

Programa
Ibermedia
1998 - 2008

evaluación

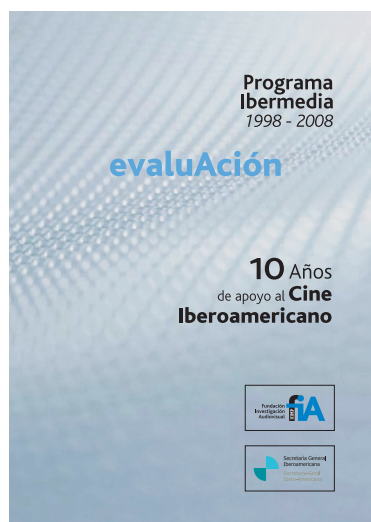
10 Años
de apoyo al **Cine**
Iberoamericano

Fundación
Investigación
Audiovisual



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana



Una iniciativa de SEGIB

realizada por

**Fundación para la Investigación del Audiovisual /
Universidad Internacional Menéndez Pelayo**

Equipo de trabajo

Dirección

Joan Álvarez Valencia

Encuestas y entrevistas

Lourdes Rubio

Documentación y gráficos

Cristina Andrés, Lucio Latorre y Nieves Pérez

Investigación y análisis

Sonia García

Maqueta y diseño gráfico

Estil EMB

Enero de 2009

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Introducción | 05 |
| 2. Una visión de conjunto | 07 |
| 2.1. Impulso a las industrias cinematográficas iberoamericanas | 08 |
| 2.2. Las cifras del programa | 11 |
| 2.3. Impacto cultural, económico y social | 17 |
| 2.4. La estructura de gestión | 19 |
| 2.5. Las ampliaciones sucesivas y la financiación | 21 |
| 3. Objetivos iniciales, los referentes y la situación de partida de las cinematografías | 25 |
| 4. Efectos inducidos | 33 |
| 4.1 Un nuevo enfoque de la cooperación cultural para el desarrollo | 33 |
| 4.2 Consolidación del cine español e impulso a los nuevos cines latinoamericanos | 34 |
| 4.3 Avance y consolidación de las nuevas políticas de fomento | 35 |
| 4.4 El cambio de mentalidad entre productores y profesionales | 36 |

| | |
|--|----|
| 5. Opiniones sobre Ibermedia | 38 |
| 5.1 La opinión de los cineastas | 38 |
| 5.2 La óptica de las autoridades cinematográficas | 42 |
| 5.3 El enfoque de historiadores, expertos y críticos | 44 |
| 6. Nuevos y viejos desafíos | 48 |
| 7. Los horizontes del audiovisual | 56 |
| 8. Líneas de futuro | 59 |
| 8.1 Fortalezas de los cines iberoamericanos | 59 |
| 8.2 Debilidades de los cines iberoamericanos | 61 |
| 8.3 Recomendaciones para el futuro inmediato | 62 |
| Bibliografía | 65 |
| Agradecimientos | 69 |
| Anexo I | 70 |
| Anexo II | 76 |

1

Introducción

El **Programa Ibermedia** fue aprobado por la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno -realizada en 1995 en Bariloche, Argentina- con el propósito de sentar las bases de un espacio audiovisual iberoamericano para fomentar la coproducción y distribución de películas para cine y televisión en lengua española y portuguesa. Su puesta en marcha definitiva se dio a partir de la VII Cumbre, realizada en 1997 en Isla Margarita, Venezuela.

Ibermedia actúa mediante el fomento de la integración de las empresas iberoamericanas en redes supranacionales y el intercambio de profesionales de la industria. Una labor que se vehiculiza a través de las ayudas financieras y asistencia técnica a la coproducción de películas por productores independientes, el montaje o desarrollo inicial de proyectos, la distribución y promoción de los productos en el mercado regional e internacional y la formación de recursos humanos.

La primera convocatoria del Programa Ibermedia tuvo lugar en 1998 reuniendo entonces a participantes de nueve países. En 2008, las dos convocatorias anuales del programa han convocado a cineastas de diecisiete países. En 1998, la cuantía de las ayudas sumó 3.350.561 dólares USA. En 2008, la cuantía del fondo ascendió a 6.594.586 dólares USA. Los proyectos ayudados en las modalidades de coproducción y desarrollo en 1998 fueron 32 y 15, respectivamente. En 2008, han sido 68 y 51, respectivamente.

El número total de ayudas concedidas a lo largo de los diez años de funcionamiento del Programa ha sido de 1193 (cifra que se matizará cuando se detalle el cambio de criterio en la concesión de ayudas en la modalidad de formación) y el total de fondos ha ascendido a 57.864.909 dólares USA.

Con motivo del cumplimiento de los diez primeros años de funcionamiento, la Secretaria General Iberoamericana (SEGIB), una de las instituciones que respalda políticamente el Programa,

decidió encargar, tras la correspondiente licitación pública, un estudio de evaluación a la Fundación para la Investigación del Audiovisual de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

El presente documento contiene el informe de la evaluación realizado por un equipo de la citada Fundación. El trabajo se ha realizado a partir del análisis exhaustivo de la documentación, la trayectoria y los datos de la actividad del Programa poniéndola en relación con los objetivos iniciales, que han permanecido estables durante los diez años, y con la evolución de las políticas de fomento, las industrias y las cinematografías de los países integrantes del Programa.

La investigación se completó con una serie de entrevistas personales a personajes clave en la creación, la gestión y el desarrollo del programa Ibermedia desde sus orígenes hasta la fecha.

Al mismo tiempo, se han elaborado dos cuestionarios remitidos a todas las empresas y profesionales beneficiarios de las ayudas y a las autoridades de cada uno de los países. La tabulación e interpretación de las respuestas ha permitido obtener una radiografía de la valoración del programa en los medios más directamente implicados. La opinión se ha completado con un análisis de la literatura que el Programa Ibermedia ha generado en tribunas académicas y especializadas a lo largo de estos años.

Se ha considerado de interés incluir en el informe una sección que revisa los referentes del Programa tenidos en cuenta por sus impulsores en el seno de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas y la Federación de Asociaciones de Productores del Cine y el Audiovisual. En la misma sección, se analizan las circunstancias que concurrían en 1998 en la actividad cinematográfica de los países impulsores. De la consideración de ambos factores se puede extraer una valoración adecuada de los logros que Ibermedia ha conseguido directamente o ha ayudado a conseguir.



2

Una visión de conjunto

Atendiendo a criterios objetivos y a la opinión manifestada por los agentes implicados, una evaluación de los diez primeros años de actividad del programa Ibermedia pone de relieve que se trata de un programa de cooperación y colaboración artística, profesional e industrial que ha logrado resultados altamente positivos.

Los objetivos alcanzados por el programa incluyen:

- El fomento de la colaboración económica, artística y profesional entre países del ámbito iberoamericano.
- La consecución de objetivos de cooperación cultural.
- La integración de cinematografías nacionales.
- El impulso a la formación de profesionales y a la construcción de un espacio audiovisual compartido entre países.
- La extensión de la legislación y de las políticas de fomento.
- El desarrollo de la actividad cinematográfica según parámetros de la industria cultural.
- La modernización de la mentalidad de los profesionales y de las rutinas y procedimientos de la actividad cinematográfica en cada uno de los países que intervienen.

Con esta misma perspectiva, el programa Ibermedia -debido a factores ajenos a la gestión del mismo que se analizan en el presente informe- presenta muy escasos logros en dos de los objetivos que se propuso en sus orígenes:

- La mejora de la distribución de las películas nacionales en el territorio común.

☛ La difusión de las películas iberoamericanas en el mercado cinematográfico mundial.

2.1 Impulso a las industrias cinematográficas iberoamericanas

Los diez años de ejecución del programa Ibermedia han coincidido con un auge extraordinario de las cinematografías comprendidas en su radio de acción. Este auge permite afirmar que existe un espacio audiovisual - o más exactamente cinematográfico- en consolidación. El espacio cinematográfico referido no es homogéneo y presenta una configuración de geometría variable.

Las cinematografías de **España**, desde la orilla europea, y las de **Argentina, Brasil y México**, desde la orilla americana, por factores históricos y por razones estructurales, se han desarrollado siguiendo una lógica industrial. Durante la década de vigencia del programa Ibermedia, han experimentado un crecimiento cuantitativo de la producción de películas y una mejora de los estándares técnicos y de los logros estéticos de gran alcance. Esto las ha convertido en una referencia clara en la nueva geografía mundial del cine propiciada por la globalización.

En el caso de la cinematografía española, los últimos años de la década han coincidido con un agotamiento del modelo al que respondía la ley de 1994. La redacción de una nueva ley, aprobada en diciembre de 2007, la cual contemplaba los planteamientos formulados por autoridades y cineastas referidos a la reconversión de la industria, parece haber dado con la solución.

Esta ley pretende hacer frente a los nuevos desafíos de una industria audiovisual en plena mutación (nuevas tecnologías y, como consecuencia, nuevos contenidos y modelos de negocio), así como a una subida de costes y a una producción desbordante que no encuentra distribución en las salas y hace imposible la recuperación de la inversión.

Como se verá más adelante, ese nuevo marco de la industria en España plantea problemas objetivos al esquema de las coproducciones, además de importantes incógnitas en la continuidad de la participación española en los proyectos de coproducción según el esquema Ibermedia.

Otras cinematografías que partían a finales de los años 90 de un nivel de actividad cinematográfica de naturaleza cultural o artística significativa, pero con escasos fundamentos industriales, han entrado en una senda de crecimiento de gran firmeza, lo que permite hablar de una consolidación de sus cines como parte de las industrias culturales de cada país. Este es el caso de **Chile**, **Colombia** y, con otro punto de partida, **Venezuela**.

Portugal ocupa un lugar especial dentro de este segundo conjunto. En su caso, hay que mencionar que ha logrado mantener el prestigio de sus escasas producciones en la primera mitad del período para llegar a los últimos años con una revitalización esperanzadora, desde el punto de vista de su consolidación como una actividad industrial de referencia en el conjunto del sector audiovisual.

De igual manera **Puerto Rico** -de forma muy desatada desde su incorporación a Ibermedia en 2003-, ha visto cómo su actividad cinematográfica se ha multiplicado en los últimos años, tanto como país receptor de producciones extranjeras, como en su vertiente de productor de títulos para el mercado nacional o coproductor de proyectos de naturaleza variada.

En otros casos, la primera década de Ibermedia ha significado una experiencia relevante y positiva para el mantenimiento de una producción muy por encima de las posibilidades industriales del país, como sucede con **Uruguay**, país muy vinculado a la actividad coproductora por su proximidad con Argentina.

En el caso de **Cuba**, siempre connotado por la especificidad de su sistema político y económico, su cinematografía ha logrado superar las dificultades de la etapa de disolución del “campo socialista”

y ha entrado en una nueva fase caracterizada por las expectativas de crecimiento desde un nuevo punto de partida. Las experiencias de la coproducción han sido determinantes para la continuidad de la actividad industrial en todos los sentidos.

En un conjunto peculiar, cabe incluir las cinematografías de **Perú** y **Bolivia**. A pesar de las enormes dificultades de financiación (incluidos los incumplimientos para con los fondos de ayuda y hasta con el pago de la contribución nacional a Ibermedia, en el caso de Bolivia), han encontrado fórmulas para mantener una producción testimonial, pero perdurable en cuanto a la expresión del talento y la contribución a la cultura cinematográfica.

En un último bloque, países como **Ecuador**, en el Sur; **Panamá**, **Costa Rica** y **Guatemala**, en el Centro; y **República Dominicana**, en el Caribe, han encontrado en la fórmula de la coproducción la vía para una salida razonable a una situación en la que el cine no había encontrado ni siquiera recursos como medio de expresión artística o cultural nacionalmente “situada”, utilizando la terminología de Octavio Getino.

En todos los casos citados, Ibermedia y su esquema de trabajo para promover las coproducciones, el desarrollo de proyectos y la capacitación de profesionales ha tenido un efecto positivo de remoción de obstáculos, innovación de comportamientos o multiplicación de potencialidades. De este modo, se ha convertido en un factor resolutivo del auge de la producción, especialmente a través de la introducción de herramientas y el asentamiento de prácticas. También ha influido en la orientación de la actividad creativa y económica hacia estándares industriales o cuasindustriales.

