

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ANTROPOLOGÍA
CONVOCATORIA 2009-2011**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA

**ESTRUCTURA DEL CAMPO CINEMATOGRAFICO LATINOAMERICANO:
REFLEXIONES EN EL *INDUSTRY CLUB* DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN
SEBASTIÁN**

SANDRA ISABELLA PARRA PUENTE

MARZO 2013

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ANTROPOLOGÍA
CONVOCATORIA 2009-2011**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA

**ESTRUCTURA DEL CAMPO CINEMATOGRAFICO LATINOAMERICANO:
REFLEXIONES EN EL *INDUSTRY CLUB* DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN
SEBASTIÁN**

SANDRA ISABELLA PARRA PUENTE

**ASESOR DE TESIS: WERNER VÁSQUEZ
LECTORES: CHRISTIAN LEÓN, MARÍA AMELIA VITERI**

MARZO 2013

DEDICATORIA

Mi abuelita es la persona más cinéfila que conozco de su generación. No compartimos los gustos cinematográficos; ella es una amante del melodrama de la “época de oro”, género que me resulta extremadamente aburrido porque es muy obvio y porque el dramatismo exagerado me parece inverosímil, inhumano y por ello inevitablemente irrisible. Pero mi interés por conocer más sobre los inicios del consumo cinematográfico en el país y la experiencia de las salas llenas en los años cuarenta (grandes y elegantes, en su esplendor), entendí que la emoción que le provoca ahora ver en un plasma las escenas musicales mientras me cuenta historias de sus actores favoritos es mucho más que una experiencia audiovisual; es un ejercicio de memoria y melancolía de la experiencia (social) de asistir al cine.

Lamentablemente los quiteños y los ecuatorianos amantes de un cine diferente al de las guerras épicas, la espectacularidad tecnológica y los actores con cuerpos esbeltos que nos ofrece la cartelera de las multisalas, ya no tenemos la suerte de disfrutar del cine que nos conmueve en una pantalla gigante.

En mi visita a San Sebastián, lugar del trabajo de campo central de esta tesis, pude ver por primera vez una “película independiente” en una proyección profesional: en DSP, con sonido Dolby 5.1 bien calibrado y en una sala grande, con una pantalla enorme. Poco después programé la misma película en un festival en Ecuador y me di cuenta de que la emoción que me había provocado la película la primera vez estaba directamente relacionada con la experiencia cinematográfica que implica la proyección de calidad: en una sala con la mejor tecnología disponible.

En el fondo, envidio profundamente la ilusión con la que mi abuelita recuerda ese hábito familiar de su adolescencia: la sagrada costumbre de asistir al estreno dominical en el Teatro Bolívar, con la sala llena, para ver a sus cantantes favoritos en pantalla gigante.

Me reuso a creer que experiencia cinematográfica puede morir con la generación de mi abuelita. A ella, en representación de los otros cinéfilos, le dedico este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

Primero al Ito y la Tita que me han ayudado en todo siempre y en esta tesis han sido entusiastas correctores de estilo, de formato, apoyo en internet e indiscutiblemente mimadores. A la Tita también por la entrega, la energía y la humanidad y al Ito por el interés por el arte, por la inconformidad y por el sentido estético.

Al Esteban que le ha tocado aguantar toda mi angustia y mal humor, por valorar algunas locuras y por empujarme siempre al camino de la reflexividad.

A la Sole por engancharse con mis elucubraciones teóricas, por cubrirme las espaldas cotidianamente, por el cuestionamiento constante sobre lo que hacemos y su ilusión por el cine.

ÍNDICE

RESUMEN	7
CAPÍTULO I	8
DE LA ECONOMÍA CINEMATOGRAFICA A LA ECONOMÍA DE LA PRÁCTICA	8
Introducción.....	8
Breve revisión de los planteamientos de Bourdieu desde la teoría de la práctica	10
Las películas como mercancías: Las industrias culturales y la economía cinematográfica	21
CAPÍTULO II.....	32
EL CAMPO CINEMATOGRAFICO	32
El campo cinematográfico en el seno del campo del poder	32
Estructura interna del campo cinematográfico	37
El sub-campo de la gran producción	41
El sub-campo de la producción restringida	46
El prestigio en la producción restringida: los festivales	51
El espacio de comercialización hacia adentro y hacia afuera: los mercados y espacios de industria	59
CAPÍTULO III	63
GÉNESIS DEL CAMPO CINEMATOGRAFICO LATINOAMERICANO	63
La consolidación de la nación moderna	66
Del <i>cine revolucionario</i> al <i>realismo sucio latinoamericano</i>	75
El cine de autor y el mercado interno: condiciones para la existencia de la producción restringida	85
CAPÍTULO IV	90
ESTUDIO DE CASO: EL INDUSTRY CLUB DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN, LA VENTANA EUROPEA DEL CINE IBEROAMERICANO	90
Una mirada reflexiva a la labor del productor	90
Espacio y acceso al capital social	90

El papel de la prensa especializada en la reproducción del capital simbólico	93
Notas sobre la nacionalidad y la inversión de capital económico	95
El foro de Co Producciónn	98
Cine en construcción	105
Notas finales sobre prácticas adquiridas.....	108
CONCLUSIONES.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	119
ANEXOS	123

RESUMEN

El presente trabajo propone una mirada reflexiva a la labor del productor dentro del campo cinematográfico latinoamericano. El texto propone una vista general de la estructura del campo cinematográfico latinoamericano y para ello se ha propuesto mantener una perspectiva desde la economía política.

El marco teórico se fundamenta en la propuesta de Bourdieu de la economía de la práctica y para el análisis del campo cinematográfico se realiza una mirada comparativa con la propuesta de la economía neoclásica en relación a la cultura y particularmente a la actividad cinematográfica. En términos teóricos, el análisis del campo cinematográfico latinoamericano está guiado por aquello que plantea Bourdieu respecto a la dinámica de los campos artísticos y la incorporación de categorías de la llamada *economía cinematográfica*.

Al definir tres grandes momentos de la historia de la producción cinematográfica en América Latina, en el capítulo III se analiza desde una mirada económica movimientos estéticos identificados como momentos de importancia por promover cambios en la estructura del campo cinematográfico de la región.

Teniendo lo anteriormente expuesto como marco para el estudio de campo, el capítulo cuatro es una mirada etnográfica al espacio de industria de Festival de Cine de San Sebastián, festival mundialmente reconocido y que tiene gran incidencia en las tendencias y circulación de películas en América Latina, con el fin de llegar a conclusiones sobre la formación del hábitus de los participantes de “industria”.

Las conclusiones están centradas en el análisis del papel del productor en los procesos de producción y circulación de obras y se identifican particularidades de las “industrias emergentes” como la ecuatoriana.

CAPÍTULO I

DE LA ECONOMÍA CINEMATográfica A LA ECONOMÍA DE LA PRÁCTICA

Introducción

Desde el 2011, en que surgió la idea de hacer una tesis sobre el capital social en los circuitos de distribución del cine latinoamericano, he llenado mis agendas con “apuntes de campo”, he grabado charlas y conversaciones con conocidos / amigos y recolecté una gran cantidad de impresos de interés (postales, entrevistas en revistas especializadas, *newsletter*¹, tarjetas de presentación, boletines, dossiers de proyectos, etc) que circulan en los espacios de industria en los que he participado.

Entre el 2004 y el 2008 trabajé en la programación del Festival de Cine Cero Latitud, que en pocos años logró tener cierto reconocimiento en el campo cinematográfico local y regional. Posteriormente me dediqué a la producción de cine y hace dos años fundé con Soledad Santelices una productora ecuatoriano-chilena. Gracias a los proyectos que hemos desarrollado, he tenido acceso a varios talleres de capacitación en desarrollo de contenidos, encuentros de co producción y mercados de cine. En este camino he logrado acumular cierto capital social que permitió que esta tesis se fundamente en la observación participante (demasiado participante), mantener a lo largo de la segunda mitad del 2012 conversaciones con amigos y conocidos y realizar entrevistas vía skype, además de consultar datos puntuales por chat o por mail.

Al iniciar la tesis conocía de Bourdieu dos cosas: que su trabajo tenía carácter reflexivo y que el estilo literario de su obra no me gusta. Cuando comencé revisar la teoría de los campos me atrapó inmediatamente la obsesión del autor por explicar el mundo como si su interés fuera dibujar la realidad, explicar la estructura del mundo social mediante un complejo gráfico. La lectura del mundo artístico que Bourdieu realiza en el libro “Las Reglas del Arte” (que noté que lamentablemente es un libro poco conocido) fue reveladora. Las prácticas incomprendidas de los artistas y el “absurdo” de la obsesión por la estética, incompatible con la estructura del mundo social capitalista, de pronto adquirieron otro sentido. La posibilidad que ofrece el autor a tener

¹ boletines diarios de los mercados que se recibe al finalizar el día, con un breve resumen de las noticias del día y los avances de las actividades del día siguiente.

un acercamiento desde la economía de la práctica al mundo real, y particularmente al mundo del arte, complejiza el análisis económico porque parte de un notorio interés por la comprensión del motor creador, el origen del “producto audiovisual” y así es posible no dejar de lado su particularidad como obra artística.

Lo más difícil del trabajo fue (coherente con la búsqueda de Bourdieu) el analizar el mundo desde el que habito el espacio social. Hacer etnografía desde una posición particular al interior del campo artístico no sólo ha sido complejo académicamente, sino emocionalmente. La búsqueda de objetividad ha sido constante y por el carácter reflexivo, inherente a las prácticas en la producción artística y a la teoría de la práctica, me pareció más coherente incluir en el estudio de caso un tinte anecdótico y personal. Ahora al leer la tesis de principio a fin, noté que la narración inicia más cercano al “estilo Bourdieu” (con el que sufrí al principio) y con cada capítulo se acerca más a un “estilo literario” (que me gusta). Supongo es parte de la reflexividad del trabajo.

Asumir el reto de jugar este doble papel (como agente dentro del campo y de investigador) implica preguntarse la posición en la que uno se encuentra dentro del campo cinematográfico latinoamericano, para ello es preciso en primer lugar centrar el análisis en la figura del productor y en segundo lugar reconocerse como productora de un país con “cinematografía emergente”.

Con la presente investigación se pretende por lo tanto obtener conclusiones respecto al papel que juega el productor en el caso particular del cine “independiente” o de *producción restringida*², revisar su labor en la incidencia estética más allá de garantizar calidad técnica o el potencial comercial. Luego de realizar un acercamiento descriptivo a la dinámica de la actividad y al habitus de los productores por medio del estudio de caso, en las conclusiones se buscarán pistas generales de la estructura y funcionamiento del campo por medio del análisis de la movilización o reproducción del capital en la producción y circulación de obras. El fin es cuestionar la estructura actual para proponer un cambio en la orientación de las prioridades de “desarrollo industrial”.

Es importante notar que la selección del caso de San Sebastián como el espacio para el trabajo de campo responde a que es el festival que tradicionalmente se ha

² En el capítulo 2 se expone lo que propone Bourdieu respecto a los polos de los campos artísticos y se define la producción restringida como aquella producción que tiene menor heteronomía respecto al campo del poder y por ello la mayor autonomía creativa.

consolidado como la “ventana en Europa” para el cine latinoamericano. Esta especialización ayuda porque en otros festivales clase A el análisis sería más complicado por la diversidad de intereses en términos regionales y porque es un espacio que cuenta con actividades de industria para proyectos en etapa de desarrollo y de finalización y esto permite tener un acercamiento mayor a la producción. Como caso de estudio es pertinente además porque en los últimos años se ha promovido un nuevo espacio en Latinoamérica, que no está en el marco de un festival de prestigio y está más orientado a la comercialización. La promoción de este nuevo espacio y los cambios recientes en otros festivales de la región por alianzas con festivales europeos de estreno dan una pista de que asistimos a un momento de cambio en la dinámica del campo respecto a la circulación de películas latinoamericanas y eso hace aún más pertinente este estudio.

Breve revisión de los planteamientos de Bourdieu desde la teoría de la práctica

El planteamiento teórico de Bourdieu toma como punto de partida las relaciones humanas concretas y propone analizar el espacio social desde la comprensión de las prácticas observadas en la interacción entre individuos. El presente trabajo centrará el análisis en los lazos que se generan en el ámbito internacional entre productores de obras con alto contenido simbólico, por lo que la dimensión humana desde la práctica es de vital importancia para entender el proceso de creación artística y los lazos entre individuos que forman redes durables de intercambio de criterios estéticos y de recursos de producción y distribución. Bourdieu se propone dar:

un giro a la famosa fórmula de Hegel y decir que lo real es lo relacional: lo que existe en el mundo social son las relaciones; no interacciones entre agentes ni lazos intersubjetivos entre individuos, sino relaciones objetivas que existen “independientemente de la conciencia o la voluntad individual”, como afirmó Marx (Bourdieu y Wacquant, 2005 : 150).

Precisamente esta importancia que otorga a la dinámica de las relaciones humanas y a las estructuras que de ella se derivan, lo que convierte a aquello que el autor denomina la *economía de la práctica*, en una base teórica pertinente como punto de partida para el presente estudio desde la antropología.

Al tratar “lo cinematográfico” como hecho social, desde la perspectiva de Bourdieu, es posible identificar aquellas especificidades que diferencian la actividad

cinematográfica de otras artes y le convierten en un campo autónomo, cuya estructura y funcionamiento se pueden estudiar internamente, así como en interacción con otros campos dentro del espacio social. Para comprender la dinámica interna del campo cinematográfico desde un nivel relacional, pero sin olvidar el contexto social y las relaciones de poder presentes en las interacciones entre los individuos, es importante comprender nociones como: *espacio social*, *habitus* y el concepto de *capital* en cada una de sus formas.

“Para Bourdieu el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras” (Giménez, 1997:13) y, por lo tanto, cada acción de un individuo así como su visión del mundo, depende de la posición que mantiene dentro del espacio social. Bourdieu propone que el proceso de consolidación de la modernidad conllevó un proceso de “autonomización” de diferentes campos con especificidades que los diferencian entre sí, pero que solo existen en interacción de unos con otros. Por lo tanto el espacio social es un ámbito “multidimensional” en que los diversos campos (social, político, religioso, intelectual, artístico, etc.) se entrelazan por medio de las prácticas de sus participantes, que actúan dentro de varios campos de manera simultánea e inciden en sus estructuras e interrelaciones. De esta manera la lucha por imponer la visión del mundo por parte de los individuos (y clases), es el resultado de luchas entre los individuos dentro de campos específicos por un interés particular, por un lado y, por otro, depende de la posición que cada campo específico ocupa dentro del espacio social.

A lo largo del presente trabajo se evidenciará que la importancia de la circulación de películas (por ser bienes con alto contenido simbólico) sitúan al campo cinematográfico en una posición de ventaja para incidir en una visión del mundo. Por ello también al hablar de la ampliación del mercado audiovisual “independiente” se aboga no sólo al ámbito comercial, económico y productivo del crecimiento de la industria audiovisual de cada país, sino por una mayor indagación en la estética, como parte de la lucha a favor de la diversidad cultural frente al monopolio de imagen consolidado por las grandes empresas de Hollywood en el ámbito mundial.

Una vez que se entiende a un campo como “una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia, en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos”

(Giménez, 1997:14), es necesario comprender el concepto de campo como tal y detallar aquellas categorías que permiten describir la actividad existente dentro de cada campo.

En gran parte de sus textos Bourdieu recurre a la metáfora del juego³ para explicar la noción de campo y los movimientos de sus participantes dentro de él. El campo es definido en este sentido como aquel espacio en el que es posible que se lleve a cabo el “juego”; dicho de otro modo, el campo es lo que permite que individuos interactúen unos con otros utilizando una cierta dotación⁴ de recursos a su disposición con la intención de obtener luego de “su jugada” una posición mejor que aquella que tenían al inicio del juego. Al describir la dinámica del juego el autor introduce una nueva dimensión y significado de los conceptos económicos clásicos de *capital*, *interés* e *inversión*, con el fin de formular “una ciencia general de la economía de las prácticas que no se limite artificialmente a aquellas prácticas socialmente reconocidas como económicas” (Bourdieu y Wacquant, 2005:177) sino que propone explicar las diversas acciones que se realizan en diferentes ámbitos de la esfera social.

