



Conferencia del Sector Cinematográfico y Audiovisual de la Unión Europea, América Latina y el Caribe

Muestra Audiovisual Chilena en Casa de América

Madrid, 17 al 22 de abril de 2002

A. ACTIVIDADES REALIZADAS

I. Nota Preliminar

España detenta la presidencia de la Unión Europea durante el primer semestre de 2002. Desde esta plataforma, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) de España convocó a una conferencia sobre la *cooperación de la Unión Europea y los terceros países en el campo cinematográfico, especialmente Iberoamérica y el Mediterráneo*, regiones de interés estratégico para Europa. La convocatoria consideraba oportuno reunir a representantes gubernamentales de la cinematografía con organizaciones iberoamericanas, europeas y mediterráneas vinculadas a la industria audiovisual, los días 18 y 19 de abril de 2002 en la Casa de América de Madrid.

El área Cine y Artes Audiovisuales, de la división de cultura del Ministerio de Educación de Chile, hizo extensiva la invitación a representantes de la sociedad civil, ofreciendo a la Plataforma Audiovisual de Chile la posibilidad de asistir. Con ello, este departamento demuestra estar a la altura de los tiempos; en el actual e hiperactivo proceso de globalización, **es cada vez más frecuente la participación de representantes de la sociedad civil en foros internacionales** a los que antaño se invitaba sólo a encargados gubernamentales.

El tema central de la conferencia era pues la *cooperación en materia audiovisual*, como instrumento de excelencia para reforzar la cooperación entre países en general.

En forma simultánea, ese mismo 18 y 19 de abril, representantes del gobierno chileno (DIRECON) se encontraban en Bruselas, en la última ronda de negociación por un Tratado de Libre Comercio entre nuestro país y la Unión Europea. Durante enero a marzo 2002, Plataforma Audiovisual había dialogado directamente con la DIRECON abogando por la exclusión de las industrias culturales de dicho tratado la industria audiovisual entre ellas. A la par, había solicitado a DIRECON la inclusión de la industria audiovisual en el capítulo de cooperación de dicho Tratado.

Así pues, la Plataforma Audiovisual esperaba en esta conferencia delimitar con mayor precisión el campo de la *cooperación*, a la par de encontrar elementos para construir un programa de coproducción y distribución vinculante con la Unión Europea, que fomentase el desarrollo de ambas industrias audiovisuales, a partir del sustrato proveído por los programas multilaterales Media (Europa) e Ibermedia (Iberoamérica.)

II. Conferencia sobre coproducción (18 de abril de 2002, mañana)

El director de política audiovisual de la Comisión Europea, Jean-Michel Baer, inmediatamente orientó el campo de la coproducción en 3 grandes líneas:

- a) **constatar el estado de relaciones audiovisuales** actuales entre la UE y América Latina y el mediterráneo. Una política de cooperación debe orientarse a un correspondiente intercambio comercial, el que no es tal debido al dominio de Estados Unidos con un 70% del mercado audiovisual europeo. Por tanto hay una cuota de mercado muy baja disponible en Europa para las obras de terceros países. Los potenciales de desarrollo de intercambios mutuos no han sido desarrollados de óptima manera.

- b) **Abrir el diálogo hacia el aumento del intercambio audiovisual.** Una primera iniciativa ha sido poner en marcha festivales de cine europeo a través del mundo, organizados por las delegaciones o los servicios culturales de los Estados miembros de la UE. Se realiza hoy un estudio de factibilidad para la constitución de una plataforma que ofrezca a promotores de festivales una asistencia técnica y acompañamiento cultural de su operación, a fin de convertir dichos festivales en oportunidades efectivas de vitrina de cine tanto europeo como del país anfitrión, y que favoricen el diálogo entre los profesionales de dicho país y la UE. A su vez, se invitará más de 70 festivales europeos a reservar una parte de su programación para las creaciones de América Latina y del Mediterráneo. El programa Media plus, finalmente, podría abrirse a la formación de profesionales de terceros países.
- c) **Fomentar el diálogo profesional y político sobre políticas audiovisuales,** para intercambiar experiencias prácticas sobre los instrumentos reglamentarios y financieros más eficaces, nutriendo así la cooperación entre los actores. La UE favorece el desarrollo del intercambio cultural y comercial, pero respetando a la vez la diversidad cultural. El abandono de las políticas audiovisuales a las solas leyes de mercado no garantiza de por sí la expresión de dicha diversidad y por el contrario conducen al mantenimiento de posiciones dominantes en los mercados. Por ello, los proyectos que se inventen en la conferencia, los acuerdos de cooperación audiovisual bilaterales y regionales, los instrumentos reglamentarios o financieros en política audiovisual, todo ello debe ser llevado a cabo fuera de la Organización Mundial de Comercio. Se debe encuadrar al mercado para que se respeten las preferencias colectivas o diversidad cultural; y no encuadrar a la noción de diversidad cultural en beneficio del funcionamiento del mercado. En esto la UE no es proteccionista, por el contrario, de entre los industrializados es *de facto* el mercado audiovisual más abierto.