2. 2 Las cifras del Programa

La consideración de los presupuestos empleados y las cifras de los proyectos beneficiados ofrece una visión muy viva de la importancia y el impacto del Programa en sus diez años de funcionamiento:

Coste total de las ayudas concedidas: 47.864.919 \$

- Ayudas a la coproducción: 38.570.798 \$
- Ayudas al desarrollo de proyectos: 4.077.374 \$
- Ayudas a la distribución y promoción: 2.704.596 \$
- Ayudas al “Delivery”: 295.560 \$
- Ayudas a la formación: 2.216.591 \$

Número de proyectos apoyados (hasta 2008): 1193

- Coproducciones: 348
- Desarrollo: 379
- Distribución/Promoción: 209
- Delivery: 27
- Formación: 230 (entre las ayudas individuales y las de instituciones)

Ayudas a la coproducción

De las tres modalidades con mayor estabilidad y éxito (coproducción, desarrollo de proyectos y formación), las ayudas a la coproducción han experimentado un incremento constante y una evolución paralela del número de ayudas concedidas con arreglo al siguiente esquema:

1998 - Fondo para la coproducción: 2.485.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 15

1999 - Fondo para la coproducción: 2.434.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 15

- 2000 - Fondo para la coproducción: 2.841.250 \$
- Número de ayudas concedidas: 23
- 2001 - Fondo para la coproducción: 3.042.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 26
- 2002 - Fondo para la coproducción: 2.884.819 \$
- Número de ayudas concedidas: 26
- 2003 - Fondo para la coproducción: 3.279.690 \$
- Número de ayudas concedidas: 30
- 2004 - Fondo para la coproducción: 3.630.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 32
- 2005 - Fondo para la coproducción: 3.815.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 35
- 2006 - Fondo para la coproducción: 4.100.00 \$
- Número de ayudas concedidas: 46
- 2007 - Fondo para la coproducción: 4.645.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 49
- 2008 - Fondo para la coproducción: 5.414.039 \$
- Número de ayudas concedidas: 51

Ayudas al desarrollo

Las ayudas al desarrollo han tenido una cuantía más irregular si bien han sido incrementadas de manera notable y con una misma dirección a partir de 2005

1998 - Fondo para el desarrollo: 319.050 \$
- Número de ayudas concedidas: 30

1999 - Fondo para el desarrollo: 298.250 \$
- Número de ayudas concedidas: 30

2000 - Fondo para el desarrollo: 438.118 \$
- Número de ayudas concedidas: 21

2001 - Fondo para el desarrollo: 228.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 23

2002 - Fondo para el desarrollo: 221.218 \$
- Número de ayudas concedidas: 15

2003 - Fondo para el desarrollo: 305.353 \$
- Número de ayudas concedidas: 25

2004 - Fondo para el desarrollo: 179.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 21

2005 - Fondo para el desarrollo: 321.432 \$
- Número de ayudas concedidas: 31

2006 - Fondo para el desarrollo: 500.108 \$
- Número de ayudas concedidas: 51

2007 - Fondo para el desarrollo: 619.858 \$
- Número de ayudas concedidas: 61

2008 - Fondo para el desarrollo: 646.987 \$
- Número de ayudas concedidas: 69

Ayudas a la formación

Las ayudas a la formación presentan una evolución irregular en los primeros cinco años para experimentar un más que notable incremento en los últimos cinco: se multiplica por más de siete la dotación inicial después de haber cambiado el criterio y pasando de la beca directa al beneficiario a una aportación a las instituciones que acogen a los beneficiarios, de manera que sean ellas las que gestionan el proceso de selección y concesión de las becas.

- 1998 - Fondo para la formación: 60.331 \$
- Número de ayudas concedidas: 25
- 1999 - Fondo para la formación: 55.851 \$
- Número de ayudas : 27
- 2000 - Fondo para la formación: 102.868 \$
- Número de ayudas concedidas: 49
- 2001 - Fondo para la formación: 73.777 \$
- Número de ayudas concedidas: 32
- 2002 - Fondo para la formación: 81.492 \$
- Número de ayudas concedidas: 35
- 2003 - Fondo para la formación: 131.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 5
- 2004 - Fondo para la formación: 282.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 9
- 2005 - Fondo para la formación: 278.272 \$
- Número de ayudas concedidas: 9
- 2006 - Fondo para la formación: 354.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 12

2007 - Fondo para la formación: 343.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 12

2008 - Fondo para la formación: 454.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 15

Ayudas a la distribución y al delivery

Las ayudas a la distribución han sufrido grandes oscilaciones en su evolución, teniendo un punto de arranque a la altura de las expectativas que se fue alternando con momentos de apuesta y desánimo.

En 2007 la dotación registrada es muy baja, y en 2008, queda nula y a la espera de un replanteamiento de fondo que se acordó en la reunión del Comité Intergubernamental de Ibermedia, celebrada a finales de noviembre de ese año en Montevideo. En ese encuentro, por otra parte, se introdujo como novedad la convocatoria de ayudas a la exhibición a partir de 2009.

Paralelamente y en la búsqueda de nuevas vías que mejoraran la comercialización de las películas de Ibermedia, a partir de 2006 se instauró la modalidad de ayuda al “delivery”.

1998 - Fondo para la distribución: 486.180 \$
- Número de ayudas concedidas: 45

1999 - Fondo para la distribución: 565.560 \$
- Número de ayudas concedidas: 41

2000 - Fondo para la distribución: 212.000 \$
- Número de ayudas concedidas: 22

2001 - Fondo para la distribución: 215.722 \$
- Número de ayudas concedidas: 13

- 2002 - Fondo para la distribución: 150.000 \$
 - Número de ayudas concedidas: 13

- 2003 - Fondo para la distribución: 234.143 \$
 - Número de ayudas concedidas: 16

- 2004 - Fondo para la distribución: 130.000 \$
 - Número de ayudas concedidas: 10

- 2005 - Fondo para la distribución: 341.430 \$
 - Número de ayudas concedidas: 20

- 2006 - Fondo para la distribución: 236.561 \$
 - Número de ayudas concedidas: 16
 - Fondo para delivery: 77.000 \$
 - Número de ayudas concedidas: 6

- 2007 - Fondo para la distribución: 133.000 \$
 - Número de ayudas concedidas: 11
 - Fondo para delivery: 139.000 \$
 - Número de ayudas concedidas: 11

- 2008 - Fondo para la distribución: 0
 - Número de ayudas concedidas: 0
 - Fondo para delivery: 79.560 \$
 - Número de ayudas concedidas: 10

2. 3 Impacto cultural, económico y social

La creación, producción y exhibición de una obra cinematográfica conlleva, cuando se superan determinados estándares de calidad o de expresividad artística, un indudable efecto en cuanto a la preservación de la identidad simbólica de los países.

En una época como la actual en la que el lenguaje audiovisual tiende a convertirse en el vehículo más utilizado para la comunicación social, que una sociedad disponga de los medios adecuados para poder manifestarse cinematográficamente supone, sin duda, una exigencia básica para poder mantener y enriquecer la diversidad cultural.

La actividad cinematográfica, cuando logra rebasar el nivel de actividad aislada o discontinua y consigue la creación de un tejido de relaciones industriales y una infraestructura técnico-material adecuada, muestra tener además un efecto multiplicador en la creación de puestos de trabajo y en la atracción de inversión en bienes y servicios auxiliares.

Cada película es, en este sentido, una empresa singular que genera empleos y beneficia a la comunidad de profesionales, técnicos, artistas y empleados de todo tipo y condición que participan en la misma.

Como pone de manifiesto el número de películas producidas con los recursos del Programa, uno de los efectos de Ibermedia ha sido su contribución -decisiva, en unos casos; condicionante, en otros; y significativa en los demás- a la modernización y extensión de la actividad cinematográfica en la región, y, de modo particular, en los países que han encontrado en el Programa el único camino razonable y viable para introducirse en la cinematografía.

En este sentido, si se estima en torno a 1.200.000 dólares el coste unitario de las películas que recibieron ayudas Ibermedia (una ponderación que se extiende al conjunto de los diez años y atiende a las oscilaciones existentes entre los costes de producción de

España- de cuatro a cinco veces mayores que el resto-, Argentina, México, Brasil y Portugal, y los de los demás países), puede afirmarse que los 110.000 dólares de cuantía media de las ayudas han tenido un efecto multiplicador de casi el 1000%. Esto en cuanto al gasto inducido por el conjunto de las ayudas a la coproducción, que llegan a una cantidad próxima a los 400.000.000 dólares USA y a la producción de 348 películas, equivalente a casi tres veces la producción de España en 2007 o la de Argentina, Brasil y México en 2005 agregadas.

Si llevamos el foco de los países con mayor producción a los menos productores, nos encontramos con que las coproducciones Ibermedia pueden ser casi los únicos recursos para que una cinematografía nacional encuentre medios de supervivencia o expresión, con todo lo que ello implica desde el punto de vista económico y, sobre todo, cultural.

Este cálculo debe ser ponderado con el monto destinado al desarrollo, teniendo en cuenta que la inversión en desarrollo sirve fundamentalmente como primera base financiera para sostener los proyectos que posteriormente irán a producción.

En otro orden de cosas, las ayudas en formación han tenido el importante efecto de mejorar la capacitación de una nueva generación de cineastas. Al incorporarse éstos a la industria de sus respectivos países, están conformando una nueva generación fundamental para que las industrias consolidadas y las que están en proceso de consolidación encuentren la respuesta a los cambios estructurales en marcha.

2. 4 La estructura de gestión

Ibermedia ha mantenido a lo largo de los diez primeros años de actividad una estructura de gestión estable con tres órganos de decisión y trabajo:

● El **Comité Intergubernamental de Ibermedia (CII)**, como máximo órgano de gobierno según el reglamento del Programa. Hasta el año 2006, se celebraba una reunión anual para decidir el destino de las ayudas. A partir de ese momento, las reuniones pasaron a ser dos por año, facilitando la adecuación del programa a las necesidades de los beneficiarios.

Aunque la CII es el órgano más importante de gobierno según establece el reglamento, hay que hacer la salvedad de que su personalidad jurídica recae sobre la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas Iberoamericanas (CAACI). En su momento se decidió adscribir la CII a la CAACI, ya que éste último organismo contaba con los objetivos y referentes necesarios que encajaban a la perfección con el planteamiento del Programa Ibermedia.

También hay que señalar que el principio de funcionamiento de la CII reside en el consenso de todas las decisiones y que cada representante nacional dispone del mismo poder de voto a pesar de la disparidad en la aportación económica de cada país.

El establecimiento y el mantenimiento de este criterio es uno de los factores clave del buen funcionamiento del Programa y responde a la doble naturaleza del mismo: como mecanismo de colaboración empresarial y profesional, y como programa de cooperación cultural.

No obstante, en los últimos años ha ido adquiriendo fuerza una corriente de opinión que defiende la creación de una instancia intermedia de valoración. Dicha instancia permitiría una evaluación adicional de los proyectos para sopesar la calidad y el interés o la adecuación de los mismos a unos objetivos más acordes con

el reforzamiento de la marca Ibermedia. Igualmente, facilitaría evaluar el potencial de las películas apoyadas para conseguir una mejor distribución y éxito en los mercados internacionales.

☛ La **Secretaría Ejecutiva de la Cinematografía**

Iberoamericana, que ha permanecido ligada al Centro Nacional del Audiovisual y la Cinematografía de Venezuela desde el principio y que actúa como un órgano de apoyo directo a la CAACI.

☛ El tercer elemento organizativo del Programa consiste en la **Unidad Técnica**, cuya oficina se encuentra en Madrid (España) y está conformada por una estructura administrativa muy reducida encargada de las convocatorias, la recepción y primera valoración de los aspirantes, la gestión económica de las ayudas y la comunicación en sentido amplio de todas las actividades del Programa.

Durante los últimos años, la Unidad Técnica ha asumido otras obligaciones relacionadas con acciones de difusión del ya cuantioso fondo de películas, como la organización de la muestra de cine Ibermedia en el Modern Museum of Art de Nueva York.

En 2006, y con la colaboración directa de profesionales del derecho especialistas en materia audiovisual, el Programa puso en marcha una Comisión de Arbitraje Audiovisual Iberoamericana, como medio voluntario, eficaz y válido para la resolución de conflictos entre los particulares del sector audiovisual iberoamericano.

Un elemento importante en la valoración del éxito del programa Ibermedia reside en el acierto de los órganos de gestión, en la reducida dimensión de la estructura creada y en el escaso impacto económico que su mantenimiento representa para el conjunto del presupuesto.

En el ejercicio 2008, el coste de gestión de la Unidad Técnica fue de 688.490 USD, equivalente al 8,9% del fondo financiero, en tanto que los gastos de funcionamiento (alquiler de oficina, teléfono, luz, etcétera) de la sede de la Unidad Técnica, que los asume la AECID, sumaron un total de 82.800 euros (107.576 USD).

2. 5 Las ampliaciones sucesivas y la financiación

La evolución del Programa Ibermedia, en cuanto a su implantación y desarrollo en el espacio audiovisual que se fijó como referencia, ha sido de una progresión continua que, diez años después, permite augurar que se trata de uno de los procesos de integración iberoamericana de mayor calado y solidez.

