

Los 20 años del Programa Ibermedia: consolidación y nuevas dinámicas de cooperación para el cine iberoamericano

Os 20 anos do Programa Ibermedia: consolidação e novas dinâmicas de cooperação para o cinema ibero-americano

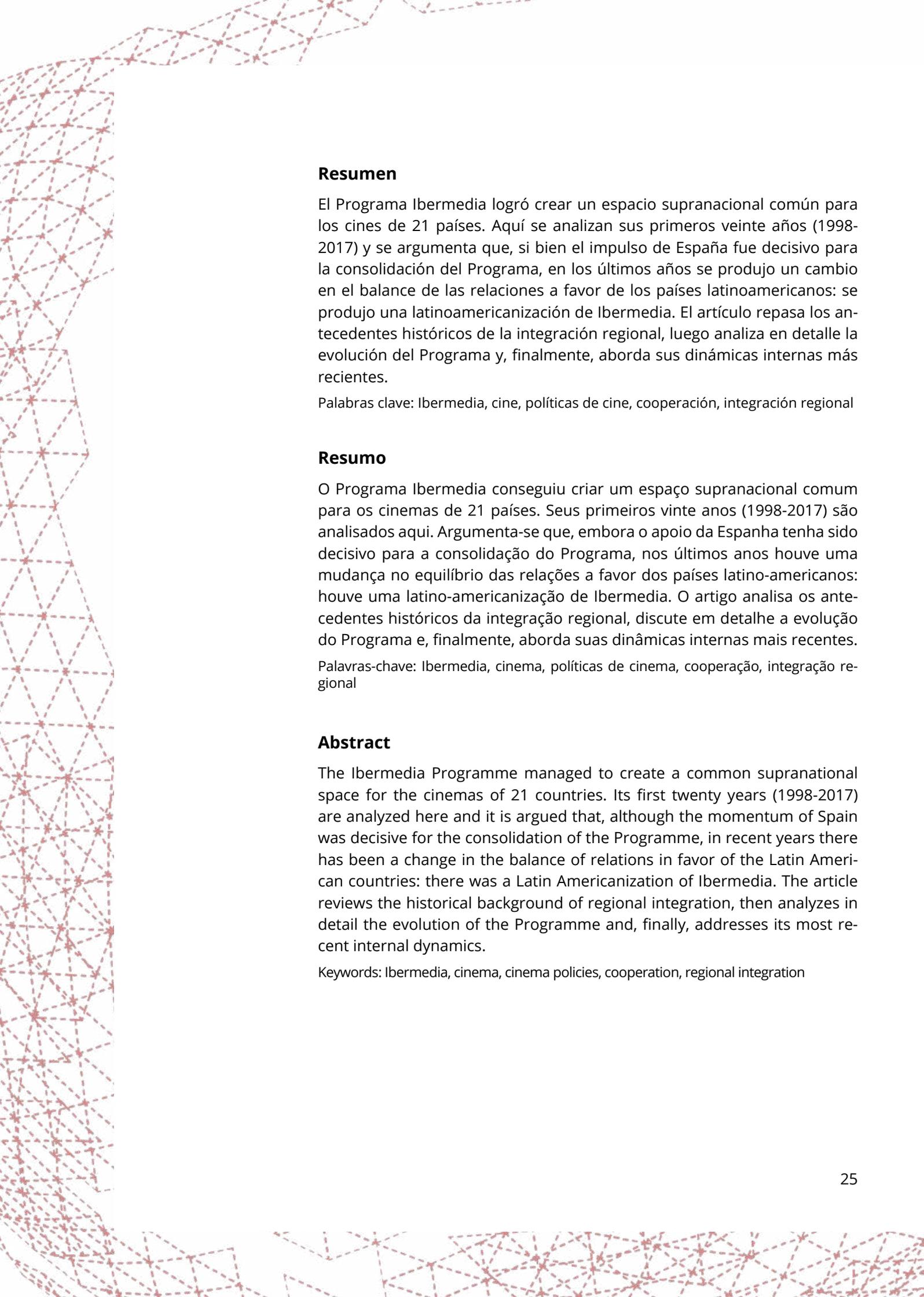
The 20 years of the Ibermedia Program: consolidation and new dynamics of cooperation for Ibero-American cinema

Leandro González

Pesquisador e professor da Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), na Argentina.

Contato: legonzal@campus.ungs.edu.ar

Submetido em: 27/05/2020
Aprovado em: 27/07/2020



Resumen

El Programa Ibermedia logró crear un espacio supranacional común para los cines de 21 países. Aquí se analizan sus primeros veinte años (1998-2017) y se argumenta que, si bien el impulso de España fue decisivo para la consolidación del Programa, en los últimos años se produjo un cambio en el balance de las relaciones a favor de los países latinoamericanos: se produjo una latinoamericanización de Ibermedia. El artículo repasa los antecedentes históricos de la integración regional, luego analiza en detalle la evolución del Programa y, finalmente, aborda sus dinámicas internas más recientes.

Palabras clave: Ibermedia, cine, políticas de cine, cooperación, integración regional

Resumo

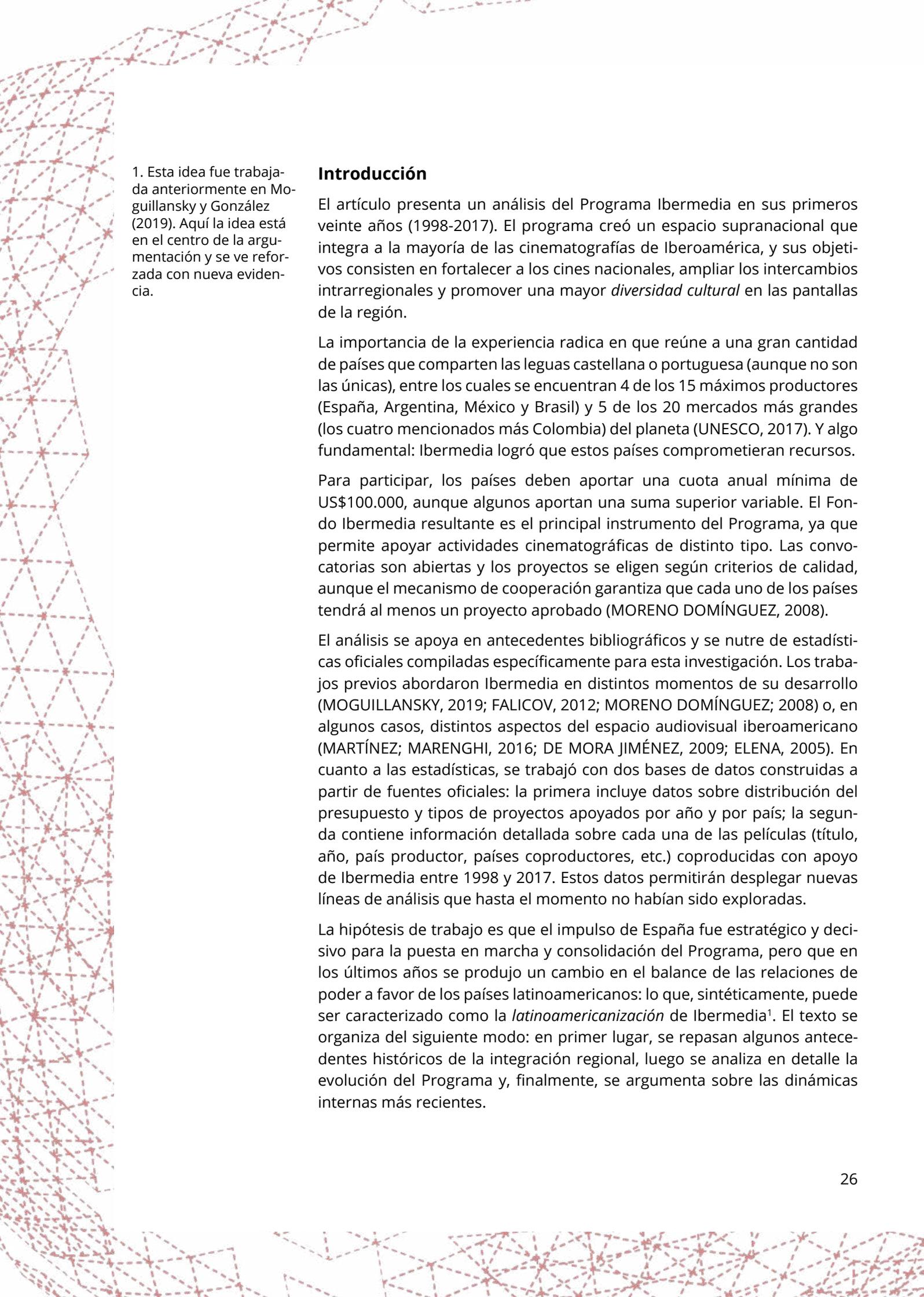
O Programa Ibermedia conseguiu criar um espaço supranacional comum para os cinemas de 21 países. Seus primeiros vinte anos (1998-2017) são analisados aqui. Argumenta-se que, embora o apoio da Espanha tenha sido decisivo para a consolidação do Programa, nos últimos anos houve uma mudança no equilíbrio das relações a favor dos países latino-americanos: houve uma latino-americanização de Ibermedia. O artigo analisa os antecedentes históricos da integração regional, discute em detalhe a evolução do Programa e, finalmente, aborda suas dinâmicas internas mais recentes.

Palavras-chave: Ibermedia, cinema, políticas de cinema, cooperação, integração regional

Abstract

The Ibermedia Programme managed to create a common supranational space for the cinemas of 21 countries. Its first twenty years (1998-2017) are analyzed here and it is argued that, although the momentum of Spain was decisive for the consolidation of the Programme, in recent years there has been a change in the balance of relations in favor of the Latin American countries: there was a Latin Americanization of Ibermedia. The article reviews the historical background of regional integration, then analyzes in detail the evolution of the Programme and, finally, addresses its most recent internal dynamics.

Keywords: Ibermedia, cinema, cinema policies, cooperation, regional integration



1. Esta idea fue trabajada anteriormente en Moguillansky y González (2019). Aquí la idea está en el centro de la argumentación y se ve reforzada con nueva evidencia.

