de la temporalidad en tanto dimensión de la experiencia humana, que textualiza su profundidad y la expresa como trayecto recorrido por un mismo sujeto. En esa medida, la crisis de la narración implica una pérdida de esa profundidad (o metafóricamente, de esa tridimensionalidad) a favor de un achatamiento de la experiencia, limitada al aquí y ahora. Pero el predominio de los microrrelatos resultante, su permanente reciclamiento, el reemplazo de lo velozmente obsoleto por lo efímeramente nuevo, no es algo nuevo en la industria cultural, salvo quizá la duración de los ciclos.(26) Lo que sí es inédito es su proliferación bajo múltiples soportes y formatos y su circulación en flujos desterritorializados, así como la incalculable variedad de gramáticas de producción audiovisual

inventadas, usadas y luego desechadas, cuyo sentido muchas veces se agota en el mero juego operativo y efectista. En cambio, la cinematografía de largo metraje todavía es, dentro del complicado universo de la circulación de imágenes, lo que mejor se adecua a la narración; es capaz de despertar al sujeto a su memoria, abrirlo a sus mitos y ubicarlo en su tiempo. La vocación del cine ya no estriba por lo tanto en la incorporación del sujeto a la modernidad, sino en su potencial de *estetizar* algo particular, si por la raíz griega de ese término entendemos provocar la *contemplación* en el espectador, inducirle como vivencia sensible lo que la mirada fílmica ha descubierto de extraordinario en aquello que, fuera del arte, se hallaba escondido en lo banal.

AMÉRICA LATINA EN LA GLOBALIZACIÓN

Lo planteado significaría desplazar la visión de un cine de la cantidad hacia uno de la calidad, lo que, como bien sabemos, es sumamente difícil, un desafío a la débil producción del continente. Frente al cine americano, cuyos modos de contar, su lengua y sus mitos tienden más que nunca a universalizarse -y al margen de la admiración por las películas que siempre ofreció- los cines latinoamericanos podrían basar su legitimidad en producciones que articulen la diversidad cultural y los modos de narrar propios con el espacio audiovisual global. Con la crisis de la producción de largometrajes, que también hace estragos en las cinematografías europeas, resulta ilusorio creer que la producción latinoamericana atraiga al público en base a imitaciones pobres del cine norteamericano, salvo excepción, ni menos, recurriendo al nativismo o al miserabilismo. Lo cual no implica no trabajar en pos del éxito comercial. Una investigación dirigida por Néstor García Canclini en México hace varios años mostró cómo efectivamente hay nuevos públicos interesados en una cinematografía local que trascienda estereotipos, pudiendo encontrarse lo mismo en otros lugares. Lo que igualmente se contrapone a las imágenes deformadas del continente frecuentemente producida en las grandes empresas televisivas latinoamericanas.(27) Pero ello requiere pensar a los cines de América Latina con amplitud, reparando en dos elementos: por un lado, cómo es hoy el sujeto cultural, y por otro, dónde estamos ubicados frente al "cine único".

Con respecto a lo primero, Déborah Holtz señaló en la investigación referida más arriba que "debido al vacío de referentes propios tanto actuales como históricos, la posibilidad de identificación la otorga el cine norteamericano" al público mexicano; el mismo resultado que el de una investigación nuestra sobre los espectadores de Lima.(28) Sin embargo esto no es tan simple. Al sujeto contemporáneo le queda mucho sitio en su *habitus* para consumir ficción, pero eso es algo estructurado. El largometraje y la telenovela ocupan lugares que tienden a ser recubiertos por la oposición global/local, lo cual también compartimenta tramas argumentales y divos admirados. Se trata además de la dualidad pantalla grande/pantalla chica, con ésta última como depositaria de los referentes locales, con las salvedades de los largometrajes dominicales en algunos canales de señal abierta, cuyos ratings son altísimos,(29) y la popularización del mercado de locación de videos. Dualidad estratificada, pues los estudios muestran una recurrente segmentación por edad, niveles de instrucción e ingreso que ubica a la mayoría de asistentes a salas entre la gente con estudios superiores y menor de 35 años, algo semejante a la sintonía de canales de cable especializados en largometrajes como *HBO* o *Film & Arts*. Designa no sólo los distintos "estilos de vida" percibidos por las técnicas de marketing, sino una pluralidad de preferencias -acaso contradictorias, jerarquizadas, y en permanente reciclamiento- que coexisten *dentro* de un mismo sujeto. En otros términos, la fruición de la ficción audiovisual implica un elemento socialmente común de subjetividades lábiles e identificaciones móviles y volátiles que se adoptan el uso de distintos medios, al mismo tiempo que el pluralismo del sujeto permanece estratificado por sus posibilidades materiales de acceso y las competencias para la lectura de las que dispone.