La primera convocatoria, en 1998, contó con la participación de nueve países (Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Portugal, Uruguay y Venezuela).

- En 1999, ingresa Chile.
- En 2001, ingresan Bolivia y Perú.
- En 2003, ingresa Puerto Rico.
- En 2006, se añade Panamá.
- En 2008, se suman Costa Rica, Ecuador y República Dominicana.
- En 2009, está prevista la participación de Guatemala.

La participación de los países en la financiación del Fondo no es igualitaria y responde a un doble criterio: un grupo de cabeza, liderado por España con Brasil, Venezuela, México y Argentina, aporta en cantidades variables cuotas muy superiores a la mínima y el resto se ajustan a esta cuota, que en la actualidad asciende a 100.000 dólares.

En este sentido, desde el origen del Programa el mayor contribuyente ha sido España, con una aportación superior al 50% del total. En 1998, fue de 2.000.000 de dólares sobre un total de 3.579.022 dólares. En 2008, España aportó un total de 2.563.137 euros (3.320.436 USD) para uso exclusivo del fondo de ayudas para proyectos cinematográficos del Programa Ibermedia. De esa cantidad, el 72,69% (1.863.137 euros) fue facilitado por AECID.

Un 15,61% (400.000 euros) fue entregado por el ICAA, mientras que el 11,70% restante (300.000 euros) corresponde a la contribución de Cooperación Cultural, dependiente del Ministerio de Cultura del Gobierno de España. Si a esto se le suman otras ayudas, como las destinadas a publicaciones, auditorías y gastos de la sede de la Unidad Técnica, la contribución española total en 2008 se eleva a los 3.844.706 USD, sobre un total de 6.594.586 con los que contó el Programa Ibermedia en el último ejercicio.

El segundo mayor contribuyente es Brasil, que en 1998 aportó 300.000 dólares y en 2008, 629.156 dólares.

El tercer contribuyente es Venezuela, que en 1998 aportó 178.477 dólares y en 2008, 450.000 dólares.

México, por su parte, aportó 500.000 dólares en 1998, pero sus aportaciones han decrecido y en 2008 su contribución fue de 250.000 USD. Argentina aportó, en 1998, 200.000 dólares y en 2008, 400.000 dólares. En 2002, tanto México como Argentina dejaron de pagar su cuota. Lo mismo ocurrió con Perú en 2005.

El resto de países aportan 100.000 dólares cada año. A partir de 2006, los países con más de 5 años en funcionamiento dentro del Programa manifestaron su voluntad de incrementar a 150.000 USD el aporte mínimo. Esta voluntad se ha hecho efectiva en aquellos países contribuyentes con la cuota mínima, salvo en el caso de Cuba.

Uruguay también tuvo dificultades pero saldó su deuda en 2005.

Bolivia ha tenido dificultades para pagar las cuotas de 2006, 2007 y 2008, aunque en la actualidad ha saldado la deuda con el recurso a que se cancelaran las ayudas otorgadas a proyectos bolivianos en 2005, dejando de pagar los 100.000 dólares correspondientes a aquel año.

Una de las más distintivas y mejor valoradas características del programa Ibermedia reside en el hecho de que los países participantes cuenten con el mismo peso en las deliberaciones que deben resolverse por consenso, con independencia de la aportación económica que hagan.

En este sentido, **es significativa la evolución observada a lo largo de los diez años** entre las aportaciones de cada país y el monto de las ayudas recibidas, dejando claro que el programa Ibermedia funciona no sólo como un mecanismo para facilitar los emprendimientos compartidos, sino también, y de modo altamente significativo, como una herramienta de cooperación cuyo destino es el fomento de la creación cultural y del tejido industrial en toda la región.

Sin embargo, **la situación financiera del Fondo es una preocupación constante de sus gestores.**

Las ayudas a la coproducción, concedidas en régimen de préstamo anticipado y con obligación de devolución cuando el balance financiero de la explotación de la película lo permita, se consideran en un alto porcentaje de muy difícil retorno, y eso ha quedado de manifiesto en el reducido volumen de devoluciones producidas desde la constitución del Programa.

En el ejercicio 2008, en el apartado de Ayudas al desarrollo, se otorgaron un total de 646.987 USD. El total de reembolsos, renuncias y devoluciones registró un 22,82% (113.041 USD en el primer semestre, y 34.625 USD durante el segundo). En Ayudas a la coproducción, se concedieron 5.414.039. De esta cantidad, solo se reembolsó el 1,89%.

Hay que hacer la salvedad de que muchos de esos fondos no han sido aún devueltos, puesto que muchos de los proyectos beneficiados aún están en etapa de desarrollo y, por lo tanto, con plazo para hacer las devoluciones.

Si se mira la evolución de las ayudas otorgadas en el área de desarrollo en el período 1998-2006, puede apreciarse que los reembolsos rozan el 45% de los fondos otorgados.

Dicho lo cual, son numerosas las voces que reclaman un mayor control y exigencia en el cumplimiento por parte de los beneficiarios.



3

Objetivos iniciales, los referentes y la situación de partida

Aprobado en 1995, durante la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de Bariloche (Argentina) y creado en noviembre de 1997, durante la VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de Isla Margarita (Venezuela), el Programa Ibermedia fue concebido con los siguientes objetivos:

- Promover, mediante asistencia técnica y financiera, el desarrollo de proyectos de coproducción por productores independientes.
- Apoyar a empresas de producción y distribución iberoamericanas fomentando la integración de las mismas en redes supranacionales.
- Incrementar la distribución y promoción de películas iberoamericanas en el mercado internacional.
- Fomentar la formación e intercambio de profesionales.

Una de las claves que explican la estabilidad del Programa Ibermedia reside en el acierto de su diseño original y en la excelente adecuación del mismo a las necesidades que pretendía satisfacer. Ambos hechos sólo pueden entenderse a la luz de las coordenadas que permitieron su alumbramiento.

Las coordenadas más destacadas en las que se llevó a cabo este diseño fueron:

- Los sucesivos intentos de crear un programa de integración de las cinematografías iberoamericanas.
- La valoración positiva del modelo de política supranacional para el fomento de la industria y la cultura audiovisual experimentado en la Unión Europea.

☛ La coincidencia de una coyuntura de cambio con iniciativas legislativas y profesionales coincidentes en una mayoría de los países que formaban parte de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas.

También existían antecedentes históricos de importancia, como los congresos de la cinematografía hispanoamericana, que se remontan a los años treinta del siglo pasado. Igualmente, el auge de la actividad de coproducción entre España y México o Brasil y otros países de América Latina habían dejado unas marcas favorables como objetivo, lo que algunas de las autoridades y muchos de los profesionales del cine iberoamericano consideraban “una utopía posible”. Desde finales de los años ochenta y con la irrupción de nuevas condiciones en el mercado internacional, suscitadas por la globalización, se percibía como necesaria una mayor integración en lo audiovisual de los países iberoamericanos, ligados por el trasfondo de una cultura compartida.

La constitución de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas (CAACI), con la aprobación del Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica y la creación de la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y del Audiovisual (FIPCA), fueron otras dos piezas fundamentales.

Por otra parte, aún estaba vivo el recuerdo del movimiento de integración de las cinematografías latinoamericanas, alimentado por la sacudida estética e ideológica del Nuevo Cine Latinoamericano, que incluyó la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños, así como los festivales de cine de la región como referentes perdurables.

En 1987, en el festival de La Habana, se discute la idea de crear un “espacio audiovisual latinoamericano”, a la manera de lo hecho en Europa acerca del “espacio audiovisual europeo”, para hacer frente a la política hegemónica en los mercados del cine y el audiovisual norteamericano. Las discusiones evocan el “Informe McBride” sobre el nuevo orden mundial de la comunicación.

En noviembre de 1989 el Convenio de Integración Cinematográfica es firmado por trece países de CAACI, y en su artículo 11 establece la posibilidad de crear un fondo financiero multilateral de fomento de la actividad cinematográfica.

A diferencia de lo sucedido anteriormente, el diseño y el impulso del Programa Ibermedia viene dado de la mano de las autoridades cinematográficas en alianza con una nueva generación de productores y toma como modelo la política supranacional de integración del audiovisual, desarrollada en Europa con la misma finalidad y posicionamiento: fomentar y consolidar una industria cinematográfica y audiovisual que pueda competir en los mercados con el gigante norteamericano.

Durante la reunión celebrada en Caracas por la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericana en julio de 1997, el director general del ICAA, José María Otero, señala la bondad de esa política europea, que está articulada por:

- La directiva “Televisión sin fronteras”, que favorece la inversión de fondos de las televisiones en la producción cinematográfica independiente.
- El programa Media, destinado al fomento de la escritura de guiones, el desarrollo de proyectos y la introducción de las nuevas tecnologías.
- El fondo Eurimages, del Consejo Europeo, y el Convenio Europeo de Coproducciones.

En el horizonte iberoamericano, Otero destaca la necesidad de fomentar la producción cinematográfica por razones culturales y de fomento del empleo, y “sabiendo separarla del conjunto audiovisual en bien del futuro común de todas las artes audiovisuales”.

En el momento de creación del Programa Ibermedia, la realidad de las cinematografías que se vinculan al proyecto de creación de un “espacio audiovisual” común es muy variada. No obstante, presentan coincidencias importantes, como el proceso de cambio legislativo, la reconversión o adaptación de las estructuras, una nueva valoración de la coproducción como el mecanismo idóneo para ampliar mercados o mejorar la financiación, y la irrupción, en los países grandes, de las cadenas o conglomerados televisivos como trasatlánticos que marcan un nuevo rumbo para el conjunto de la industria audiovisual.

En ese momento, **España** acaba de aprobar la Ley de 1994 (reglamentada en 1997 con el Real Decreto 81) que traspone la directiva europea de “Televisión sin fronteras” y conforma un cuadro muy completo de protección y fomento de la cinematografía nacional. La producción cinematográfica se recupera de un bache importante en los años anteriores y la coproducción desempeña una función aún más crucial, gracias a la política de apoyo de TVE a las coproducciones con Latinoamérica.

Argentina consolida en aquellos años un volumen importante de producción, gracias a un sistema de protección y fomento propiciado por la Ley de Fomento y regulación de la Actividad Cinematográfica N° 17.741 (1994). Las autoridades conceden una gran importancia a la colaboración con las televisiones y se orientan a la búsqueda de una salida internacional para las películas argentinas o de coproducción.

México vive un momento de reconversión de su industria propiciada por los efectos del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, con la Ley Federal de Cinematografía de 1992 y la implantación del principio de la libre competencia o la liberalización al máximo de la actividad cinematográfica. Televisa es ya una gran potencia en el audiovisual mexicano y de la región.

Los objetivos de las autoridades pasan por dirigir la reconversión del sector con medidas que permitan fomentar la producción de calidad con participación del capital privado. Del mismo modo,

se pretende atraer las producciones y coproducciones extranjeras, abrir el cine a otras ventanas como la TV, fomentar la distribución y comercialización, crear un banco de proyectos y modernizar la legislación.

En **Brasil**, la industria cinematográfica recupera parte de su esplendor de otros tiempos, pasando de la producción de 7 títulos en 1994 a 21 en 1996, y a una media de entre 25 y 30 en los años sucesivos.

En 1997, por otra parte, el conglomerado Globo decide crear su propia productora cinematográfica.

Brasil muestra gran interés en la coproducción y firma un convenio de coproducción con Portugal, primero, y con Argentina y los países del MERCOSUR, más tarde.

Los principales inversores en este sector son las empresas públicas, de manera que el cine brasileño, en la etapa que empezaba a consolidarse a finales de los 90, no se entendería sin Petrobrás y los grandes bancos estatales, que destinan fondos a través de la ley de Incentivo a la Cultura.

Colombia sale, con la promulgación de la Ley General de Cultura en 1997, de una oscura etapa iniciada cinco años antes con la disolución de un fondo de fomento del cine que llevó a la decadencia de la producción. La creación de la Dirección General de Cinematografía y el Fondo Mixto para la Producción Cinematográfica facilitan que se retome la actividad cinematográfica en el país.

Portugal maneja un proyecto para una nueva ley del cine que, dentro del esquema europeo de la Televisión sin Fronteras, MEDIA y Eurimages, garantice la producción de un número estable de filmes y propicie la participación de las televisiones. Simultáneamente, se muestra un gran interés por apoyar las coproducciones.

Venezuela cuenta con una Ley del Cine desde 1993 que ha permitido la creación del CNAC en 1994. El balance de los tres años transcurridos es muy positivo, ya que presenta una política de fomento muy bien articulada, que incluye el desarrollo de guiones, el montaje de proyectos, la atención a la promoción, distribución y exhibición, el apoyo a las instituciones de formación y a la Venezuela Film Comisión, creada en 1995. En noviembre de 2005 se produce una reforma de la ley que permite la creación del Fondo de Promoción del Cine.