Introducción

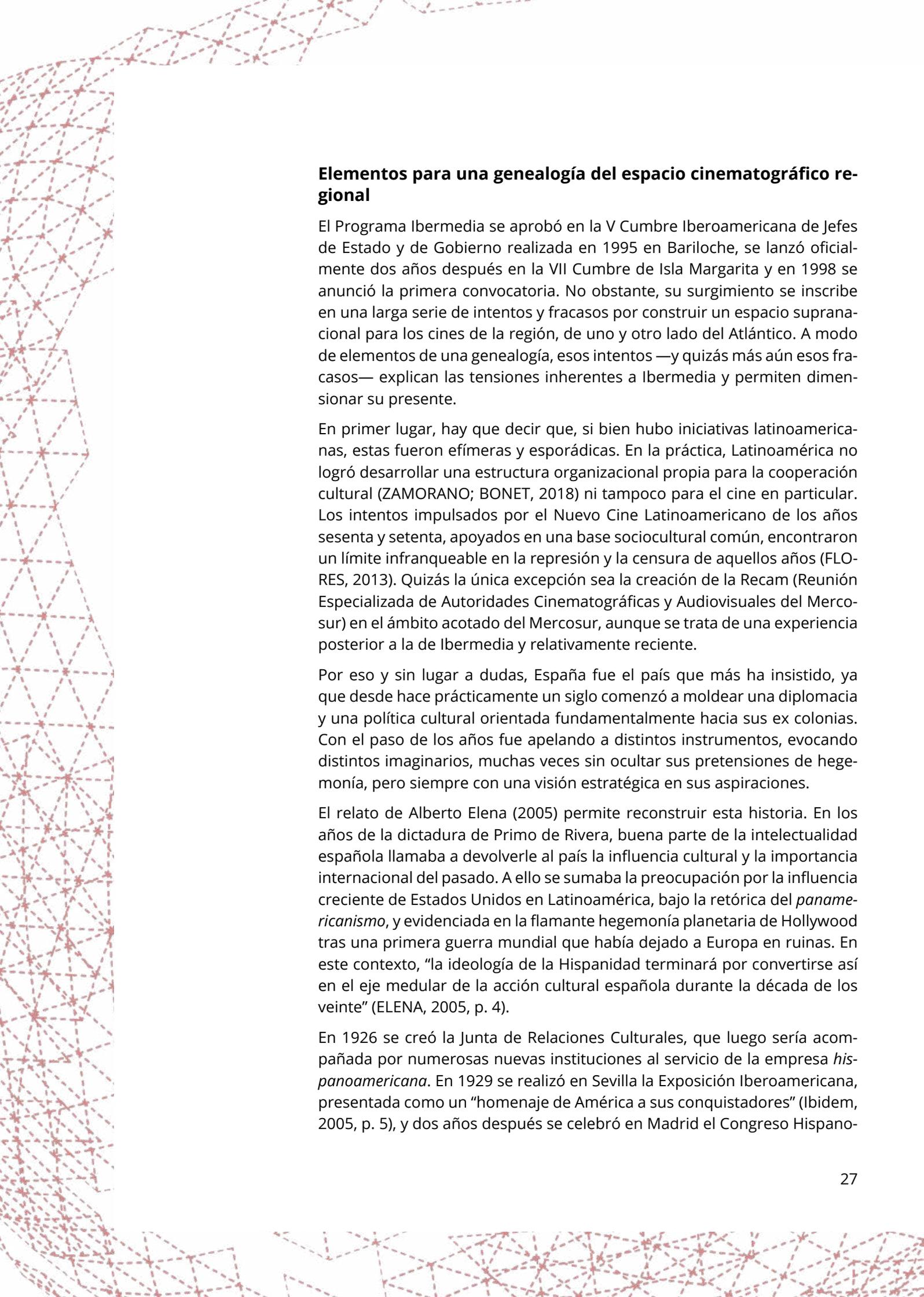
El artículo presenta un análisis del Programa Ibermedia en sus primeros veinte años (1998-2017). El programa creó un espacio supranacional que integra a la mayoría de las cinematografías de Iberoamérica, y sus objetivos consisten en fortalecer a los cines nacionales, ampliar los intercambios intrarregionales y promover una mayor *diversidad cultural* en las pantallas de la región.

La importancia de la experiencia radica en que reúne a una gran cantidad de países que comparten las leguas castellana o portuguesa (aunque no son las únicas), entre los cuales se encuentran 4 de los 15 máximos productores (España, Argentina, México y Brasil) y 5 de los 20 mercados más grandes (los cuatro mencionados más Colombia) del planeta (UNESCO, 2017). Y algo fundamental: Ibermedia logró que estos países comprometieran recursos.

Para participar, los países deben aportar una cuota anual mínima de US\$100.000, aunque algunos aportan una suma superior variable. El Fondo Ibermedia resultante es el principal instrumento del Programa, ya que permite apoyar actividades cinematográficas de distinto tipo. Las convocatorias son abiertas y los proyectos se eligen según criterios de calidad, aunque el mecanismo de cooperación garantiza que cada uno de los países tendrá al menos un proyecto aprobado (MORENO DOMÍNGUEZ, 2008).

El análisis se apoya en antecedentes bibliográficos y se nutre de estadísticas oficiales compiladas específicamente para esta investigación. Los trabajos previos abordaron Ibermedia en distintos momentos de su desarrollo (MOGUILLANSKY, 2019; FALICOV, 2012; MORENO DOMÍNGUEZ, 2008) o, en algunos casos, distintos aspectos del espacio audiovisual iberoamericano (MARTÍNEZ; MARENGHI, 2016; DE MORA JIMÉNEZ, 2009; ELENA, 2005). En cuanto a las estadísticas, se trabajó con dos bases de datos construidas a partir de fuentes oficiales: la primera incluye datos sobre distribución del presupuesto y tipos de proyectos apoyados por año y por país; la segunda contiene información detallada sobre cada una de las películas (título, año, país productor, países coproductores, etc.) coproducidas con apoyo de Ibermedia entre 1998 y 2017. Estos datos permitirán desplegar nuevas líneas de análisis que hasta el momento no habían sido exploradas.

La hipótesis de trabajo es que el impulso de España fue estratégico y decisivo para la puesta en marcha y consolidación del Programa, pero que en los últimos años se produjo un cambio en el balance de las relaciones de poder a favor de los países latinoamericanos: lo que, sintéticamente, puede ser caracterizado como la *latinoamericanización* de Ibermedia¹. El texto se organiza del siguiente modo: en primer lugar, se repasan algunos antecedentes históricos de la integración regional, luego se analiza en detalle la evolución del Programa y, finalmente, se argumenta sobre las dinámicas internas más recientes.



Elementos para una genealogía del espacio cinematográfico regional

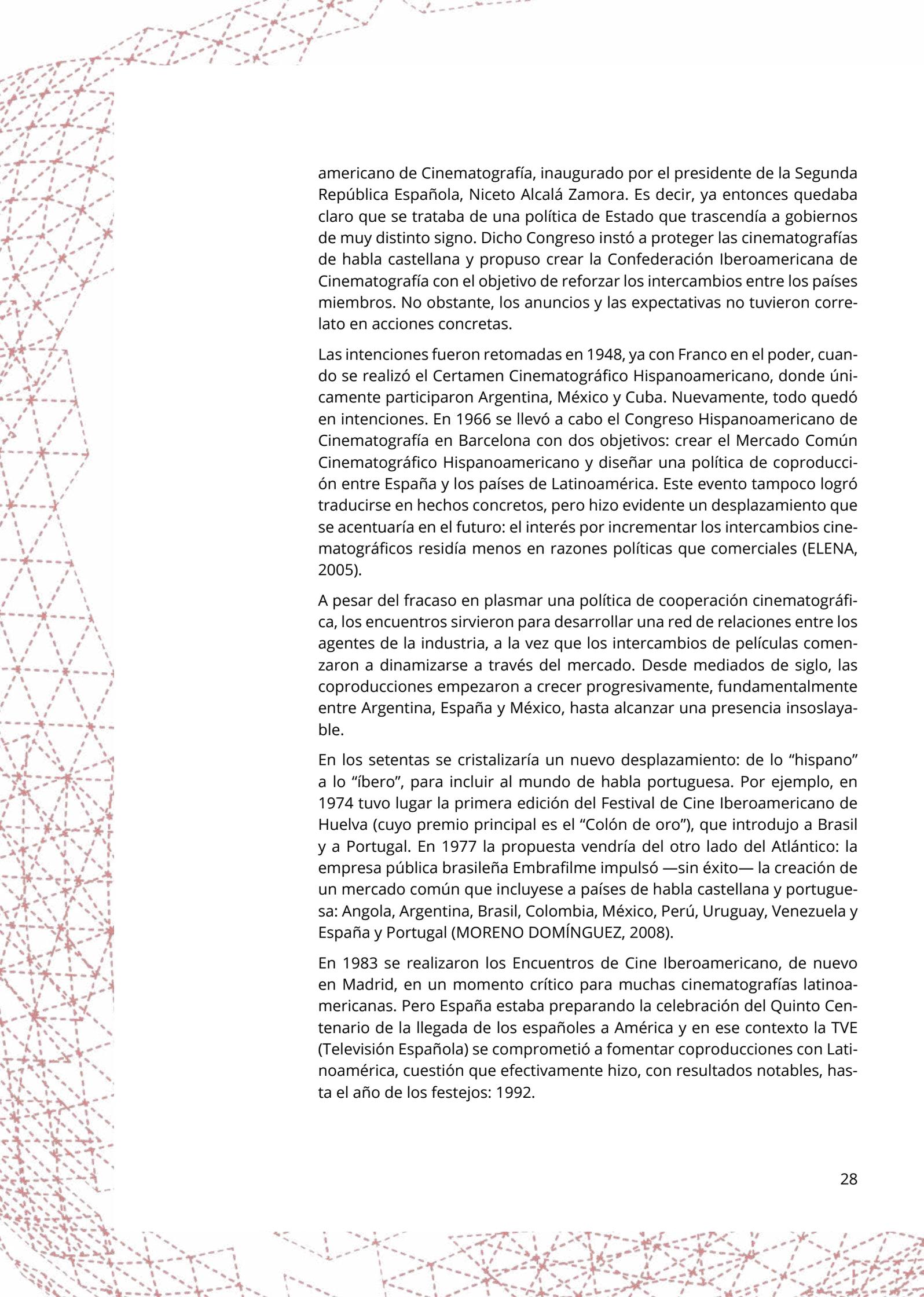
El Programa Ibermedia se aprobó en la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno realizada en 1995 en Bariloche, se lanzó oficialmente dos años después en la VII Cumbre de Isla Margarita y en 1998 se anunció la primera convocatoria. No obstante, su surgimiento se inscribe en una larga serie de intentos y fracasos por construir un espacio supranacional para los cines de la región, de uno y otro lado del Atlántico. A modo de elementos de una genealogía, esos intentos —y quizás más aún esos fracasos— explican las tensiones inherentes a Ibermedia y permiten dimensionar su presente.