El *dégradé* que lleva desde las salas con proyección de alta luminosidad y sonido *Dolby* digital o el DVD hasta el mismo filme doblado y visto en televisor blanco y negro de 14 pulgadas describe desigualdades atroces que cuestionan cierta retórica de la globalización. En todo caso obligan a distinguir entre, de un lado, los mercados emergentes de consumo segmentado, corolarios de la desaparición de la memoria del relato audiovisual popular, y de otro, la utopía transcultural mediante acceso generalizado a la última tecnología. Más que equivocado, sería demagógico pretender que el adelgazamiento de los referentes simbólicos nacionales en nuestras sociedades nos esté haciendo ciudadanos del mundo. Al contrario, son precisamente las trabas resultantes de la globalización financiera y comercial las que empobrecen regiones íntegras en ciertos países, estratificando aún más el consumo audiovisual. Actualmente el 25% de los hogares norteamericanos dispone de un equipo DVD y cerca del 90% de una videograbadora. El abismo que separa a las audiencias con acceso a la oferta mediática múltiple (salas bien equipadas, abundante

vídeo de alquiler, televisión de cable o satelital, DVD, información en línea, etcétera), y las que se limitan a la televisión hertziana y al repertorio limitado y desgastado de videocassettes piratas se equipara con la oposición entre *cosmopolitas* y *locales* establecida por el antropólogo sueco Ulf Hannerz.(30)

Las tradiciones de lo nacional efectivamente se evaporan, pero el sentido de lo local permanece. Y la necesidad existencial de estetizarlo para ubicarlo en el horizonte personal requiere de la invención de referentes, o de la relectura creativa de los que se disipan. Esto permite al espectador reconocerse en el presente y atar cabos con el pasado. Función del relato tanto más evidente en cuanto el clima mismo de contingencia que acompaña al descentramiento cultural lo exige. Películas recientes como *El hijo de la novia* de Juan José Campanella (2001), *Nueve reinas* de Fabio Bielinski (1999), *Chacotero sentimental* de Cristián Galaz o *Amores perros* de Gonzales Iñárritu, lejos de ser "difíciles", son todas éxitos comerciales logrados por su filo crítico y su actitud anti-*star system*, que lleva a comprender el aquí y ahora con una densidad que las narraciones televisivas, absorbidas por el narcisismo y el estereotipo, no tienen por vocación producir. En suma, decir que los cines latinoamericanos sirven para afirmar una identidad es lo opuesto a una defensa del folklore o de una esencia cultural, aún así traten acerca del pasado.

Tener acceso a una oferta de narración audiovisual más variada, de mejor calidad y en mejores condiciones técnicas, incluyendo pantallas chicas, es una aspiración mayoritaria insatisfecha debido a la falta de poder adquisitivo. Si bien esto no es explícito, la demanda explosiva de televisores grandes con pantalla plana, así como de videograbadoras de última generación, es de por sí ilustrativa del sueño del cine propio en casa. Y el hecho de que la afición a "ir al cine" esté reducida a ciertos segmentos no impide considerar que se trata efectivamente de algo inquietante. Es cierto que la crisis de las salas, que para algunos era la muerte del cine, ya es una página volteada en muchos países desde el afianzamiento hace varios años de las salas de los *multiplex*, que por el contrario atraen nuevos públicos. Ahora bien, como este fenómeno es posterior a la consolidación territorial de las audiencias televisivas en América Latina, su difusión es limitada, además del alto costo de inversión. Por ejemplo, mientras en Lima el número de salas de exhibición ya alcanza una cifra comparable a la de hace 25 años con la aparición de *multiplex* gigantes de hasta 16 pantallas, en el interior del Perú la extinción de los cines es prácticamente total, en contraste con un parque de exhibición que en su conjunto superaba hace igual número de años al de la capital. Curiosa yuxtaposición de centralismo en versión neoliberal con apetitos cinematográficos frustrados cuyo resultado son pésimas proyecciones públicas y en pantalla grande de vídeos piratas de dudosa calidad. Déficits como éstos tipifican los infortunios de un Cuarto mundo cinematográfico a cuyo sujeto, sin narraciones para re-conocerse en lo local y lo nacional, no le queda más que migrar o quedarse en su confín mirando lo peor de la globalización.