Es precisamente esta revalorización de la dimensión social de la teoría económica, lo que lleva a Bourdieu a comprender al capital como una “energía de la física social” (Bourdieu y Wacquant, 2005:177) que - al igual que afirma la Ley de la Conservación de la energía física - se transforma, muta, cambia de forma, pero no se destruye. El capital del que nos habla Bourdieu es un conjunto de recursos cuyo valor no radica en la reproducción económica solamente en términos financieros de acumulación (sea en la producción o circulación), sino que debe ser comprendido como aquello que permite a los individuos posicionarse en un determinado lugar dentro del campo y, por lo tanto, en el espacio social. Esta amplitud del concepto resalta el valor de uso del capital, lo que conlleva que sea efectivo únicamente en relación a la posesión de capital del resto de individuos, que puede evidenciarse por su posición en el campo.

Bourdieu distingue cuatro tipos de capital: capital económico, capital social, capital cultural y capital simbólico, por lo que afirma que “reconocer que el capital puede adoptar varias formas es indispensable para explicar la estructura y la dinámica de las sociedades diferenciadas” (Bourdieu y Wacquant, 2005:178). Es por esto que el “juego” que realizan los individuos puede llevar a la reproducción de un capital por dos

³ tenis o ajedrez en Las reglas del arte, de cartas: oficio del científico

⁴ Incluyo aquí la categoría de dotación de la teoría microeconómica que se refiere a un conjunto delimitado de recursos (económicos) a disposición de un individuo.

vías: por el incremento del mismo tipo de capital invertido, o por medio de la transformación de un tipo de capital en otro (según el capital específico del campo). La reproducción del capital de manera efectiva implica que un individuo se encuentre, después de haber invertido, en una mejor posición y por ello cada campo define cuál es el tipo de capital que resulta comparativamente más valorado en su interior: el capital específico en juego. En el caso de actividades que tienen mayor contenido simbólico, como la producción de cine independiente⁵, la importancia de comprender la existencia y reproducción de los diferentes tipos de capital, adquiere aún mayor trascendencia porque permite entender los beneficios de participar en un juego que, desde un punto de vista economicista, carecería de lógica de ganancia. En campos de carácter artístico, por ejemplo, el alto valor comparado que adquieren las especies de capital simbólico permite entender que el juego llame la atención de sus participantes y es por esto que, en trabajos respecto a este tipo de campos específicos, Bourdieu plantea aquello que denomina la *economía al revés*, lo que se abordará posteriormente.

La concepción de capital de Bourdieu parte del criterio económico marxista de considerarlo trabajo acumulado, en su forma encarnada y por lo tanto trabajo reificado o viviente; haciendo de el capital aquello que permite la apropiación de la energía social por quien lo posee (Bourdieu y Wacquant, 2005:150). Es así como el análisis del comportamiento y la reproducción de las distintas formas de capital en los diferentes campos del espacio social, en los textos de Bourdieu, está atravesado por las propuestas marxistas sobre el comportamiento del capital económico. Esto ha llevado incluso a que el autor sea etiquetado como “neo marxista” y que se afirme que Bourdieu otorga un peso “preponderante y decisivo” al capital económico (Giménez, 1997:16).

La importancia de la concepción de capital que sustenta la teoría de los campos es que ésta se construye sobre la relación directa entre la posesión de capital y la posibilidad de ejercer poder⁶. El valor de uso que ostenta el capital en cada una de sus

⁵ Definido como aquel cine que no involucra en su producción capitales provenientes de las grandes empresas de Hollywood. En la legislación de varios países se define que las películas son “independientes” al no tener una participación mayoritaria de capital económico originario de canales de televisión y grupos económicos de poder. En el presente estudio, la definición que nos interesa es la que se refiere a formas de producción que priorizan la autonomía creativa (por eso también llamado cine de autor), respecto a las expectativas del mercado, a presiones políticas u otras imposiciones sociales. Para evitar confusiones más adelante se tomará la categoría que plantea Bourdieu: producción restringida.

⁶ En algunos casos incluso escribe “capital (poder)”, sugiriendo la posibilidad de sustituir una palabra por otra.

formas otorga poder a una persona para actuar en cada campo, por lo que la interacción de una posición con otros individuos que persiguen un interés común está mediada por la capacidad del individuo de “usar” su capital. “Los artistas o los escritores, están unidos por las luchas que los enfrentan, e incluso las alianzas que pueden unirlos tienen siempre algo que ver con la posición que ocupan en esas luchas.”(Bourdieu, 2001:85)

Tomando como punto de partida las nociones marxistas respecto al valor que tiene el capital en la bibliografía de Bourdieu, el autor distingue como *capital económico* a aquel que permite la reproductibilidad por medios físicos, que mantiene valor de cambio y que se puede acumular. Las otras formas de capital podrían diferenciarse principalmente porque sus características no le permiten ejercer su valor de cambio de manera directa, siendo el capital cultural el que mejor permite comprender esta diferencia.

“El capital cultural es un tener transmutado en ser, una propiedad hecha cuerpo, convertida en parte integrante de la «persona», un habitus” (Bourdieu, 1979:4, citado en Giménez:1997:8) y por lo tanto no es intercambiable, es indivisible de quien lo posee. El individuo no se puede desprender de ninguna manera del capital cultural en su *estado incorporado*, no es posible renunciar o transmitir de manera voluntaria y directa el conocimiento adquirido (sea académicamente, socialmente o por experiencia en un ámbito específico de acción) y es ello lo que más le diferencia del capital económico.

La acumulación del capital cultural exige una incorporación que, en la medida en que supone un trabajo de inculcación y de asimilación, consume tiempo, tiempo que tiene que ser invertido personalmente por el “inversionista”: El trabajo personal, el trabajo de adquisición es un trabajo de “sujeto” sobre sí mismo (se habla de cultivarse) (Bourdieu, 1979: 2).

El capital cultural según Bourdieu adquiere, solo a partir de su estado incorporado, una posibilidad de materialización e intercambio al adoptar un *estado objetivado* que se evidencia en la producción simbólica. Las obras de arte, incluyendo las cinematográficas, que llevan de manera constitutiva un punto de vista particular del mundo y que requieren de cierto conocimiento técnico para su creación, en cuanto “bienes culturales pueden ser objeto de una apropiación material que supone el capital económico, además de una apropiación simbólica, que supone el capital cultural” (Bourdieu, 1979:4). Esta objetivación en “apoyos materiales” permite que los individuos adquieran los bienes culturales desde un punto de vista jurídico (al igual que

maquinaria por ejemplo), es decir que ejerzan su apropiación específica, pero sólo al disponer de manera personal del capital cultural incorporado, es posible “apropiárselas y utilizarlas de acuerdo con su destino específico” (Bourdieu, 1979:4).

Considerando que “el capital social es el conjunto de recursos actuales o potenciales relacionados con la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento; o, en otros términos, con la adhesión a un grupo” (Bourdieu, 1985: 2), es fácil identificar que es también algo constitutivo del individuo. No es posible que una persona entregue o venda su “aceptación” en un grupo o su empatía con ciertas personas que le permiten tener acceso o prestigio. Debido a que el capital social de un individuo se va formando de manera vivencial por sus interacciones con otros en la vida cotidiana, es absolutamente intransferible, no es un capital mercantilmente intercambiable.

“A esto deberíamos añadir el capital simbólico, que es la forma que una u otra de estas especies adopta cuando se la entiende a través de categorías de percepción que reconocen su lógica específica o, si lo prefieren, *desconocen* la arbitrariedad de su posesión y acumulación” (Bourdieu y Wacquant, 2005:178), es decir que este capital se reproduce sin que exista necesariamente una intencionalidad en su existencia y no se puede desprender de la posesión de otras formas de capital. La lógica específica de la que habla el autor implica que, el capital simbólico así entendido, “no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido” (Bourdieu, 1987a: 160, citado en Giménez, 1997: 15). En el caso de campos en que el capital social es de especial valor, el capital simbólico asociado a él también puede darse.

La posesión de otras formas de capital, aparte del capital económico, implica un estado indivisibles (físicamente) del individuo; desde su concepción no se pueden intercambiar o dejar intencionalmente. Esta diferenciación del capital económico, como el único que puede ejercer su valor de cambio directamente porque su valor no está incorporado a él físicamente, es lo que le ha otorgado mayor visibilidad en el campo del análisis económico. En resumen, su movilidad es lo que provoca que la teoría social tienda a referirse al capital económico cuando se habla de capital.

Una vez que el capital es comprendido como esta energía física social (valor generador de poder potencial) que puede manifestarse en estas cuatro formas fundamentales muy particulares, se puede identificar del valor que cada una de ellas

adquiere en un campo de estudio en particular y en un momento dado de la interacción entre las diferentes posiciones. Las decisiones que los individuos toman desde cada posición que ocupan en el campo, se manifiestan en la movilización de capital que se efectúa en cada juego y en el resultado de su inversión que (consciente o inconscientemente) le lleva a posicionarse de mejor manera (o no) en el campo.

Con el fin de facilitar el análisis comparativo entre los tipos de capital que poseen e invierten los individuos (en sus diversas formas) se introduce la noción de *especie de capital*, como una unidad de valor que permite el intercambio entre “jugadores”. El propósito de introducir esta categoría es el de crear una unidad de “valor de cambio”; su función no es cuantificar en cifras el capital que poseen los individuos, su inversión o ganancia, sino que es precisamente lo que permitirá incluir en el análisis aquella noción común comparable pero intrínsecamente invaluable que tienen las diferentes formas de capital: el valor de uso en cada “juego” específico. (Bourdieu y Wacquant, 2005).

Si una dotación de capital⁷ (como un conjunto de especies de las diferentes formas de capital el que dispone un individuo) permite a los individuos ocupar una posición específica dentro de un campo, o “existir” dentro de él, es evidente que su reproducción es algo que los individuos persiguen, desean. Por ello Bourdieu afirma que “una especie de capital es aquello que es eficaz en un campo determinado, tanto a modo de arma como de asunto en juego de la contienda, que permite a sus poseedores disponer de un poder, una influencia, y por tanto *existir* en el campo en consideración”(Bourdieu y Wacquant, 2005:152).

La inversión de especies de determinado tipo de capital, puede generar el incremento (o disminución) del mismo u otro capital luego de participar en un “juego” determinado. El resultado o ganancia de la inversión depende de la posición dentro del campo específico en el que se encuentra el individuo, que define su dotación inicial (como “armas” en el juego), y de la ventaja comparativa en relación a las especies de capital que poseen el resto de participantes. Por las características del capital, según las nociones de Bourdieu, la inversión en el juego que realizan los participantes implica una participación activa que involucra al individuo como tal. Al partir del concepto de

⁷ Bourdieu se refiere en general a las especies de capital, pero yo prefiero utilizar el concepto económico de dotación, porque permite tener una mejor noción de un conjunto de composición variable según las posiciones en el campo.

*inversión*⁸ que propone la teoría económica clásica, se incluye el objetivo de los individuos de generar la reproducción del capital en el tiempo, pero Bourdieu lo redefine desde el carácter encarnado del capital y por lo tanto lo relaciona con su condición (de ventaja o subordinación) dentro de un campo. De esta manera reinterpreta la inversión como “la propensión a actuar que nace de la relación entre un campo y un sistema de disposiciones ajustado al juego que propone, un sentido del juego y de lo que está en juego que implica al mismo tiempo una inclinación y una capacidad de jugar el juego, ambas por igual social e históricamente constituidas y no universalmente dadas” (Bourdieu y Wacquant, 2005:177). En este sentido el autor insiste en que la economía de la práctica debe enfocarse en lo real, lo relacional y cuestiona la inclusión en el análisis económico de supuestos estandarizadores que implican una descontextualización y simplificación de la complejidad del mundo social real⁹.

La *inversión* nace de una intención (no necesariamente consciente) de obtener una nueva dotación de capital (valiosa como conjunto según su composición) con un mayor valor de uso acorde al interés específico del campo, implica el deseo de ocupar una nueva y mejor posición dentro del campo. Esta intención, deseo o *interés*, por el incremento de especies de capital específico de un campo en particular es el que mueve a los participantes a integrarse en un juego específico. El motor de los individuos por mejorar su posición en un campo e invertir su capital en él, es lo que Bourdieu llama *illusio*.

Cada campo convoca y da vida a una forma específica de interés, una *illusio* específica, bajo la forma de un reconocimiento tácito del valor de los asuntos en juego y el dominio práctico de sus reglas. Además este interés específico implícito por la participación en el juego difiere según la posición que se ocupe en él (dominante versus dominado u ortodoxo versus herético) y la trayectoria que condujo a cada participante a su posición. (Bourdieu y Wacquant, 2005:175)

⁸ Entendido como el valor del capital económico en el tiempo y que puede tomarse como el costo de oportunidad de invertir el capital (financiero) en otras actividades productivas.

⁹ Ejemplo de esto es el concepto de *ceteris paribus*, que se incluye en los textos de teoría económica como un supuesto fundamental, que implica “que todo lo demás permanece constante” y que se ha constituido en la base de la aplicación de modelos económicos a partir de la propuesta de Alfred Marshall. Este supuesto está presente en modelos de economía aplicada, como los de estudios de la producción cultural, por lo que las conclusiones respecto a las decisiones de los actores de un campo excluyen a las “excepciones”.

La *Illusio* se convierte así en un requisito fundamental para la existencia misma del juego y del campo, por ser la fuerza que moviliza la acción, aquello que precede a la práctica y es finalmente la semilla para que se produzcan cambios en la estructura de un campo.

Con la comprensión de estos conceptos básicos que plantea Bourdieu para el análisis de la dinámica de los campos (*capital, illusio, interés, inversión* y la noción de juego) es posible comprender una definición más concreta de los mismos, por lo que podemos retomar las palabras del autor:

En términos analíticos, un campo puede ser definido como una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación presente y potencial (*situs*) en la estructura de distribución de especies del poder (o capital) cuya posesión ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva con otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.)” (Bourdieu y Wacquant, 2005:150).

Al tomar como eje central del análisis las prácticas que realizan los individuos dentro de un campo, partiendo de la identificación de las posiciones que ocupan dentro de la estructura del mismo, es necesario notar que las acciones de los individuos están guiadas por una fuerza, un condicionamiento contextual y una visión del mundo dada por la misma estructura del campo. Esta fuerza que determina la posición y la práctica a la vez, es explicada por Bourdieu por medio de la construcción teórica del *habitus*.

Producto de la historia, el *habitus* origina prácticas, individuales y colectivas, y por ende historia, de acuerdo con los esquemas engendrados por la historia; es el *habitus* el que asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, registradas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamientos y de acción, tienden, con más seguridad que todas las reglas formales y todas las normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia a través del tiempo (Bourdieu, 2007:89).

La posición que ocupa cada individuo en un campo determinado y en un momento específico es producto de sus acciones o inversiones previas, por lo que se entiende que tanto la posición como el sentido práctico del individuo son interdependientes entre sí; esto explica la complementariedad de los conceptos de campo y de *habitus* como condicionantes y resultado de la interacción entre individuos en el espacio social. Dicho

de otra forma, el habitus es lo que cada persona tiene incorporado en su ser por la historia de posiciones ocupadas dentro del espacio social.

La acción que realiza un individuo desde una posición específica está determinada por el habitus adquirido en su historia y por la estructura actual del campo; y cada posición que ocupa un individuo se define a su vez por una estructura que ha cambiado en la historia. Es decir que “el encuentro entre habitus y campo”, entre “historia hecha cuerpo” e “historia hecha cosa”, es lo que constituye el mecanismo principal de producción del mundo social”. (Giménez, 1997:13).

Precisamente a partir de la comprensión de esta simbiosis entre las concepciones de campo y habitus, es posible realizar un análisis de la estructura del campo cinematográfico, porque nos permite comprender que las prácticas de los involucrados en la producción y circulación de obras cinematográficas, que se ubican en una posición específica en el campo, son a la vez fruto de la historia generada por sus prácticas previas (como evidencia existen las obras) y punto de partida de sus acciones actuales que determinan los cambios futuros en la disposición de posiciones y, consecuentemente, en los cambios estructurales. Al estar el habitus incorporado en calidad de

sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas y, por todo ello, colectivamente orquestada sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta”.(Bourdieu, 2007:86)

es posible mediante la observación de las acciones de quienes participan en espacios de intercambio simbólico (o material), en que se crean vínculos que permiten el quehacer cinematográfico, distinguir la estructura del campo y su relación con el espacio social.