Cuba vive una situación de tránsito en la que necesita renovar la base técnico-material de la industria y se fija como objetivos recuperar el poder de atracción del país como localización de rodaje de coproducciones y producciones extranjeras, y lograr una mayor presencia internacional del cine cubano avanzando también en la integración del cine latinoamericano.

Uruguay ha funcionado como país de acogida de producciones argentinas y ha participado en algunas coproducciones. Allí tiene una gran relevancia el papel desempeñado por la Cinemateca Nacional y por el recién creado Instituto Nacional del Audiovisual.

Por su parte, la situación de otras cinematografías que se muestran interesadas en el proyecto, aunque no formalizan su ingreso hasta un año o varios años después, es como sigue:

Chile presenta una situación preindustrial en la actividad audiovisual. En esos momentos, existe una propuesta de política nacional para fomentar el desarrollo de una industria cultural audiovisual. Hay también un movimiento en pro de la redacción de una ley de fomento para el cine (que sería promulgada en 2004 bajo el nombre de Ley sobre Fomento Audiovisual N° 19.981). Junto a esto, existen algunos acuerdos internacionales de coproducción.

Perú sale de una etapa de paralización del cine motivada por la derogación de la ley de 1992 y con las esperanzas fijadas en la actuación del Conacine, creado en 1996, en virtud de lo dispuesto en la ley N° 26.370 de 1994.

Bolivia promulga la ley N° 1.302 con la finalidad de fomentar la coproducción en busca de más mercados. Se crea el Consejo Nacional del Cine (CONACINE), que se fija como objetivo la producción de 2 ó 3 largometrajes al año, intentando solventar problemas acuciantes como la carencia del material técnico necesario y la escasa formación de los profesionales.

En el resto de los países, especialmente en Centroamérica y el Caribe, se repiten las carencias y la ausencia de una perspectiva que pueda considerar las mínimas opciones para el establecimiento de una actividad de carácter industrial.

Como resumen, se puede afirmar que en el momento de creación del Programa Ibermedia coincidieron los siguientes factores:

- ☛ Una evolución desde la noción de mercado común cinematográfico hacia la de “espacio audiovisual compartido”, que integra realidades de intercambio comercial, acciones políticas y mecanismos de cooperación para preservar la identidad y aprovechar el potencial económico frente a la amenaza de una hegemonía total del cine y el audiovisual norteamericano.
- ☛ Una primera valoración positiva de la experiencia europea en el terreno de las políticas de protección, fomento e integración cinematográficas y audiovisuales.
- ☛ Una coyuntura de renovación legislativa y de coincidencia en la orientación de la política cinematográfica de un número significativo de países de Iberoamérica.
- ☛ Una alianza entre autoridades cinematográficas y productores de nuevo cuño, que toman como objetivo la creación de un tejido industrial nuevo basado en la joint venture entre empresas y profesionales de uno y otro lado del océano.
- ☛ Una reconsideración de la coproducción como mecanismo para solventar las dificultades financieras de la producción y para ampliar el mercado de las películas.

- ☛ Una coyuntura de bonanza económica y de extensión del comercio internacional en el marco de la globalización.
- ☛ El valor en alza de la tradición cultural compartida y del español y el portugués como idiomas de comunicación de un número elevado de hablantes en todo el mundo (incluidos los Estados Unidos en el caso del español).
- ☛ La irrupción de una nueva generación de profesionales con formación académica diversa, pero sólida y con una orientación hacia el cine como un hecho de comunicación con una audiencia cuanto más amplia, mejor.
- ☛ La creación, consolidación y extensión de las escuelas de cine, que tuvieron una incidencia significativa en la transformación del panorama de la producción con la entrada de un cine joven que surge como contrapunto al cine tradicional.



4.1 Un nuevo enfoque de la cooperación cultural para el desarrollo

4

Efectos inducidos

A diferencia del esquema aplicado por la mayoría de los países participantes en el Programa, la contribución española -la de mayor cuantía desde el origen y mantenida a lo largo de los diez años- ha estado inspirada por una doble vocación de acción de fomento y de herramienta de cooperación.

La participación de España está dada por la presencia de: ICAA, como autoridad cinematográfica que participa en las deliberaciones y en la dirección del fondo; la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo (AECID), que provee financieramente la parte española; y la Dirección General de Cooperación y Comunicación Cultural (recientemente reconvertida en Dirección General de Política e Industrias Culturales, también en el organigrama del Ministerio de Cultura). Desde 2006, la mencionada Dirección General de Cooperación ha venido contribuyendo con una dotación económica exclusiva para documentales o programas de televisión cultural.

La presencia de AECID prolonga una actuación ya iniciada en los años '80 que, junto con el mismo ICAA y TVE, desempeñó un papel determinante en el apoyo a las coproducciones cinematográficas bilaterales entre España y las cinematografías de América Latina y creó otro de los antecedentes impulsores de la creación de Ibermedia.

Significativamente, la acción cooperativa de AECID en este marco supuso un importante cambio de filosofía en las políticas imperantes en los años sesenta y setenta, tanto en España como en otros países europeos, y desplazó el acento desde las actuaciones de mera asistencia técnica o financiera a procesos nacionales hacia estrategias de largo alcance y de ambición multilateral, que tenían como objetivo el impulso al desarrollo mediante el estímulo a las industrias culturales.

Desde este punto de vista, puede afirmarse que la coproducción cinematográfica con la intervención en red y con la implicación de los agentes artísticos, profesionales y económicos de dos o más países ha demostrado ser una vía de gran repercusión y con un gran recorrido futuro.

Gracias, en gran medida, a este esquema de naturaleza mixta, cooperativa y de inversión industrial, el programa Ibermedia ha podido beneficiar tanto a la cinematografía española como a las cinematografías asociadas, y ha contribuido a preservar el peculiar sistema de toma de decisiones en los órganos de gestión del mismo.

4.2 Consolidación del cine español e impulso a los nuevos cines latinoamericanos

Otro de los efectos inducidos por el programa Ibermedia ha sido su contribución destacada al prestigio creciente del cine español del cambio de siglo, como demuestra el importante número de coproducciones, el éxito de público y crítica de muchos de los títulos enclavados en esta modalidad de producción y el reconocimiento obtenido como referente por sus profesionales y artistas en el territorio iberoamericano.

Paralelamente, la nueva generación de cineastas de América Latina que han pasado, en un momento u otro, por el sistema de trabajo propiciado por Ibermedia ha ido consolidándose como la renovación esperada de los cines latinoamericanos de los años sesenta y setenta.

La renovación temática, estilística y de elencos artísticos y técnicos -obligada a menudo por el hecho de tener que enfocar una producción con aportaciones de dos o tres países y con la vocación de llegar a obtener una distribución en esos mismos países o en un circuito más amplio-, ha sido uno de los factores que ha impulsado una nueva consideración de la crítica, los historiadores

y los programadores de festivales. Este factor también ha facilitado que, en estos momentos, vuelva a circular internacionalmente la marca de “cines latinos” como una referencia de calidad y de identidad propia.

La importancia creciente del mercado latino en los Estados Unidos, por otra parte, y los nuevos intereses de las *majors* de Hollywood para ampliar su presencia en todos los mercados, han brindado nuevas oportunidades a jóvenes directores, actores y técnicos iberoamericanos que están demostrando tener talento suficiente para trabajar en pie de igualdad en la primera industria del mundo.

Los éxitos de Antonio Banderas, Salma Hayek, Benicio del Toro, Guillermo Arriaga o Alejandro González Iñárritu, serían más difíciles de entender sin la renovación experimentada por las cinematografías mexicana, española o puertorriqueña, de las que una parte del mérito corresponde a los nuevos estándares de trabajo que ha propiciado la cultura de la coproducción asociada al Programa Ibermedia.

4.3 Avance y consolidación de las nuevas políticas de fomento

Uno de los resultados más relevantes de la extensión del programa Ibermedia consiste en la oportunidad brindada a países que, por razones demográficas o económicas, tienen una debilidad estructural para crear una industria cinematográfica, de convertir la actividad artística inherente al cine en una apuesta de riesgo cultivada con los esquemas industriales al uso.

La formulación de una política de apoyo o fomento a la actividad cinematográfica, con base o vocación industrial, se ha dado en más de una ocasión en estos últimos diez años. El proceso empieza por la adscripción del país al programa Ibermedia para encontrar las alianzas necesarias y, a continuación, iniciar el fortaleci-

miento de los profesionales y el desencadenamiento del proceso político pertinente.

En este sentido, Ibermedia actúa también como una red de cooperación que, por medio de la CAACI o por la asistencia de la Unidad Técnica y otras iniciativas asociadas al programa, contribuye desinteresadamente a la extensión de un tejido legislativo y político de alcance continental, y gracias al cual se amplía el mercado potencial de espectadores y se enriquecen el talento y las fuentes de inspiración de historias y localizaciones.

4.4 El cambio de mentalidad entre productores y profesionales

Cabe resaltar que el programa Ibermedia está contribuyendo decididamente a un cambio de mentalidad entre productores y profesionales, de manera que permite vislumbrar una segunda generación de cineastas que afrontan con mayores posibilidades los cambios profundos inducidos por la transformación de las condiciones materiales, económicas y sociales y que anuncian el futuro inminente del cine y del audiovisual.

La sustitución del viejo planteamiento del director como único motor de la película soñada por un esquema de trabajo en el que la parte creativa va de la mano del productor desde el inicio mismo del proyecto, la importancia concedida al guión y a su perfeccionamiento, el énfasis en la etapa del desarrollo y montaje de los proyectos, la nueva figura del productor creativo y del trabajo en equipo a lo largo de todas las etapas y, sobre todo, la consideración de las audiencias como referente clave para orientar los esfuerzos son, sin duda, elementos de ese cambio de mentalidad mencionado.

La importancia concedida por Ibermedia tanto al desarrollo de los proyectos - introduciendo una visión empresarial que estaba ausente o se resiste a aparecer en según qué circunstancias o entornos- como a nuevos contenidos en los programas de formación, son contribuciones importantes a la hora de canalizar el talento y maximizar el empleo de los recursos, sobre todo en las cinematografías más débiles.

En cuanto a la formación de profesionales, ha coincidido con un período de consolidación de las escuelas y facultades de cine y televisión en un gran número de universidades de la región, con el asentamiento de CIBA como división regional de CILECT y con un cierto boom de la formación.

No obstante, las ayudas Ibermedia han permitido la creación de ofertas de formación con vitola y planteamientos de conjunto, lo que ha hecho posible una familiarización con el espacio audiovisual que, al menos como proyecto, Ibermedia ve necesario propugnar. A partir de estos incentivos se ha configurado un panorama que abarca al conjunto de Iberoamérica y estimula la formación de profesionales para la coproducción.

En este sentido, destacan el Master Iberoamericano en Guión Cinematográfico de la FIA (España), el Taller de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos de Casa América y Fundación Carolina (España), el Seminario UNIACC de Producción Creativa y Guión Cinematográfico (Chile) y la Diplomatura de Cine de Panamá.



5

Opiniones sobre Ibermedia

Para la valoración subjetiva del programa, la FIA elaboró una encuesta dirigida a todas las empresas, profesionales e instituciones que figuraban en el listado de beneficiarios que conserva la Unidad Técnica. Tras un delicado proceso de actualización de datos, se obtuvo la respuesta de un 40% sobre el total de encuestas efectivamente recibidas. Desde la óptica de los cineastas, esta valoración es altamente positiva.

El segundo grupo de encuestados lo formaron las autoridades cinematográficas de los países vinculados al Programa en la actualidad y resulta igualmente muy favorable en su conjunto.

Por último, un tercer grupo de opiniones procede del análisis de la literatura publicada sobre el programa, en un contexto de investigación y comentario académico. En este caso, la valoración presenta algunos perfiles críticos, pero, en conjunto, hay un reconocimiento claro de la validez del programa como fórmula exitosa de cooperación o herramienta de promoción de la integración y, sobre todo, como una de las claves de la revitalización de los cines de América Latina.

5.1 La opinión de los cineastas

Los cuestionarios, compuestos de 14 preguntas más dos apartados sobre la valoración de las ayudas y la valoración del programa, fueron enviados a más de 600 empresas y profesionales de los países adscritos a Ibermedia. De esos envíos, 476 llegaron efectivamente a sus destinatarios. En total, se recibieron 160 respuestas.

El 90% de los cineastas encuestados dijo valorar positivamente las ayudas recibidas. Y aseguraron que éstas propiciaron la realización de los proyectos presentados.