Por su parte, la exposición del exdirector de Industrias Culturales de la UNESCO, sr. Álvaro Garzón, se centró en perfilar el mercado hispanoamericano del cine. Éste cuenta con la ventaja comparativa de la **unidad idiomática**: 456 millones de habitantes ligados por lazos idiomáticos y culturales. Sin embargo, este mercado está fragmentado en sub-mercados domésticos, a causa de barreras legales y políticas proteccionistas, lo que impide explotarlo al nivel de economía de escala que podría tener.

Por otro lado, la región latinoamericana no manifiesta todavía una "**cultura de consumo**" similar a la estadounidense. En 1995, 1.225 millones de estadounidenses fueron al cine, cifra superior a los 240 millones de latinoamericanos o 700 millones de europeos que asistieron a salas durante 1996. Para dar solución a este problema se debe complementar el "enfoque culturalista" del mercado audiovisual: en la medida que el sector privado enfrenta la creación audiovisual no sólo como arte, sino también como producto audiovisual, **el aspecto de distribución o mercadeo se vuelve tanto o más importante que la producción y su sistema de subvenciones.**

Puesto que el mercado latinoamericano no puede todavía presentar una oferta continua de títulos al sector de la distribución, ni dispone de cadenas propias de distribución/exhibición, "parece urgente instrumentar cuanto antes los mecanismos de preventas, contratos de derechos de distribución local e internacional (incluyendo televisión y videos) y montar la logística que ello supone (transporte, entregas, etc.)."¹

Garzón dedica un acápite al desarrollo de legislaciones nacionales de fomento a la industria audiovisual que son completamente pertinentes a la situación chilena actual. El objetivo central de una ley de fomento debe ser la de dotar de una infraestructura de crecimiento al *cluster*² del cine nacional, que vayan más allá de la subvención a la producción o la reglamentación de cuotas de pantalla para dicha producción.

Un segundo punto de importancia para el éxito de una ley de fomento audiovisual es llevar adelante **un verdadero diálogo entre el sector público y el sector privado** en materia audiovisual. "dos condiciones previas son sin embargo indispensables para el éxito de este diálogo: por una parte, una convergencia de

¹ Cf. Garzón, Alvaro, *Políticas institucionales y públicas en el desarrollo de la industria cinematográfica en América Latina*, pg. 11.

² Entendido el *cluster* como el conjunto de empresas que componen la cadena vertical de la cinematografía: desarrollo, producción, distribución y exhibición. En atención a la creciente especialización experimentada en los últimos 20 años en las sub-áreas de esta cadena, Garzón incluye explícitamente en el *cluster* a las micro y pequeñas empresas dedicadas por ejemplo a la provisión de insumos, asociaciones de guionistas, especialistas en pre-producción, fabricantes de máquinas y equipos, etc. que varios proyectos-ley de fomento audiovisual no han sabido incorporar adecuadamente. Garzón incluso propone orientar las políticas de incentivo fiscal no sólo hacia la inversión y financiamiento de la producción y distribución, sino también hacia el fomento de dichas pequeñas y medianas empresas de insumos y servicios.

miras entre los representantes de las agencias del Estado (convergencia que existirá si se ha dado previamente una decisión política a alto nivel) y por otra, una posición coherente de los profesionales del cine como sector, a pesar de la diversidad de profesiones y de intereses que comporta. Sólo así el diálogo puede ser fructuoso: si se da entre unos profesionales del cine que conocen y saben exponer la problemática global de su sector y un gobierno predisposto a buscar las soluciones correspondientes.³

Un tercer punto de importancia para el éxito de la ley es tomar conciencia de que los esfuerzos gubernamentales de los países de América Latina en materia audiovisual se han centrado en el primer eslabón de la cadena (producción y financiación), **olvidando el factor clave del marketing, la distribución, las redes de salas y la formación de recursos humanos.** Garzón sugiere encarar seriamente el problema de distribución, ya sea aumentando la producción con el enfoque de **mantener una oferta alternativa constante para los exhibidores internacionales**, o a través de la creación de una **red iberoamericana autónoma de salas de exhibición.**

Finalmente, **un proyecto-ley de fomento audiovisual debe diseñar una política del cine que tenga en mente la necesaria apertura que pueda luego traducirse en cooperación regional**, y que asesore en la remoción de las barreras administrativas y burocráticas entre los países iberoamericanos. Garzón tiene el cuidado de no confundir esta remoción con la necesaria reserva de mecanismos de protección o subvención de los productos culturales del país, por cuanto a las industrias culturales como el cine no se les puede aplicar las mismas cláusulas anti-dumping que a las demás mercancías, considerando que por razones de mercado lingüístico restringido necesitan de apoyos especiales para subsistir.