La observación de lo real, de lo relacional toma sentido una vez más porque permite identificar el habitus particular que mueve a cada una de las posiciones del campo, reconociendo que las prácticas son la “evidencia” de la dinámica del mundo social. A la vez que delatan la historia, las prácticas en la producción y distribución cinematográfica se deben entender como el fruto de una estructura social determinada

que es dinámica, que ha cambiado en el tiempo de acuerdo al intercambio entre los individuos. Al traducirse en acción, el habitus devela su carácter de “principio generador de las prácticas, una intencionalidad sin intención, una regularidad sin sumisión consciente a una regla, una racionalidad sin cálculo y una causalidad no mecanicista” (Giménez, 1997:4), lo que explica, por ejemplo, la existencia de una “orientación artística”.

Las decisiones que los productores toman a lo largo de proceso de realización de un proyecto son observables en cuanto prácticas, reveladas por y reveladoras del conjunto de especies de capital que movilizan para su realización, si se toma en cuenta el peso de la historia de posiciones previas y de cambios de posesión de capital que dirigen sus acciones. La noción de habitus permitiría también explicar el carácter único de una obra artística, revela la “especificidad como producto – una realidad bidimensional, mercancía y significado, cuyo valor estético no puede ser reducido a su valor económico aún cuando la viabilidad económica confirme la consagración intelectual”. (Bourdieu, 1978:34).

En el caso de la producción cinematográfica, al tratarse de obras de creación colectiva, la creación implica la conjugación de prácticas (y habitus) de los diversos individuos que intervienen en la obra, por lo que es importante tener en cuenta historias de vida personal, adquisición de conocimientos formales, experiencia en la realización cinematográfica y la influencia del histórico de registro de imágenes, sonidos e historias (consciente o inconscientemente) en su historia de exposición sensorial particular. La creación o la representación, podría tomarse en el campo cinematográfico como una forma de materialización de la historia acumulada e incorporada. Si bien el objeto del presente estudio no radica en la producción, es importante tomar en cuenta que ésta es posible sólo mediante un “sistema adquirido de esquemas generadores, el habitus hace posible la producción libre de todos los pensamientos, todas las percepciones y todas las acciones inscritas en los límites inherentes a las condiciones particulares de su producción, y de ellos solamente”. (Bourdieu, 2007 :89).

Las categorías que introduce Bourdieu para el análisis desde la economía de la práctica permitirán recurrir a conceptos concretos al momento de describir el funcionamiento del campo cinematográfico y su relación con otros campos en el espacio social. A partir de la afirmación de que “la tarea de la ciencia es descubrir la estructura

de la distribución de especies de capital que tiende a determinar la estructura de las posturas adoptadas individual o colectivamente, por medio del análisis de los intereses y disposiciones que condiciona” (Bourdieu y Wacquant, 2005:171), se pretende orientar el presente trabajo hacia la identificación del valor que adquieren los diversos tipos de capital al ser usados en espacios de intercambio entre productores a nivel internacional en el campo cinematográfico. Al ubicar las posiciones se puede recurrir a la observación de la distribución del capital (y, en consecuencia, del poder) y se esta manera se podría esbozar los límites y estructura del campo.

Las películas como mercancías: Las industrias culturales y la economía cinematográfica

La invención del cinematógrafo¹⁰ cambió la historia, por ser el punto de partida de la nueva era de la comunicación basada en el lenguaje audiovisual que se ha desarrollado de manera global en el siglo XX. La aparición de este avance tecnológico pronto despertó gran interés por ser identificado como un dispositivo generador de entretenimiento, como posibilidad de registro de la realidad y como fuente potencial de expresión artística. El llamado “séptimo arte”¹¹ es el arte moderno por excelencia; fruto del desarrollo tecnológico e industrial, es el único incluido en el mundo contemporáneo dentro del grupo de actividades humanas que se inscriben en la categoría de “arte”.

Así pues, los cineastas han visto el cine como el arte de las artes o, más moderadamente, como el arte más representativo de su siglo: mejor dotado que la literatura para transmitir la acción, superación de las aporías pictóricas del movimiento y el instante, y forma más flexible y fluida del arte dramático. (Aumont, 2004: 153).

En términos económicos la cinematografía como arte se diferencia de las “Bellas Artes” clásicas, porque su existencia depende no sólo de un proceso de creación, núcleo de la producción artística, sino de un proceso de transformación tecnológica: la captura de la imagen en tiempo y espacio. El cine no pudo existir antes del cinematógrafo, como hoy en día no pueden existir la televisión y todos los nuevos medios de comunicación, sin el

¹⁰ La primera proyección pública fue realizada por los hermanos Lumière el 28 de diciembre de 1895 en el Café Paris del Boulevard des Capucines.

¹¹ Se adjudica la introducción del término a Ricciotto Canudo, quien en 1911 en su ensayo “El nacimiento de un séptimo arte – Ensayo sobre el cinematógrafo” rescata el valor del cine como un “arte total”, por integrar la pulsión plástica (pintura, arquitectura, escultura) que requiere la forma y la pulsión rítmica que se desarrolla en el tiempo (música, danza, poesía) (ref: Université de Metz)

sucesivo desarrollo de la tecnología para la grabación y reproducción de imágenes, que es actualmente tan diversa.

La expresión audiovisual del cine está presente en las artes escénicas y es verdad que la industria musical o editorial en muchas ocasiones requiere cierta organización industrial, como la división y especialización del trabajo o la disponibilidad de capacidad técnica instalada, pero en todas las otras artes el componente técnico en el instante de la creación en su forma primaria no es esencial; la tecnología no determina directamente su existencia. El cine “nace como una expresión artística totalmente nueva, considerada por competentes observadores como manifestación típica de nuestra civilización técnico – económica... siendo su misma naturaleza técnica económica y alcanzando así la exigencia de unidad entre sustancia y forma” (Dadek, 1962: 13). Dicho de otra manera: el cine no existe sin tecnología porque su creación depende absolutamente de la disponibilidad de un aparato de registro además de la puesta en escena, la interpretación, la expresión. Además de la necesidad tecnológica en el proceso de grabación, se requiere la disponibilidad de medios técnicos para su reproducción y sólo entonces es posible el consumo, la recepción de la manifestación artística. La tecnología es por lo tanto lo que diferencia al cine del resto de las artes y, también, del resto de las llamadas “industrias culturales”¹².

Poco después de su aparición el cine dejó de ser considerado una “lejana práctica artística, sino un auténtico arte, pero separado de las Bellas Artes por ser vivido socialmente. Por primera vez se le brinda al arte la posibilidad de cumplir la función social que el corresponde” (Dadek, 1962: 13). Esta función social parte de que desde sus inicios aquel invento-arte tuvo un enorme crecimiento industrial, acelerado por la gran demanda como posibilidad de entretenimiento. En menos de treinta años a partir de la invención del cinematógrafo, la producción en países como Francia, Estados Unidos, Alemania y Argentina¹³, se habían consolidado como un sector industrial creciente, cuyo potencial aumentaba con la inclusión del sonido al cine. La consolidación de

¹² El debate sobre el concepto de Industrias culturales se expone más adelante y en este caso se refiere a la acepción que toman los documentos de organismos internacionales para las políticas públicas. Desde este punto de vista, tres son las tradicionalmente consideradas industrias culturales: la industria audiovisual, la industria fonográfica y la industria editorial.

¹³ Me parece importante notar que a pesar de que la industria argentina de los años treinta era mayor a la de muchos países europeos, en documentos frecuentemente utilizados como referencia para el estudio de la dinámica industrial cinematográfica mundial (como el libro de Dadek) no incluyen a este país en el análisis.

centros industriales en diferentes lugares del mundo llevó también a un crecimiento exponencial del desarrollo tecnológico, en el sector que daba cuenta de las posibilidades de reproductibilidad de contenidos a nivel global. Precisamente la combinación de ese potencial de crecimiento masivo del mercado, su inherente condición industrial en la producción y la posibilidad de representación del mundo y transmisión de signos culturales, fue lo que llevó al audiovisual a ser un ejemplo de la dinámica de aquellas llamadas “industrias culturales”.

La serialización, la estandarización, la división del trabajo y el consumo de masas que le son inherentes, fueron los principales factores que le llevaron a los filósofos de la escuela de Frankfurt – T.W. Adorno y M. Horkheimer- a bautizar con el término de industria cultural dicho fenómeno, simultáneo de la sociedad de masas, de la globalización de la economía y de la transnacionalización de la cultura (Adorno y Horkheimer, 1974 en Getino, 1996:11)

Esta condición que sugiere conjugar arte, economía industrial y circulación masiva de información, generó un amplio debate desde las ciencias sociales respecto a la función del arte en la sociedad. Los planteamientos de Adorno y Horkheimer sugieren la importancia de observar de manera crítica los sistemas de producción y consumo dentro de los que circulan las obras de arte (o bienes culturales) porque, como el cine de las grandes industrias, podrían peligrosamente otorgar a la producción cultural un papel de medio catalizador discursivo de la sociedad de consumo. Previo a la propuesta de estos autores existía ya un debate respecto a si se debía considerar al cine como arte o mercancía y se habían incluso planteado los preceptos de la llamada *economía cinematográfica*, sin embargo el cuestionamiento que proponía la mirada de las *industrias culturales* respecto al papel del arte en la reproducción de un sistema fundamentado en el consumo masificado dio un giro al debate desde las ciencias sociales por enfocarse en el cuestionamiento a las posibilidades de homogenización y dominación del discurso en el consumo cultural.

Si bien esta crítica a la sociedad de masas dio origen al concepto, actualmente el término de *industrias culturales* se ha alejado de ese punto de vista original y es un término ampliamente utilizado para acuñar la complejidad que se presenta en la producción de ciertas obras artísticas como el cine, en que “los dos elementos (industrial y artístico) están presentes en proporciones similares y el resultado de esta unión nos lleva a considerar la película como un producto *sui generis*, como un resultado de

creación y fabricación artístico – industrial que no se parece a ningún otro”. (Cuevas, 1999: 40). El hecho de que ahora el término sea utilizado ampliamente a nivel cotidiano, al hablar de producción o circulación, así como en debates académicos y documentos oficiales para describir el conjunto de la actividad “industrial” audiovisual, responde a que la etiqueta de *industria cultural* ha permitido al campo cinematográfico (seguido por el fonográfico y editorial) ser reconocido como sector productivo dentro de la economía y aparecer en el mapa de las políticas públicas.

El debate sobre qué son las Industrias Culturales ha sido precisamente el punto inicial de las deliberaciones tanto en la agenda política de América Latina como de la Unión Europea. Más aún cuando, durante los procesos de formulación, ejecución y evaluación, las particularidades económicas y políticas de dichos bienes generan amplias disyuntivas acerca de si deben ser tratados como bienes comerciales, con la misma normatividad que otros, o considerarlos como actividades y bienes con potencial de comercialización (Rey Vásquez, 2008: 68).

Esta acepción mercantilista y despolitizada de las *industrias culturales*, en el mejor de los casos, ha llevado a que en ciertos gobiernos el sector audiovisual sea reconocido como un “sector estratégico”, por permitir la producción y circulación de un “conjunto de bienes y servicios culturales que generan beneficios económicos relevantes y contribuyen a la conformación de identidades y al fortalecimiento de derechos culturales” (Rey Vasquez, 2008: 61). Esto ha llevado a la formulación de políticas para el crecimiento industrial cinematográfico, que ha permitido, además de aportes a la economía reflejados en indicadores como el PIB, balanza comercial, empleo, etc..., el incremento de la demanda de producciones locales y con ello la diversificación del consumo de contenidos y narrativas; como arma frente a la estandarización de puntos de vista que promovían las industrias culturales de la sociedad de masas a las que se referían Adorno y Horkheimer. Sin embargo el problema es que el planteamiento del desarrollo industrial asume a la producción audiovisual como un conjunto más o menos homogéneo y en muchos casos promueve la reproducción de los modos de representación de la sociedad de consumo, razón por la cual considero importante revisar de manera crítica el modelo de la llamada *economía cinematográfica*.

Al tratar a las actividades de producción y circulación cultural dentro del conjunto de aquellas identificadas como industrias, es muy común otorgar en el análisis

económico de los sectores culturales la primacía a la perspectiva de la llamada *cadena de valor*¹⁴. Partiendo de una revisión de las particularidades de la actividad en las diferentes etapas de la producción y circulación de un bien, se identifica aquello que genera valor agregado en cada uno de los “eslabones de la cadena industrial” y se busca identificar el impacto económico que cada una de estas actividades tiene en la economía nacional. De esta manera se cuantifica el aporte como sector industrial (o dividido en subsectores según las artes) al total de la economía nacional, que puede evidenciarse en las cuentas nacionales. Esto explica que los temas que se analizan actualmente con mayor frecuencia en el estudio de la *economía de la cultura* son el gasto (de consumidores, gobierno y empresas) en los diferentes niveles de la cadena, el empleo generado en las fases de creación, distribución, difusión o comercialización, consumo y preservación en el mercado nacional e internacional de productos, bienes y servicios culturales, el aporte al producto interno bruto de las actividades culturales y la relación de la cultura como actividad económica en relación con otros sectores de la economía nacional (convenio Andrés Bello, 2003).

La orientación neoclásica que tomó desde sus inicios el estudio económico de la cultura, desde sus primeros textos en la década de los sesenta, como una sub-disciplina del estudio económico que analiza el comportamiento de la oferta y la demanda y sus interrelaciones dentro del mercado, trata de aproximarse a los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales (Guzmán Cárdenas, 2004). La propuesta descriptiva de la realidad en base a la formulación de modelos de mercados en equilibrio y a la fundamentación estadística, guían hasta el día de hoy los análisis de la dinámica industrial cinematográfica.

Considerada industrialmente, la cinematografía constituye un sistema económico complejo y la misión de la economía cinematográfica es contemplar detenidamente cada uno de estos elementos por separado, estudiar sus relaciones y sus dependencias, y determinar finalmente cuáles son las condiciones necesarias para mantener el sistema en equilibrio (Cuevas, 1999: 41).

¹⁴ Entendido como el análisis de un sector según teorías microeconómicas que analizan la dinámica empresarial “eslabones”, buscando la maximización de beneficios desde la materia prima hasta la comercialización. Actualmente el modelo de “clusters” promovido por Michael Porter se ha vuelto más popular porque parte de un núcleo (objeto de estudio) y analiza la actividad a su alrededor de manera más global, evita la linealidad o el análisis de la simple relación mercantil directa. Pero el principio teórico es el mismo: el análisis de la producción de valor agregado, el incremento del capital económico.

El fin de la llamada *economía de la cultura* fue desde sus inicios el de explicar los medios por los que sería posible maximizar el beneficio económico en los procesos de producción y circulación de obras de arte, por lo que su estudio finalmente permitió establecer una base para la comprensión de las dinámicas sectoriales, definir en términos económicos verificables el impacto de la producción cultural e introdujo a la cultura en el mapa del modelo del desarrollo económico, dando lugar a la formulación de políticas públicas para el fomento de la producción. Si bien desde los años cuarenta aparecieron estudios que tenían como objeto de estudio las características de esta gran industria que se había consolidado en muchos países europeos y en Estados Unidos, el tratamiento del arte como mercancía no estaba aceptado¹⁵, principalmente en la academia europea. Sólo a partir de los sesentas, en que el capitalismo sustentado en el modelo neoliberal iniciaba una carrera ascendente sin límites, se escriben textos de la denominada “economía cinematográfica”.