El segundo asunto por abordar es el vínculo con el cine americano, singular, qué duda cabe, por razones de proximidad histórica y desigualdad económica. Como antecedente, la oralidad primaria prevaleciente en Hispanoamérica a inicios del cine sonoro fue una barrera para la producción del país del norte, dado el rechazo al subtítulado y la ajenidad del inglés. Esto condujo en el Hollywood de 1930 a producir 40 largometrajes en español, totalizándose 85 hasta 1940, destinados al público del continente.(31) Tradición "latina" de la que nacieron figuras como Dolores del Río y Ramón Novarro, con orígenes aún más antiguos, dada la presencia mexicana en California, que hacia 1918 ya iba a 5 cines en el centro de Los Angeles a ver películas de su país.(32) A la inversa, el magnetismo de los géneros americanos se asentó en el continente hace algo como noventa años, a lo que se añadió, a falta de potencial económico, el culto al *american way of life*, lo que objetivamente ha hecho oscilar los imaginarios latinoamericanos entre la ensoñación ilimitada del cine hegemónico y el deseo de reconocimiento, hasta convertirse casi en una ambivalencia constitutiva de la modernidad cultural latinoamericana. El resto de la historia es conocido.

Es útil confrontar esto con otros modelos de campo cinematográfico. Los países grandes de Europa han contado con alto potencial productivo desde hace casi 100 años, con géneros variados y adaptados a la talla de los mercados, más una legitimidad cultural enlazada con la de las artes y letras y unos acentos identitarios que hacen del cine un asunto de Estado. El apelativo de "cines nacionales" no resulta entonces inapropiado, no obstante un fomento a la coproducción que es moneda corriente hace más de 30 años y le sigue dando vigor a la industria. Todo ello no hace retroceder a la abrumadora competencia de Estados Unidos, que ocupa un promedio del 73% de las pantallas, (aunque en España descendió del 77 a 62% entre 1992 y 2001). Esta supremacía es aleccionadora e invita al realismo si comparamos con nuestro continente, donde las perspectivas de integración están en pañales y el intercambio cinematográfico no llega al gran público. Por ello no es prudente afirmar que lo nacional desapareció. Pese al proceso de integración regional, los países europeos casi no se miran entre sí; por ejemplo, la programación de películas francesas

en Alemania no llega ni al 1% de los estrenos y en España apenas alcanza el 3.6%. A pesar de todo ello, el cine de la Unión Europea ha incrementado su presencia en las pantallas de la región del 17 al 23% entre 1991 y el 2000, con unos 250 millones de espectadores más.(33)

Destino semejante tiene el ex-modelo estatal de Europa oriental, cuya actividad se mantiene pese a la apertura comercial y las privatizaciones. La Rusia postcomunista produjo más de 400 largometrajes hasta 1999, Polonia más de 200.

Otro término de comparación es el de las cinematografías que fueron ajenas a la hegemónica, como las de China, Egipto o la India. Por encontrarse geográfica y culturalmente lejos de Hollywood, cuentan con una producción independiente y sostenida de larga data, generalmente de baja calidad y protegida por sus Estados. En estos países pobladísimos los procesos de modernización fueron acompañados por una demanda de ingentes cantidades de narración, abastecida localmente a causa de diferencias lingüísticas y pruritos ideológicos. Aunque ya ingresaron al baile de la globalización, su producción no ha sido mellada; la ha incluso potenciado. *Titanic* logró en China la bicoca de unos 40 millones de espectadores, monumental éxito de taquilla que no ha impedido expresarse a la nueva hornada de cineastas chinos que como Chen Kaigé y Zhang Yimu figuran en las ligas mayores del buen cine.