En la medida que la llamada "excepción cultural" de 1994—específica de la industria audiovisual—se mantenga vigente en el seno de la OMC, todos los países podrán seguir instrumentando medidas proteccionistas a favor del cine. Si se pierde dicha excepción, sólo los países **en vías de desarrollo** seguirán gozando del privilegio especial de no aplicar las cláusulas de trato nacional o nación más favorecida, para poder crear entre ellos zonas de libre comercio, no pudiendo participar los países industrializados, **ni siquiera evocando características idiomáticas o culturales**⁴.

Ante la convergencia de las exposiciones de Garzón y Baer, hice ver a la mesa la situación particular de Chile, que actualmente negocia un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos sin tener a la vista una reserva o excepción cultural. En el actual escenario, no sólo se trata de tomar un camino paralelo y externo a la OMC, sino también de abstenerse de firmar acuerdos bilaterales que por su naturaleza son más rápidos y que también podrían obstruir el desarrollo de las industrias audiovisuales locales.

Posteriormente, productores cinematográficos de Francia e Italia expusieron sus experiencias fácticas en el campo de la coproducción internacional. Me reuní privadamente con el productor francés Thierry Forte para explorar posibilidades de coproducción con países iberoamericanos.

III. Conferencia sobre distribución (18 de abril de 2002, tarde)

La conferencia inicial a cargo de Giampaolo Sodano, presidente de los distribuidores italianos, hizo fuerte hincapié en el error de orientar los fondos de apoyo a los creadores antes que a las empresas. Ello explica el que muchas obras audiovisuales ingresen al mercado de distribución por sí solas, sin el suficiente respaldo económico para llevar adelante una campaña de mercadeo que posibilite su explotación en los diferentes mercados de destino. En su opinión, **son las empresas las que pueden explotar capitales a fin de echar a andar una "máquina" de producción y distribución audiovisual.**

Roberto Trejo, de la CORFO chilena, aprovechó de comentar que los esfuerzos por explorar la cooperación desplegados por la presente conferencia carecen de sentido si se basan en mezenagos o buenas intenciones, haciendo alusión a que la producción iberoamericana ha crecido en los últimos 7 años y que países como Chile

³ Cf. Garzón, Alvaro, *Políticas institucionales y públicas en el desarrollo de la industria cinematográfica en América Latina*, pg. 15.

⁴ "Una [nueva] interrogante se abre con la negociación que culminaría con la puesta en marcha del Área de Libre Comercio de las Américas, ALCA, instrumento que uniría el comercio de dos grandes países industrializados, Canadá y EE.UU. con el resto de los países latinoamericanos." Op.cit., pg. 7

se hacen hoy presentes buscando mecanismos que permitan ante todo desarrollar buenos negocios a las empresas de ambas partes.

Isabelle Dubar, distribuidora independiente de Francia, ilustró que las distribuidoras de su país son en su mayoría microempresas de 3 a 5 personas que aprovechan diversas líneas concursables del programa Media. Explicó también los esfuerzos y dificultades por traer a suelo francés la producción audiovisual de otros países. También me reuní con ella privadamente para explorar posibilidades de distribución de cine chileno en su país.

El director de unidad del programa Media, Jacques Delmoly, hizo una presentación somera de las diferentes líneas concursables del programa Media y Media plus. Nuestro programa Ibermedia presenta sólo 4 líneas concursables, representando una versión menor del programa Media.

Carlos Morelli, el argentino que preside el Europa Cinema Center, explicó su estrategia de promoción del cine europeo en el territorio del Cono Sur. Morelli basa su accionar en el trabajo conjunto con la European Film Promotion, oficina con sede en Hamburgo que aprovecha una línea del programa Media para preparar muestras de cine europeo en diferentes festivales del mundo, citando como ejemplo más reciente los festivales de Pusán (Corea) y Toronto (Canadá.) En conjunto con Morelli, han organizado anualmente una muestra de cine europeo en Punta del Este, que también ha sido llevada a Santiago de Chile.