En primer lugar, hay que decir que, si bien hubo iniciativas latinoamericanas, estas fueron efímeras y esporádicas. En la práctica, Latinoamérica no logró desarrollar una estructura organizacional propia para la cooperación cultural (ZAMORANO; BONET, 2018) ni tampoco para el cine en particular. Los intentos impulsados por el Nuevo Cine Latinoamericano de los años sesenta y setenta, apoyados en una base sociocultural común, encontraron un límite infranqueable en la represión y la censura de aquellos años (FLORES, 2013). Quizás la única excepción sea la creación de la Recam (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur) en el ámbito acotado del Mercosur, aunque se trata de una experiencia posterior a la de Ibermedia y relativamente reciente.

Por eso y sin lugar a dudas, España fue el país que más ha insistido, ya que desde hace prácticamente un siglo comenzó a moldear una diplomacia y una política cultural orientada fundamentalmente hacia sus ex colonias. Con el paso de los años fue apelando a distintos instrumentos, evocando distintos imaginarios, muchas veces sin ocultar sus pretensiones de hegemonía, pero siempre con una visión estratégica en sus aspiraciones.

El relato de Alberto Elena (2005) permite reconstruir esta historia. En los años de la dictadura de Primo de Rivera, buena parte de la intelectualidad española llamaba a devolverle al país la influencia cultural y la importancia internacional del pasado. A ello se sumaba la preocupación por la influencia creciente de Estados Unidos en Latinoamérica, bajo la retórica del *panamericanismo*, y evidenciada en la flamante hegemonía planetaria de Hollywood tras una primera guerra mundial que había dejado a Europa en ruinas. En este contexto, “la ideología de la Hispanidad terminará por convertirse así en el eje medular de la acción cultural española durante la década de los veinte” (ELENA, 2005, p. 4).

En 1926 se creó la Junta de Relaciones Culturales, que luego sería acompañada por numerosas nuevas instituciones al servicio de la empresa *hispanoamericana*. En 1929 se realizó en Sevilla la Exposición Iberoamericana, presentada como un “homenaje de América a sus conquistadores” (Ibidem, 2005, p. 5), y dos años después se celebró en Madrid el Congreso Hispano-



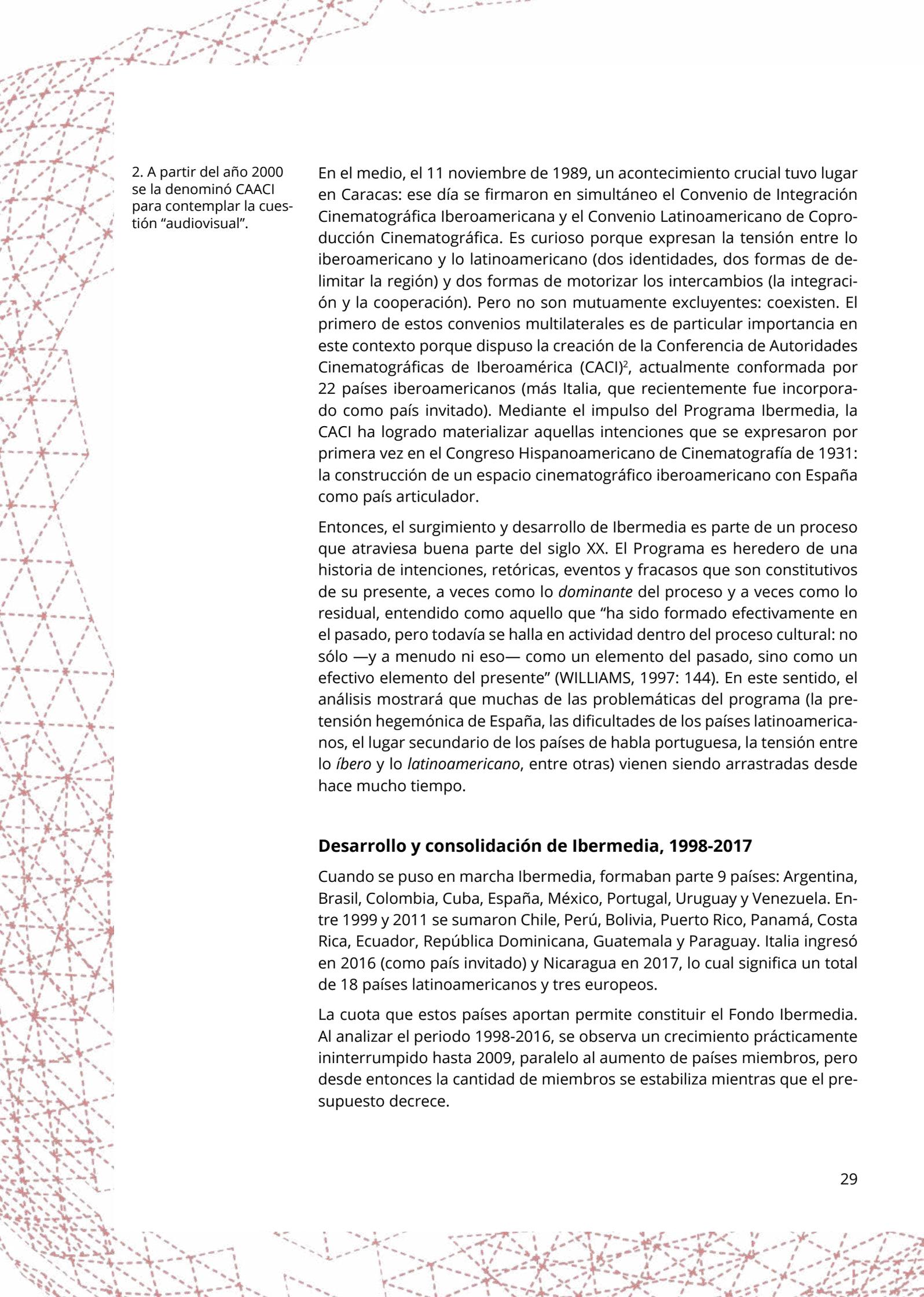
americano de Cinematografía, inaugurado por el presidente de la Segunda República Española, Niceto Alcalá Zamora. Es decir, ya entonces quedaba claro que se trataba de una política de Estado que trascendía a gobiernos de muy distinto signo. Dicho Congreso instó a proteger las cinematografías de habla castellana y propuso crear la Confederación Iberoamericana de Cinematografía con el objetivo de reforzar los intercambios entre los países miembros. No obstante, los anuncios y las expectativas no tuvieron correlato en acciones concretas.

Las intenciones fueron retomadas en 1948, ya con Franco en el poder, cuando se realizó el Certamen Cinematográfico Hispanoamericano, donde únicamente participaron Argentina, México y Cuba. Nuevamente, todo quedó en intenciones. En 1966 se llevó a cabo el Congreso Hispanoamericano de Cinematografía en Barcelona con dos objetivos: crear el Mercado Común Cinematográfico Hispanoamericano y diseñar una política de coproducción entre España y los países de Latinoamérica. Este evento tampoco logró traducirse en hechos concretos, pero hizo evidente un desplazamiento que se acentuaría en el futuro: el interés por incrementar los intercambios cinematográficos residía menos en razones políticas que comerciales (ELENA, 2005).

A pesar del fracaso en plasmar una política de cooperación cinematográfica, los encuentros sirvieron para desarrollar una red de relaciones entre los agentes de la industria, a la vez que los intercambios de películas comenzaron a dinamizarse a través del mercado. Desde mediados de siglo, las coproducciones empezaron a crecer progresivamente, fundamentalmente entre Argentina, España y México, hasta alcanzar una presencia insoslayable.

En los setentas se cristalizaría un nuevo desplazamiento: de lo "hispano" a lo "íbero", para incluir al mundo de habla portuguesa. Por ejemplo, en 1974 tuvo lugar la primera edición del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva (cuyo premio principal es el "Colón de oro"), que introdujo a Brasil y a Portugal. En 1977 la propuesta vendría del otro lado del Atlántico: la empresa pública brasileña Embrafilme impulsó —sin éxito— la creación de un mercado común que incluyese a países de habla castellana y portuguesa: Angola, Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y España y Portugal (MORENO DOMÍNGUEZ, 2008).

En 1983 se realizaron los Encuentros de Cine Iberoamericano, de nuevo en Madrid, en un momento crítico para muchas cinematografías latinoamericanas. Pero España estaba preparando la celebración del Quinto Centenario de la llegada de los españoles a América y en ese contexto la TVE (Televisión Española) se comprometió a fomentar coproducciones con Latinoamérica, cuestión que efectivamente hizo, con resultados notables, hasta el año de los festejos: 1992.



2. A partir del año 2000 se la denominó CAACI para contemplar la cuestión "audiovisual".

En el medio, el 11 noviembre de 1989, un acontecimiento crucial tuvo lugar en Caracas: ese día se firmaron en simultáneo el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana y el Convenio Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica. Es curioso porque expresan la tensión entre lo iberoamericano y lo latinoamericano (dos identidades, dos formas de delimitar la región) y dos formas de motorizar los intercambios (la integración y la cooperación). Pero no son mutuamente excluyentes: coexisten. El primero de estos convenios multilaterales es de particular importancia en este contexto porque dispuso la creación de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI)², actualmente conformada por 22 países iberoamericanos (más Italia, que recientemente fue incorporado como país invitado). Mediante el impulso del Programa Ibermedia, la CACI ha logrado materializar aquellas intenciones que se expresaron por primera vez en el Congreso Hispanoamericano de Cinematografía de 1931: la construcción de un espacio cinematográfico iberoamericano con España como país articulador.

Entonces, el surgimiento y desarrollo de Ibermedia es parte de un proceso que atraviesa buena parte del siglo XX. El Programa es heredero de una historia de intenciones, retóricas, eventos y fracasos que son constitutivos de su presente, a veces como lo *dominante* del proceso y a veces como lo residual, entendido como aquello que "ha sido formado efectivamente en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural: no sólo —y a menudo ni eso— como un elemento del pasado, sino como un efectivo elemento del presente" (WILLIAMS, 1997: 144). En este sentido, el análisis mostrará que muchas de las problemáticas del programa (la pretensión hegemónica de España, las dificultades de los países latinoamericanos, el lugar secundario de los países de habla portuguesa, la tensión entre lo *íbero* y lo *latinoamericano*, entre otras) vienen siendo arrastradas desde hace mucho tiempo.