El libro *Economía cinematográfica* de Walter Dadek¹⁶ propone una teoría de la actividad económica en la producción y distribución cinematográfica y “aspira ser una exposición completa y sistemática de esta economía desde los puntos de vista de su estructura, postulados y tendencias evolutivas” (Dadek, 1962: 11). Para ello el autor expone en el texto un complejo análisis comparativo entre los modelos de producción industrial de Estados Unidos y los países europeos de mayor volumen de producción. Se puede identificar claramente dos aportes del análisis propuesto por Dadek a la teoría de la economía cinematográfica actual; en primer lugar la división en tres ramas de la actividad cinematográfica: producción, distribución y exhibición, “correspondiéndose la distribución con el comercio al por mayor de las demás ramas económica, y la exhibición con el comercio al por menor” (Dadek, 1962:17). Esta separación en fases de la actividad cinematográfica sigue siendo la base de la mayoría de los análisis económicos del cine, evidente en el hecho de que las políticas públicas de fomento al

¹⁵ “Cuando, en 1947, la editorial parisina La Nouvelle Édition publica la traducción del suizo Meter Bachlin, *Der Film als Ware* (“La película como mercancía”), sobre la formación y la evolución de la industria norteamericana y europea del cine, considera oportuno cambiar el título por el de *Historia económica del cine* (1947) para no ofender a lectores poco acostumbrados a ver la asociación entre arte y mercancía. El autor del prólogo, a su vez, comenta: “Esta obra viene a llenar una laguna de la bibliografía cinematográfica francesa. Hasta ahora, los autores que en Francia han estudiado el cine, lo han hecho casi exclusivamente desde un enfoque estético o técnico, sin detenerse en la formas o el desarrollo de la colosal industria a la que a dado origen”. (Mattelart, 2006 citado en Adrianzen, 2007:9)

¹⁶ Importante por ser un libro que citan autores de gran incidencia en los estudios económicos actuales de la cultura y de la economía cinematográfica en América Latina, como Getino y Cuevas.

sector orientan sus planes de acción a estas tres fases y es lo comúnmente utilizado en documentos oficiales como las leyes de cine o los acuerdos internacionales.

Y en segundo lugar Dadek desarrolla, a partir de una extensa descripción de las particularidades de la actividad en cada una de estas fases, un modelo basado en las características y la dimensión del mercado, cuyo objetivo es alcanzar la calidad y maximizar la productividad y, en consecuencia, el beneficio económico. Considerando que la realización cinematográfica requiere la “inversión de fuertes capitales” y que la concurrencia de diversas colaboraciones técnicas y artísticas lleva a una “dificultad de asegurar *a priori* la calidad final de la película” (Cuevas, 1999:42), el modelo de maximización de beneficios sugiere la necesidad de definir un tamaño de empresa productora como “planta industrial” capaz de generar un nivel óptimo de producción que, sin sacrificar la calidad, permita diversificar el riesgo mediante la inversión en películas con argumentos y géneros diversos, orientándose a un mercado que “exige novedades constantemente, lo que obliga a los proveedores a ofrecer programas con la máxima variación posible” (Dadek, 1962:67).

Para ello Dadek distingue tres tipos de unidades industriales (empresas): primero las *industrias de producción accidental*, que disponen de una unidad mínimamente organizada, de simple producción técnica, capaz de combinar los elementos necesarios para planear y realizar una película. Son unidades productoras efímeras que se disuelven luego de un proyecto o permanecen sin actividad de producción cinematográfica hasta la elaboración de otro proyecto. Este tipo de producción es considerado característico de economías en las que la industria no está muy desarrollada. En segundo lugar se identifican las *empresas de producción continua*, que se caracterizan por una producción estable, con cierto equipo de producción contratado a largo plazo (particularmente el considerado conjunto técnico) y la disponibilidad de las condiciones técnicas necesarias para lograr continuidad en la producción, lo que requiere cierto nivel de aprendizaje organizacional. Este tipo de estructuras se asocian a economías con industrias culturales en crecimiento (como las latinoamericanas), por lo que afirma que “en la mayoría de los casos es una unidad de transición tendente a ampliarse para convertirse en *producción simultánea*”(Dadek, 1962:77).

La tercera forma de organización empresarial es la llamada *producción simultánea*, que simula la producción industrial en serie, con un alto nivel de división

del trabajo, una gran inversión en capacidad productiva instalada y que requiere una planificación de la producción a largo plazo que permita “apurar al límite la capacidad de productividad” (Dadek, 1962:77). Estas unidades industriales son las utilizadas por los grandes estudios y operan a manera de *economías de escala*, que reducen los costos de producción de cada película al mismo tiempo que permiten un volumen continuo de producción, que puede ser diversificado y posibilita que el éxito de algunas producciones compense las pérdidas generadas por otras¹⁷. El autor relaciona estas formas de producción a economías cinematográficas “desarrolladas”.

Dadek propone que, para asegurar un equilibrio sostenido en el mercado de producción, es necesario pasar a una fórmula de producción simultánea pero resalta que es importante entender que, de ninguna manera, el cine puede ser considerado un producto masivo en su producción.

Frecuentemente se califica a la película como un producto masivo, queriendo significar con ello que, como muchos otros productos, es obra de un proceso de producción estandarizado. Ciertas apariencias externas – como la circunstancia, entre otras, de ser producida por una “industria”, o el hecho de que su compensación económica se logre por los cientos de miles de pequeños ingresos en las taquillas de los cines- inducen a esta apreciación, pero se trata de un gran error basado en un análisis insuficiente y, en parte también, en el desconocimiento de la significación exacta del concepto de producción en masa. Mientras no se corrija este error será inútil querer dar una explicación de la naturaleza general del cine” (Dadek, 1962:65).

Al asegurar que la fase de producción es la más importante, por ser aquella en la que se genera el carácter único de cada producto y que eso es lo que determina su éxito comercial, Dadek propone desarrollar un modelo de producción orientado a la calidad y la productividad. Considerando que “la ley general que rige la productividad, basada en que los aumentos o disminuciones de la rentabilidad dependen de la combinación de los factores de la producción, es también perfectamente aplicable a la industria del cine” (Dadek, 1962:69), el autor propone formular una función de producción cinematográfica. En definitiva la función de producción cinematográfica de Dadek incluye un factor artístico, como un coeficiente adicional similar al factor tecnológico tradicionalmente presente en la función de producción de otras industrias. Esto supone la distinción de dos grupos de recursos humanos: los primeros designados como

¹⁷ Explicación desde la propuesta económica de maximización de beneficios por medio de la diversificación del riesgo de la inversión.

elementos personales libres contratados (autores, directores, técnicos con incidencia creativa y actores) (Dadek, 1962:69) también llamados *elementos creadores y artísticos* (Cuevas, 199:42) y un segundo grupo compuesto por los *elementos técnico-artísticos* y los *técnicos y especialistas* (Cuevas, 199:42) que forman parte de lo que Dadek llama *conjunto técnico o miembros técnicos del equipo creador* (productores ejecutivos y de campo, operadores y técnicos de campo en general). Si bien “en cada puesto del conjunto técnico es también necesario poseer un espíritu creador”(Dadek, 1962, 70) esta distinción de factores de producción, según las labores técnicas que se requiere independientemente de las diferencias temáticas, estéticas y argumentales de la obra, se realiza para comprender la “estrecha relación, aún identidad, existente entre el grado de eficacia económica y la calidad de la producción cinematográfica, pues el rendimiento de los elementos creadores se eleva a medida que se les dota de mejores dispositivos técnicos y se estrecha su colaboración con ellos” (Dadek, 1962:71).

Este modelo plantea que se requiere un análisis económico para lograr un alto rendimiento en la productividad y que esta es la base para una producción con calidad técnico - artística. Siguiendo esta línea, el libro propone lineamientos de política que, aunque no sorprenden considerando la época, son claros ejemplos de la orientación liberal del modelo. Promueven la libre competencia, resaltando el hecho de que existe un nivel de oferta superior a la capacidad de absorción del mercado que debería regularse naturalmente y propone políticas de fomento de la calidad en formación de técnicos e incentivos por mérito, que se orientan al incremento de la competitividad.

Esta mirada economicista es acorde con el hecho de que en el texto se relega el papel del arte en el modelo a su consideración en una función de producción; siendo considerado un factor de transformación de recursos y relegando al proceso de creación colectiva del cine a un asunto de combinación de capital productivo. Esto implica, por un lado, el reconocimiento de que “en ninguna de las otras actividades económico – industriales se dan tan radicalmente unidos e interdependientes, como en la cinematografía, aquellos factores: el económico – industrial y el artístico” (Cuevas, 1999:39), pero por otro lado, reduce la importancia de la creación artística a ser un requisito más para la consecución de beneficios, porque en este modelo el arte cumple una función específica de generar productos de calidad y diferenciados, que asegure ventas en diferentes segmentos del mercado en las fases de distribución y exhibición.

Fiel al planteamiento en la introducción de su libro, en donde el autor afirma que “para el logro de los fines espirituales y culturales del cine, es necesario el establecimiento de unas condiciones previas de carácter material” (Dadek, 1962: 15), la propuesta teórica de Dadek formula líneas generales para la producción sostenida y con un mercado en equilibrio. El problema del modelo es obviamente que se sustenta en supuestos fuertes como el del *ceteris paribus*, del que se habló anteriormente, y que en un contexto de inequidad de acceso a recursos productivos y tecnológicos, y ante una diversidad de puntos de vista, el modelo no permite un análisis complejo.

En este modelo, la película es considerada una mercancía que se realiza como tal en la etapa del consumo, porque una vez producida tiene un carácter masivo en la distribución y exhibición. Es por ello que el autor resalta la necesidad de realizar un análisis de las condiciones de circulación y el requerimiento de dos circunstancias técnicas: “1) la posibilidad de multiplicar la película producida sacando copias de la cinta original; y, 2) la posibilidad de proyectar la copia cientos de veces ante un gran número de personas” (Dadek, 1962:66).

La distribución se encarga de todas las actividades necesarias para que la obra terminada pueda ser disfrutada por el público, en salas de cine y otras ventanas comunicacionales (televisión, cable, internet, etc.). Lo que realmente diferencia el proceso de distribución cinematográfica de otras industrias es, en primer lugar su dinamismo por la constante ampliación de las ventanas de exhibición dada por el acelerado cambio tecnológico y en segundo lugar sus requerimientos de disponibilidad de cierta infraestructura para el consumo (salas, canales de TV, laboratorios de copiado filmico, plataformas de tecnología virtual, reproductores de DVDs, etc.) y de conocimientos técnicos para su funcionamiento.

El mercado cinematográfico, como cualquier otro, “actúa mediante el poder que tienen algunos individuos para incidir en el funcionamiento de las leyes de formación de precios y obtener, en consecuencia, el máximo de plusvalía específica” (Debanne y Meirovich, 2010: 56). Es por ello que las empresas trasnacionales de distribución de contenidos audiovisuales¹⁸ promueven una carrera por la digitalización de los contenidos al mismo tiempo que desarrollan tecnología de distribución que permite

¹⁸ Existen aglomerados empresariales trasnacionales de comunicación que acaparan la distribución mundial en salas de cine, televisión y servicios de los llamados *nuevos medios*.

mantener un alto control sobre el mercado y asegurar cierta *dominación cultural* por la restricción del acceso al público masivo. Haciendo un paralelismo con el impacto de la invención de la imprenta en la construcción de la idea de nación y de ciudadanía, en aquello que Benedict Anderson denominó el *capitalismo de imprenta*; con el apareamiento y rapidísima masificación del cine, considero pertinente preguntarnos si el cinematógrafo (como inicio de la carrera tecnológica en la masificación del consumo audiovisual) es el invento que ha impulsado la consolidación de la “sociedad global”.

CAPÍTULO II

EL CAMPO CINEMATográfico

El campo cinematográfico en el seno del campo del poder

Como punto de partida para el análisis de la dinámica del campo cinematográfico y su posición dentro del espacio social, tomaremos en cuenta los tres niveles que Bourdieu destaca en el análisis del campo literario:

La ciencia de las obras culturales supone tres operaciones tan necesarias y necesariamente unidas como los tres niveles de la realidad social que aprehenden: en primer lugar, el análisis de la posición del campo literario (etc.) en el seno del campo del poder, y de su evolución en el decurso del tiempo; en segundo lugar, el análisis de la estructura interna del campo literario (etc.), universo sometido a sus propias leyes de funcionamiento y de transformación, es decir la estructura de las relaciones objetivas entre las posición que en el ocupan individuos o grupos situados en situación de competencia por la legitimidad; por último el análisis de la génesis de los hábitos de los ocupantes de estas posiciones, es decir los sistemas de disposiciones que, al ser el producto de una trayectoria social y de una posición dentro del campo literario (etc.), encuentran en esa posición una ocasión mas o menos propicia para actualizarse (la construcción del campo es lo previo lógico a la construcción de la trayectoria social como serie de posiciones ocupadas sucesivamente en este campo) (Bourdieu, 1992: 319).

De acuerdo a la definición del campo del poder que propone este autor como “el espacio de las relaciones de fuerza entre agentes o instituciones que tienen en común el poseer el capital necesario para ocupar posiciones dominantes en los diferentes campos (económico y cultural en especial)” (Bourdieu, 1995:320), el campo cinematográfico se sitúa en una posición de dominación estructural que se manifiesta concretamente cuando los participantes encuentran límites a sus prácticas, es decir cuando el campo está limitado por el ejercicio del poder. Como ejemplo concreto está la censura repetidamente observada en casos del llamado “cine social” o “cine político”, en los que los productores cinematográficos adoptan una función social, que no es la función que el poder le ha asignado al campo artístico dentro del espacio social.

¹⁹ En el libro “las reglas del arte” Bourdieu analiza la dinámica del campo literario en particular y sugiere expresamente (pág. 318) la posibilidad de ampliar algunas conclusiones a otros campos de producción artística; para ello invita al lector a sustituir el término literario por artístico, cinematográfico, etc. En aquellas afirmaciones en las que aclara entre paréntesis (etc.).

Bourdieu afirma que cuando alguien que se encuentra en una posición de ventaja dentro del campo del poder se siente amenazado ejerce presiones directas sobre los límites del campo artístico, limitando la circulación de las obras y sin que sean necesarias acciones directamente coercitivas de la libertad de expresión. En el campo de las artes plásticas lo ejemplifica sugiriendo que “tan pronto como quieren cumplir una función distinta a aquella que les asigna el campo artístico, es decir la función consistente en no ejercer ninguna función social (el arte por el arte)” (Bourdieu y Wacquant, 2005:166) el campo del poder utiliza el capital que tiene a disposición, para limitar la movilización de capital que requieren los artistas para exhibir sus obras. El autor presenta el caso del artista plástico Hans Haake que, de acuerdo a lo que comenta Bourdieu, prácticamente desapareció de espacios de exhibición y crítica reconocidos, tan pronto realizó una serie sobre los orígenes de los recursos de la familia Guggenheim, cuyos miembros ejercen un gran poder en el campo artístico por la gran inversión de capital económico que han realizado en espacios de exhibición de alto nivel y en el fomento de la producción de artistas jóvenes contemporáneos.

En el caso del cine - por la anteriormente mencionada diferencia respecto a otras artes por la necesidad de bienes materiales para su creación - la “censura por la restricción al acceso” a recursos puede incluso presentarse en la fase de producción y de esta manera limitar la autonomía creativa. Obviamente el poder acude a este tipo de censura con mayor frecuencia cuando los artistas parecen “una amenaza”. Esto ocurre cuando se encuentran en una posición relativamente ventajosa dentro del campo porque su reconocimiento le otorga mayores posibilidades de incidir la visión legítima del mundo, o cuando tienen mayor mercado porque implica que el interés del público en su obra es mayor.

Dentro del campo cultural el poder ha reconocido desde sus inicios la importancia del audiovisual como medio poderoso de representación que permite expandir un punto de vista, consolidar un imaginario del mundo “real” o “natural” e incluso como medio directo de promoción ideológica²⁰. Dadek afirma que “hace ya

²⁰ Ejemplo clarísimo es la inversión en el desarrollo de las industrias cinematográficas estatales orientadas a la expansión de ideales nacionalistas en Italia, Rusia o Alemania. Conocidísimo el fomento a la producción nacional controlada del socialismo alemán en los estudios UFA, que produjeron cientos de películas en las que se resaltaba la grandeza de la nación aria. De igual manera en Italia es conocido el interés de Mussolini en la creación de Cinecittá y la promoción del Festival de Venecia y en Rusia la promoción de Stalin a carreras de grandes representantes del cine ruso.

mucho tiempo que se considera como una verdad común que el cine es un importante factor en la formación de la opinión pública, y, por ello – ya que la opinión pública es un eslabón en la formación de la voluntad social – se trata de un factor político de primer orden” (Dadek, 1962: 236). Este reconocimiento del rol político del cine, ya generalizado en los sesentas, es precisamente lo que impulsa al interés para su estudio desde la teoría económica del crecimiento que propone el autor.

