



## La buena estrella de la comunicacion hispanovisual

### Descripción

La creación cinematográfica iberoamericana vive un período de renacimiento gracias, en primer lugar, a los propios profesionales de la industria del cine; a la vuelta a la democracia en varios países —las dictaduras habían impedido la expresión audiovisual—, en segundo; al reconocimiento de la importancia del séptimo arte y, finalmente, también al aumento de la demanda audiovisual.

En todo Iberoamérica —y sobre todo en Argentina y México— el nacimiento de la gran pantalla fue brillante. En los años cincuenta conquistó al público con un cine popular, produciendo también notables películas artísticas, como las de Emilio Fernández, que abrieron el Festival de Cannes a las producciones iberoamericanas. Posteriormente, los años sesenta y setenta se caracterizaron por un cine político y comprometido que le alejó del público. Hay que esperar a los años noventa para que los autores iberoamericanos comprendan que el éxito comercial no está reñido con la calidad y produzcan películas que encuentren al público. La estrategia del caracol del colombiano Sergio Cabrera, *Como agua para chocolate* del mexicano Alfonso Arau, *Martín Hache* del argentino Adolfo Aristarain, *Guantanamera* del cubano Gutiérrez Alea, entre otras, indican los nuevos caminos del cine iberoamericano, en el mismo sentido que el cine producido en España se esfuerza, a partir de mediados de los noventa, en conquistar al público español e internacional.

El cine iberoamericano reafirma con sus películas más recientes su personalidad artística, su valor cultural y su carácter competitivo y espectacular. Además, el cine digital, gracias a su bajo coste, permite la continuidad de una tendencia experimental, como muestran *Así es la vida* de Arturo Ripstein o *Las aventuras de Dios* de Eliseo Subiela, al igual que la política de incorporación de nuevos realizadores en España facilita películas como *Solas* de Benito Zambrano o *El bola* de Acheró Mañas.

Anualmente se producen trescientas películas en español para salas de cine; muchas de ellas tienen un éxito notable en sus propios países y con una distribución internacional en aumento. Al margen de sus propios países, más del 50% de su mercado exterior está en Europa y aproximadamente un 20% en Asia, Australia y Nueva Zelanda.

---

Todos los países iberoamericanos han establecido políticas de apoyo y creado Institutos de Cine oficiales para desarrollarlas. Argentina, España y Venezuela cuentan con un fondo de ayudas. Bolivia concede créditos subvencionados, Colombia cuenta con un sistema de ayudas modesto y Chile, Ecuador, Perú y Uruguay estudian desarrollar medidas de ayuda, especialmente en las coproducciones. México cuenta con la modalidad de que su Instituto de Cine interviene como promotor y coproductor.

El impulso al cine tiene lugar también con carácter regional. La Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), creada en 1989, con sede en Caracas, agrupa a todos los países y ha desarrollado una eficaz actividad integradora del mercado cinematográfico. Ha establecido el Acuerdo Latinoamericano de Coproducciones, que facilita extraordinariamente la financiación y la distribución, y ha impulsado el programa Ibermedia, creado por la Cumbre de jefes de Estado iberoamericanos en 1997 en Isla Margarita.

Ibermedia es un programa de ayudas para el fomento principalmente de las coproducciones, a las que destina el ochenta por ciento de sus recursos. El resto se destina a distribución, desarrollo de proyectos y formación. En las tres convocatorias de ayudas que ha realizado, ha colaborado en 346 proyectos, de los cuales 53 han sido ayudas a coproducciones. Las películas realizadas con la ayuda de Ibermedia participan en los festivales internacionales de cine de mayor importancia y han conseguido un éxito popular entre los espectadores.

España es el país que cuenta con mayor número de salas de exhibición (3.400). En el resto de países iberoamericanos también se están renovando y abriendo nuevos complejos de salas, que en la actualidad suman más de 4.000 pantallas. Las películas en vídeo han tenido una importancia relativa, salvo en España, donde han encontrado un crecimiento mayor los DVD de aparición reciente. Esto se debe al espectacular desarrollo de las televisiones del país, tanto en abierto como codificadas. Los países pioneros de la televisión fueron México, Cuba y Argentina. La telenovela, la producción iberoamericana más original y de mayor exportación, se inventó en Cuba como derivación de los seriales de radio. La televisión por cable se implantó en regiones donde no llega la televisión en abierto, siendo posiblemente Argentina la que cuenta con mayor número de televisiones por cable, 1.200. Allí el satélite tiene un contexto muy favorable, al estar desregulado. Todas las televisiones cuentan con el cine como uno de sus programas estrella y las de cable hacen del cine una de las bases de la programación.

Los próximos años, marcados por la tecnología digital y con una demanda audiovisual en crecimiento, hacen de Iberoamérica un nuevo El Dorado. Así lo ven los norteamericanos, por su mercado potencial para equipamiento y programación. Es una gran oportunidad para abrir salas de cine y para producir películas. Afortunadamente, estas circunstancias favorables han sido advertidas también por los gobiernos de todos los países de la zona, y especialmente por la Cumbre de jefes de Estado en Iberoamérica. Producir en español es rentable y constituye una de las mejores formas de mantener nuestras culturas y rica diversidad. El hecho de que sea un área con un mismo idioma hace que se den las condiciones idóneas para que, bien aprovechadas, faciliten la transición a una gran etapa de cine en español.

**Fecha de creación**

29/04/2001

**Autor**

José María Otero