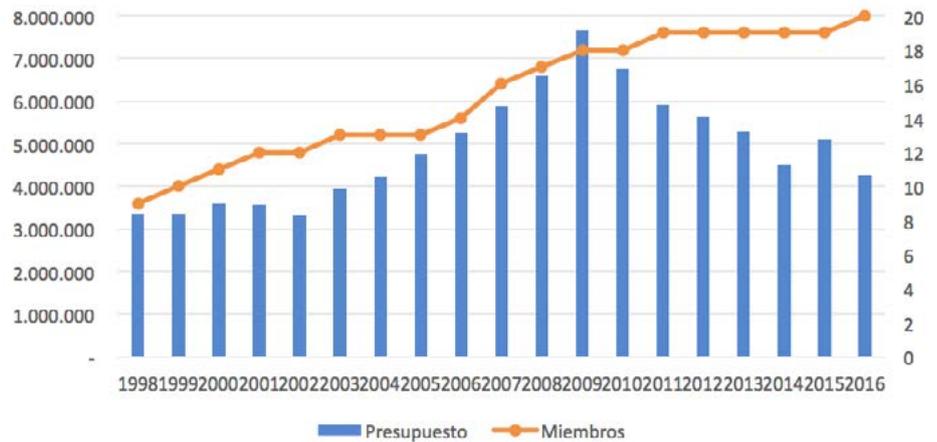
Desarrollo y consolidación de Ibermedia, 1998-2017

Cuando se puso en marcha Ibermedia, formaban parte 9 países: Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Portugal, Uruguay y Venezuela. Entre 1999 y 2011 se sumaron Chile, Perú, Bolivia, Puerto Rico, Panamá, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana, Guatemala y Paraguay. Italia ingresó en 2016 (como país invitado) y Nicaragua en 2017, lo cual significa un total de 18 países latinoamericanos y tres europeos.

La cuota que estos países aportan permite constituir el Fondo Ibermedia. Al analizar el periodo 1998-2016, se observa un crecimiento prácticamente ininterrumpido hasta 2009, paralelo al aumento de países miembros, pero desde entonces la cantidad de miembros se estabiliza mientras que el presupuesto decrece.

Gráfico 1. Evolución del presupuesto y la cantidad de miembros del Programa Ibermedia

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Sin perder de vista que no todos los países aportan el mismo monto y que los miembros recientes llevan menos años aportando, cabe analizar cómo se compone y distribuye este Fondo. En primer lugar, se destaca que España aportó el 40% y el 17% del total: a pesar del “déficit” monetario, ello posiciona a este país como el principal aportante y receptor, y es sintomático de su interés por impulsar el Programa. Brasil también aportó más de lo que recibió, segundo en ambos rubros (el 12% y 10%, respectivamente). Estos dos países son los únicos que tienen una participación “deficitaria”.

Cuadro 1. Fondo Ibermedia. Fondos aportados/recibidos por país, 1998-2016

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

País	Aportado	Recibido	Aportado	Recibido	Evolución
Argentina	\$ 6.099.956	\$ 8.950.823	7%	10%	47%
Bolivia	\$ 1.699.980	\$ 2.989.976	2%	3%	76%
Brasil	\$ 10.842.947	\$ 9.124.689	12%	10%	-16%
Chile	\$ 2.447.634	\$ 4.892.869	3%	5%	100%
Colombia	\$ 2.644.885	\$ 5.494.641	3%	6%	108%
Costa Rica	\$ 1.100.000	\$ 2.044.677	1%	2%	86%
Cuba	\$ 2.301.136	\$ 4.276.669	2%	5%	86%
Ecuador	\$ 1.319.273	\$ 2.424.884	1%	3%	84%
España	\$ 37.523.205	\$ 15.721.682	40%	17%	-58%
Guatemala	\$ 100.000	\$ 415.000	0%	0%	315%
México	\$ 6.506.192	\$ 6.831.964	7%	8%	5%
Panamá	\$ 1.375.000	\$ 2.701.533	1%	3%	96%
Paraguay	\$ 400.000	\$ 600.000	0%	1%	50%
Perú	\$ 2.117.388	\$ 4.174.921	2%	5%	97%
Portugal	\$ 4.850.000	\$ 5.297.513	5%	6%	9%
Puerto Rico	\$ 1.800.000	\$ 1.986.999	2%	2%	10%
Rep. Dominicana	\$ 1.075.000	\$ 1.445.709	1%	2%	34%
Uruguay	\$ 2.375.000	\$ 4.345.446	3%	5%	83%
Venezuela	\$ 6.112.094	\$ 6.450.749	7%	7%	6%
TOTAL	\$ 92.689.689	\$ 90.170.744	100%	100%	-3%

3. Los apoyos del rubro Formación no desaparecen en 2014, sino que fueron rediseñados: se pasa de una modalidad abierta a una centralizada por el propio Programa (Moguillansky, 2019).

Los países restantes pueden ser clasificados en tres grupos de acuerdo al nivel de superávit. El primer grupo está conformado por México, Venezuela, Portugal y Puerto Rico, que obtuvieron entre un 5 y un 10% de superávit y pueden ser considerados productores medianos y grandes (excepto Puerto Rico). El segundo, con entre el 34 y el 76%, agrupa a República Dominicana, Paraguay y Argentina. Los primeros dos países son algunos de los aportantes minoritarios, con una cinematografía acotada, mientras que el caso de Argentina es singular: es el quinto aportante y el tercer receptor en Ibermedia y uno de los máximos productores del bloque. El tercer grupo incluye productores chicos (Bolivia, Costa Rica, Panamá y Guatemala) y medianos (Uruguay, Ecuador, Cuba, Perú, Chile y Colombia), todos con un superávit superior al 75%, aunque se trata de aportantes medianos o minoritarios.

El Fondo se utiliza para apoyar proyectos según las siguientes categorías: desarrollo; coproducción; formación; distribución y promoción; delivery; y exhibición. Desde ese punto de vista, podría pensarse que Ibermedia cubre todas las fases propias de la realización de un largometraje: desde el desarrollo de una idea hasta la exhibición del producto final. No obstante, la realidad muy es distinta: no todos los rubros fueron apoyados todos los años ni en igual medida (ver Cuadro 2). La gran mayoría de los apoyos fueron orientados a desarrollo y coproducción, es decir, las fases relacionadas más directamente con la realización de una película. Luego aparece el apoyo a la realización de cursos de formación³ y, finalmente, todo lo que respecta a la comercialización: distribución y promoción, delivery y exhibición. En este último rubro sólo se apoyó a 15 proyectos entre 2009 y 2011.

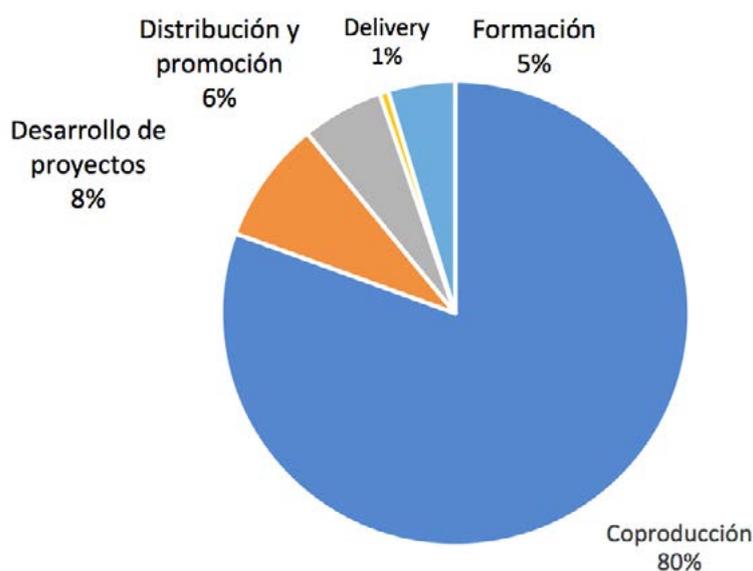
Cuadro 2. Evolución de proyectos aprobados por año y modalidad, 1998-2016

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

Año	Desarrollo	Coproducción	Formación	Distribución y promoción	Delivery	Exhibición
1998	32	15	25	46	0	0
1999	30	15	27	42	0	0
2000	21	23	49	22	0	0
2001	24	26	32	13	0	0
2002	15	26	35	13	0	0
2003	25	30	5	16	0	0
2004	21	32	9	10	0	0
2005	31	35	9	20	0	0
2006	51	46	12	16	6	0
2007	61	49	12	11	11	0
2008	69	52	15	0	10	0
2009	67	67	19	4	6	6
2010	60	69	24	7	13	4
2011	72	57	25	3	14	5
2012	66	47	26	0	0	0
2013	53	47	19	0	0	0
2014	59	43	0	0	0	0
2015	49	56	0	0	0	0
2016	53	51	0	0	0	0
TOTAL	859	786	343	223	60	15

Gráfico 2. Distribución del Fondo Ibermedia por tipo de proyectos, 1998-2008

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Otros datos muestran que, si bien los apoyos al desarrollo son superiores en cantidad a los de coproducción, en términos de dinero la coproducción absorbe el 80% del presupuesto (ver Gráfico 2). Dado que estos datos hacen referencia sólo a los primeros diez años de Ibermedia (cuando los aportes sumaban USD \$47.864.919), podría conjeturarse que esta distribución se ha concentrado aún más ya que —tal como muestra el Cuadro 2— a partir de 2012 se discontinuaron los apoyos a la comercialización (distribución y promoción, delivery y exhibición).

Esta forma de distribuir el presupuesto es problemática por varios motivos. Primero, se aparta de lo estipulado en el documento de formulación original (Programa Ibermedia, 1998), donde explícitamente se proponía destinar el 60% a la coproducción, 30% a la distribución, 5% para promoción y desarrollo de proyectos y 5% para formación y capacitación. Luego, es problemático que se haya dejado de lado el apoyo a la comercialización porque deja sin atacar el “talón de Aquiles” de las industrias cinematográficas de la región (GONZÁLEZ; BARNES; BORELLO, 2014). Por eso, la Unión Europea distribuye los fondos de otra manera: “el 64% del fondo Media está destinado a la distribución (55%) y promoción (9%) de las obras audiovisuales europeas” (PAZ GARCÍA, 2011: 3).

Estos rubros se encuentran ampliamente dominados por los agentes más poderosos de la industria a nivel global: la distribución, por las majors de Hollywood que comercializan sus propias películas (y en menor medida las de terceros) en todo el mundo a través de filiales locales o regionales, lo cual les permite dominar el mercado mundial desde hace prácticamente un siglo (LÓPEZ, 2015); la exhibición, por un puñado de empresas transnacionales que en las últimas décadas han logrado establecer el modelo de salas *multiplex* como nuevo estándar de exhibición. Además, estos dos tipos de

4. Datos de UNESCO (2017) muestran que en 2015 las 20 películas más taquilleras fueron blockbusters estadounidenses y que las dos primeras aparecieron en 53 países.

5. Los externos son: Bélgica, Corea, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Grecia, Mozambique y Suecia. Todos participaron en una película, a excepción de Francia que coprodujo 16 títulos.