Desde la propuesta marxista de que el poder se configura a partir de la posesión de los medios de producción, se comprende la relación estrecha que existió entre la producción cinematográfica y el campo económico, por ser una actividad de producción simbólica que requiere intrínsecamente la disponibilidad de medios técnicos y tecnología. Desde la invención del cinematógrafo sólo mediante la inversión de grupos de poder económico (y político) en la actividad cinematográfica fue posible el desarrollo tecnológico y la construcción de unidades de producción con las capacidades técnicas adecuadas para la producción y exhibición. La disponibilidad de tecnología, desarrollada por el interés moderno en el estudio y registro de la realidad, y la instalación de estudios de producción con infraestructura, medios técnicos y recurso humano capacitado, fue posible por una importante inversión de los grupos económicos burgueses. Este nuevo “arte” surge bajo estas condiciones “burguesas” de producción, por lo que rápidamente fue posible su constitución como una “industria” de producción continua que permitió a quienes contaron con cierta inversión económica, la sostenibilidad de la actividad en el tiempo, a la que se refería Dadek como requisito indispensable para la producción simbólica que genera opinión pública. De esta manera se instaló el cine como un mecanismo de la reproducción “burguesa” de la visión del mundo.

De acuerdo a lo que expone Bourdieu respecto al génesis del campo literario, la autonomía del mismo se dio el momento en que surgió la idea del “arte por el arte” y se liberó una revolución contra la producción del “arte burgués”. Sobre los inicios de la conformación del campo literario y el artístico hacia mediados del siglo XIX, Bourdieu afirma que

Resulta manifiesto así que el campo literario y artístico se constituye como tal en y por oposición a un mundo “burgués” que jamás hasta entonces había afirmado de un modo tan brutal sus valores y su pretensión de controlar los instrumentos de legitimación, en el ámbito del arte como en el ámbito de la literatura, y que, a través de la prensa

y sus plumíferos, trata de imponer una definición degradada y degradante de la producción cultural. (Bourdieu, 1995:95)

Precisamente porque en la pintura y la literatura ya se había liberado este proceso de “revolución simbólica” frente a la idea de mercantilización de las obras y por el rapidísimo crecimiento de la demanda del cine como novedad técnica, no fue sino hasta 1911 que el cine fue considerado arte. Este proceso implicó el reconocimiento en el cine de una posibilidad de representación artística y con ello se marca también la diferenciación de polos con grandes diferencias en sus extremos, que es lo que originó el debate sobre el papel del cine como arte o como mercancía.

En el estudio de la cinematografía ha sido un tema recurrente la necesidad de diferenciar la producción orientada al consumo masivo, de la producción artística que tiene un mercado restringido. Términos como *cine independiente*, *cine de autor* o *cine arte* son comúnmente usados para lograr la diferenciación de aquella producción que no está orientada a las masas, pretendiendo así rescatar su carácter de *obra artística* y única. Sin embargo, al indagar en aquellas cualidades que caracterizan a una película como “independiente”, es posible notar que el concepto no se enfoca en la autonomía creativa que mantiene el artista respecto al campo del poder, sino al hecho de que los medios materiales para su producción tienen un origen externo al grupo del poder que domina el mercado cinematográfico mundial. Los analistas de las *industrias culturales* reconocen que las películas son bienes con alto contenido simbólico, que circulan en un campo marcado por una fuerte dominación del campo económico, pero no son muy claros respecto a la influencia de las fuerzas del poder desde el campo cultural.

Para entender la dinámica del campo en relación al campo cultural y económico, en el libro “Las reglas del arte”, Bourdieu analiza la estructura del campo literario y lo divide en dos grandes *subcampos*: el *subcampo de producción restringida* y el *subcampo de la gran producción*. El autor plantea que en los campos artísticos existe autonomía precisamente a partir de que se genera una diferenciación marcada entre estos dos sub-campos. Así como a partir de la aparición de posibilidades de producción literaria bajo una lógica funcional y asalariada derivada de la masificación de la prensa los escritores se reconocen entre sí por el grado de autonomía que tienen respecto a la audiencia, al consumo del “gran público”, en el cine estas exigencias del campo del

poder y el campo económico²¹ se ven en la relación con los productores que disponen de los medios de producción. La importancia de realizar una diferenciación de las lógicas que operan en ambos sub-campos radica en que:

El grado de autonomía de un campo de producción cultural se manifiesta en el grado en que el principio de jerarquización externa está subordinado dentro de él al principio de jerarquización interna: cuanto mayor es la autonomía, más favorable es la relación de fuerzas simbólica para los productores más independientes de la demanda y más clara tiende a quedar marcada la división de los dos polos del campo, es decir entre el subcampo de producción restringida, cuyos productores tienen como únicos clientes a los demás productores, que también son sus competidores directos, y el subcampo de gran producción, que se encuentra simbólicamente excluido y desacreditado (Bourdieu,1995:322).

Si bien el acceso a los medios de producción es, en el caso del cine, una ventaja absoluta porque permite la creación o la representación, sólo al asegurar el consumo de dichas representaciones es posible tener una mejor posición dentro del campo del poder. El control de los espacios de exhibición del cine es por lo tanto uno de los puntos clave en la intersección entre el campo cinematográfico y el campo del poder. Frente a un escenario de disponibilidad constante de contenidos estandarizados, fruto de la concentración de medios de producción que permiten una oferta constante, el proceso de consolidación de una red mundial de exhibición cinematográfica por parte de los grandes estudios estadounidenses a partir de la década de los cincuenta permitió la consolidación del cine como *industria cultural*, desde la perspectiva que proponían Adorno y Horkheimer.

El crecimiento acelerado de las industrias culturales y comunicacionales ocurrió precisamente en las naciones con mayor capacidad competitiva en los mercados mundiales. La estructura de la circulación de información se concentró principalmente en los EEUU y Europa, cuyos centros de producción se ocuparon de diseñar entre sí la tecnología y los productos informativos básicos, reduciendo el papel de las naciones relegadas a simples emisoras de datos brutos y a consumidoras de información procesada y de tecnología comunicacional (Getino, 2008:21).

Este proceso de concentración de los medios de exhibición cinematográfica es fruto de una reorientación de intereses del poder que surgen una vez que se ha consolidado un vínculo estrecho entre el campo económico y el campo cinematográfico en la

²¹ Revisar propuesta de Bourdieu respecto al “sentido común” generalizado en *Las reglas del arte*, 1995.

producción a gran escala. Evidencia de esto es que actualmente el acceso a los medios técnicos para la producción cinematográfica es más democrático por el bajo costo de la tecnología y esto no pasa en la exhibición. Según Octavio Getino, uno de los principales autores de los estudios culturales desde la economía en América Latina, la carrera de apropiación de espacios de poder y del mercado a nivel mundial que tiene como resultado la transnacionalización de la economía de las potencias, llevó a una gran competencia por el manejo de las industrias culturales y una consecuente masificación de los inventos tecnológicos (sobre todo para la producción). Según el autor esto provoca que cada vez sea menor el tiempo en que los medios técnicos dejan de ser *tecnología de punta*, es decir desde la “aparición de una innovación y su conversión en recurso económico, político y cultural” (Getino, 2008:20), permitiendo el acceso a tecnología relativamente nueva a bajo costo.

De acuerdo a Bourdieu, la disputa en el campo del poder se evidencia por la disputa entre la visión que las diferentes posiciones toman respecto a la realidad, es decir, que se genera de la existencia de una

pluralidad de visiones del mundo; esto genera constantes luchas simbólicas por la imposición de la visión legítima entre quienes tienen interés en subvertir las representaciones a través de las cuales el mundo social se expresa, y quienes pretenden perpetuar el desconocimiento, el conocimiento alienado, que hace posible aprehender el mundo social como mundo natural (Debanne y Meirovich, 2010:55).

Siendo la distribución cinematográfica mundial altamente dependiente del campo del poder por la alta incidencia que ejerce el campo económico en la fase de distribución, la propuesta del presente trabajo es analizar la estructura interna actual del campo, determinada por los patrones de consumo fruto del modelo de exhibición masiva estandarizada, las posibilidades de distribución del cine de Latinoamérica y las posibilidades de cambio del campo, en un contexto de desarrollo tecnológico, de crisis económica mundial y por las políticas públicas en América Latina.

Estructura interna del campo cinematográfico

Al igual que en cualquier campo, la estructura interna del campo cinematográfico está definida por la situación de ventaja comparativa que mantienen las posiciones que participan en el campo respecto a sus pares. La posición que ocupan está dada por su

disponibilidad de especies de capital (en sus diferentes formas), el mismo que ha cambiado o acumulado con el tiempo según las acciones (decisiones de inversión en el juego) realizadas previamente. En este camino recorrido por las posiciones se conforma el habitus, aquello que delinea la acción de cada individuo.

El habitus en la producción cultural es lo que define la capacidad creadora, la orientación estética, la forma de representación o la mirada “del autor”, única por ser la manifestación actual de la acumulación encarnada de la historia de posiciones individuales en el campo y en el espacio social. Como ejemplo me parece útil la comparación con aquello que con frecuencia se utiliza a nivel académico para diferenciar el documental del “reportaje”: el “punto de vista”. Entre el registro y descripción de la realidad con fines de información y la propuesta del autor de una obra documental, la diferencia radica en la existencia de una propuesta de representación de la realidad que tiene como fin la expresión artística, íntima o dar a conocer desde cierta postura una realidad social o política. El autor apuesta por manifestar su visión particular del mundo que, obviamente, se deriva de la posición que éste ocupa dentro de un campo y del espacio social. Este punto de vista, que le quita el carácter informativo y descriptivo al proceso de documentación, invita al espectador a plantearse la realidad desde otra mirada, desde el punto de vista de los personajes y a través de ellos desde la mirada del autor. El punto de vista del que se habla en el documental es entonces la manifestación del habitus particular de una posición en el campo.

Entendiendo que “el habitus tiene un carácter multidimensional: es a la vez eidos (sistema de esquemas lógicos o estructuras cognitivas), ethos (disposiciones morales), hexis (registro de posturas y gestos) y aisthesis (gusto, disposición estética)” (Gimenez, 1997:8), el proceso de creación de una obra cinematográfica, en cuanto proceso de creación colectiva, debería analizar el habitus de cada uno de los participantes en una producción. Comúnmente se resalta el papel del director como la persona que determina el carácter de una obra, el punto de vista o el “estilo” y que guía el proceso de concepción y posterior realización de una propuesta audiovisual. A medida que una producción se acerca al polo de la gran producción este papel de definición de “lo creativo” se vuelca más hacia las decisiones del productor, que es tradicionalmente el encargado de liderar el proceso técnico y por lo tanto el responsable de la calidad en términos de la propuesta de Dadek. En el llamado “cine independiente” es precisamente

la relación director - productor aquello que orienta el proceso de realización de una obra que, al ser un objeto cuyo valor radica en la intersección entre calidad técnica y propuesta estética, depende del intercambio de los habitus de estas dos posiciones. A lo largo del presente estudio será tomado en cuenta este intercambio productor – director, al tratar los resultados del proceso de creación de la obra. En la diferencia de roles entre el editor literario, según lo que propone Bourdieu, y el productor cinematográfico radica una brecha entre los requisitos para la producción en el campo literario y el campo cinematográfico, porque las prácticas (y por ende el habitus) del productor inciden directamente en la propuesta audiovisual (la obra), por lo descrito anteriormente sobre la necesidad técnica de la creación cinematográfica, que no se encuentra en el proceso creativo de otras artes.

Una vez que se ha realizado una obra cinematográfica y que se inicia su proceso de circulación, la lógica de la teoría económica neoclásica nos diría que el camino depende totalmente de la respuesta del mercado frente al producto. Al igual que en el caso de los editores, el productor²² es el directamente encargado de crear el vínculo entre el autor (escritor o director) y el público, por lo que sus prácticas definen el potencial de ventas que genera la obra. El beneficio tradicionalmente considerado en términos de capital económico en el análisis de la industria audiovisual en muchos casos y, particularmente en los campos de producción cultural, debe ser replanteado en función del interés de los participantes del campo, que no implica necesariamente un beneficio económico.

La génesis del campo literario, según analiza Bourdieu en *Las Reglas del Arte*, surge como oposición a la burguesía y su forma de producción artística, que crece en el siglo XIX como un medio de expresión funcional a los intereses del campo económico, guiado por el liberalismo del mercado. Este “arte burgués” surge como una práctica liberal que implica una búsqueda de autonomía respecto al poder económico, que controlaba la producción de arte desde las cortes y los grandes mecenas de la época monárquica. Bourdieu advierte que la “revolución simbólica” que se libera y que permite el proceso de conformación del campo literario (y el artístico) autónomo, es

²² Es importante entender que el productor cinematográfico (como el editor) es el dueño de los derechos patrimoniales de una obra, por lo tanto debe haber obtenido previamente la cesión de derechos de autor de las creaciones que incluye (guión, música, fotografías, etc..) y la relación con los participantes en la creación colectiva es por medio de un contrato de prestación de servicios.

fruto de un rechazo total al “arte burgués” por ser considerado una extensión del mismo poder económico al que criticaba en su discurso y que mantiene un carácter “moral”, exaltando la “buena administración del patrimonio” o la “colocación decorosa de los hijos”. Este arte comercial fue rechazado por representar los intereses de entretenimiento de esta nueva clase económica ascendente, sin una herencia cultural como la de las cortes, que surge del comercio y “tanto por su procedencia como por su estilo de vida y sus sistemas de valores” (Bourdieu, 1995:113), llevaron a que el requisito para el consumo artístico sea la capacidad de pago, por lo que perdió su valor en función de su contenido cultural. Cuando se inventa el cinematógrafo, a fines del siglo XIX, la “revolución simbólica” liberada en el arte y la literatura ya había consolidado campos de producción cultural autónomos en cuyo interior se daba una

coexistencia antagónica de dos modos de producción y circulación que obedecen a lógicas inversas. En un polo la economía anti-“económica” del arte puro que, basada en el reconocimiento obligado de los valores del desinterés y en el rechazo de la “economía” (de lo “comercial”) y el beneficio “económico” (a corto plazo), prima la producción y sus exigencias específicas, fruto de una historia autónoma; esta producción que no puede reconocer más demanda que la que es capaz de producir ella misma pero sólo a largo plazo, está orientada hacia la acumulación del capital simbólico, en tanto que capital “económico” negado, reconocido, por lo tanto legítimo, auténtico crédito, capaz de proporcionar, en determinadas condiciones y a largo plazo, beneficios “económicos”. En el otro polo, la lógica económica de las industrias literarias y artísticas que, al convertir el comercio de bienes culturales en un comercio como los demás, otorgan la prioridad a la difusión, al éxito inmediato y temporal, valorado por ejemplo en función de la tirada, y se limitan a ajustarse a la demanda preexistente de la clientela (Bourdieu, 1995:214)

El *arte burgués* literario ya había sido capaz de generar un mercado que superaba las demandas nacionales y se avizoraba el surgimiento del consumo de masas cuando inició la actividad cinematográfica. Al inicio el cine aparece en el escenario del entretenimiento y como una técnica capaz de documentar imágenes de la realidad²³, no como un medio de expresión artística. Sólo en el momento en que el cine recurre a propuestas narrativas y estéticas particulares, al producir películas de ficción sin un fin social o económico particular, surge la posibilidad de ser considerado un arte y con ello

²³ Las primeras imágenes son documentales. Las más famosas: “tren llegando a la estación”, etc.. y luego recorrían imágenes de actos circenses y se comenzó a utilizar la cámara para crear efectos de ilusionismo. La “magia” del cine radica en que se podía hacer actos de magia para las masas con efectos visuales en la grabación.

se produce la génesis del campo cinematográfico. Para tratar describir la dinámica del campo cinematográfico el presente trabajo tendrá en cuenta la propuesta de Bourdieu de análisis de los tres estados del campo literario: la génesis del campo por la conquista de la autonomía, la emergencia de una estructura dualista y el mercado de los bienes simbólicos. Según el autor el nivel de autonomía que mantiene un campo respecto a las reglas generales que operan en el espacio social se puede revisar en el grado de independencia que mantiene respecto a la jerarquización que sugiere el campo del poder.