Tan sólo un 10% señala que la ayuda recibida no cubrió enteramente sus expectativas, o que no fueron suficientes para realizar el proyecto.

No obstante, el 75% de cineastas considera que para mejorar el programa se debería aumentar la cuantía económica. Un 15% ve necesario simplificar la tramitación administrativa de solicitud de ayudas, mientras que un 5% modificaría los criterios de concesión.

Respecto a las mejoras del sistema, un 60% propone una simplificación de las fichas de inscripción y de la comprobación de la coproducción.

Un 40% propone homologar más el criterio en cada país con respecto al trámite de nacionalidad para tener más facilidad en la aplicación.

Un 25% propone que se mejoren los criterios de concesión para asegurar que los contenidos temáticos respondan a la integración iberoamericana y no se vean como un mecanismo para obtener ayudas.

Con relación a las ayudas existentes, el 80% de los cineastas considera que deberían ampliarse, mientras que el 20% restante no cree que haya necesidad de ampliar las ayudas.

Entre los que consideran que debe ampliarse el sistema de ayudas, un 20% aboga por ayudas a la postproducción y un 70% considera que deben mejorarse los mecanismos para la distribución y exhibición de películas, tanto en cines y festivales como en las televisiones del ámbito iberoamericano.

Asimismo, hay un 40% que propone que el programa extienda las ayudas a proyectos y empresas que trabajan con nuevas tecnologías y plataformas del medio audiovisual.

Respecto a si la ayuda les permitió poner en práctica técnicas más eficaces y consolidar su empresa o el proyecto, el 80% de los encuestados considera que la ayuda les facilitó poner en práctica técnicas más eficaces y consolidar su empresa y el proyecto, sobre todo en lo que respecta a la gestión internacional de recursos, aprendizaje de recursos humanos y creativos.

El 90% de encuestados considera también que la ayuda recibida les sirvió para consolidar su empresa, les dotó de prestigio y les facilitó el acercamiento a otros mercados.

En cuanto a la valoración del programa, un 85% de encuestados afirma categóricamente que el programa ha servido para el fomento de los nuevos cines iberoamericanos, aunque el impacto empresarial e industrial y el desarrollo como industria audiovisual es mucho menos significativo. Esto ha sido muy evidente en el caso de las cinematografías más pequeñas. Hay países que han empezado a producir cine a partir de la aparición del Programa. Además, la aparición del Programa ha revitalizado a la CAACI.

Respecto al impacto del programa en la evolución del cine de cada país, también la casi totalidad un 85% considera que ha sido muy importante y crucial, sobre todo en los países donde las cinematografías eran muy pequeñas o inexistentes. En el caso de cinematografías más consolidadas, ha supuesto sobre todo un incremento en la relación con otros países de la región.

En cuanto a las estrategias que Ibermedia podría llevar a cabo para mejorar la distribución y circulación de las obras audiovisuales, los encuestados mencionan los siguientes puntos:

- Un 80% opina que hay que desarrollar más trabajo de marketing y promoción no sólo por producto individual, sino también orientadas a fortalecer la imagen “colectiva” del cine original de los países iberoamericanos en el mercado mundial.

- ☛ Un 5% propone la creación de una oficina internacional que ayude a introducir el cine Iberoamericano, así como la publicación anual de nuevas producciones para llevar a los mercados.
- ☛ Un 10% sugiere la implementación de circuitos de exhibición permanente en los países pertenecientes al fondo, buscando que se exhiban todas las producciones anuales. Y también incentivos a las salas locales, convenios con los canales y medios de comunicación, venta por Internet y otras.
- ☛ Según el 90% de los encuestados, la adecuación al cambio digital vendrá auspiciada por la formación específica sobre el tema y el incentivo a la producción de películas filmadas en formatos digitales.
- ☛ Un 10% considera que se debería apoyar el desarrollo de contenidos educativos interactivos y el de modelos de distribución digitales (TDT, Internet, telefonía celular, etc.); al igual que la creación de infraestructuras y plataformas adecuadas.
- ☛ Un 85% piensa que la convergencia entre el cine y la televisión debería contribuir al fomento de los mecanismos asociativos entre la TV y el cine, subsidiando la promoción de los largometrajes a través de la televisión abierta (que tiene mayor penetración), así como modelos de coproducción entre canales de TV abiertos y las empresas audiovisuales para el desarrollo de largometrajes. También creen que se deben apoyar proyectos para la televisión como miniseries, proyectos de calidad y contenidos interesantes.
- ☛ Con relación a la última pregunta de valoración del programa, sobre si éste sirve para desarrollar un espacio audiovisual Iberoamericano, más del 90% de los encuestados considera que así ha sido y que este espacio es la expresión de una cultura y un imaginario que necesitan ser preservados y defendidos, sobre todo frente a la homogeneización *hollywoodiense*.

5.2 La óptica de las autoridades cinematográficas

Respecto a los logros del programa, la totalidad de los encuestados considera que el programa ha contribuido de una forma notoria al desarrollo y fortalecimiento de la industria cinematográfica audiovisual de los países iberoamericanos, así como al fortalecimiento de su identidad cultural.

Los logros del programa que se enumeran son:

- Haber generado una relación de conocimiento, redes, contactos y trabajo entre países de Iberoamérica gracias al principio de coproducción que rige su funcionamiento. Esto tanto desde el punto de vista de la producción misma de largometrajes, pero también a partir de los apoyos a la formación, que han generado verdaderas cadenas de colaboración entre países.
- Haber dotado de contenido a la propia CAACI.
- La focalización en los temas de comercialización, distribución y exhibición.

Con relación a la incidencia de Ibermedia en el éxito creciente de crítica y de público, así como en el alto número de películas latinoamericanas y en la opinión favorable que suscitan las cinematografías y la promoción internacional de muchos jóvenes cineastas, el 90% de los encuestados señala que Ibermedia ha ayudado a dinamizar las cinematografías de muchos países miembros del fondo. Y este dinamismo no sólo se manifiesta con un mayor interés por parte de los gestores políticos de cada país a la hora de apoyar al cine, sino también porque ha puesto en marcha la producción de películas que el público y la crítica consideran de mayor calidad.

Respecto a la identidad cultural, el 95% de encuestados opina que el programa ha servido para redefinir el rostro multicultural que se refleja en la producción cofinanciada por Ibermedia.

Un 5% opina que el programa ha generado un cine iberoamericano pero que las raíces nacionales se acaban diluyendo.

Las soluciones que los encuestados sugieren para enfrentar el desequilibrio entre los diferentes socios de las coproducciones son:

- Redirigir algunos de los esfuerzos de formación y financiamiento primigenio hacia las cadenas productivas nacionales menos desarrolladas.
- Lograr la homogeneización de las legislaciones cinematográficas y el refuerzo de la participación financiera de los países miembros y, por tanto, una mayor participación de las televisiones en la coproducción, promoción y difusión de obras cinematográficas que pudiera atenuar este desequilibrio. En opinión de las autoridades, los criterios de adjudicación de las ayudas casi siempre están sujetos a cambio. Es el uso real de estos criterios el que brinda indicadores de toda índole para calificar la forma en la que las ayudas están siendo entregadas, así como para redefinirlas cuando haga falta.

Para la integración de cine y televisión y para aprovechar el cambio digital que se está produciendo en la actualidad, el 90% de encuestados considera que el primer paso para la integración sería la adquisición de derechos de obras audiovisuales que hayan concluido su etapa comercial o que estén por hacerlo, y su cesión para transmisión y difusión por medio de cadenas públicas de televisión de la región.

Un 10% considera conveniente avanzar en la formación de un Mercado Común Audiovisual Iberoamericano, tomando como base esfuerzos que ya existen en la región como SECAM y el camino trazado por el MERCOSUR en este sentido.

En cuanto al cambio digital, el 85% de los encuestados opina que se necesita más investigación al respecto, y un 15% cree que Ibermedia no está diseñado para aprovechar el cambio digital sino, más bien, para proveer a las industrias de la región los medios necesarios para aprovechar esos cambios.

En cuanto a las carencias del programa, el 75% opina que deberían aumentarse los fondos.

Un 20% considera que debe apoyarse decididamente la distribución y exhibición de obras iberoamericanas, así como ofrecer estímulos para la emisión de cine iberoamericano en las televisiones públicas e, inclusive, en las privadas, y para el uso de la tecnología digital.

Un 5% piensa que debería modificarse la concepción organizativa y que debería explorarse desde la CAACI la creación de un Observatorio de Medios Audiovisuales, similar al que existe en la UE, ubicado fuera de la Península Ibérica y en el que se pueda operar un control estadístico con fines determinados y claros.

Como objetivos para los próximos cinco años, el 65% de encuestados opina que deben enfocarse a la distribución y obtener nuevos socios estratégicos que aporten financiación.

El 15% considera que se debe reforzar la difusión de contenidos audiovisuales en todos los medios en los países miembros y reforzar un sistema legal de formación de cuadros profesionales de la especialidad.

Un 20% considera que hay que favorecer la información a las cinematografías e industrias audiovisuales para que la toma de decisiones nacional concuerde con un plan multilateral y seguir en el camino de defender la identidad de una de las tres regiones idiomático-culturales más grandes del mundo.

5.3 El enfoque de historiadores, expertos y críticos

Según los académicos y especialistas en la investigación del audiovisual que se han ocupado del Programa, Ibermedia ha alcanzado su mayor éxito en el ámbito de la cooperación cultural, aspecto fundamental de las relaciones entre países iberoamericanos en la etapa actual.

El programa es considerado, asimismo, como una de las claves de bóveda de la revitalización de los cines en América Latina.

No en vano, el programa Ibermedia nace en un momento en el que emerge la necesidad de profundizar en la cultura como factor de desarrollo. A ello han contribuido los avances en la percepción del valor del sector de los servicios y los intangibles como un elemento considerable en una visión global del desarrollo, y mucho más si analizamos la relación profunda entre procesos creativos e innovación y crecimiento económico.

Para Tamara L. Falicov, el Programa Ibermedia ha demostrado ser un modelo estable y consistente para canalizar las ayudas estatales otorgadas a través de instituciones cinematográficas, fuertemente dependientes de las políticas culturales y del entorno social local.

Desde una perspectiva histórica como la que plantea Gabriela Martínez, el programa Ibermedia se inscribe en el marco geopolítico de la implementación y consolidación del modelo neoliberal en América Latina.

En este sentido, y en su opinión, Ibermedia hace frente a retos específicamente derivados de esa particular circunstancia geopolítica. Por una parte, la necesidad de compensar la situación de desprotección de la industria cinematográfica latinoamericana, propiciada por la pujanza de las empresas globales y las fuerzas de mercado que éstas gobiernan. Por otra, la necesidad de lidiar con la expansión del vídeo doméstico y, más recientemente, con la televisión por cable, sectores colonizados por la industria estadounidense.

Desde el punto de vista de la cooperación cultural entre España, por un lado, y América Latina y el Caribe, por otro, los estudiosos coinciden en destacar el éxito del programa tanto a la hora de facilitar la formación de profesionales, técnicos y creadores, como a la hora de aportar fondos para el desarrollo de proyectos en materia de producción y, muy especialmente, de coproducción.

Ibermedia es entendido también como una continuación del plan estratégico de apoyo español a las películas latinoamericanas emprendido por el ICAA, por la AECI y por TVE, que se institucionalizó a finales de la década de 1980. Desde esa perspectiva, ha funcionado y funciona como una fuerza de cohesión y desarrollo. Ello ha tenido consecuencias sobre las coproducciones iberoamericanas estableciendo una tensión entre “el cine cultural” y la creciente mercantilización de los mecanismos de producción cinematográfica.

El énfasis del Programa Ibermedia en el apoyo a la coproducción y al desarrollo de proyectos, tan necesario en el momento en el que surgió, dejó parcialmente al descubierto otros aspectos que, una vez consolidado ese tipo de cooperación, requieren mayor atención en el futuro. En este sentido, se han detectado carencias del programa en el sector de la distribución, exhibición y difusión de películas.

Un factor estrechamente ligado a los problemas de la distribución y la difusión es, en opinión de los expertos, el escaso número de espectadores que demandan esas películas. Las carencias en los campos de la distribución y la exhibición parecen haber demostrado que una comunidad de 500 millones de hablantes no basta para cohesionar una cinematografía de habla hispano-portuguesa. Desde este punto de vista, los estudiosos de Ibermedia plantean la necesidad de canales y plataformas que acerquen al público al cine producido en Iberoamérica, y les enseñen a apreciarlo más allá de los gustos fijados por el modelo dominante de la industria estadounidense.