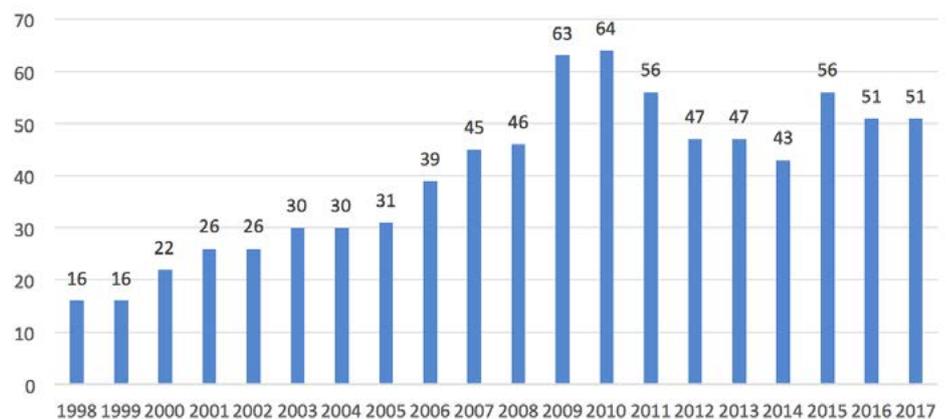
agentes tienen un acuerdo tácito (SCOTT, 2005: 140) entre sí: combinan sus películas y sus salas, concentran sus recursos y su infraestructura en un puñado de películas de gran presupuesto (*blockbusters*, o “tanques”) que son las que todos los años dominan la taquilla mundial⁴. Con lo cual, aunque el desafío es enorme, Ibermedia deja pasar la oportunidad de incidir sustancialmente sobre este aspecto.

Claro que hay atenuantes: por un lado, parece evidente que la coproducción es el único de los rubros que multiplica los vínculos entre los países iberoamericanos. Es el motor de la integración. Por el otro, podría considerarse que la comercialización es un problema prioritario para aquellos países que ya tienen apoyo a la realización (Argentina, Brasil, España, etc.), mientras que para el resto el apoyo al desarrollo y la coproducción es decisivo. Ya en 1982, la UNESCO había reconocido la necesidad de “apoyar el establecimiento de industrias culturales, mediante programas de ayuda bilateral o multilateral, en los países que carecen de ellas” (ALBORNOZ; LEIVA, 2017).

Entonces, en la práctica el Programa Ibermedia funciona como un fondo de coproducción. Consiste en un préstamo reembolsable que “no podrá exceder el 50% del coste total”, mientras que el resto deberá ser “garantizado por la empresa beneficiaria” (PROGRAMA IBERMEDIA, 1998). En sus primeros 20 años, apoyó la realización de 805 coproducciones entre los países miembros, aunque algunas de ellas incluyeron también la participación de un país externo al bloque⁵. Esto ya es un indicador de que incluso los procesos de integración regional están atravesados por flujos globales de mayor escala. Si se observa la evolución del volumen de (co)producción, el primer rasgo distintivo es el crecimiento constante hasta 2010, cuando se alcanzó un máximo de 64 títulos, seguido de un amesetamiento en torno a los cincuenta por año.

Gráfico 3. Coproducciones apoyadas por Ibermedia, 1998-2017

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



La fuente distingue entre “productor” y “coproductor”. El primero refiere al país de la empresa que lleva adelante la iniciativa, es decir, la encargada de desarrollar y encabezar el proyecto; mientras que el segundo refiere al socio que se suma a dicho proyecto realizando un aporte específico. El siguiente cuadro muestra el total de películas por país, distinguiendo cuando el país participa como productor o coproductor. Así, por ejemplo, España tiene 115 participaciones como productor y 177 como coproductor. Esto da un total de 292 *participaciones* (es decir, ocasiones en las que participa una empresa española), las cuales no se corresponden necesariamente con 292 películas, dado que —por ejemplo— en una coproducción entre España y México pueden participar dos o más empresas españolas. Por eso en la quinta columna se especifica la cantidad de películas con al menos una participación española: un total de 280. Es decir, España participó en 280 de las 805 coproducciones apoyadas por Ibermedia.

Cuadro 3. Participación por país en las coproducciones apoyadas por Ibermedia (1998-2017)⁶

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

6. Hasta el momento Nicaragua no había participado como productor dado que su incorporación como miembro se hizo efectiva en 2018 (su única participación previa fue como coproductor de una película mexicana en 2006). Italia hizo cuatro participaciones como “productor” y dos como “coproductor” en 2017, su primer año. El Salvador se incorporó en 2020.

	Productor	Coproductor	Participaciones	Películas con participación	Índice de productor
Argentina	99	156	255	242	41%
Bélgica		1	1	1	0%
Bolivia	29	8	37	37	78%
Brasil	69	48	117	113	61%
Chile	53	45	98	98	54%
Colombia	47	54	101	101	47%
Corea		1	1	1	0%
Costa Rica	20	4	24	24	83%
Cuba	28	35	63	63	44%
Dinamarca		1	1	1	0%
Ecuador	29	5	34	33	88%
EEUU		1	1	1	0%
España	115	177	292	280	41%
Francia		16	16	16	0%
Grecia		1	1	1	0%
Guatemala	4	3	7	6	67%
Italia	4	2	6	6	67%
México	47	60	107	107	44%
Mozambique		1	1	1	0%
Nicaragua		1	1	1	0%
Panamá	24	7	31	31	77%
Paraguay	8		8	8	100%
Perú	46	16	62	62	74%
Portugal	42	26	68	67	63%
Puerto Rico	12	2	14	14	86%
Rep. Dominicana	14	5	19	19	74%
Suecia		1	1	1	0%
Uruguay	57	25	82	81	70%
Venezuela	58	33	91	90	64%

En principio podía pensarse que la participación como “productor” es indicador de un mayor poderío en las relaciones que se tejen dentro del Programa. No obstante, los datos desmienten este supuesto. Para argumentarlo se elaboró el *índice de productor* (última columna del Cuadro 3), el cual se define como el porcentaje de participaciones en calidad de productor sobre el total de películas con participación. Siguiendo con el ejemplo, España participa como “productor” en el 41% de las películas en las que tiene participación.

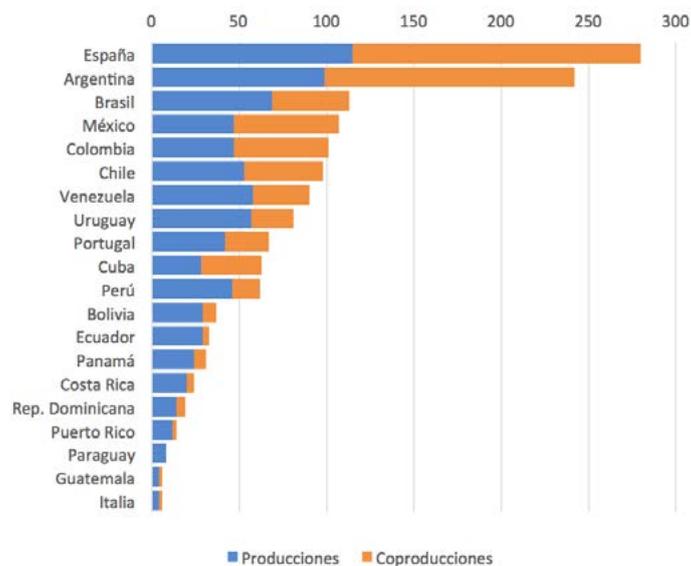
Este índice permite clasificar a los países en tres grupos. En el primero están los países con índice más alto (superior al 75%), son países con un volumen de producción relativamente bajo: Bolivia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Paraguay, Puerto Rico. El caso de Paraguay es paradigmático dado que todas sus participaciones son en calidad de “productor”.

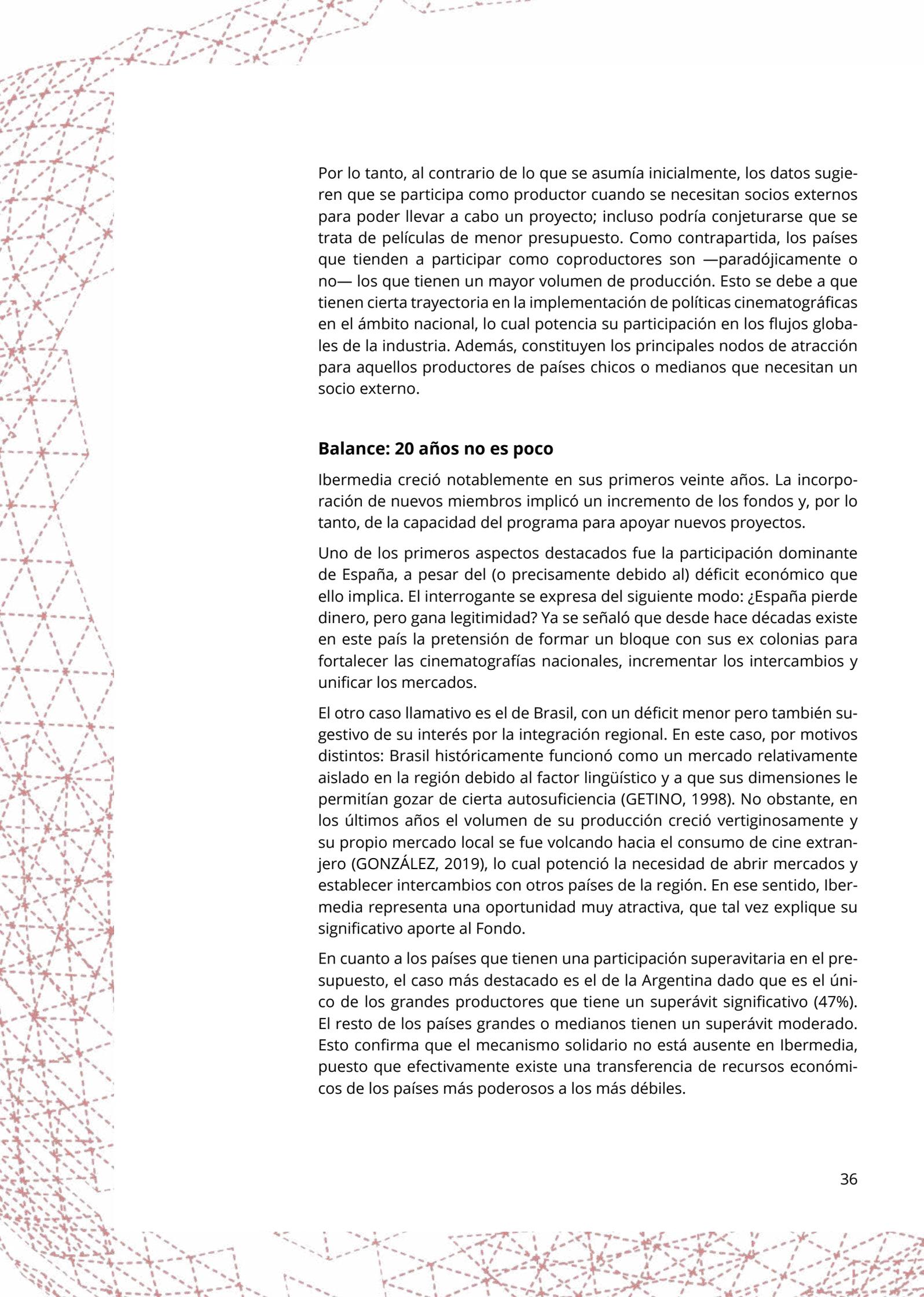
Un segundo grupo está dado por aquellos países que tienen un índice intermedio (entre el 50 y el 75%): Brasil, Chile, Guatemala, Italia, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Es el grupo más heterogéneo dado que incluye productores pequeños, medianos y grandes. Podrían argüirse barreras lingüísticas: no es casual que Brasil y Portugal estén en el mismo grupo (sobre Italia no se puede hacer una evaluación seria dada su reciente incorporación al Programa).