En el caso del campo cinematográfico el carácter masivo e industrial que puede adoptar la actividad incide en que la diferenciación de dinámicas e intereses que mantienen las posiciones que se encuentran en el sub-campo de la *gran producción* frente a lo que ocurre con los participantes de la llamada *producción restringida* sea extremadamente amplia. Esta distancia entre los polos internos es lo que define el grado de autonomía del campo, lo que hace que el análisis de las dinámicas particulares, dentro de cada uno de estos sub-campos y su interacción, permita aproximarnos a una descripción de la estructura del campo. A lo largo del presente trabajo se utilizará estas categorías de los dos extremos del campo para identificar a las obras y a los actores según la incidencia del campo del poder en sus prácticas y, por lo tanto, su nivel de autonomía creativa, pero es importante resaltar que la definición la posición que ocupa un individuo dentro del campo es una definición compleja y que el uso de estas categorías no implica de ninguna manera una clasificación binaria de posiciones.

El sub-campo de la gran producción

Tras cincuenta años de instalación de una red de distribución mundial de la industria estadounidense, resulta innegable que el cine de la *gran producción* de Hollywood se ha consolidado como una fuente de promoción de patrones globales de un estilo de vida que impulsa la sociedad del consumo. El éxito de las grandes producciones a nivel global se mide por el número de espectadores que alcanzan las películas en las salas de cine de todo el mundo, porque su fin último es ser del agrado de las masas de consumidores. El interés en el campo que mantienen sus productores está relacionado con la consecución de beneficios financieros, por lo que el análisis de su

éxito se calcula desde los postulados de la economía neoclásica y el modelo de maximización de beneficios económicos que se expuso anteriormente.

Al realizarse en condiciones industriales cercanas a la producción en serie (o con la intención de serlo) y por el acceso casi exclusivo que tienen a la red de distribución mundial que permite la masificación en el consumo, el cine de la *gran producción* promueve la formación de un imaginario para el deber ser del mundo, lo que permite el mantenimiento del sistema que originó su carácter industrial. Las posiciones mejor ubicadas en relación al campo del poder evitan cambios y promueven así un cine de calidad que sea eficiente en el posicionamiento de un estilo de vida que legitima la visión del mundo actual. El cine es un arma poderosa cuando llega de manera masiva y continua porque “en relación con otros factores formativos de opinión, resulta más eficaz que ellos al dirigirse a la parte irracional de los individuos y de la sociedad, sin que sus orientaciones y puntos esenciales sean exactamente perceptibles” (Dadek, 1962: 237).

Esta funcionalidad como medio de comunicación de un discurso particular aporta a la pérdida del valor de estas películas como obra de arte, de acuerdo a intereses del “arte por el arte” que se explicarán más adelante. El descrédito artístico de estas obras reside en que la *illusio* del “juego” está directamente orientada a la obtención de capital económico, no simbólico, y el éxito en el juego se refleja en las ventas como cualquier otro producto industrial que carece de unicidad. Muestra de ello es que la negociación de los grandes estudios se realiza “en paquete” con las cadenas de exhibición, lo que supone que para que los cines tengan acceso a los derechos para proyectar una película con grandes perspectivas de éxito en taquilla, tienen que asumir el compromiso de estrenar un paquete de películas “de relleno” cuya trama o contenido poco importa, pero que la industria garantiza que son productos con un nivel técnico estándar y que siguen fórmulas narrativas que el público ya conoce. Esta política de negociación en grupo tiene la función de mantener ocupadas las salas comerciales y que no sea posible la diversificación de oferta en las salas con producciones procedentes de otras regiones o que hayan sido creadas con otros propósitos.

Las películas que se incluyen en el *sub-campo de gran producción*, al ser dependientes de su público, deben cumplir desde su planificación con características de contenido y forma que les permitan ser masivas en su distribución y consumo. Las

prácticas de generación de contenidos en base a fórmulas de escritura de guiones y la estandarización de propuestas audiovisuales según géneros²⁴, son fruto de estudios de mercado respecto a la respuesta del público en determinado momento. De acuerdo a lo que plantea Dadek, “es normal que después del éxito de una película se tienda inmediatamente a imitarla y que se mantenga ese género más o menos tiempo en el mercado” (Dadek, 1962: 66) y esto es fruto de la competencia entre las firmas por aquel segmento de mercado que se ha encontrado. Sin embargo afirma que

en la mayoría de las películas, hasta en los estereotipados western, se aprecia un esfuerzo por conseguir la originalidad y por distinguirse, al menos, de las películas del mismo género de la corriente y de la anterior temporada, fundándose así su publicidad en esta originalidad cierta o pretendida (Dadek, 1962:67).

Tomando en cuenta que los proyectos cinematográficos de este sub-campo se realizan a partir de un análisis de costo beneficio, no sorprende es uso de métodos para la determinación del nivel de inversión en un proyecto de acuerdo al potencial éxito comercial de las películas. Uno de los más usados es el análisis de los llamados *valores de producción*²⁵, en el que se determina, por una parte los costos que requiere la producción de manera inevitable y la distinción de aquellos factores que marcarán una diferencia en términos de público potencial. Un claro ejemplo de un *valor de producción* es la inclusión en el elenco de actores famosos, que le dan a la película mayor “valor” según su posición dentro de la estructura de jerarquización de actores de este polo del campo.

Ésta es la importancia del comúnmente llamado *star system*, que existe no sólo en Estados Unidos, sino que se ha reproducido en mayor o menor medida en varios países con gran producción como India, Rusia, Brasil, o México. En este “sistema” de consagración de estrellas también se puede identificar la relación del campo con otros como la relación con el campo social cuando las “estrellas” mantienen programas de beneficencia, así como la relación con otras industrias cuando realizan publicidad. Otros conocidos valores de producción pueden ser personajes o obras preexistentes, que como

²⁴ Como ejemplo se puede revisar los planteamientos de la fórmula del *high concept idea*, que ha sido ampliamente utilizada en Hollywood.

²⁵ En textos pedagógicos de producción cinematográfica se resalta como algo importante la disponibilidad de “valores de producción”, que son aquellos elementos que potencian la venta de un proyecto, ya sea por las posibilidades de consumo futuro (como la presencia de un actor reconocido) o por ser garantía de calidad técnica- artística (como la participación de un técnico o artista experimentado) en la realización.

en el caso de personajes de comics o superhéroes afamados que son esperados por el gran público, desde que es anunciada la existencia de un proyecto para la realización de su película.

Actualmente algo que llama la atención como mecanismo diferenciador en las películas de este sub-campo, es la espectacularidad técnica que implica una renovación o el perfeccionamiento de la tecnología existente. Las películas de acción y de ciencia ficción son los más claros ejemplos en que la fórmula narrativa se repite y se reciclan propuestas visuales, pero aquello que realmente les diferencia es el uso de efectos especiales o efectos visuales “únicos” desarrollados para una nueva producción. En este caso la participación de un equipo o un estudio famoso en efectos, es en sí el valor de producción y la inversión se realiza a la vez en la película como producto y en el desarrollo de tecnología. Una evidencia de que este tipo de producciones pertenecen al sub-campo de la gran producción, es que no se resalta a nivel mediático el papel del director o de alguno de los “autores” que en el participan. El capital económico invertido en este sub-campo se convierte en capital simbólico cuando las escenas de efectos especiales o visuales sorprenden al público por ser espectaculares, es decir que se valora los atributos técnicos.

Como se explicó brevemente antes, este modelo de producción “serializado” y que implica una alta inversión es posible por la existencia de un mecanismo eficiente de distribución masiva a nivel mundial, que implica una enorme red multinacional de exhibición y la creación de gigantes campañas de publicidad. Las estrategias de promoción de alcance mundial son un punto clave en el éxito de estas producciones y, además de promover el consumo masivo del producto central que es la película, generan sub productos asociados cuyas ventas en muchas ocasiones producen incluso mayor rentabilidad económica que la película en sí²⁶. La “complicidad ética y política” de la que habla Bourdieu entre los productores del polo de la gran producción y su público a la que se referían los críticos del *arte burgués*, está actualmente mediado por especialistas del mundo del entretenimiento que planifican las producciones en función de los estudios de mercado. Esta proyección de mercado se da a nivel global y es posible por la red de distribución mundial, que a su vez reproduce la misma estructura

²⁶ Esto es evidente al considerar la cantidad de material promocional y logística para su comercialización que crean las grandes producciones infantiles por ejemplo, en las que las franquicias de productos asociados a los personajes son un gran negocio.

en cada país; las empresas que tienen la representación de los grandes estudios de Hollywood en cada país tienen relaciones directas grupos de poder nacionales²⁷ y el vínculo con el público se da por medio de quienes trabajan en función del análisis del mercado local.

Junto a las enormes campañas de publicidad que se hacen a nivel internacional, en este sub-campo operan mecanismos de promoción basados en el prestigio internacional como los Premios de la Academia Estadounidense (Premios Oscar). Estos son espacios en los que los productores invierten capital económico buscando su transformación en capital simbólico y son mecanismos de legitimación del sistema de consagración de actores, y del reconocimiento de los avances técnicos logrados en una producción; es lo que certifica la calidad o la espectacularidad. En los premios Oscar quienes presentan candidaturas son los propios miembros de la academia, en la que participan quienes canalizan grandes inversiones provenientes de otros sectores de la economía y ésta es la razón por la que, en muchas ocasiones, en el otorgamiento de estos premios ha sido evidente la influencia de los grupos de poder económico y político.

El sistema de distribución que ha logrado consolidar el sub-campo de la *gran producción* es lo que genera la interrelación del campo cinematográfico con el campo económico y determina la posición de este sub-campo en una posición de relativa ventaja dentro del espacio social por la cercanía con el campo del poder que esto implica. El mercado cinematográfico, como cualquier otro, “actúa mediante el poder que tienen algunos individuos para incidir en el funcionamiento de las leyes de formación de precios y obtener, en consecuencia, el máximo de plusvalía específica” (Debanne y Meirovich, 2010: 56) y, al estar la exhibición cinematográfica comercial altamente concentrada en grupos de poder de todos los países y regulados por la red de distribución controlada por los seis grandes conglomerados de la producción y distribución de Hollywood²⁸, resulta evidente la heteronomía que mantiene el sub-campo respecto al campo del poder.

En términos de poder, los que participan en este sub campo y llegan a tener acceso a la red de distribución, se encuentran en una posición de ventaja en el espacio

²⁷ Por ejemplo en Ecuador: la representación de FOX y Cinemark pertenece al grupo Wright; El Grupo Czarniski tiene la representación de Buenavista Internacional y NL Warner. (Parra, 2005: 110)

²⁸ Columbia Pictures, 20th Century Fox, Walt Disney Pictures/Touch Stone Pictures, Warner Bros Pictures, Paramount Pictures y UIP Universal International Pictures.

social frente a otros productores más “independientes”. Los productores de este sub-campo son “quienes están mejor posicionados en el campo de producción simbólica son también los mejor ubicados para cambiar la visión del mundo social, pero, nos recuerda Bourdieu, que regularmente son los menos inclinados a hacerlo” (Debanne y Meirovich, 2010:64). Es por ello que el debate actual sobre las perspectivas de crecimiento del cine “independiente”²⁹ se centra en la necesidad de crear modelos alternativos de distribución o de promover políticas públicas de regulación del mercado oligopólico.

El sub-campo de la producción restringida

La autonomía que mantiene el sub-campo de la *producción restringida* cinematográfica respecto al campo del poder, es posible entender sólo una vez que se comprende lo que mueve a sus participantes a invertir especies de capital en el campo. Lo que ocurre con la *gran producción* responde a la lógica de mercado, por lo que al analizar el interés de los participantes desde el enfoque de la economía de la práctica, la dinámica se evidencia igual a lo que propone un análisis económico tradicional. En el caso de las películas del *sub-campo de la producción restringida* el interés debe ser analizado de otra manera.

hay tantas formas de interés como campos. Lo que explica que las inversiones que algunos comprometen en ciertos juegos, en el campo artístico, por ejemplo, aparezcan como desinteresados cuando son percibidas por algunos cuyas inversiones, cuyos intereses están colocados en otro juego, en el campo económico por ejemplo (pudiendo aparecer estos intereses económicos como no interesantes a aquellos que han colocado sus inversiones en el campo artístico) (Bourdieu, 2000: 57).

Según explica Bourdieu, para el proceso de consolidación de un campo literario o artístico autónomo fue necesaria la ruptura con reglas que rigen otros campos del espacio social. Este proceso de consolidación de una dinámica interna particular del campo se da a partir de que algunos escritores y pintores (Baudelaire y Manet como “líderes” en sus campos) promovieron la idea de que la producción artística tiene un fin puramente estético, rompiendo definitivamente con su función social o comercial. En esta “revolución simbólica” lo que se exalta es el valor del arte, el acto de expresión es la única meta y la forma adquiere un papel prioritario.

²⁹ Entendido como todo el cine que es producido fuera de los estudios de gran producción de Hollywood.

Antes del surgimiento de este movimiento que promueve la valorización del “arte por el arte”, en la literatura el realismo había planteado “una revolución parcial y fallida: no cuestiona realmente la confusión entre valor estético y valor moral” (Bourdieu, 1995:163). Afirmando que era necesaria la inclusión de temas que antes no se abordaba en la literatura o el arte; los realistas trabajaron sobre la representación de personajes marginados y realidades sociales que no eran de interés del arte de origen cortesano o burgués. La crítica a este movimiento se fundamenta en el hecho de que “si pone en tela de juicio una jerarquía objetiva de los temas, sólo es para invertirla... no para abolirla” (Bourdieu, 1995:164) quedando intacto aquello que los promotores de la revolución simbólica reivindicaban: eliminar el carácter moral o social de la representación artística. Quienes reivindicaban el valor de la realidad no buscaban experimentar la estética de la marginalidad, sino retratar aquellas realidades sociales que debían ser mostradas para ser contrastadas con el “deber ser” social. El planteamiento del “arte por el arte” que a fines del siglo XIX guiaba la actividad de los artistas más “vanguardistas” fue fruto de la búsqueda previa de la “estética pura” que promovían escritores como Flaubert o Baudelaire en la escritura o Manet en la pintura. Estos autores afirmaban que

la revolución estética sólo puede realizarse estéticamente: no basta con constituir como bello lo que la estética oficial excluye, con rehabilitar los temas modernos, viles o mediocres; hay que afirmar el poder que pertenece al arte de constituirlo todo gracias a la virtud de la forma (“escribir bien lo mediocre”), de transmutarlo todo en obra de arte gracias a la eficacia de la propia escritura. (Bourdieu, 1995:165)

Esta consagración de la forma por la búsqueda de la “estética pura” implica una ruptura con los modos de vida del mundo social conocido y con ello la formación de una nueva posición “por ser ocupada” dentro del espacio social; esta posición previamente inexistente de la figura del artista independiente y dedicado a su actividad a tiempo completo, podría existir sólo con la existencia de un campo cuyo interés sea afín a esta posibilidad, por lo que implica una revalorización de lo simbólico. “La revolución de la mirada que se lleva a cabo en y a través de la escritura supone y suscita a la vez una ruptura del vínculo entre la ética y la estética, que va pareja con una conversión total del estilo de vida” (Bourdieu, 1995:170). Este nuevo estilo de vida particular del artista responde a aquello que Bourdieu denomina la “economía al revés”, que se deriva del

rechazo absoluto al mercado y con él al burgués y toda su producción, incluida la artística. “A finales del siglo XIX, la jerarquía entre los géneros (y los autores) en función de los criterios específicos del juicio de sus pares es más o menos exactamente la inversa de la jerarquía en función del éxito comercial” (Bourdieu, 1995:175).

Fundada sobre el “aborrecimiento del “artista burgués”, que, por sus éxitos y su notoriedad, preso, casi siempre, de su servilismo respecto al público o a los poderes, recuerda la posibilidad, siempre abierta para el artista, de comerciar con el arte o de convertirse en maestro de ceremonias de los placeres de los poderes” (Bourdieu, 1995:126) la revolución simbólica debía “negarse a reconocer a otro amo que no sea su arte” (Bourdieu, 1995:128). Pero al negar al burgués debía rechazarlo también como cliente potencial, se aleja del mercado (espacio en el que puede cumplirse la correspondencia entre oferta y demanda) y esto conlleva una distancia con el campo económico. El resultado de esto que el “artista puro” debe para mantener invariable su interés, orientado a lo cultural y no a lo económico, enfrentarse a la imposibilidad de obtener ingresos financieros amplios, al menos a corto plazo³⁰.