En lo que respecta a los criterios de concesión de las ayudas, algunos especialistas como Teresa Hoefert de Turégano, recuerdan que Ibermedia ha recibido críticas en el sentido de que a menudo los proyectos elegidos van a un grupo de individuos muy reducidos. Falicov llama la atención sobre las críticas referidas a la transparencia y las dinámicas de poder que ha recibido el programa. Los criterios de concesión de las ayudas se acentúan; no varían cada año en función de criterios objetivos, sino que las

valoraciones se encuentran ligadas a quienes lideran los Institutos de Cinematografía, por lo cual guardan mayor relación con los cambios en la administración de los gobiernos que con criterios propiamente cinematográficos. Hay, por tanto, un reclamo por mejorar y hacer más transparente el proceso de asignación de las ayudas.

También destacan algunas observaciones de cara a la formación del público. Tanto Octavio Getino como el productor y experto en comercialización y marketing, Octavio Nadal, coinciden en la necesidad de incentivar la formación crítica de nuevos públicos, poniendo especial énfasis en los sectores infantiles y juveniles.

Sobre este asunto, señala Getino que “si no nos ocupamos de atender lo que está sucediendo con la percepción audiovisual de las nuevas generaciones, es muy posible que nuestro cine encuentre mayores dificultades para sostenerse que las que ahora tenemos. En esta línea se inscribe también la necesidad de fomentar un cine destinado a la infancia”. Por su parte, Nadal cree necesario que Ibermedia “desarrolle una política específica para el apoyo a la producción, exhibición y difusión del audiovisual infantil iberoamericano en cualquiera de sus formas”.

En lo que respecta a la cooperación iberoamericana en el campo televisivo, Enrique Bustamante señala que no ha sido abordada seriamente en ninguno de sus componentes fundamentales: ni en las relaciones con el cine iberoamericano, ni en la coproducción o el intercambio de programas televisivos, ni como plataforma estratégica para la cooperación en todos los demás ámbitos de la cultura.



De la lista de objetivos incumplidos o de dificultades creadas por el cumplimiento de otros, los más destacables, en opinión de los redactores de este informe, son:

6

Nuevos y viejos desafíos

☛ El desequilibrio creciente entre los planteamientos financieros de España y los países con mayor poderío industrial (Brasil, México y Argentina), y los planteamientos financieros de, al menos, una decena de los demás países que integran Ibermedia y, presumiblemente, los de todos los países que puedan seguir sumándose en un futuro inmediato.

☛ La ineficacia de los mecanismos puestos en marcha por el Programa a la hora de mejorar la distribución de las películas iberoamericanas o, dicho de otra manera, a la hora de corregir, aunque sea en un grado testimonial, el férreo control del mercado ejercido por las *majors* radicadas en Hollywood.

☛ Los insatisfactorios resultados conseguidos por el Programa en la mejora de las relaciones entre el cine y la televisión en los países iberoamericanos, mereciendo una consideración especial el desarrollo de la cuestión en España, uno de los dos países europeos, y sujeto por tanto a la directiva Televisión sin fronteras.

☛ La consideración de las ayudas otorgadas a la coproducción y al desarrollo como si se trataran de fondos perdidos y no de créditos renovables. La no devolución de las ayudas crea una inercia que dificulta la realimentación del fondo, dificultando su ampliación a más beneficiarios.

Los desequilibrios financieros

Acorde con una tendencia de carácter global, uno de los aspectos más llamativos de la evolución de las cinematografías de la región en los últimos diez años ha consistido en el proceso de encarecimiento de los costes de producción.

El aumento del coste de los salarios y del precio de los servicios necesarios para la producción, postproducción, comercialización y distribución de una película, sin embargo, no ha afectado de manera uniforme al conjunto que, por otra parte, tenía situaciones de arranque muy dispares.

Resultado de este fenómeno son los grandes desequilibrios que afectan directamente al planteamiento de muchos de los proyectos de coproducción de los que entran en el marco del programa.

En este sentido, son las coproducciones en las que participa España las más afectadas, por cuanto ha sido la industria española la que más ha sufrido este encarecimiento, de manera que el coste medio de una película ha pasado de estar en torno al millón de dólares USA a finales de los noventa, a costar entre tres y cuatro millones de dólares USA diez años después.

Este cambio ha disparado los costes de la fase posterior a la postproducción y empuja hacia la concentración de la inversión en una lista muy corta de megalanzamientos, que son, en definitiva, los únicos que pueden aspirar a romper las barreras de las audiencias.

Ciertamente, el aumento de los costes es uno de los factores que ha llevado a las asociaciones profesionales y a las instituciones cinematográficas españolas a plantear una serie de alternativas, como la de destinar una parte importante de los recursos a la producción de películas para televisión. Éstas tienen un coste muy inferior (entre un millón y 1.700.000 dólares USA), pero son productos con intervención directa de las cadenas de televisión, pensados en principio para un público local, y con muy escaso recorrido en el terreno de las coproducciones.

Las industrias argentina, mexicana y brasileña, por otra parte, han experimentado un incremento de costes mucho menor, si bien la tendencia camina hacia el encarecimiento y hacia unos gastos en copias y marketing similares a los reseñados en el caso de España.

En los demás países de producción media, como Colombia, Chile, Venezuela, y, en cierta medida, Puerto Rico, la variación de los costes no ha sido tan significativa, aunque no puede descartarse una evolución en este sentido en los próximos años. En el resto de la región es posible encontrar presupuestos que oscilan entre los 500.000 y los 900.000 dólares USA, sin incluir, desde luego, los gastos en copias y marketing.

Para el Programa Ibermedia, esta nueva situación está teniendo un impacto cada vez mayor desde 2004, pues el desequilibrio en la inversión de los socios - muy acentuado cuando se trata de España, y significativo cuando coproducen empresas de los países grandes y empresas de los países pequeños - provoca una desigualdad en los esfuerzos respectivos, dificulta la equivalencia de las aportaciones y condiciona, en ocasiones de manera determinante, el reparto de derechos según territorios o ventanas de explotación.

La cuestión ha tenido ya alguna traducción para la valoración global del programa y, en ocasiones recientes como la del I Congreso Iberoamericano de Cultura, celebrado en México en octubre de 2008, se han dado manifestaciones de productores destacados que consideran imprescindible un aumento del Fondo para que se puedan superar estos desequilibrios y el Programa pueda fomentar también la coproducción de proyectos más ambiciosos.

Por otro lado, en uno de los seminarios organizados por la Unidad Técnica en el citado Congreso, se analizó una propuesta surgida desde España para homologar los planes de producción en busca de una fórmula que permita establecer una equivalencia más igualitaria y transparente de los esfuerzos de los distintos socios.

En este sentido, como vaticinan los expertos, la digitalización de los procesos de creación, producción y distribución del cine y la convergencia de las industrias del cine y de la televisión en una industria ampliada del audiovisual pueden actuar como una palanca de reequilibrio de estas desigualdades, pero aún está por fijar el nuevo modelo de negocio que saldrá de los cambios en curso.

También se da el planteamiento de quienes abogan por nuevos criterios en el mecanismo de la concesión de ayudas, matizando el “interés nacional” de cada una de las autoridades cinematográficas con una consideración más apegada a las realidades de las industrias respectivas y, sobre todo, a la necesidad de encontrar el éxito de público que asegure la continuidad de los emprendimientos audiovisuales.

El escollo de la distribución

La suerte de las industrias cinematográficas iberoamericanas, como las de todo el mundo, está condicionada por los mercados en que se desenvuelven y por la posición de esos mercados en los territorios de las *majors* internacionales.

El éxito del cine norteamericano tiene como uno de los factores clave el control oligopólico de la distribución, que se combina, como una fórmula perfecta, con la habilidad para el manejo de los recursos narrativos y con las mejores -y más costosas- prácticas de marketing hasta conseguir moldear el gusto de las audiencias de casi todas las latitudes.

Como recuerda el experto español Lluís Bonet, “el problema más grande que enfrenta el cine de y en América Latina (y aquí cabe añadir también el español y los cines europeos, en general) es el control de las *majors* estadounidenses sobre la distribución cinematográfica de la región, ante las cuales Europa y América Latina están en clara desventaja. Su estructura oligopólica y las alianzas con los nuevos empresarios de la exhibición local conllevan a una coyuntura de cuasi exclusividad y predominancia en las pantallas latinoamericanas”.

En este sentido, ninguna de las políticas ensayadas en diferentes momentos -desde la cuota de pantalla hasta la versión original obligatoria- ha conseguido resultados significativos a favor de los cines nacionales o, como interesa en este caso, para los cines iberoamericanos.

Tampoco ha dado grandes frutos, por el momento, el cambio de acento hecho en las ayudas a la distribución de Ibermedia, dotando en los últimos tres años una línea para ayudas al “delivery”. Se trataba de conseguir con ellas que los productores iberoamericanos se ejercitaran en la venta de sus películas en el mercado internacional y que el recorrido de la coproducción llegara también al territorio en que se promociona la película en festivales y mercados. Son, sin duda, aspectos interesantes y positivos que se deben considerar.

Queda, no obstante, el desafío de encontrar alternativas al estado de cosas actual.

Los cines de América Latina no se difunden en la región. Los cines europeos no se ven en Europa, con la excepción, relativa, del cine francés en Francia. Las cuotas de audiencia de los cines nacionales en América Latina pueden oscilar entre el 5 y el 10% con algunos éxitos puntuales, pero, al igual que sucede en Europa, entre el 85 y el 90% de la recaudación en las taquillas de los cines corresponde a películas que proceden de los Estados Unidos.

La presencia de los cines de América Latina en Europa tampoco es significativa. Un pequeño elenco de películas son estrenadas regularmente en España. Algunas se convierten en éxitos notables o importantes, pero no crean un gusto alternativo al gusto dominante.

El programa Ibermedia ha conseguido introducir algunas modificaciones interesantes en este terreno. En la presencia del cine de América Latina en España, algunos títulos Ibermedia han estado entre el puñado de películas de gran éxito.

En Brasil, Argentina, México, Colombia, Chile, Puerto Rico, Ecuador y Uruguay se han registrado audiencias muy grandes para algunas de las películas coproducidas con la fórmula Ibermedia. Esto es, para películas que no responden ni al esquema de las comedias fáciles que conectan con la tradición del vodevil, aún fuerte en el imaginario de muchos de los países, ni a los valores de producción de las películas *blockbuster*.

Sin embargo, los éxitos han sido aislados, no han generado la continuidad necesaria y, sobre todo, no han servido para fortalecer las estructuras nacionales de distribución. La irrupción de Internet y los cambios de hábitos en el consumo de productos audiovisuales (señalados en el capítulo 7 de este mismo informe) abren, sin embargo, nuevas perspectivas que hacen posible pensar en un cambio radical de las condiciones de distribución de las películas en un lapso de tiempo corto.

Las relaciones entre el cine y la televisión

La mejora de las relaciones entre el cine y la televisión es, desde el planteamiento original del Programa Ibermedia, una de las claves para el asentamiento de un auténtico espacio audiovisual iberoamericano.

El punto de partida, sin embargo, era muy desigual y estaba lleno de dificultades. Desde la perspectiva europea, en especial desde el lado español, la integración de la televisión y el cine era extraordinariamente importante. La tradición de apoyo de TVE a las coproducciones con América Latina, muy anterior al nacimiento mismo del Programa, era uno de los pilares de la integración.

La directiva “Televisión sin fronteras” ha propiciado, por otra parte, que las televisiones comerciales (tanto las de emisión en abierto como las de emisión de pago) se hayan implicado como una de las fuentes de financiación más constantes en un número muy elevado de las coproducciones Ibermedia con participación española. Desde la perspectiva latinoamericana, sin embargo, la participación de las televisiones en la producción cinematográfica ha estado limitada a los proyectos nacidos en el seno de las grandes televisiones mexicanas, brasileñas, argentinas o colombianas, lo que ha dejado al margen no sólo la financiación de los proyectos, sino incluso la compra de derechos de emisión de las películas ya producidas.

Aunque hay que señalar que en los últimos años han aparecido nuevas tendencias que permiten vaticinar un cambio importante en este terreno.

En primer lugar, la aprobación en la última reunión de la CAACI, en noviembre de 2008, de un plan para la venta de derechos de emisión de un paquete de más de medio centenar de películas coproducidas por Ibermedia a televisiones de todos los países miembros. El objetivo de dicho plan es su difusión durante las 53 semanas del año para crear un espacio en la parrilla capaz de difundir cine iberoamericano de manera regular y en buenas condiciones de promoción, así como fomentar una nueva relación entre los productores independientes y las cadenas.

En segundo lugar, y en dirección tal vez contraria, se ha producido un cambio de criterio entre los responsables de la nueva etapa de TVE para reducir la participación financiera, mediante pre-compra de derechos o a través de la compra de los derechos de emisión de películas ya finalizadas. Esto representa una apuesta más orientada a la audiencia potencial que a la ayuda a la coproducción.