El tercer grupo está conformado por países por debajo del 50% de índice de producción: Argentina, Colombia, España, México y Cuba. Todos se encuentran entre los diez países con mayor cantidad de películas realizadas en el Programa (ver Gráfico 4). Además, incluye a los principales productores de Iberoamérica (sólo falta Brasil) y a Cuba, cuya presencia tal vez pueda explicarse por motivos específicos (política cinematográfica de largo plazo, política exterior latinoamericanista, dependencia de fondos de cooperación, etc.).

Gráfico 4. Países según cantidad de películas (como productor o coproductor) en Ibermedia

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia





Por lo tanto, al contrario de lo que se asumía inicialmente, los datos sugieren que se participa como productor cuando se necesitan socios externos para poder llevar a cabo un proyecto; incluso podría conjeturarse que se trata de películas de menor presupuesto. Como contrapartida, los países que tienden a participar como coproductores son —paradójicamente o no— los que tienen un mayor volumen de producción. Esto se debe a que tienen cierta trayectoria en la implementación de políticas cinematográficas en el ámbito nacional, lo cual potencia su participación en los flujos globales de la industria. Además, constituyen los principales nodos de atracción para aquellos productores de países chicos o medianos que necesitan un socio externo.

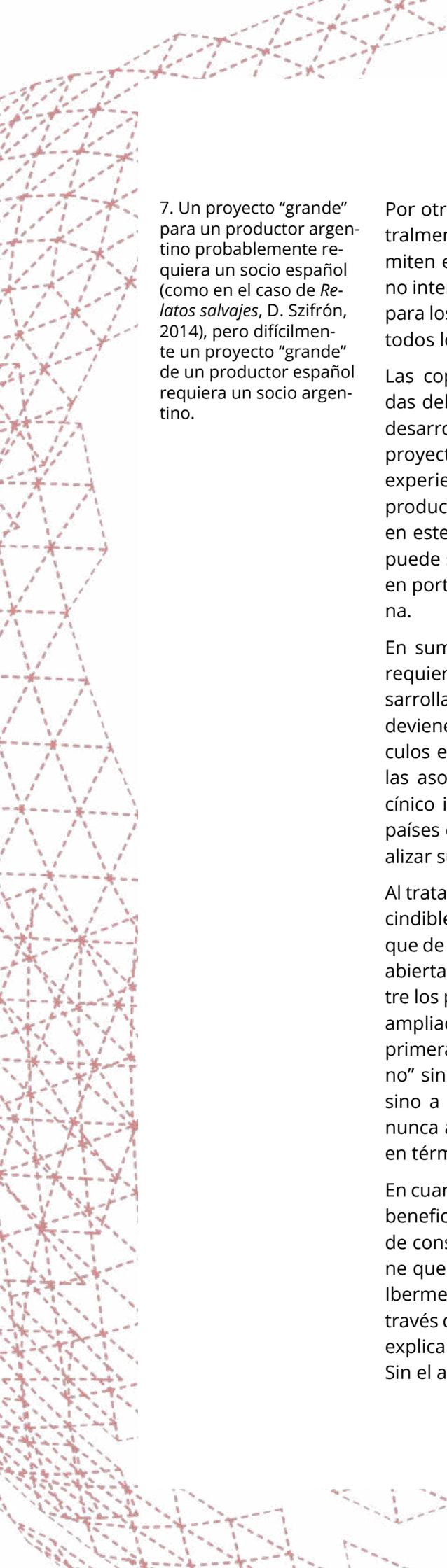
Balance: 20 años no es poco

Ibermedia creció notablemente en sus primeros veinte años. La incorporación de nuevos miembros implicó un incremento de los fondos y, por lo tanto, de la capacidad del programa para apoyar nuevos proyectos.

Uno de los primeros aspectos destacados fue la participación dominante de España, a pesar del (o precisamente debido al) déficit económico que ello implica. El interrogante se expresa del siguiente modo: ¿España pierde dinero, pero gana legitimidad? Ya se señaló que desde hace décadas existe en este país la pretensión de formar un bloque con sus ex colonias para fortalecer las cinematografías nacionales, incrementar los intercambios y unificar los mercados.

El otro caso llamativo es el de Brasil, con un déficit menor pero también sugestivo de su interés por la integración regional. En este caso, por motivos distintos: Brasil históricamente funcionó como un mercado relativamente aislado en la región debido al factor lingüístico y a que sus dimensiones le permitían gozar de cierta autosuficiencia (GETINO, 1998). No obstante, en los últimos años el volumen de su producción creció vertiginosamente y su propio mercado local se fue volcando hacia el consumo de cine extranjero (GONZÁLEZ, 2019), lo cual potenció la necesidad de abrir mercados y establecer intercambios con otros países de la región. En ese sentido, Ibermedia representa una oportunidad muy atractiva, que tal vez explique su significativo aporte al Fondo.

En cuanto a los países que tienen una participación superavitaria en el presupuesto, el caso más destacado es el de la Argentina dado que es el único de los grandes productores que tiene un superávit significativo (47%). El resto de los países grandes o medianos tienen un superávit moderado. Esto confirma que el mecanismo solidario no está ausente en Ibermedia, puesto que efectivamente existe una transferencia de recursos económicos de los países más poderosos a los más débiles.



7. Un proyecto “grande” para un productor argentino probablemente requiera un socio español (como en el caso de *Relatos salvajes*, D. Szifrón, 2014), pero difícilmente un proyecto “grande” de un productor español requiera un socio argentino.

Por otro lado, los datos muestran que el Fondo Ibermedia se destinó centralmente a proyectos de coproducción. Aunque hay elementos que permiten explicar esta orientación, sigue siendo problemático que Ibermedia no intervenga sobre la comercialización de películas. Es una cuestión crítica para los mercados cinematográficos de la región, cuya taquilla se concentra todos los años en un puñado de títulos de Hollywood.

Las coproducciones crecieron notablemente en las primeras dos décadas del Programa. En general, países con un escaso o moderado nivel de desarrollo cinematográfico pudieron desarrollar y encabezar sus propios proyectos, para los cuales suelen buscar un socio internacional con mayor experiencia. Por eso, países como Uruguay, Perú o Costa Rica buscan coproductores en países como Argentina, España o México. La particularidad en este caso es Brasil, que participa mayormente como productor, lo cual puede ser atribuido a la dificultad que representa realizar coproducciones en portugués en un espacio dominado ampliamente por la lengua castellana.

En suma: dado que la coproducción es un modelo que necesariamente requiere socios internacionales, los países con cinematografías más desarrolladas terminan siendo beneficiados directa e indirectamente ya que devienen en atractores de proyectos externos. Esa lógica rige tanto los vínculos entre Uruguay y Argentina, como entre Argentina y España, porque las asociaciones tienden a cobrar una dirección ascendente⁷. Pero sería cínico ignorar que esto tiene su lado virtuoso, dado que productores de países con menores recursos obtienen el complemento necesario para realizar sus proyectos.

Al tratarse de un proceso de integración del ámbito cultural, resulta imprescindible considerar los beneficios simbólicos —no sólo los económicos— que de ella se derivan. Éstos pueden ser explícitos (que el Programa celebra abiertamente) o implícitos (que no se enuncian, pero son ostensibles). Entre los primeros, se destaca un beneficio para todos los miembros, que han ampliado su capacidad de producir imágenes y sonidos propios. Tal vez por primera vez pueda hablarse de un cine “latinoamericano” o “iberoamericano” sin que refiera a una mera sumatoria de cinematografías nacionales, sino a un verdadero fenómeno transnacional. Además, es probable que nunca antes se hayan hecho tantas películas. Esto tiene un gran potencial en términos de *diversidad cultural*.

En cuanto a los beneficios simbólicos implícitos, es evidente que el país más beneficiado es España. Al lanzar Ibermedia logró concretar un viejo objetivo de construir un espacio cinematográfico común bajo su eje. Falicov sostiene que “España no actúa simplemente de modo altruista. (...) el Programa Ibermedia es visto por los españoles como una vía para ganar prestigio a través de su colaboración cultural con América Latina” (2012: 308). Es lo que explica el esfuerzo económico que ha hecho desde los inicios del Programa. Sin el aporte español, difícilmente habría Ibermedia.

La latinoamericanización de Ibermedia

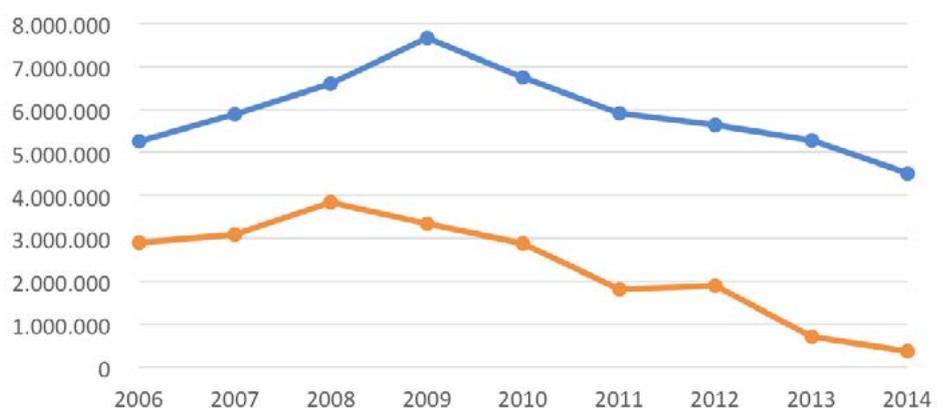
En los últimos años el balance de fuerzas dentro de Ibermedia parece estar cambiando. Por un lado, por la retracción en la participación española como resultado del impacto de la crisis financiera internacional en este país. Por el otro, por el ascenso de algunos países latinoamericanos que comenzaron a apropiarse en mayor medida del proceso de integración regional, aportando los fondos que permitieron sostener el volumen de producción. Esta nueva dinámica de la cooperación es lo que fue caracterizado como el proceso de *latinoamericanización* de Ibermedia (Moguillansky y González, 2019). A continuación, se analizarán ambas facetas del mismo proceso.