Con el tiempo el artista que entrega su vida a la búsqueda estética puede alcanzar prestigio y, una vez considerado un artista consagrado, sus obras o su conocimiento estético encuentran reconocimiento en el mercado. Este relativo éxito dentro del campo que implica la “resistencia” de la vanguardia frente a la inexistencia de mercado lleva a que hasta hoy dentro de los sub-campos más autónomos de la actividad artística se llegue “incuso a considerar el éxito inmediato como una “señal de inferioridad intelectual” (Bourdieu, 1995:130). En este contexto de ausencia de mercado, quienes disponen de una mejor dotación de capital económico tienen ventajas frente al resto de artistas ubicados en el polo de la producción restringida porque su posibilidad de independencia del mercado es posible en cuanto las necesidades

³⁰ “Esta antinomia del arte moderno como arte puro se manifiesta en el hecho de que, a medida que va creciendo la autonomía de la producción cultural, vemos crecer también el intervalo de tiempo necesario para que las obras consigan imponer al público (las mas de las veces oponiéndose a los críticos) las normas de su propia percepción que aportan con ellas. Este desfase temporal entre la oferta y la demanda tiende a convertirse en una característica estructural del campo de producción restringida: en este mundo económico propiamente antieconómico que se instaura en el polo económicamente dominado pero simbólicamente dominante, en el campo literario, en poesía con Baudelaire y los parnasianos, en la novela con Flaubert (pese al éxito de escándalo, y basado en un malentendido de *Madame Bovary*), los productores pueden tener como únicos clientes, por lo menos a corto plazo, a sus competidores” (Bourdieu, 1995:129).

materiales están resueltas y no necesitan “prostituir” su arte³¹. Este conflicto al que se enfrentaban los artistas de la época en el cine es más complejo por las necesidades de tener a disposición ciertos elementos técnicos (capital económico) para su producción, que como se explicó anteriormente son indivisibles de la actividad cinematográfica.

Bourdieu afirma que una vez que el campo emerge es el proceso de jerarquización interna propia lo que define su estructura, que en el caso de los campos artísticos tiene un carácter dualista, la búsqueda de la “estética pura” y la formación de la “economía al revés” es lo que permite la formulación de una jerarquía de las obras y de los géneros acorde a las reglas propias que se instauran dentro del campo. Al igual que lo que ocurre en la literatura, en el campo cinematográfico “la jerarquía en función del beneficio comercial (teatro, novela, poesía) coexiste con una jerarquía inversa en función del prestigio (poesía, novela, teatro), mediante un *modelo sencillo* que tenga en cuenta dos principios de diferenciación” (Bourdieu, 1995:178). El crédito simbólico que tienen los géneros y las obras (que según afirma Bourdieu tiende a variar en relación inversa al beneficio económico) depende de la jerarquía que tiene su público respecto al campo cultural y cuando el público es más disperso, porque esto implica que el consumo cultural específico es menor (el carácter único de la obra pierde valor). De acuerdo a lo que propone Bourdieu el teatro es el género literario más comercial, y el de menor jerarquía en función del prestigio del campo, porque la posibilidad de reproducción repetida de una pieza teatral realizada a partir de la obra literaria lleva a que un pago más elevado al escritor merezca la pena. Con el apareamiento del cine la posibilidad de reproducción se multiplica de manera exponencial porque de una sola adaptación de la obra literaria se pueden realizar cuantas copias se desee y cada copia puede ser proyectada innumerables veces antes de ser destruida. Esta posibilidad de reproductibilidad le otorga al campo cinematográfico un potencial de distribución masiva que profundiza la brecha que existe entre los dos polos del campo.

La posibilidad de reproducción de la obra para el consumo del gran público aumenta en el cine con la diversificación de ventanas de exhibición por medios digitales (como la televisión o el Internet), a la vez que la tecnología permite una mayor segmentación de la demanda y que le otorga al cine de producción restringida una

³¹ De esto se desprende que sea común la asociación del arte más “independiente” con un origen elitista. Revisar lo que propone Bourdieu respecto al dinero heredado y la libertad respecto al dinero (Bourdieu, 1995:13)

mayor posibilidad de llegar a los consumidores específicos de obras fundamentadas en la experimentación estética. Es importante recordar que “la sociedad de los artistas no es sólo el laboratorio en el que se inventa ese arte de vivir tan particular que es el estilo de vida del artista, dimensión fundamental de la empresa de creación artística. Una de sus principales funciones, y no obstante siempre ignorada, consiste en ser ella misma su propio mercado” (Bourdieu, 1992:94). El estudio de la dinámica de este mercado restringido a quienes a la vez compiten por el mismo interés dentro del campo, constituye un eje central en el análisis porque de su existencia depende la posibilidad de mantener la autonomía creativa.

En aquellos países en que desde las políticas de Estado se reconoce que “un pueblo debe ser capaz de expresarse por sí mismo, y no es admisible que se sirva tan sólo de obras extrañas” (Cuevas, 1999: 34), que implica el conocimiento del potencial de expansión de un discurso masivo que tiene el cine por su reproductibilidad técnica, la inversión pública en el fomento a la producción audiovisual cumple un papel importante. Los fondos de fomento cinematográfico (nacionales, regionales o de cooperación) están orientados precisamente a la realización de estas obras de *producción restringida* (en algunos casos a la producción de obras que corresponden al “arte social”), porque el mantenimiento de una búsqueda estética constante permite a largo plazo un capital simbólico que es de interés del campo del poder en cuanto permite controlar ciertos lineamientos de la visión legítima del mundo. Pero también son estos fondos los que en el cine permiten asumir el déficit económico con el que parte la actividad por su requerimiento de capital económico intrínseco.

En los campos de producción cultural la acumulación de capital simbólico, entendido como otras formas de capital en cuanto reconocidas, es lo que permite a los individuos situarse en una posición de ventaja; así como quienes poseen capital económico buscan el reconocimiento de su potencial de demanda para lograr su interés del campo económico, el reconocimiento del capital cultural es necesario para que un artista pueda continuar en el tiempo con su actividad. La transformación del capital cultural que posee el artista en capital simbólico, que puede ser invertido como arma en el juego del campo, sucede en el campo cinematográfico tras un proceso de jerarquización que se da por medio de los espacios o mecanismos de acumulación de prestigio que se han desarrollado dentro del mismo campo. Así como la “Academia” se

configura en sus inicios como aquello que permite el reconocimiento del valor del cine de la *gran producción* por la “certificación” de la calidad técnica (importante para el interés específico del sub campo), los festivales son parte crucial de la estructura del sub-campo de la *producción restringida* porque son espacios que tienen una función de clasificación y jerarquización de las obras cuyo valor es independiente del acceso o éxito dentro de circuitos de distribución comercial.

El prestigio en la producción restringida: los festivales

La amplia existencia de festivales de cine de tan diversa índole, con objetivos, organización y características tan variados, complejiza la formulación de un concepto unificador de Festival de Cine. Si partimos de la definición misma de “festival”, entendido como “conjunto de representaciones dedicadas a un artista o un arte”³², podemos tomar como premisa que todo festival tiene como fin último la promoción del “séptimo arte” en particular; es un evento que se realiza en un tiempo y espacio definido (aunque no necesariamente se limita a un espacio físico, ya que existen actualmente festivales en Internet) para exhibir películas que no tienen espacio en ventanas más tradicionales de exhibición. Al revisar las actividades de la mayoría de festivales, se puede identificar dos objetivos principales: primero a difundir formas de representación alternativas a lo que proponen los medios masivos y, en segundo lugar, el propiciar el intercambio entre profesionales de la actividad cinematográfica de un tipo de cine en particular.

Al mostrar a una comunidad películas que no se encuentran en los circuitos de cine comercial, los festivales que tienen éxito en la comunicación con su público potencial van con el tiempo ampliando su demanda efectiva y se da poco a poco un proceso de cambio en los patrones de gusto de quienes lo consumen. Estos cambios en las preferencias del público es lo que comúnmente los gestores culturales denominan “formación de público” y convierte a los festivales en un espacio potencial de cambio social. Cuando los habitantes de una localidad tienen acceso constante (año a año) a bienes simbólicos con alto contenido cultural específico la mirada frente a los contenidos cambia, la diversidad lleva a que frente al mercado masivo de obras audiovisuales, el espectador tenga una postura más crítica y selectiva. Si el cambio en

³² Según la definición de la Real Academia de la Lengua Española

las preferencias de consumo fuera posible y la “formación de público” permitiría una reorientación de las masas del mercado a consumir el “arte puro” podría resultar la solución del dilema que presenta el campo entre el interés estético y la “supervivencia” económica. Si bien parece un panorama distante o imposible, en comunidades en que ha incrementado el interés por el consumo cultural con los años y que hay un festival que mantiene autonomía respecto al mercado en cuanto a las obras que se presenta, se puede evidenciar el papel de los festivales en el cambio social. Respecto al festival de Cine Independiente de Buenos Aires algunos productores afirman que

es un agrado ir al festival y ver un catálogo riquísimo, con estrenos latinoamericanos de películas de todo el mundo, creo que hay más de 500 películas en, no se... como 100 salas.. y todas llenas, la gente sabe lo que va a ver, busca lo que le interesa. Y para el productor es buenísimo porque hay gran actividad de industria, pero también porque se enfrenta a un público que ya está acostumbrado a “otro cine”, los foros son muy ricos, el nivel de las preguntas después de las proyecciones es alto. La crítica del público es muy distinta y hay muchos jóvenes. (Santelices, 2012, entrevista)

Pero este cambio en el consumo depende directamente de la orientación que mantiene cada evento, porque el conjunto de películas que no tienen acceso a circuitos comerciales masivos (las identificadas como “independientes”) es muy amplio y sobre todo diverso, por lo que existe una variedad enorme de festivales³³.

El contenido de los festivales responden a la posición que ocupan sus organizadores en el campo y por lo tanto del habitus de sus creadores, directores o programadores. Todo festival nace con el objetivo de promover un tipo particular de cine y su programación puede variar en el tiempo, pero por lo general mantiene una “línea editorial” que se define por la posición que ocupa en el campo; puede estar más cercana a uno de los dos polos, tener objetivos de índole social o dedicarse a un género en particular. En términos generales se pueden distinguir dos grandes grupos según la posición dentro del campo: por un lado están los festivales cuyo interés está en la intersección con otros campos del espacio social (los festivales de cine político, de derechos humanos, etc..) y, por otro, aquellos en los que el interés responde a la dinámica del campo cinematográfico, por lo que su fin es la reproducción de capital simbólico.

³³ La FIAPF tiene 52 festivales certificados, pero en la flimfestivals.com, una amplia base de datos y noticias de festivales (no tan especializada) se registran más de 3000.

Los festivales que se orientan a una temática social en particular enfrentan el reto de llevar el tema a la mayor cantidad de público posible, porque las películas (y el mismo festival) se convierte en un medio para alcanzar un interés específico del campo social al que se orienta, fuera del mismo campo cinematográfico. Esto lleva a que el fin social esté por encima del interés artístico y las películas que se presentan en los festivales deban incluir aquellas que llaman la atención de un público masivo³⁴ o algunas en las que el discurso tiene sentido, pero no necesariamente son reconocidas por su calidad técnica o estética. La función de concientización o sensibilización de este tipo de festivales se mide en la ampliación de su “público fiel” con el paso de los años, que implica una ampliación del interés por el tema que promueven.

Luego de más de quince años de proponer una amplia programación de películas que tratan desde diferentes propuestas narrativas la temática GLBT, el director del Festival Internacional de Cine Lésbico y Gay de Madrid (LesGaiCineMad) resalta que los espacios pueden ir creciendo si están pensados en función del público

con el tiempo el festival fue creciendo; con mayor interés del público aumentamos el número de películas y de eventos paralelos. Por eso siempre buscamos también películas que SI sean fáciles para el público. Interesa pelis más comerciales si son buenas, pero que obviamente traten el tema con una mirada positiva. Con el tiempo podemos cada vez poner películas más variadas, más raras, más fuertes de contenido, porque el público tiene otros intereses, espera variedad, YA está dispuesto a ver qué proponemos. Pero nunca nos hemos limitado a un tipo de cine artístico y por eso tenemos público variado. Lo maravilloso de esto es que con el tiempo si se nota, hay mayor comprensión y tolerancia del tema... las películas trans por ejemplo, no era fácil programar en todos los cines, hoy hay más apertura.. y es increíble ver que a nivel internacional también crecen los festivales, crece el movimiento. La red es la muestra clara de eso, la red nos muestra que hay cada vez más y más interés, más público... y creemos también que más tolerancia. La red hace que los esfuerzos sean compartidos, que la comunicación sea mayor y que podamos aspirar a proyectos grandes. (Pérez, entrevista, 2012)

La Red de Cine GLBT está creada por más de treinta instituciones que hacen festivales o muestras de cine en España y América Latina y su conformación es una muestra clara de la dinámica del capital social en la reproducción del capital económico y cultural por el interés particular en un tema específico. La idea de la red surgió “naturalmente

³⁴ Ejemplos como películas que tienen un tinte ambientalista son muy frecuentes en festivales de cine y Medio Ambiente como enganche al público. Películas muy conocidas y comerciales como “The uncomfortable truth” de Al Gore o incluso “Avatar” estuvieron presentes en la programación de muchos festivales de cine ambiental.

porque los festivales nuevos necesitaban sugerencias, contactos, material.. es importante que los festivales más grandes apoyen en la realización de otros más chicos” (Pérez, entrevista, 2012). El capital cultural se manifiesta en el enriquecimiento del debate sobre la realidad de los movimientos GLBT en diferentes lugares del mundo, la identificación de actividades que tienen éxito en la “formación de público” y, sobre todo, el conocimiento de las diversas propuestas cinematográficas que se producen en el mundo con esta temática. Al tener a disposición información sobre las películas y una amplia videoteca, los festivales más pequeños tienen que invertir menor cantidad de recursos económicos como trabajo de personas, transportes de copias de visionado y otros materiales. En la mayoría de países los festivales GLBT trabajan con presupuestos reducidos y por eso depende en parte de la movilización de capital social para no sacrificar la calidad de la muestra.

Juntos es posible ahorrar costos... de subtítulaje por ejemplo. Las películas que se pasan en el festival en Madrid son subtítuladas al castellano en una versión digital y los organizadores de otros festivales saben que pueden contar con copias buenas ya subtítuladas. Les ahorramos el costo y tiempo de la subtitulación. Si no existiera la red algunas películas no se podrían mostrar en festivales pequeños por limitaciones de dinero y en algunos casos se harían 2 o más veces subtítulos para la misma película. Eso pasa mucho en otros festivales porque no tienen comunicación entre sí (Pérez, 2012, entrevista)

La Red es la institucionalización de aquel “conjunto de recursos actuales o potenciales relacionados con la posesión de una red durable de relaciones”(Bourdieu, 1985:2) por el que es posible la movilización de especies de capital con el fin de generar consumo de películas que tengan potencial de cambiar la visión legítima del mundo respecto a la temática GLBT. Para lograr un cambio en la visión del mundo es necesario ampliar la circulación y producción de películas que funcionen como medio de expresión del interés social particular del festival, por ello los realizadores de los festivales GLBT también tienen un interés en el campo cinematográfico en términos de promover la actividad de esta temática.

Nosotros nos aliamos a varios festivales que no son GLBT también para buscar posibilidades de que se hagan buenas películas GLBT, podemos porque también entra en el cine independiente.. nuestro trabajo está más con la sociedad que con la industria, somos principalmente activistas. En ese sentido los otros festivales, los de más nombre y que no son temáticos, son importantes para visibilizarnos y con ellos buscamos entrar en foros, talleres y

obviamente en las secciones en competencia. En algunos ya se han hecho premios especiales para el tema GLBT (Pérez, 2012, entrevista).

En su calidad de evento de promoción de *cine social* busca dar a conocer puntos de vista sobre una realidad y sirve de espacio de encuentro constante para individuos vinculados al tema desde la academia, desde los movimientos sociales, políticas públicas, ONG's, etc. El hecho de que el interés sea social, y que no prime el capital simbólico, lleva a que las películas que presenta sean seleccionadas según una jerarquización del campo social y por ello coexistan películas de los dos polos del campo.