Sin embargo, el mayor conocimiento de obras de cinematografías poco conocidas o emergentes -Corea, Irán, Israel, Finlandia- son golondrinas que no hacen el verano.

Si comparamos, las capacidades productivas latinoamericanas son menores, salvo en Brasil y México. La talla de los mercados nacionales ya es otro tema, pues no es insuficiente de por sí. Su exigüedad proviene en algunos casos de la migración de los géneros narrativos hacia la televisión -lo melodramático a la telenovela principalmente-, que si bien existe en otras regiones, en nuestro continente llevó a los exhibidores a extremos de crisis entre los años 80 y 90, por algo llamados de la "década perdida". El aumento explosivo de las videoreproductoras es otro indicador del efecto de las transformaciones de las culturas urbanas. Pero la preferencia por ver cine de alquiler en casa depende entre otros factores, del poder adquisitivo. El 88% de los hogares australianos cuentan con una videoreproductora; 86 de los canadienses y americanos; 87 de los franceses y holandeses; pero sólo 38% en el Brasil y 15% en el Perú.(34) A su vez, el peso de la televisión ha subordinado al cine, fijándole parámetros. Le ha prestado su *star system* y reducido a definirse frente a ella por diferencias comerciales como la de mostrar y decir todo aquello de escabroso que se excluye de la pequeña pantalla, para conveniencia de la inversión de poco riesgo. La alternativa de un cine original pero accesible y legitimado culturalmente se ha hecho más difícil con la tendencia de las *majors* de Hollywood a copar las salas. Así, de 1970 a 1995 la importación de películas americanas en México aumentó del 40 al 60%, en Ecuador superó el 90%, en Venezuela ha llegado a duplicar entre 1975 y 1993, del 40 a 80%, etcétera.(35) Pero más allá de los números, la posición culturalmente fronteriza de América Latina frente a la industria norteamericana es complicada. Acaso lo suficientemente cerca de ella para sucumbir a su magnetismo y compartir nombres y temas, renovando la vieja tradición de los hispanos, pero siempre lejos por el abismo de matrices culturales.

LA NECESIDAD DE POLÍTICAS

No se trata de argumentar en contra o a favor de Hollywood *per se*. La crítica va más bien al desfase entre, de un lado, los flujos culturales activados por la globalización, que incluyen complejas dinámicas nacionales y regionales, y por otro, este predominio americano, constitutivamente incapaz de traducir las tensiones y la riqueza simbólica de esos flujos. Ello se debe sencillamente a que la globalización carece de un centro, lo que hace imposible a un solo sujeto narrador apropiársela para dar una sola visión de conjunto. En otros términos, este invasivo copamiento de las pantallas americanización de la ficción cinematográfica objetivamente impide la circulación de otros tantos relatos que expresan otras experiencias del descentramiento cultural, lo que lleva a confundir americanización con globalización. Al contrario, con la intensa circulación planetaria de personas, bienes materiales y simbólicos se configuran escenarios de diversidad que deberían invitar a la curiosidad y a la mutua tolerancia. Ese desequilibrio provocado por un "cine único" sería entonces una metáfora benigna del odio y la violencia generadas por la intolerancia y de las que el propio pueblo americano fue víctima con la tragedia del *World Trade Center* de Nueva York. Ahora bien, puede observarse que esta cinematografía también ha ido cambiando desde dentro. Los "independientes" se abren paso tematizando lo que las *majors* no abordan, innovando en los géneros y reduciendo la costosa participación de las superestrellas.(36)

¿Y cómo se enrumba América Latina? No puede verse para el mediano plazo una producción caracterizada por su algo volumen, pero sí puede y debe asumirse que el futuro está en la integración regional, por razones de costo y mercado, pero sobre todo de problemas comunes de afirmación cultural. Problema fundamental quizá sea la falta de claridad en las políticas culturales. Con justa razón critica García Canclini el anacronismo del que hacen gala los Estados ignorando a las industrias culturales al mismo tiempo que celebran a pianistas clásicos y pintores, y protegen los monumentos históricos,(37) cuando el drama de las identidades se está jugando en aquéllas. Un indicio es la admiración mundial profesada hacia escritores como Borges, Paz, Vargas Llosa o García Márquez, en contraste con el insuficiente reconocimiento a algunos cineastas latinoamericanos destacados incluso en sus propios países. Sin menoscabo de la novela y el cuento, las políticas culturales deben primeramente prestar especial atención a los debates sobre el futuro del comercio mundial y luego ubicarse en las perspectivas de la competitividad y la innovación tecnológica.