La EFP busca oportunidades de apertura de mercados para el cine de la UE en diferentes latitudes del planeta. Me reuní con Claudia Landsberger, su presidenta, para presentar un brochure del Festival de Valdivia y explorar la posibilidad de elaboración de una muestra de cine europeo en la próxima versión de septiembre 2002. Llegando a Chile, despaché toda la información a la oficina de producción en Valdivia a fin de establecer los nexos entre Landsberger, Morelli y Lucy Berkhoff, directora del festival de Valdivia.

Andrés Vicente Gómez, presidente del Media Business School, ilustró el campo de la promoción como sector **fundamental** para estimular la circulación de las películas, perfilando el área de promoción (a diferencia del área de publicidad) como todas aquellas actividades que inciden en dar a conocer la película antes de que esté estrenada: making of, conferencias de prensa, periodistas en el set, campañas asociadas a merchandising, contrato publicitario con estaciones de TV, etc.

Finalmente, Marion Döring, directora de la European Film Academy, explicó la génesis y necesidad de desarrollar un certamen de premiación del cine europeo que fuese paralelo a la ceremonia de los Academy Awards u Óscars de Estados Unidos, a instancias de célebres directores europeos como Wim Wenders. Hoy por hoy, los European Film Awards (EFA) dan forma un programa anual de TV transmitido por todo el planeta, constituyendo éste una potente herramienta de promoción de este cine.

IV. Conferencia sobre narrativa/creación literaria en proyectos de coproducción (19 de abril, 2002)

La observación más relevante sobre este tema fue hecha por Ignacio Aliaga el día anterior: ninguna máquina de producción audiovisual puede funcionar si descuida a los creadores y el imaginario local que ellos proveen y representan. Una cinematografía "iberoamericana" o "euro-ibero-americana" debe incorporar mecanismos que permitan el desarrollo de un imaginario colectivo que corresponda a tales zonas geográficas. De otro modo, el público asistente no se sentirá reflejado por tal cine. El campo de la coproducción puede dar pie a combinaciones tan novedosas como cine canadiense-finlandés, chileno-húngaro, etc.

La exposición del escritor chileno Jorge Edwards se esmeró en explicar cómo construir historias que sean de interés tanto para un público iberoamericano como europeo. En especial, hizo referencia a los personajes europeos del pasado que un buen día se vinieron al Nuevo Mundo en busca de oportunidades, y desarrollaron toda una vida aquí, ejemplificando esto con el caso del arquitecto Joaquín Toesca, constructor del Palacio de La Moneda, y en quien Edwards se inspiró para la escritura de su novela *El Sueño de la Historia*.

Por otro lado, enfatizó que **la imagen es bastante más desnuda que la palabra**; la visualización de una obra literaria y su puesta en escena suele apartarse del espíritu del texto, lo que desencadena desacuerdos entre el escritor y el director.

Finalmente, a veces el escritor debe rendirse a las exigencias del productor en materia de promoción: la construcción visual de un film debe prestar oído al éxito comercial, y ello a veces lleva a tomar decisiones sobre la puesta en escena que desnaturalizan la intención inicial del texto. Lo ejemplificó con una novela de él cuyo personaje protagonista era un viejo. El productor del film no aceptó que en el celuloide el protagonista también fuera un viejo.

Por mi parte, aproveché la instancia para hacer presente las limitaciones a las que se debe someter un film al adentrarse en las estrategias de *branding* o *product placement*. En estos casos no es ya sólo una exigencia del productor: la película debe abrazar completamente el sistema ético y/o de creencias de la marca auspicante, constituyéndose esto en un verdadero filtro de la creación del director y el guionista.

V. Conclusiones

El proyecto de declaración final de la Conferencia, a nuestro juicio, no da debida cuenta de todo aquello que se exploró durante las 2 jornadas.

En primer lugar, aunque 2 puntos tematizan la importancia de la preservación de diversidad cultural, ninguno se adentra en planteamientos más concretos en esta materia, a pesar de que a lo menos 3 presentaciones (Baer, Garzón, Forte) fueron bastante específicos en la forma de tratar el punto.

En segundo lugar, el punto 9 recoge la inquietud de promover la participación de entidades bancarias, públicas y privadas en la financiación, pero sin reflexionar sobre la advertencia de algunas de las conferencias en el sentido de **enfatar los nuevos esfuerzos en la distribución del cine iberoamericano**, con énfasis en las áreas de **circulación y promoción** del cine producido en esta área.

Asimismo, el texto no recoge la importancia de **levantar todas las trabas burocráticas que impiden la configuración definitiva de un mercado común audiovisual iberoamericano**.