En tercer lugar, aparece como una clara tendencia la función que cumple la producción cinematográfica en el proceso de cambio acelerado que atraviesan las televisiones (públicas y privadas), y que supondrá un nuevo modelo de negocio.

En este sentido, la digitalización y el impacto de Internet ya están abriendo un nuevo campo de relación entre el cine y la televisión en el marco de un audiovisual ampliado.

Parece indudable que la integración entre cine y televisión tendrá gran protagonismo en el diseño del nuevo audiovisual. Así parecen demostrarlo, en el caso español, algunas de las orientaciones dadas por las asociaciones de productores y por las autoridades cinematográficas.

Lo que se perfila es un nuevo audiovisual al que deberá estar atento el Programa Ibermedia y del que sin duda saldrá la verdadera oportunidad para avanzar sólidamente en la construcción del “espacio audiovisual iberoamericano”.



7

Los horizontes del audiovisual

La década transcurrida desde la puesta en marcha del programa ha sido espectacular desde el punto de vista de las transformaciones tecnológicas, económicas, profesionales y culturales del cine y del audiovisual en su conjunto. Desde esta perspectiva, las nuevas necesidades dibujan unas coordenadas nuevas para el Programa Ibermedia.

La aparición del programa en el contexto iberoamericano se inscribe en un marco global de mutación del espacio audiovisual. El rasgo principal de dicha mutación es la hegemonía de las tecnologías digitales en la esfera de la creación y la producción de contenidos audio-

visuales y la aparición de la televisión de tercera generación. Se trata de una realidad compleja que ha hecho surgir nuevos tipos de espectadores y, como consecuencia, sugiere nuevos modelos de negocio e identidades.

En el espacio audiovisual contemporáneo, el cine (y también la televisión) comparte ya mercado con nuevas pantallas que comienzan a superarlo en capacidad y dimensiones, y que acaparan la atención de las generaciones más jóvenes.

La nueva red global integra la Internet audiovisual, la televisión IP y la telefonía móvil en sus nuevas aplicaciones de imágenes y audio. Esto supone un desafío para el cine tal y como era entendido hasta hace pocas décadas, no sólo en el ámbito de la técnica, la innovación y la creación, sino también en lo que respecta a las fórmulas de producción, distribución, exhibición y el gusto de los espectadores.

Como consecuencia de todo ello, despunta una nueva concepción del cine en el que éste se integra en la red ampliada del espacio audiovisual contemporáneo.

Desde el punto de vista de la producción, se da la circunstancia de que se siguen produciendo películas de ficción, como lo demuestra, entre otras cosas, la vitalidad del programa Ibermedia.

Pero pocas veces esas películas se diseñan y planifican pensando en su explotación ulterior en las pantallas televisivas o en reproductores de DVD y otros soportes digitales.

Desde el punto de vista de los gustos de las audiencias, se ha producido una transformación radical de los hábitos de consumo que ha llevado a que los circuitos de distribución y exhibición se hayan visto también modificados.

Hoy en día sólo una minoría de espectadores ve las películas en salas de cine, pues la mayoría las ven en la televisión doméstica o en la pantalla del ordenador, con una luz ambiental encendida, con frecuentes interrupciones publicitarias o surgidas del entorno del espectador, en una actitud semiatenta o distraída y con el telemando al alcance de la mano.

En muchos casos se trata de producciones pensadas para las salas de cine, pero el espectador las percibe y las consume en una situación radicalmente distinta, lo que afecta profundamente a sus efectos psicológicos y a su apreciación estética. Esto se ve potenciado todavía más con los avances tecnológicos: el desarrollo de pantallas y equipos de sonido en alta definición y su mayor accesibilidad a ellos por parte de los usuarios, permiten la simulación de las condiciones de la sala de cine en casa.

Así, se da la circunstancia paradójica de que la industria cinematográfica nunca había tenido con anterioridad tantos espectadores, pero éstos no se encuentran en las butacas de los cines. En el nuevo contexto audiovisual, el espectador cinematográfico en soporte vídeo o en televisión a la carta, es dueño y responsable de algo por esencia históricamente intocable, como era el tiempo de la proyección, condición que afecta de manera definitiva a los hábitos de consumo e, indirectamente, contribuye a la transformación de los productos audiovisuales.

Por lo demás, las salas públicas también se han transformado profundamente. Asistimos a la multiplicación de los minicines para un público muy menguado y para beneficio del empresario (pues

con un solo proyccionista pueden atenderse varias salas a la vez). Esto ha supuesto un compromiso espacial entre el antiguo formato teatral y la sala de estar televisiva, recortando drásticamente el tamaño de las pantallas.

Por otra parte, y de manera más importante, han proliferado los cines múltiplex, propiedad de empresas mayormente de propiedad estadounidense, que masifican la experiencia de ir al cine e imponen contenidos audiovisuales, manteniendo así la histórica posición dominante que ejerce el cine *made in USA* sobre la distribución internacional.

En lo que respecta al medio digital, hay que señalar que éste presenta una serie de ventajas que afectan a todos los aspectos de la esfera audiovisual: en la fase de producción, permite la verificación instantánea de la grabación, la eliminación de los procesos de mediación de laboratorio y la posibilidad de borrado y regrabado de la cinta o tarjeta de memoria. En la fase de difusión, se obtiene la ventaja de poder llevar a cabo una distribución centralizada por cable, por satélite o por Internet hacia diferentes destinatarios o públicos separados entre sí.

En definitiva, las características que definen el espacio audiovisual contemporáneo plantean importantes retos para el cine y, concretamente, para el cine iberoamericano.

Son retos que afectan a una futura inscripción del cine en el marco más amplio del audiovisual y a su satisfactoria imbricación con los procesos de producción y distribución auspiciados por el medio televisivo.

Aún así, el cine iberoamericano también puede beneficiarse enormemente de las posibilidades que brinda el contexto de la esfera digital, que facilita la democratización del acceso a los medios de producción y difusión, gracias al abaratamiento de costes y, por otra parte, abre nuevos caminos a la innovación y la creación artística.



8

Líneas de futuro

La presente evaluación del Programa Ibermedia se cierra con una descripción de las fortalezas y las debilidades de los cines iberoamericanos (según esquema inspirado en la técnica DAFO), considerados en su conjunto e insertos en un horizonte que, como se ha dicho más arriba, tiene mucho que ver con los cambios registrados durante los años de vigencia del Programa Ibermedia.

Como complemento, se ofrece también una serie de recomendaciones para implementar por el Programa con vistas a solucionar algunos de los grandes desafíos que se abren ante el cine y el audiovisual iberoamericanos. Estos desafíos se derivan tanto del crecimiento y las mejoras propiciadas por el éxito mismo del Programa como de la mutación tecnológica, económica y cultural que afecta a este sector clave en la mayoría de las sociedades en la época de la Globalización.

8.1 Fortalezas de los cines iberoamericanos

1. Sólidos antecedentes en producción artística e intelectual, en el marco de una cultura, una historia y unas raíces lingüísticas comunes y con un claro reconocimiento mundial.
2. Aparición de una red de conocimiento, contactos y trabajo entre países de Iberoamérica, gracias, en gran medida, al principio de coproducción que rige el programa Ibermedia.
3. Experiencia en materia de acuerdos y convenios de cooperación cultural internacional y de integración y coproducción cinematográficas.
4. Buena valoración de la cooperación cultural y de los procesos de integración por parte de las productoras de la región, los organismos estatales y las instituciones cinematográficas.

5. Consolidación de cinematografías con probada experiencia industrial (como la española, argentina, brasileña o mexicana), y emergencia de otras en las que no existía el tejido industrial a partir de la puesta en marcha del programa Ibermedia, especialmente en América Central y el Caribe.
6. Importante potencial de producción en el sector audiovisual ampliado, concretamente en el ámbito televisivo, que cuenta con buenos recursos de producción y comercialización regional y mundial, y enormes posibilidades para la formación de recursos técnicos y creativos.
7. Una comunidad de 500 millones de hablantes debe ser entendida como un prometedor mercado base para el desarrollo de las industrias cinematográficas locales y regionales. El target del cine iberoamericano debe ser todo el mundo, sin limitaciones, y el mercado iberoamericano debe servir de plataforma de lanzamiento para lograr la penetración y difusión en los mercados internacionales.
8. Afianzamiento de la legislación y las políticas cinematográficas nacionales en la búsqueda de la integración de un espacio audiovisual iberoamericano común.
9. Coexistencia de Ibermedia con otros proyectos de intercambio e integración (como la RECAM del MERCOSUR) que fomentan los acuerdos de codistribución y otros fondos de apoyo internacionales que pueden ser complementarios (Huber Bals, Fond Sud, Sundance, entre otros).
10. Capacidad competitiva de la marca Ibermedia ante los productos norteamericanos.
11. Aumento paulatino del elenco de profesionales altamente cualificados en el sector, gracias al desarrollo de centros de capacitación.

8.2 Debilidades de los cines iberoamericanos

1. Dificultad para amortizar los costos de las producciones locales y, en muchos casos, también de las coproducciones. Motivos principales: competencia de las nuevas pantallas audiovisuales, cambios en los hábitos de asistencia al cine y disfrute de las películas, coyunturas de crisis económica.
2. Problemas de adecuación y coherencia narrativa en las películas que siguen el modelo de la coproducción, especialmente aquellos problemas que son derivados de la selección de un equipo artístico o técnico internacional y de la aplicación de estrategias de marketing fallidas, que suelen chocar con las exigencias de una localización fuertemente nacional.
3. Insuficiencias en la participación de inversión privada (especialmente de procedencia española) en los programas de coproducción y de cooperación.
4. Escaso nivel de intercambios en la distribución y exhibición de películas como consecuencia de las insuficiencias en la comercialización a escala local y regional, y en las diversas ventanas secundarias (televisión, vídeo, dvd, etc.).
5. Ausencia de audiencias estables para los productos nacionales.
6. Inexistencia de políticas de articulación efectiva del cine respecto a las nuevas ventanas del audiovisual (TV, Internet, vídeo digital) en los sectores de la producción, la difusión y los servicios.
7. Falta de actualización en los criterios para la elegibilidad de los proyectos en muchos de los fondos de fomento y ayuda articulados en los diferentes países de la región.
8. Inexistencia de un circuito institucional de premios, festivales y otros medios que contribuyan a la definición de la identidad Ibermedia.

9. Insuficiencias en bastantes países en los mecanismos de regulación e implementación de algunas medidas de protección de las industrias cinematográficas, como las cuotas de pantalla o los incentivos fiscales.

10. Concentración de las decisiones relativas a la programación de los circuitos de exhibición en pequeños grupos de cada país, privilegiando los espacios comerciales y dejando poco espacio a circuitos alternativos.

11. Hegemonía de la industria cultural norteamericana, especialmente en el ámbito de la distribución, en el que ejerce un dominio ininterrumpido desde hace décadas.

8.3 Recomendaciones para el futuro inmediato

1. Actualización de los criterios de concesión de las ayudas introduciendo mecanismos que den juego a la opinión de expertos con una visión de mercado y de conjunto, y que pueda actuar como complemento de la decisión de las autoridades.

2. Establecimiento de una baremación objetiva con un sistema de puntos que permita comparar los méritos de todos los aspirantes a las ayudas del Fondo y que pueda ser utilizada tanto por la Unidad Técnica como por la comisión de expertos y las autoridades.

3. Articulación de nuevas modalidades de ayuda, en el apartado de la coproducción y del desarrollo de proyectos, atendiendo no sólo a la idoneidad de cada proyecto sino también a su capacidad de asegurar la continuidad de la actividad empresarial, como las listas de proyectos, opción ya experimentada por el programa MEDIA de la Unión Europea.

4. Aprovechamiento del potencial de cooperación que se abre con el lanzamiento del nuevo programa MEDIA MUNDUS de la Unión Europea. Se trata de una serie de ayudas cuya finalidad consiste en impulsar la coproducción entre Europa y terceros

países, entre los que pueden situarse de manera privilegiada los países latinoamericanos.

5. Nuevo impulso a la homologación legislativa entre los países miembros y a la estandarización de los procedimientos y de la documentación manejada por los socios, en la línea de lo ya iniciado con los planes de producción.

6. Mayor implicación de las ayudas a la formación en las estrategias compartidas por el conjunto de las escuelas y facultades universitarias de la región, fomentando la formación de formadores, la capacitación profesional de alto nivel y las experiencias de inserción en las prácticas industriales.

7. Focalización de acciones de formación en la capacitación para la gestión de los nuevos modelos de negocio en el campo del audiovisual y para el aprovechamiento eficaz del potencial de la digitalización en el conjunto de la industria.

8. Búsqueda de una fórmula idónea que conceda una mayor y más clara personalidad a los gestores del Programa y que facilite la obtención de fuentes de financiación alternativas a las existentes.