El primero de estos tres asuntos es el más grave. La progresiva supresión de barreras aduaneras y la restricción a la asistencia estatal harán aún mayores el predominio audiovisual anglosajón y el recorte de la producción latinoamericanas. Como se sabe, la cláusula de la "excepción cultural", resultante de una iniciativa europea en el debate sobre el comercio mundial de 1993 de excluir los bienes culturales audiovisuales de los acuerdos del GATT es de una duración limitada.(38) La protección a la producción de imágenes en regiones íntegras conseguida mediante esa cláusula tiene vigencia hasta al año 2003, a menos que entonces se apruebe una prórroga de 3 años. Las protestas anti-globalización que suscitan las reuniones de la Organización Mundial de Comercio sin duda aumentarían si, de levantarse esa "excepción cultural", se añadiesen las quiebras de más de un cine nacional a la fragmentación económica inducida por la ortodoxia neoliberal. En el plano de las cinematografías latinoamericanas, las inquietudes van por el lado de la creación del ALCA (Area de Libre Comercio Americana), frente al cual es necesario dar respuestas articuladas regionalmente si el reto es el de la competitividad.

Por lo tanto, el segundo asunto consiste en unir esfuerzos en proyectos durables y de envergadura, como los que promueve el Programa IBERMEDIA. Este fue aprobado en la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado de 1997, y constituye seguramente el intento más serio de crear un espacio regional audiovisual, con la ventaja de las participaciones de España y Portugal. La toma de consciencia al nivel más alto de la necesidad de afirmar las culturas de esta región ampliada mediante el cine, integrando procesos de producción y distribución, pero manteniendo la diversidad, es de por sí un logro, aunque todavía esté dando sus primeros pasos. En Agosto de 2002, IBERMEDIA tenía en cartera solicitudes de ayuda financiera para coproducir 52 largometrajes de 11 países(se requiere de un mínimo de 3 países para la coproducción), y para desarrollar 56 proyectos.(39) Además de ser una posibilidad de recuperar costos en mercados ampliados, el intercambio de películas a escala continental favorece el conocimiento mutuo, suponiéndose que, a la inversa de la telenovela, las escrituras cinematográficas tienen una densidad que despierta otro interés que el consumo de estereotipos.

No menos importantes es el tema de las innovaciones tecnológicas. Históricamente, la narración ha ido cambiando según los soportes con que ha contado. Recordemos que las cámaras portátiles con toma de sonido directo facilitaron en los años 60 la renovación del realismo cinematográfico y la personalización de la expresión, de donde se afirmó el "cine de autor". En la última década las nuevas tecnologías introdujeron una mutación cualitativa que ha originado nuevas formas de narrar y de ubicar al receptor frente a lo narrado. Su importancia no reside en la multiplicación de los soportes; se deriva del cambio cualitativo suscitado por el avance de la informática y la digitalización de las imágenes, que instauran un nuevo régimen de lo visible. La interactividad le da a la simulación en la computadora una operatividad particular, la de hacer visible lo abstracto. Como ha planteado Alain Renaud, *"la Imagen contiene y despliega plenamente una cuota de Saber; inversamente, la visibilidad, asumida por la imagen, incorpora, materializa iconológicamente el concepto, al cual aporta la dimensión de una información estética, sensible"*.(40)

Esta mutua implicación entre visibilidad y discursividad es también una nueva relación entre el sujeto y la pantalla, cuyo ejemplo más simple es el *Nintendo*. El paso de la imagen-espectáculo al simulacro interactivo, equivalente al del texto lineal e irreversible al hipertexto arborescente y reversible, ya está creando nuevos imaginarios y distintas formas de leer, lo cual en un futuro no muy lejano transformará la industria. En cambio, el flujo de narraciones audiovisuales por Internet ya es una realidad, para la cual IBERMEDIA está creando CIBERMEDIA, un segundo programa de cooperación, cuyo objetivo es

precisamente preparar al cine de Iberoamérica a incorporarse a los flujos audiovisuales ofrecidos globalmente en línea.