Tras la crisis financiera internacional de 2008, España implementó un recorte en los fondos de cooperación iberoamericana. También influyó el giro político, ya que los recortes que comenzaron durante la presidencia de José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011) se profundizaron con su sucesor Mariano Rajoy (2011-2018) (ZAMORANO; BONET, 2018). Esto incluyó a las tres entidades que aportaban a Ibermedia: el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA); el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y, fundamentalmente, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) (MOGUILLANSKY, 2019).

Es precisamente por dichos recortes que el crecimiento del presupuesto y de las coproducciones de Ibermedia se detuvo en 2010 y 2011, respectivamente (ver Gráficos 1 y 3). Los aportes españoles al Fondo en el primer año fueron USD \$2.000.000 sobre un total de USD \$3.350.561, mientras que en 2016 fueron USD \$434.616 sobre USD \$4.269.329. Es decir, en dos décadas su participación pasó del 60% al 10% del total. En el siguiente gráfico se puede observar un sintomático paralelismo entre los aportes de España y los aportes totales:

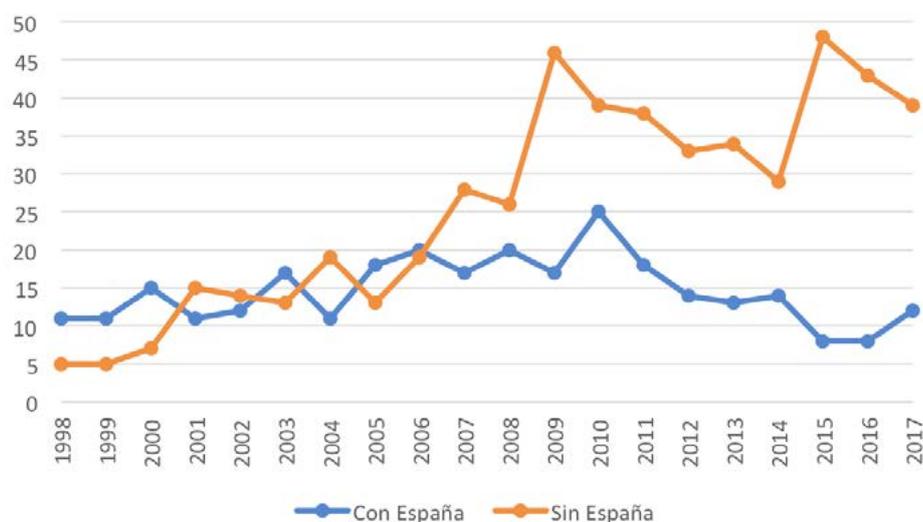
Gráfico 5. Fondo Ibermedia: comparación entre el total y el aporte de España, 2006-2014

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Esto coincide con una sugestiva reducción de la participación española en las coproducciones: ¿las empresas españolas redujeron su actividad producto de la crisis o Ibermedia deliberadamente le asignó a España una participación proporcional a su aporte? Es difícil responder de manera contun-

Gráfico 6. Coproducciones apoyadas por Ibermedia según tengan participación española o no
 Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



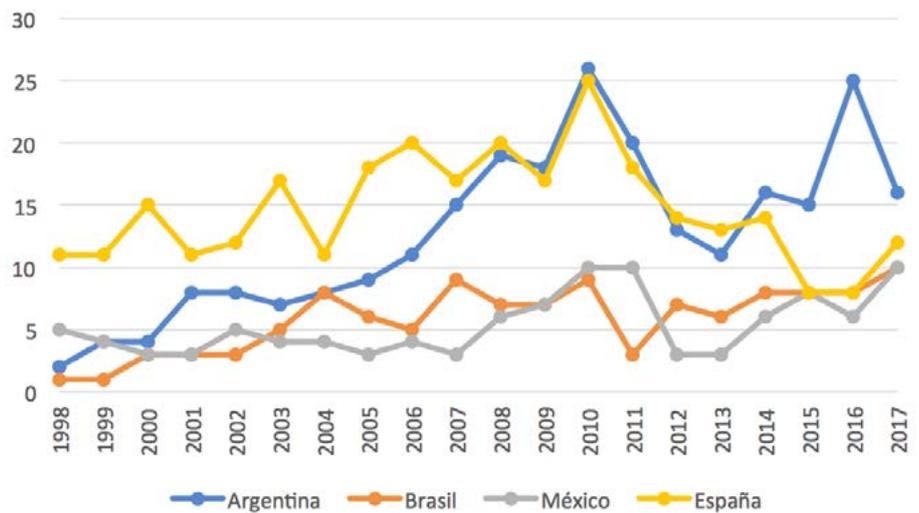
Estos datos dan el pie para pasar a analizar el otro lado del proceso: el ascenso latinoamericano. Se trata de un fenómeno que se inscribe en un contexto más amplio, relacionado con la llegada al poder de diversas fuerzas de izquierda y centro-izquierda en distintos países de Sudamérica desde fines de los años noventa (Zamorano y Bonet, 2018). Estas fuerzas enarbolan un discurso que combina tópicos latinoamericanistas (indigenismo, antiimperialismo, plurinacionalidad, etc.) con críticas al neoliberalismo (privatización, desregulación, etc.). Su geopolítica se caracteriza por la apuesta a la integración regional, impulsando formas de cooperación en una lógica Sur-Sur. Todo esto se apoya en un imaginario latinoamericanista, asociado por tanto a una identidad “latinoamericana” que nunca se disuelve en la más amplia “iberoamericana”, la cual sigue siendo vista como una creación de España (Gratius, 2006) y, por lo tanto, como un significante neocolonial.

En el ámbito cinematográfico, este nuevo contexto se expresa en iniciativas de distinto tipo: acuerdos bilaterales de coproducción y cooperación, espacios multilaterales más acotados (como la RECAM o Cinergia), plataformas de streaming (Retina Latina, etc.), entre otros (FALICOV, 2019). Dentro de Ibermedia, este ímpetu se hace ostensible en el hecho de que a partir de 2007 la gran mayoría de las películas comenzaron a realizarse fundamentalmente entre países latinoamericanos (Gráfico 6).

Una forma de explorar esta cuestión es poniendo foco en los cuatro máximos productores iberoamericanos. De esta forma surge con nitidez el ascenso de Argentina desde 2005 (ver Gráfico 7). Entre Argentina y España hay un sugestivo paralelismo en el periodo 2007-2013, probable síntoma de la dependencia mutua en los esquemas de coproducción. Lo cierto es que Argentina supera a España en 2009 y desde entonces se convierte en el mayor productor de Ibermedia. En cuanto a Brasil y México, se observa un crecimiento moderado que en los últimos años los acerca estrechamente a los niveles de España.

Gráfico 7. Participación de Argentina, Brasil, México y España en las coproducciones de Ibermedia

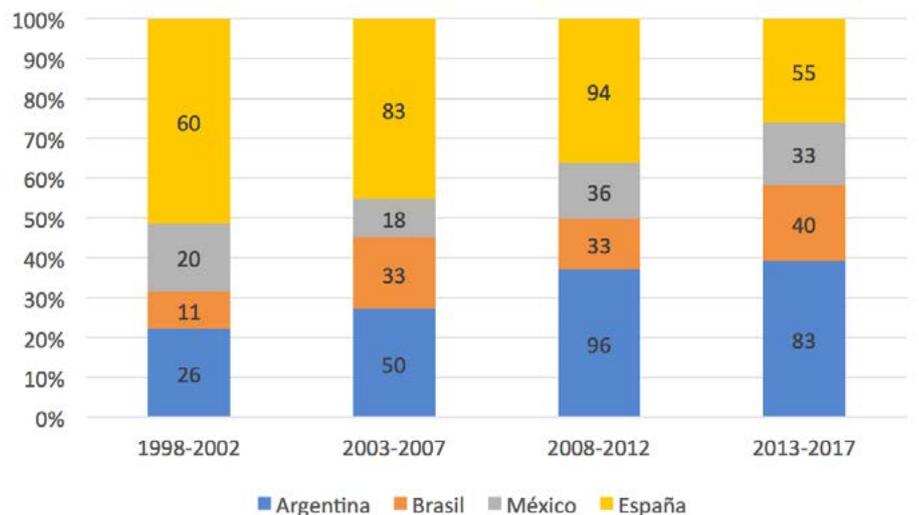
Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



Si se analizan los datos de estos países en rangos, la tendencia se hace visible de una manera mucho más contundente. Mientras que en el primer lustro España participaba en más de la mitad de los proyectos hechos por estos cuatro países, en el último su participación se redujo prácticamente a un cuarto (y también decayó en términos absolutos: de 60 a 55). La caída fue constante y proporcionalmente inversa a la participación argentina, que pasó a estar presente prácticamente en el 40% de los proyectos.

Gráfico 8. Participación de Argentina, Brasil, México y España en las coproducciones de Ibermedia, en términos absolutos y relativos

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



Cuadro 4. Fondo Ibermedia: comparación entre el total y el aporte de Argentina, Brasil, México y España, 2006-2014

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

Año	Total	Argentina	Brasil	México	España	España %	ArgBraMéx %
2006	5.267.669	300.000	600.000	250.000	2.900.000	55%	22%
2007	5.879.858	400.000	682.561	250.000	3.075.000	52%	23%
2008	6.594.586	400.000	629.156	250.000	3.844.706	58%	19%
2009	7.659.667	330.000	150.000	500.000	3.331.900	43%	13%
2010	6.736.172	400.000	600.000	500.000	2.871.600	43%	22%
2011	5.907.500	400.000	764.000	500.000	1.801.878	31%	28%
2012	5.635.881	400.000	600.000	500.000	1.895.188	34%	27%
2013	5.287.646	400.000	800.000	500.000	688.527	13%	32%
2014	4.514.036	500.000	800.000	300.000	362.331	8%	35%

Reflexiones finales

A más de 20 años de su puesta en marcha, Ibermedia ha dado algo más que los pasos fundamentales para la integración. Logró interrelacionar a una gran cantidad de naciones, las cuales tejen una compleja red de intercambios y discuten soluciones comunes a problemas comunes. España ha sido el motor de la experiencia; seguido por Argentina, Brasil y México. Indudablemente, hay conflictos que surgen del establecimiento de relaciones entre naciones desiguales y con distintos niveles de participación en el proceso de integración.