9. Reforzamiento de las acciones tendentes a lograr una mayor colaboración entre el cine y la televisión de los países miembros, en la línea de lo establecido por la directiva europea “Televisión sin fronteras” y aprovechando las experiencias acumuladas por las estrategias de producción cinematográfica de grandes consorcios televisivos de la región como TVE (España), Globo TV (Brasil), Telefé (Argentina), Televisa (México) o Caracol (Colombia).

10. En el mismo terreno, multiplicación de acciones como la de Ibermedia TV, nueva modalidad de compra de derechos de cine iberoamericano por parte de las televisiones públicas iberoamericanas. Esta medida, aprobada en la reunión de Montevideo, asegura la exhibición de un importante catálogo de películas Ibermedia en las televisiones de todos los países miembros.

11. Dedicación de una atención especial al potencial que ofrece la Red para la distribución de las películas.

12. De manera complementaria, actualización de los criterios que han regido las ayudas a la distribución y han favorecido la creación de redes alternativas.

13. En esta misma línea, facilitar a las autoridades cinematográficas los elementos que permitan la adopción de una norma común en el espacio Ibermedia para regular las descargas legales, respetando los derechos de la propiedad intelectual, y aprovechar Internet como una alternativa real y potente que contribuya a romper el actual oligopolio que rige la distribución internacional.





Bibliografía

Aliaga, Ignacio, “Informe sobre el cine en Chile”, en *Made in Spanish '97*, septiembre de 1997, Festival Internacional de Cine de San Sebastián.

Bonet, Lluís y González, Carolina; “El cine mexicano y latinoamericano en España” (documento de trabajo). México: IMCINE, 2002.

Bonet, Lluís, “Industrias culturales y desarrollo en Iberoamérica: Antecedentes para un debate”, en Néstor García Canclini (ed.), *Iberoamérica 2002. Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*, México, Santillana, OEI, 2002.

Bustamante, Enrique, “La televisión en Iberoamérica: el nudo central de la cooperación cultural”, en *El audiovisual en la cooperación iberoamericana*.

CAACI: La realidad audiovisual latinoamericana. Caracas: CNAC, 1997.

Caballero, Rufo (coord.), “Producción, coproducción e intercambio de cine entre España, América Latina y el Caribe”, Fundación Carolina, CeALCI.

Casado, Miguel Ángel, “La acción comunitaria para el fomento de la industria audiovisual. El impacto del programa Media”, en revista *Telos* nº 70, enero-marzo 2007.

Chanan, Michael, “Latin American cinema: from underdevelopment to postmodernism”, en Stephanie Dennison y Song Hwee Lim, (eds.), *Remapping World Cinema: Identity, Culture and Politics in Film*, Londres y Nueva York, The Wallflower Press, 2006.

Falicov, Tamara L., “Programa Ibermedia. Co-production and the Cultural Politics of Constructing an Ibero-American Audiovisual Space”, en *Hibryd Media, Ambivalent Feelings*, Hyung-Sook Lee (ed.), *Spectator* 27-2, otoño de 2007.

García Ferrer, Alberto, “Cine iberoamericano. Congresos, territorios y chocolate”, en *Revista del Cine Español nº10*, abril de 1995, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, Madrid.

Guzmán Cárdenas, Carlos E., “La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica”. Caracas, INNOVARIUM-CACI, 2004.

Getino, Octavio, “Cine Iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo”, Buenos Aires, INCAA-CICCUS, 2005.

___ “La cooperación cinematográfica entre España y los Países de América Latina y el Caribe”, en Enrique Bustamante (ed.), *La cooperación Cultura-Comunicación en Iberoamérica*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2007.

Getino, Octavio, “Negociación e integración en el sector cinematográfico y audiovisual en los países del MERCOSUR.

Antecedentes y experiencias”, en Juan Carlos Moneta (ed.):

El jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR. Oficina de la UNESCO en Montevideo, Representación de la UNESCO ante el MERCOSUR, marzo de 2006.

___ “Cine argentino: entre lo posible y lo deseable”. Buenos Aires, INCAA-CICCUS, 2005.

___ “La tercera mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano”. Buenos Aires, Paidós, 1996.

Hoefert de Turégano, Teresa, “The International Politics of Cinematic Coproduction: Spanish Policy in Latin America”, en *Film & History*, 34-2, 2004.

Johnson, Randal, “Film Policy in Latin America”, en Albert Moran (Ed.) *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*, Londres, Routledge, 1996.

King, John, “Afterword to the New Edition. Cinema in the Nineties: The Snail's Strategy”, en *Magical Reels: A History of Cinema in Latin America*, Nueva York / Londres, Verso, 2000.

Losada, Juan Carlos, Editorial de la *Revista de Cine Iberoamericano*, nº 1, mayo de 2008.

Martínez, Gabriela, “Cinema law in Latin America: Brazil, Peru and Colombia”, *Jump Cut. A review on contemporary media* nº 50, primavera de 2008.

Mastrini, Guillermo, “Las políticas de comunicación frente al desafío de la globalización”, en *El audiovisual en la cooperación iberoamericana*

Media Research & Consultancy Spain- FAPAE- AIECI,
“La industria audiovisual iberoamericana 1997”, Madrid, 1998.

Montero Sánchez, David y Moreno Domínguez, José Manuel,
“Perspectivas y desafíos de la cooperación audiovisual entre
Europa y América Latina”, en *UNIrevista* nº 3, julio de 2006.

___ “La industria audiovisual. Retos y propuestas para la construc-
ción de un espacio euro-latinoamericano”, en revista *Telos* nº 72,
julio-septiembre de 2007.

Moreno Domínguez, José Manuel, “Hacia una política audiovi-
sual iberoamericana: el caso de Ibermedia”, en Sierra y Moreno
(eds.): *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la informa-
ción. Economía, Políticas y Lógicas Culturales*, Sevilla, Instituto
Europeo de Comunicación y Desarrollo, 2003.

Rey, Germán, “Evocar la vida. Contextos y variaciones en el cine
latinoamericano reciente”. En www.iscmrc.org/spanish/relyfilm.htm

Sánchez Ruiz, Enrique E., “El audiovisual latinoamericano. El
necesario redimensionamiento de un sector clave”, en Revista
Telos, nº 61.

___ “El empequeñecido cine latinoamericano y la integración
audiovisual... ¿Panamericana?: ¿Fatalidad de mercado o alternati-
va política?”, en *Comunicación y Sociedad* nº 2, julio-diciembre
de 2004.

Shaw, Deborah, “Latin American Cinema Today. A Qualified
Success Story”, en Deborah Shaw, *Contemporary Latin American
Cinema: Breaking into the Global Market*, Rowman & Littlefield
Publishers, Lanham (Maryland), 2007.





Agradecimientos

En el proceso de elaboración de esta Evaluación del Programa Ibermedia 1998-2008, el grupo de trabajo de la FIA ha contado con la valiosa colaboración de numerosas figuras del ámbito cinematográfico y audiovisual iberoamericano, desde productores, guionistas y directores de cine, hasta representantes de las principales entidades docentes, así como también de autoridades cinematográficas e importantes estudiosos y analistas del sector.

Merecen especial mención por su implicación **Octavio Getino, María Dora Mourão, Luis Pacheco, Octavio Nadal, Puy Oria, Luis Cueto, Ramiro Osorio, Enrique Vargas, Beatriz de Armas, Gustavo Montiel** y la **Unidad Técnica de Ibermedia**, encabezada por **Elena Vilardell**.



Anexo I



Cuestionarios para la Evaluación del Programa Ibermedia

*Para la realización de este estudio,
se realizaron dos encuestas:*

*Una dirigida a Empresas Productoras y otra a los
Directivos de las Autoridades Cinematográficas.*

El primer cuestionario, con 14 preguntas, se envió a Empresas Productoras cuyos Proyectos se han beneficiado de las Ayudas del Programa Ibermedia en alguna/as de sus Áreas: Formación, Desarrollo, Coproducción, Distribución y Promoción. Se distribuyó a un total de 610 empresas productoras de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Francia, Italia, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela.

Lo recibieron 476 empresas y mandaron respuestas un total de 160 empresas. Las respuestas fueron clasificadas según las Áreas para las que las empresas habían recibido ayudas del Programa Ibermedia.

Área de desarrollo

38 respuestas.

Área de Coproducción, Desarrollo, Distribución, Promoción y Formación

51 respuestas.

Área de Formación

20 respuestas.

Área de Coproducción y Desarrollo

51 respuestas.

Área de Distribución y Promoción

10 respuestas

El segundo cuestionario incluye 10 preguntas, fue elaborado para su envío a los Directivos de las Autoridades Cinematográficas de aquellos países miembros de Ibermedia que han participado en alguna convocatoria del Programa.

Se realizaron 15 envíos de los cuáles se han tenido respuestas de 11 entidades.

Las preguntas de este cuestionario se realizaron para obtener una valoración del Programa en su conjunto.

CUESTIONARIO 1

Nombre:

Empresa:

Cargo:

País:

VALORACIÓN DE LAS AYUDAS

1) ¿Cuál es la actividad o actividades para las que su empresa ha recibido ayuda del Programa Ibermedia? ¿Cuántas ayudas ha recibido?

Coproducción

Desarrollo

Formación

Distribución y promoción

2) ¿Cómo valoraría el impacto de la ayuda en su actividad?

Muy bueno

Bueno

Regular

3) ¿Permitió esta Ayuda llevar a cabo su Proyecto?

4) ¿En qué aspectos mejoraría el sistema de ayudas del Programa Ibermedia?

Cuantía económica

Tramitación administrativa

Criterios de concesión

Otros:

5) ¿Considera que el Programa Ibermedia debería ampliar su apoyo a nuevas actividades más allá del desarrollo, la formación, la coproducción y la distribución?

¿Cuáles?

6) ¿Hasta qué punto su participación en Ibermedia le ha permitido poner en práctica técnicas (de gestión, de utilización de recursos humanos, creativas...) más innovadoras y eficaces?

7) ¿La Ayuda o Ayudas Ibermedia le han servido para mejorar y/o consolidar su empresa o su trayectoria profesional?

VALORACIÓN DEL PROGRAMA

8) ¿Cree que el Programa ha servido para fomentar los nuevos cines iberoamericanos?

9) ¿Cómo valora el impacto del Programa Ibermedia en la evolución del cine en su país?

Importante

Crucial

Irrelevante

10) ¿Qué nuevas estrategias podría llevar a cabo Ibermedia para mejorar la distribución y circulación de las obras audiovisuales?

11) ¿Cree que la labor de Ibermedia está contribuyendo a la formación de nuevos públicos? ¿Cómo podría mejorar?

12) ¿Qué nuevas actividades del programa ayudarían a las empresas y a los profesionales a adaptarse al cambio digital?

13) ¿Cómo puede impulsar la convergencia entre el cine y la televisión?

14) ¿Considera que el Programa Ibermedia sirve para desarrollar un espacio audiovisual Iberoamericano?

CUESTIONARIO 2

Nombre:

Empresa:

Cargo:

País:

- 1) De los logros conseguidos por el Programa Ibermedia en sus diez años de vida, ¿cuáles han sido en su opinión los más destacables?
 - 2) ¿Qué papel ha jugado Ibermedia en el éxito creciente, de crítica y público, de un número alto de películas latinoamericanas; de la opinión favorable que suscitan las cinematografías; y de la promoción internacional de muchos jóvenes cineastas?
 - 3) ¿En qué medida está contribuyendo Ibermedia a la consolidación de un espacio audiovisual iberoamericano?
 - 4) Ibermedia pone en juego una visión del cine como identidad cultural y como industria, ¿hasta qué punto movilizan las coproducciones Ibermedia una identidad cultural nueva pero coherente con las raíces nacionales?
 - 5) Uno de los problemas detectados en la evolución del Programa es el creciente desequilibrio entre los diferentes socios de las coproducciones, ¿cómo piensa que se puede solventar en breve?
 - 6) ¿Es preciso ajustar los criterios de adjudicación de las ayudas o hay que mantener los que ahora están en uso?
 - 7) ¿Cómo podría Ibermedia hacer avanzar la integración del cine y la tv en la región? ¿Cómo puede aprovechar Ibermedia el cambio digital en curso?
 - 8) ¿Cuáles son a su entender las mayores carencias del Programa? ¿Cómo pueden resolverse?
 - 9) En el reciente congreso Iberoamericano de Cultura, celebrado en México, algún productor afirmó que con la cuantía actual Ibermedia ya no era relevante para la industria y había quedado en una ONG. ¿Está de acuerdo con esa visión?
 - 10) ¿Qué nuevos objetivos fijaría para el Programa Ibermedia en los próximos cinco años?
-

Anexo II