Además, la ficción audiovisual quizá esté en la víspera de un vuelco, gracias también a la digitalización. La reducción de costos de rodaje y la facilidad de la edición no lineal brindadas por el video digital perfeccionado están dándole un acceso previamente insospechado a realizadores que por límites presupuestales permanecían inactivos. Es cierto que la calidad de esta imagen electrónica es inferior a la de la fotografía cinematográfica, pero la idea de producir sin la constricción de los distribuidores y la libertad de crear sin someterse a la estandarización comercial es una ventaja comparativa interesante para la producción independiente. El derecho de los cines latinoamericanos a algo más que sobrevivir es un principio compartido por muchos, incluso dentro de los Estados Unidos mismos, pues lo que está en cuestión es una lógica oligopólica y no la, por demás admirable, cinematografía de ese país. La multiplicación de producciones independientes de gran originalidad, ajenas a las *majors* de Hollywood es una ilustración.⁽⁴¹⁾ Pero en contrapartida, la gran industria luce también su capacidad de seleccionar y apropiarse de algunas para renovarse, dejando a la mayor parte en la orfandad. A fin de cuentas, la "americanización" del cine no tiene por referente a la realidad americana, ni es un hecho estrictamente territorial. La proyección colonialista del modelo de vida americano al resto del mundo es por lo tanto una falsa hipótesis, pues la diversidad y los conflictos culturales y étnicos nacidos en ella son algo que pocas veces figura, o no encuentra un significativo fílmico que le haga justicia. Esa fragmentación característica de la globalización es también una línea gruesa que marca el lomo de la sociedad americana. En otros términos, hay que distinguir entre la realidad de los flujos y conflictos interculturales de esta época, de los que también forma parte la sociedad americana, y los referentes de la americanización, que son otra cosa, son imaginarios. Los imaginarios fílmicos más rentables -los que triunfan en Chicago y Denver, pero también en Sevilla, Caracas y Bangkok- y no la inmensa diversidad que se ve en las calles. Kymlicka ha deconstruido la tradición liberal norteamericana que pintaba idílicamente a los Estados Unidos como una tierra de integración cultural, para proponer la idea más realista de múltiples identidades rotando en torno a una cultura *societal*.⁽⁴²⁾ En suma, la exigencia del multiculturalismo en una época de intenso movimiento migratorio efectivamente denominadores comunes y se convierte en una razón de más para asumir que la causa de los cines del continente debe subordinar el interés económico a los valores de la diversidad. Alain Touraine sostiene que la aspiración al multiculturalismo y a la conservación de la memoria histórica son en esta época equivalentes a lo que hace dos siglos fueron los movimientos por la soberanía popular y más adelante por el salario justo.⁽⁴³⁾ Tal como éstos actuaron y aún actúan en las calles, el teatro de aquéllas está en el espacio público de los flujos de imagen, texto y sonido. Cuánto recojan los políticos de esta constatación ya es otro cantar.

NOTAS:

1. Datos tomados de <http://uis.unesco.org>; <http://www.cnc.fr/>; de la agencia Nielsen EDI (<http://www.edidata.com>); y de CRETON, Laurent. *Cinéma et marché*. Paris, Armand Colin, 1997. pp. 106-107.
2. ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e industria cultural*. Sao Paulo, Ed. Brasiliense. 1988.
3. Véase el capítulo dedicado a la ciudad de San Francisco de CASTELLS, Manuel. *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*. Madrid, Alianza Universidad, 1986, así como PORTES, A. and RUMBAUT, R. *Immigrant America. A portrait*.
4. Berkeley & Los Angeles, University of California Press, 1990.
5. El juicio de algunos intelectuales americanos sobre la historia social del siglo XX separa lo que acontece en las últimas cuatro décadas de lo anterior. Se subraya cómo durante los periodos de migración intensa a Estados Unidos y de crecimiento de las grandes ciudades el ideal democrático jeffersoniano es percibido como la aspiración a una sociedad sin clases, en la cual aparece este modo de producción industrial seriado y accesible. Véase LASCH, Christopher. *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy*. New York, W.W. Norton, 1996. p. 64.
6. DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. Routledge, Londres y New York, 2001. pp. 43-47.
7. Hollywood no se impuso desde un inicio. El grupo empresarial Pathé-Frères fue la primera potencia en la historia del cine, pues asoció la producción con la distribución y la construcción de inmensas salas (llamadas palaces), así como con la fabricación de cámaras y proyectores. El debastecimiento de película virgen negativa y las dificultades derivadas de la guerra le quitaron a Francia ese primer lugar. No obstante, muchos aspectos de la producción fílmica industrial creados por Pathé-Frères fueron determinantes en Estados Unidos, como también en Italia y posteriormente en la Unión Soviética. ABEL, Richard. *In the belly of the beast: the early years of Pathé-Frères*. En *Film History*, vol. 3, n.4, Londres, John Libbey, Diciembre 1993. pp. 363-385.
8. Román GUBERN es sin ninguna duda quien mejor ha estudiado la relación entre el cine y los mitos contemporáneos. Son referencia obligatoria en la materia Mensajes icónicos de la cultura de masas. Barcelona, Lumen, 1974; y *Espejo de fantasmas. De John Travolta a Indiana Jones*. Madrid, Espasa Calpe, 1993.
9. Datos obtenidos de GUBERN, Román. *Historia del Cine. Tomo I*. Barcelona, Lumen, 1973. pp. 370-71, del *World Culture Report de UNESCO*, Paris, UNESCO, 1998, p. 352, y de <http://www.cnc.fr/cncinfo/283/panorama.htm>
Fuente: http://firewall.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/prod.htm
10. Datos de BILBATUA, M. (comp.) *Cine soviético de vanguardia*. Madrid, Alberto Corazón, 1971. p. 20.
11. http://firewall.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/prod.htm