Este balance entre logros y conflictos atraviesa de punta a punta la dinámica del Programa. El principal logro es que el fin solidario efectivamente se cumple, dado que los países con menor tradición cinematográfica pueden hacer películas y consolidar capacidades. No obstante, también se verifica que los países con cinematografías más desarrolladas ejercen un mayor poderío: no es casual que España, Argentina, Brasil y México —en ese orden, incluso— sean los que participan en la mayor cantidad de películas. En síntesis: así como hay signos de dispersión que pueden ser interpretados como vectores de diversificación cultural, también hay signos de concentración que tienden a reproducir lógicas preexistentes. Pero si el Programa funciona es precisamente porque todos los países sacan provecho de la transnacionalización de su producción cinematográfica: unos porque pueden empezar a producir, otros porque pueden producir más y con mayores

8. Traducción propia.

presupuestos. El desafío es mantener el equilibrio entre las lógicas preexistentes y las nuevas dinámicas, es decir, entre la estructura de relaciones y las promesas de diversidad.

Por otro lado, en los últimos años se observa un nuevo equilibrio de fuerzas, caracterizado como el proceso de *latinoamericanización* de Ibermedia. Este proceso tiene dos componentes complementarios e igualmente relevantes: el retraimiento de España y el ascenso de un conjunto de naciones latinoamericanas. Las causas que lo explican son tanto económicas como políticas.

Es ostensible la ruptura en las tendencias más características del Programa: la composición del Fondo y la participación en las coproducciones, donde España había ejercido un liderazgo indisputado en los primeros años. Los recortes posteriores a la crisis hicieron que España cediera protagonismo. Dicho protagonismo fue siendo asumido por un conjunto de países latinoamericanos que venían construyendo un nuevo esquema de relaciones desde principios de siglo. No actuaron de manera aislada, sino orientados por acuerdos previos dentro y fuera del espacio iberoamericano, en el marco de una geopolítica propia que fueron desplegando progresivamente. Parece evidente que, aunque la crisis erosionó la hegemonía de España, la misma ya se encontraba impugnada discursivamente por los nuevos liderazgos latinoamericanos. Y si bien el predominio de España nunca se perdió totalmente, los países latinoamericanos se apropiaron del espacio iberoamericano para fortalecer vínculos entre sí.

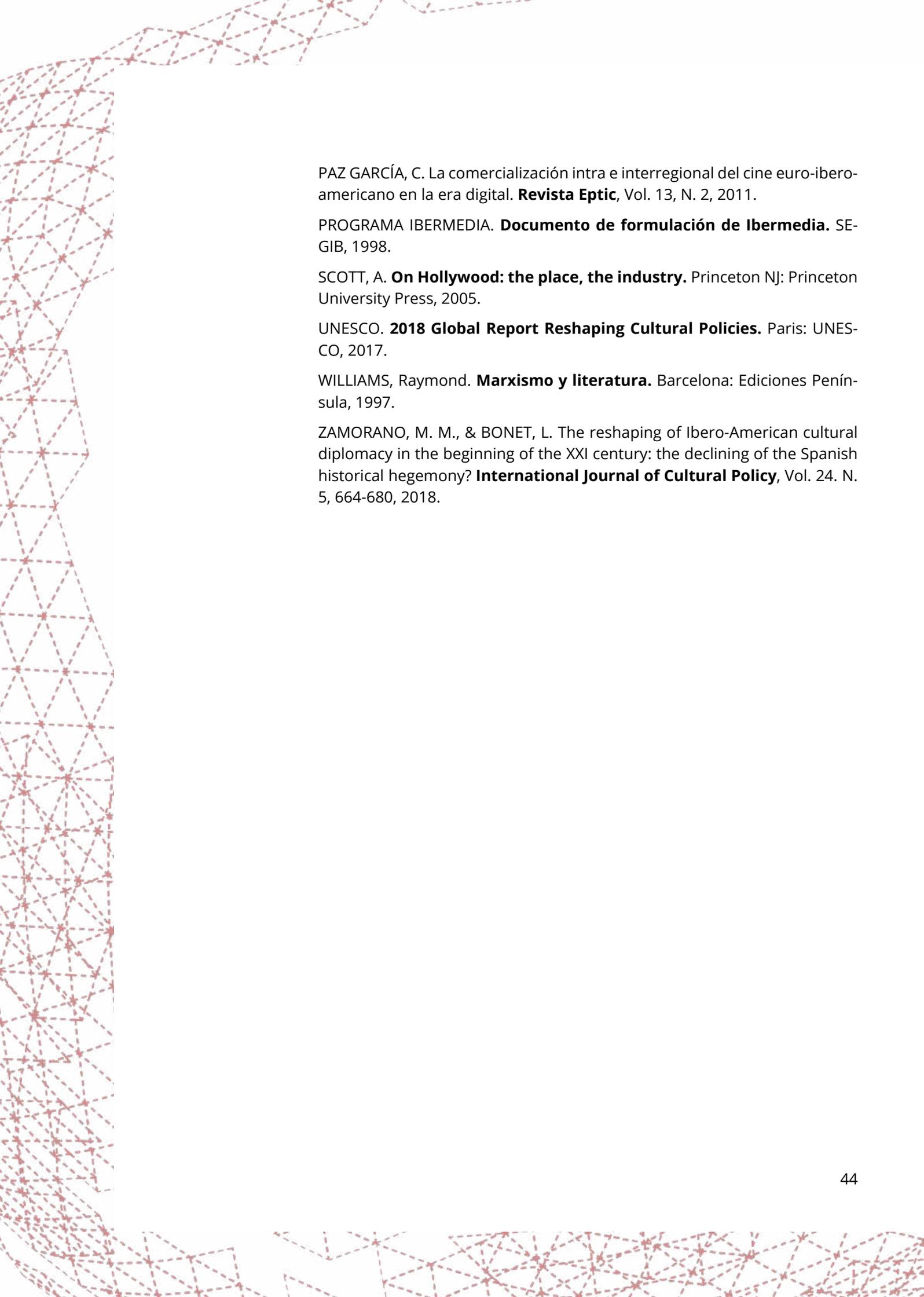
Lo que todo esto señala es que el proceso de construcción de un espacio supranacional está abierto y no necesariamente se ciñe a un proyecto diseñado y pensado por España. Además, los países latinoamericanos no están exentos de dificultades económicas y giros políticos, dado que en los últimos años han reaparecido gobiernos de inspiración neoliberal.

Zamorano y Bonet sostienen, probablemente con razón, que “la ineficacia latinoamericana para lograr una estructura organizativa sólida de cooperación cultural regional explica la validez, a pesar de las críticas, de la cooperación iberoamericana en este campo”⁸ (2018, p. 676). El impulso y el aporte de España fue decisivo para la creación del espacio supranacional. Sin España, no existiría Ibermedia. Pero si no hubiera redistribución del liderazgo, tampoco.

Evocando a Williams (1997), podría decirse que el balance de las dos primeras décadas del Programa dejan ver una tensión entre lo *dominante* (la hegemonía de España, el predominio de Argentina, Brasil y México) y lo *emergente* (el ascenso latinoamericano, la irrupción de países con escasa tradición cinematográfica). Ibermedia entra en su tercera década con vigencia y pudiendo exhibir logros importantes. Y, sobre todo, habiendo desarrollado una dinámica colaborativa capaz de canalizar las tensiones y los conflictos propios de un proceso tan amplio y tan complejo.

Bibliografía

- ALBORNOZ, L. A. Y GARCÍA LEIVA, M. T. **Diversidad e industrias audiovisuales. El desafío cultural del siglo XXI.** México DF: Fondo de Cultura Económica, 2017.
- DE MORA JIMÉNEZ, R. **Cooperación e integración audiovisual en Iberoamérica.** Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. 2009.
- ELENA, Alberto. Cruces de destinos: intercambios cinematográficos entre España y América Latina. 2005. In: **La nueva memoria. Historia(s) del cine español.** La Coruña: Vía Láctea, 2000.
- FALICOV, T. L. **Latin American Film Industries.** Bloomsbury Publishing, 2019.
- _____, T. L. Programa Ibermedia: ¿cine transnacional ibero-americano o relaciones públicas para España? **Revista Reflexiones.** 91(1): 299-312, 2012.
- FLORES, S. **El Nuevo Cine Latinoamericano y su dimensión continental.** Buenos Aires: Imago Mundi, 2013.
- FUERTES MARTÍNEZ, M.; MARENGHI, P. R. Cooperación y cultura: veinte años de coproducción cinematográfica entre España e Iberoamérica 1995/2014. **Revista Cubana de Información y Comunicación,** 5(10), 100-123, 2016.
- GETINO, O. **Cine y televisión en América Latina.** Buenos Aires: Ciccus, 1998.
- GONZÁLEZ, L. Cine argentino en Brasil: integración, cooperación y competencia. **Archivos de la Filmoteca** 76, 53-72, 2019.
- GONZÁLEZ, L.; BARNES, C. Y BORELLO, J. El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina. **Revista H-industri@,** Año 8, N. 14, 2014.
- GRATIUS, S. La Cumbre Iberoamericana de Salamanca: ¿De una comunidad cultural a una alianza política? **Nueva Época** 6 (21): 171-176, 2006.
- LÓPEZ, A. M. Cine temprano y modernidad en América Latina. **Vivomatografías,** n°1, 2015.
- MOGUILLANSKY, M. Ibermedia, crisis y después. Acerca de las transformaciones recientes de la coproducción iberoamericana. **Archivos de la Filmoteca,** (76), 21-34, 2019.
- MOGUILLANSKY, M. Y GONZÁLEZ, L. Coproducciones latinoamericanas: avances hacia la construcción de un espacio cinematográfico regional. **Contemporanea, Revista de Comunicação e Cultura.** Vol. 17, n°3. Salvador-Ba. Brasil, 2019.
- MORENO DOMÍNGUEZ, J. M. Diversidad audiovisual e integración cultural: analizando el programa Ibermedia. **Comunicación y sociedad,** (9), 95-118, 2008.



PAZ GARCÍA, C. La comercialización intra e interregional del cine euro-iberoamericano en la era digital. **Revista Eptic**, Vol. 13, N. 2, 2011.

PROGRAMA IBERMEDIA. **Documento de formulación de Ibermedia**. SEGIB, 1998.

SCOTT, A. **On Hollywood: the place, the industry**. Princeton NJ: Princeton University Press, 2005.

UNESCO. **2018 Global Report Reshaping Cultural Policies**. Paris: UNESCO, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo y literatura**. Barcelona: Ediciones Península, 1997.

ZAMORANO, M. M., & BONET, L. The reshaping of Ibero-American cultural diplomacy in the beginning of the XXI century: the declining of the Spanish historical hegemony? **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 24. N. 5, 664-680, 2018.