En último lugar, me parece pertinente destacar que **la forma en que la conferencia ha abordado la palabra cooperación no ha sido precisa**. Es claro que la constitución del mercado común iberoamericano del audiovisual es una meta que exige de alta voluntad política y del desarrollo de instrumentos internacionales ora que constituyen dicho mercado, ora que protegen la diversidad cultural. Ambos tipos de instrumento, en jerga internacional de comercio, exceden el campo de la cooperación. En este sentido, los puntos 3 y 6 que hablan del intercambio comercial y del surgimiento de un diálogo "normativo" sobre política audiovisual resultan insuficientes a la luz de la velocidad con que ocurren las negociaciones bilaterales y multilaterales en el actual proceso de globalización. Cabe señalar que a partir del "audiovisual paper" presentado por Estados Unidos en la OMC⁵, **a partir de marzo 2003 se iniciará una negociación del sector audiovisual en el seno de este organismo** a menos de que los Estados-miembro se abstengan explícitamente de llevarlo a cabo. La declaración de esta conferencia resulta un tanto anacrónica a este respecto.

VI. Muestra de Cine Chileno en Casa de América

La Casa de América es un verdadero nexo de actividad audiovisual iberoamericana. La mayoría de los audiovisualistas chilenos residentes o en tránsito por España mantienen algún vínculo con esta institución. Ella es una ventana importante de promoción del cine chileno, brindando la oportunidad de poner en contacto a realizadores chilenos con público español.

Durante mi estadía en Madrid, se proyectaron 2 films chilenos, *Antonia* de Mariano Andrade, y *Bastardos en el Paraíso*, de Luis R. Vera. El día antes se había exhibido *La Fiebre del Loco* de Andrés Wood. No asistí a ninguna de las exhibiciones, pero conversé por separado con cada director sobre diferentes materias.

Con Mariano Andrade, sobre la coordinación con Cámaraquinta a.g. para el seguimiento del proyecto-ley de fomento audiovisual en el Congreso.

⁵ *Audiovisual and Related Services, Communication from the United States*, Documento OMC S/CSS/W/21, 18 de diciembre de 2000.

Con Luis Vera, sobre su experiencia de realizar una coproducción sueco-chilena y el resultado de su film en el continente europeo.

Con Andrés Wood, discutimos sobre la necesidad de implementar un sistema eficiente de producción para el cine chileno, prestando atención a los mercados, fondos concursables y retornos de inversión. Por mi parte hice ver la necesidad de profesionalizar también la sub-área de pre-producción, muy subvalorada en Chile. Para mí dicha etapa es la única y verdadera instancia de control de un rodaje cinematográfico (incluyendo el control de gastos), pues una vez que la filmación ha comenzado, el margen de maniobra se reduce al máximo.

VII. Otras actividades

Intenté contactar a la casa productora Sogepaq para explorar la posibilidad de una visita del cineasta chileno-español Alejandro Amenábar a Chile. No tuve éxito alguno.

Me reuní con Andrea Guzmán, hija del documentalista Patricio Guzmán, para ponerme en contacto con él y explorar la posibilidad de invitarlo a Valdivia a dictar un seminario sobre cine documental. Esta gestión sí tuvo el éxito esperado.

Durante el domingo 21, visité Toledo en compañía del director del Área Cine y Artes Audiovisuales del MINEDUC, Ignacio Aliaga, para intercambiar comentarios sobre la conferencia y mejorar la coordinación entre su oficina y la Plataforma Audiovisual.

VIII. Observación sobre la rendición de cuentas

El presente informe da cuenta de las actividades ejecutadas por el secretario general de la Plataforma Audiovisual, Bruno Bettati, durante su estadía de 6 días en la ciudad de Madrid entre el miércoles 17 y el lunes 22 de abril de 2002. Se ha elaborado este informe para dar cumplimiento al artículo n° 2 del oficio 004639 de 16-abril-02 de la Dirección de Extensión Cultural del Ministerio de Educación que aprobó un aporte financiero de M\$ 450 pesos chilenos para los gastos de alojamiento, movilización y alimentación del suscrito en España.

En la rendición de cuentas se han incorporado los gastos de movilización en Chile además de los de España. Ruego considerar que este secretario reside en la ciudad de Valdivia y no en Santiago. Por tanto se han incluido gastos de pasaje aéreo local y transfer a aeropuertos, por un total que en este caso es de M\$ 70.



Bruno Bettati
Secretario general
Plataforma Audiovisual de Chile

Valdivia, 22 de mayo de 2002.-