12. Las vistas panorámicas y documentales remontan a los últimos cinco años del siglo XIX. La ficción llega un poco después. El filme brasileño Rocca, Carletto e Pegatto na casa de detença data de 1908, el mismo año de El Fusilamiento de Dorrego, el primero en Argentina, aunque el primer éxito comercial vino en 1915 con Nobleza gaucha. La primera película mexicana de ficción fue rodada en 1916.
13. Véase SARLO, Beatriz. Una modernidad periférica. Buenos Aires, 1988; y de Renato ORTIZ, op. cit.
14. Al respecto, véanse especialmente en HENNEBELLE, Guy y GUMUCIO DAGRÓN, Alfonso Les cinémas de l'Amérique latine, Paris, Lherminier, 1981, los capítulos sobre Argentina, Brasil y México de Octavio GETINO, Paulo A. Paranagua y Emilio GARCÍA RIERA sobre Argentina, Brasil y México respectivamente.
15. México ya era el primer productor en lengua española desde 1933.
16. GARCÍA RIERA, Emilio, op. cit., p. 379; PARANAGUA, Paulo A., op. cit, p. 166. En Internet puede consultarse un buen portal en el que figura una buena cantidad de sitios web latinoamericanos: <http://lanic.utexas.edu/la/region/cinema>
17. El Estado populista dió un nuevo impulsó en 1949. Los grandes estudios construidos por la empresa Vera Cruz en Sao Bernardo do Campo y el propósito de difundir internacionalmente un cine de gran calidad terminaron en un fracaso económico. Salvo por O Cangaço de Lima Barreto (1953), no quedó mucho más. En muchos otros casos, la cuota de pantalla era usada para colocar películas de mala calidad.
18. PARANAGUA, Paulo A., op. cit, p. 166. Puede encontrarse una buena reseña del cine brasileño contemporáneo en <http://cinemabrasil.org.br/indexpo.html>
19. GETINO, Octavio. op. cit., p. 30-31.
20. Pueden consultarse <http://www.surdelsur.com/cine/>, o <http://www.cineargentino.com>
21. MATO, Daniel. Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del géneros. En GARCÍA CANCLINI, N. y MONETA, J.C.(coordinadores) Las industrias culturales en la integración latinoamericana. México, UNESCO/Grijalbo, 1999. pp. 257-58.
22. Ver sobre todo los trabajos de Nora MAZZIOTTI La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina. Buenos Aires, Paidós, 1996, y los contenidos en FADUL, Anamaria (ed.). Serial Fiction in Television. The Latin American Telenovelas. Sao Paulo, ECA-USP, 1993. Con respecto a los géneros cómicos véase SODRÉ, Muniz. A comunicação do grotesco. Introdução à cultura de massas brasileira. Petrópolis, Ed. Vozes, 1971 y PEIRANO, Luis y SÁNCHEZ LEÓN, Abelardo. Risa y cultura en la televisión. Lima, DESCO, 1984.
23. Véase en <http://www.uis.unesco.org/en/statistics/tables/> Cines: número de establecimientos, número de asientos, frecuentación anual y reacudación de taquilla.
24. SLUYTER-BELTRAO, Marília. Interpreting Brazilian Telenovelas. En FADUL, Anamaria, op. cit. pp. 63-76.
25. MARTÍN BARBERO, Jesús y REY, Germán. Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, Gedisa, 1999. pp. 89-94.
26. Una ilustración de ello es el "presente sin memoria" de la relación de los videófilos mexicanos con las películas que alquilan. Asimismo, en esta investigación dirigida por Néstor GARCÍA CANCLINI destaca el desinterés de estos videófilos por qué películas alquilan, siempre y cuando sean de acción-aventura. En Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo, 1995. pp. 140-141.
27. GARCÍA CANCLINI, Néstor. (coordinador) Los nuevos espectadores. México, IMCINE, 1994. p. 142-154. Como comenta MARTÍN BARBERO, la amplia convocatoria de la telenovela no la exime de su esquematismo ni de la baja calidad, debida al apetito de lucro de las grandes empresas. op. cit., pp. 93-94.
28. HOLTZ, Deborah. Los públicos de vídeo. En GARCÍA CANCLINI, Néstor. (coordinador). op. cit., pp. 215-221. PROTZEL, Javier. Grandeza y decadencia del espectáculo cinematográfico. En Contratexto, 9. Lima, Universidad de Lima, 1995.
29. La agencia IBOPE-TIME de Lima informa por ejemplo que en Agosto de 2002, la telenovela de mayor rating, Como en el cine, lograba 18.8 puntos, mientras que la película Jumanji, con Robin Williams, la superaba casi en 50%, con 26.9.
30. HANNERZ, Ulf. Transnational Connections.. Culture, People, Places. London, Routledge, 1996.
31. Sombras habaneras del cubano René Cardona fue la primera de esta serie de filmes, algunos de los cuales fueron rodados en los estudios de Joinville, en Francia. GARCÍA RIERA, Emilio. op. cit., pp. 369-70.
32. BEN AMOR, Leila. Les médias latinos aux Etats-Unis. En Problèmes d'Amérique latine. n. 43, nouvelle série, octobre-décembre 2001. Paris, La documentation Française. p. 87.
33. Información detallada en <http://www.cnc.fr/cncinfo/>
34. Datos del World Communications Report, publicado por de UNESCO. Paris, 1997, de <http://www.recordingmedia.org>, y para el Perú, de <http://www.inei.gob.pe>.
35. Véase <http://www.uis.unesco.org>
36. Para un buen análisis de las reacciones defensivas de la industria americana puede verse la obra citada de Laurent CRETON.
37. GARCÍA CANCLINI, Néstor. La globalización imaginada. Buenos Aires, Paidós, 1999. pp. 186-87.
38. Una buena reseña del debate sobre la excepción cultural en Iberoamérica más Italia y Francia es el dossier de prensa que entonces elaboró la Unión Latina. HULLEBROECK, Joelle. (ed.) Las negociaciones del GATT en materia audiovisual. Lima, Unión Latina, 1994.
39. <http://www.programaibermedia.com>
40. RENAUD, A. Comprender la imagen hoy. Nuevas Imágenes, nuevo régimen de lo Visible, nuevo Imaginario. En VV.AA. Videoculturas de fin de siglo. Madrid, Cátedra, 1996. p. 12.
41. No entendamos que la producción "independiente" es no comercial. AFMA, asociación de marketing para cine que los agrupa factura anualmente 4 billones de dólares (<http://www.afma.org>).
42. KYMLICKA, Will. Ciudadanía multicultural. Paidós, Barcelona, 1996.
43. TOURAINE, Alain. Pourrons-nous vivre ensemble? Égaux et différents. Paris, Fayard, 1997. pp. 208-209.