La diversidad de posiciones de las obras según su autonomía se observa con frecuencia en aquellos festivales que, a pesar de que su interés está totalmente dentro del interés del campo cinematográfico, muestran variedad en propuestas estéticas y aglutinan proyectos cercanos a los dos polos del campo por encargarse de la promoción del cine de un género cinematográfico en particular, como los festivales de cine fantástico, cine de terror, comedia o de animación. En estos espacios se realizan una serie de actividades académicas y de fomento de la producción y circulación audiovisual para promover la producción cinematográfica de un género, pero al estar orientado exclusivamente a un tipo de cine, son festivales que reproducen la dualidad estructural del campo cinematográfico. Al ser su función la de establecer jerarquías de un subcampo (el sub campo de la producción de un género en particular), en su interior coexisten los dos principios de jerarquización de obras que observamos en el campo cinematográfico: en función de su potencial comercial y en función de su prestigio artístico. Este principio doble de los festivales puede irse reduciendo con el tiempo, ya que los espectadores esperan ver cada año nuevas propuestas estéticas y formas narrativas del género del que se han vuelto “público cautivo”. Algo semejante ocurre con los festivales que promueven propuestas cinematográficas provenientes de una región geográfica.

La función principal de los festivales que no promueven un tema, género o región en particular, es la de definir una jerarquía de las obras según su valor artístico, por lo tanto son espacios destinados a la generación de prestigio, la construcción de capital simbólico. Esta búsqueda de valores artísticos que, en teoría, mueve a los festivales es lo que hace que en ellos se presenten obras de la llamada *producción*

restringida, la clasifiquen y la certifiquen, dotando de prestigio a las obras frente a otros participantes del campo cinematográfico (que son su mercado).

El prestigio que obtienen las obras cuando son presentadas dentro de un festival es directamente proporcional al prestigio que ha acumulado el festival en el tiempo, por la historia de posiciones que han ocupado los organizadores del festival y los creadores de películas que en él han participado. El prestigio de una película, siguiendo los preceptos de la “economía al revés”, se evidencia por la percepción positiva de quienes están dentro del campo cinematográfico y en relación opuesta la masiva afluencia de público que alcanzan las obras. El festival cumple entonces la función de acercar a las *obras de producción restringida* a otros participantes del campo y a posiciones similares de otros campos artísticos, al darles una suerte de “certificación” estética según su línea editorial.

La “línea editorial” y el prestigio del festival, por su interés en el valor estético de las obras, depende en gran medida (al igual que en la producción) de la autonomía que mantiene respecto al campo del poder. Siendo los festivales espacios en los que se muestra un cine que no está creado para el mercado masivo, es evidente que el interés principal del festival no responde al capital económico y operan bajo los principios “antieconómicos” del campo que implican cierta austeridad financiera. Por el reconocimiento de su valor en el campo de la representación, gran parte de los festivales son financiados mayoritariamente por fondos públicos o auspicios de empresas privadas. En ambos casos existe una injerencia en la línea de programación, pero a medida que el festival gana prestigio frente al público y a otros grupos económicos o sociales como un evento importante para la ciudad, tiene mayores posibilidades de exigir autonomía en la selección de contenidos. Muchas veces se resalta la existencia de beneficios en otros campos del espacio social, o *externalidades positivas*³⁵, que se generan a partir de la realización de los festivales, por ejemplo el incremento de la actividad turística y el marketing urbano, que propician la reproducción del capital económico en este sector. “Algunos tienen como tarea primordial servir de instrumento turístico para una ciudad o de promoción y o publicidad para la entidad organizadora” (Adrianzen, 2007: 32). En cuanto a las entidades organizadoras es por lo general lo que

³⁵ Entendida la externalidad positiva como un efecto económicamente positivo hacia un individuo, comunidad, etc.. que se da por una actividad cuyo fin principal es generar beneficio a una persona, comunidad, etc.. diferente.

pasa con los municipios, gobernaciones o prefecturas, quienes en muchos casos financian y promueven la realización de los festivales como parte de su inversión en el campo político.

La iniciativa del festival extrañamente surge de la prefectura, lo que en principio es bueno porque se puede hacer un festival. El financiamiento es bueno... pero lamentablemente es porque al prefecto le interesa el festival para promocionarse políticamente. Lo que le interesa es tener votos y apoyo dentro del partido y como es un evento mediático y con gran apoyo de la ciudadanía le sirve en su carrera. Lo malo es que la prefectura decide muchas cosas, priorizando farándula y show frente a calidad artística o eventos y espacios de cine. El festival podría ser buenísimo con esa cantidad de plata, ahora está más o menos bien la programación, pero es peligroso en el tiempo (Santelices, 2012, entrevista)

Por lo tanto se puede decir que dentro del campo cinematográfico, al igual que lo que ocurre con los productores, los festivales mantienen grados diferentes de heteronomía de acuerdo a su posición de ventaja y la relación con el campo económico. Considerando que, en la mayoría de los casos, los festivales no se pueden financiar de lo que se recauda por la venta de entradas, “lo que se busca es que las políticas públicas del país o la ciudad, así como el apoyo de la empresa privada no incidan en las decisiones de contenido. Porque lo que se necesita para que un festival tenga prestigio internacional es que tenga buenas películas e independencia editorial” (Fernández, entrevista, 2012).

A nivel internacional la jerarquía de los festivales, según su prestigio, está actualmente institucionalizada por medio de un ranking internacional que realiza la FIAPF³⁶. 52 festivales están actualmente certificados por la institución, mediante un acuerdo firmado en el que los organizadores se comprometen a cumplir criterios de “calidad y confiabilidad” que incluye tener a disposición recursos organizativos y de promoción, criterios para selección de películas y jurados, implementar medidas de buen manejo de copias y fomentar la industria filmica local. La federación brinda apoyo a los festivales para alcanzar mejores condiciones organizativas en el tiempo, buscando mecanismos para solucionar problemas derivados de la falta apoyo público y las limitaciones de mercado que tienen países con industrias nacientes. Estas pautas,

³⁶ Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films, federación de asociaciones de productores que reúne a 30 asociaciones de productores cinematográficos de 27 países. Tiene sede en París, fue creada en 1933 y actualmente está presidida por el productor argentino Luis Alberto Scalella.

además de servir como guía para los productores y distribuidores participantes, es la base para el ranking de los festivales. La FIAPF realiza una clasificación de festivales “Clase A” por su nivel de público, calidad en la programación y en los perfiles de jurados, oportunidades para los participantes de industria, etc. Bourdieu resalta respecto al *ranking de los intelectuales*, que estos son

junto con los golpes de efecto simbólico que consisten en profetizar el fin de una corriente supuestamente dominante (marxismo, existencialismo, estructuralismo, etc.) o el comienzo de una tendencia nueva (el “postestructuralismo, los “nuevos filósofos”, etc.), la más típica entre las estrategias orientadas, más inconsciente que conscientemente, a la imposición de una visión del mundo intelectual, de sus divisiones y de sus jerarquías (Bourdieu, 1984:273)

A pesar de que la clasificación de los festivales está permeada por el punto de vista de la FIAPF a nivel global y determina los circuitos que recorren las obras, en lo cotidiano la percepción de la calidad de los festivales como espacio de intercambio o el prestigio en términos artísticos no necesariamente concuerda con la jerarquía que la institucionalidad plantea. Los festivales “clase A” son también llamados “festivales de estreno”, porque en ellos inicia el recorrido de una película dentro de circuitos de promoción en función de la orientación artística de su autor.

“Según Bourdieu, el capital simbólico así entendido “no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido” (Bourdieu, 1987a: 160)”. (Giménez, 1997: 15) y al momento en que una obra es parte de la muestra de un festival con prestigio, el capital cultural y el capital económico contenido en la película se transforma en capital simbólico. Esta transformación de capital es importante, ya que es el capital específico de interés del campo cinematográfico, porque (según las características de obra e interés de sus productores) puede ser invertido a futuro en el campo para obtener beneficios económicos a largo plazo y mantener la autonomía creativa³⁷.

³⁷ En las reglas del arte Bourdieu realiza un importante análisis respecto a la importancia a largo plazo del reconocimiento artístico por ser la consagración lo que entrega al artista el poder de poner su firma en un objeto y otorgarle valor. Con su propuesta de la economía al revés se propone que la acumulación de capital simbólico a corto plazo es lo que entrega la posibilidad de obtener capital económico en el largo plazo, lo que no ocurre en los mercados comunes de mercancías en el espacio social, en el que el fin del intercambio en el corto plazo es la obtención de capital económico para su acumulación. Ver el debate en “Las reglas del arte”.

El espacio de comercialización hacia adentro y hacia afuera: los mercados y espacios de industria

Si bien los festivales no tienen por sí mismos un fin primordialmente comercial, la participación de las películas en festivales incide en las futuras posibilidades de obtener ventas, es decir incrementar su capital económico. Según Sara Silveira, una reconocida productora de cine independiente de Brasil, hay muchas puertas que abren los festivales y una de ellas es comercial, pero principalmente favorecen al trabajo de producción de cine independiente en el tiempo, porque permiten que exista un contacto directo, personal, emocional entre socios potenciales, colaboradores, etc. Estas conexiones suceden en todos los festivales porque se produce el encuentro entre profesionales, pero existen también espacios creados especialmente para el intercambio profesional, en estos espacios que se llaman de *industria*.

los festivales no tienen un fin comercial, pero si que cuando un festival importante reconoce la calidad de una producción y nos pone en una sección de su programación (y más si luego el jurado da un premio), tenemos más posibilidades de tener distribución porque los agentes de venta, los distribuidores (y también el público) oyen del premio y eso es... a muestra de calidad. Luego la quieren ver, antes que as otras que no tienen premios y no estuvieron en un buen festival... para los productores as veces es lo más importante de estar presente en el estreno en un festival porque puede hacer contactos, conocer trabajos de jóvenes con talentos, o conocer gente que luego se van convertir en socios para proyectos nuevos... eso creo que a veces vale más que mismo lo que se logra para comercializar la película que está presentando en ese festival. Para una película lo que usted busca es que los que queremos que vean la película estén en la sala (mejor si en el estreno, que es muy emotivo), que sientan la emoción en la proyección.. eso es lo bueno de los festivales.. para ventas... siempre es mejor que cuando el distribuidor ve un dvd, solo en su casa. Los festivales nos dejan tener contacto emocional, conocer gente de verdad. Vernos es importante, porque las películas son emoción, son hechas por gente y para gente. Por eso es que ahora casi todos los festivales tienen estos "industry". Para eso es que sirven... A mí me gusta trabajar con personas que siento que buscan lo mismo, que ya conocí una vez, no me gusta escribir por mail y hacer negocios. Yo soy así, como ves, un poco acelerado y por eso mismo me sale más fácil, mas natural si ya nos reímos juntos una vez frente a frente. Sabes? Por eso creo es importante (Ali Muritiba, 2012, entrevista)

En 1959, en el marco del Festival de Cine de Cannes, se creó el *Marché du Film*³⁸, que surgió como una necesidad de juntar y organizar las reuniones de negocios que realizaban de manera independiente y aislada los profesionales que asistían anualmente a este festival, que se había convertido en un espacio de gran concurrencia. El mercado inició “con unas pocas docenas de participantes y una sala de proyección hecha de tela extendida a lo largo del final del viejo Palais Croisette. Este pequeño mercado se convirtió en el evento internacional que es hoy en día: concebido, organizado y planificado alrededor de un objetivo: la producción exitosa de toda película”³⁹.

Poco a poco en diferentes festivales alrededor del mundo se fueron creando espacios similares para el “comercio audiovisual” y actualmente existen mercados de cine, mercados especializados en televisión o algunos orientados a un género particular. Las diferencias entre los mercados radican por lo tanto en el tipo de negocios que se quiere promover, que prioriza un canal de distribución y en gran parte de los casos se promueve el cine de una región. Lo que promueven todos es ser un espacio para “hacer negocios”, que se deriva de la idea de que “el cine es una actividad industrial y por lo tanto los mercados de cine son lo que en otras industrias se llama “ferias” o “convenciones” de negocios, en lo que hay productos que se muestran, se compran, se venden, se promocionan. Eso con los terminados, pero también se promocionan empresas e ideas” (Rovzar, 2011, ponencia). Paralela y complementariamente a los mercados se realizan también actividades académicas, espacios de debate y proyecciones de las películas, en lo que se llama en general la *zona de industria*, que no es sino un espacio dedicado a los profesionales de la actividad cinematográfica.

En este espacio lo que más se invierte y se acumula es el capital social, con el fin de transformar el preciado capital simbólico que se ha acumulado previamente en capital económico. Con este objetivo los mercados han desarrollado ciertas herramientas organizacionales como los llamados *¿quién es quién?* y *¿quién está dónde?*⁴⁰, catálogos de películas, programas informáticos de redes de contacto o los

³⁸ Este Mercado del Cine es actualmente el de mayor importancia a nivel mundial por el número de participantes y su actividad comercial.

³⁹ Según página web del festival de cine de Cannes

⁴⁰ Vale notar que por ser espacios de intercambio de personas que hablan lenguas diversas el idioma oficial de estos espacios es el inglés, por lo que estas herramientas son conocidas entre los participantes por su nombre en inglés “who is who? y who is where?” respectivamente más que en los idiomas de cada uno.

identificativos en las acreditaciones según su papel en la industria. Los “*who is who?*” se han hecho muy populares, siendo actualmente una publicación prácticamente obligatoria, e incluyen información básica descriptiva y de contacto de los participantes (por lo general organizados según país y empresa productora) y una fotografía, con el fin de que al momento del encuentro los usuarios tengan mayor facilidad para reconocerse. Las bases de datos y sistemas de información de acceso en línea a la información de industria para los acreditados de cada mercado, no son más que la evolución tecnológica de estos catálogos y el caso más desarrollado como “espacio global” es el ya famoso “Cinando”.

Con más de 20.000 usuarios, Cinando aglutina a profesionales a nivel mundial y contiene información de películas, festivales, agentes de ventas, productores, fondos de financiamiento, etc. Desde que se lanzó la plataforma, su versatilidad y el uso en los principales mercados hizo que cada vez más profesionales de la industria se adhieran a ella, suban información y la base de datos se nutrió de manera muy rápida. Desde el 2012 cada empresa debe pagar una cuota por su suscripción anual y la mayoría de usuarios mantuvieron su suscripción bajo estas nuevas condiciones porque el uso de la plataforma se había convertido en una necesidad para el intercambio internacional. En el mercado de Cannes 2012 se lanzó la posibilidad de subir de manera segura las películas para que los acreditados al mercado⁴¹ tengan acceso a las películas participantes en todas las secciones del festival y a partir de entonces los usuarios pueden subir al sistema sus producciones y abrir el visionado en línea a los usuarios que elija. En el *Industry Club 2012*, espacio de industria del Festival de San Sebastián, los participantes que no tenían membresía contaron con una clave en Cinando poco antes y durante el evento; desde entonces se ha vuelto a repetir esta práctica.

Los festivales y espacios *de industria* permiten el encuentro físico, entre personas reales, de individuos que ocupan posiciones específicas en el campo cinematográfica la disponibilidad de capital social es en estos espacios un “arma poderosa” en el juego, porque al invertirlo las diversas posiciones pueden reconocer a sus pares, tanto en términos de afinidades “artísticas” como en potencial de

⁴¹ En los festivales se crean credenciales que permiten a diferentes grupos acceder a ciertos espacios del festival que no son abiertas al público, que son especialmente creadas para ciertos grupos de profesionales. Hay acreditaciones de prensa, para participantes de talleres, para invitados del festival y para los participantes en las actividades de industria. Cada grupo tiene acceso a diferentes espacios según su participación en el festival.

comercialización. Esto aporta no sólo a las ventas (beneficio económico a corto plazo), sino a crear las condiciones para que la actividad (antieconómica) sea sostenible en el tiempo.

CAPÍTULO III

GÉNESIS DEL CAMPO CINEMATOGRAFICO LATINOAMERICANO

La llegada del cinematógrafo a América Latina, como novedad tecnológica y dispositivo generador de una nueva forma de entretenimiento, fue muy temprana respecto a su invención y su popularización en Europa.

La primera exhibición pública en América Latina del cinematógrafo de los Lumière habría tenido lugar en Río de Janeiro, en julio de 1896, a poco más de seis meses de su primera presentación mundial en París, el 28 de diciembre de 1895. El proyector de imágenes de los Lumière sería utilizado días después, simultáneamente, en Buenos Aires y Montevideo, y un mes más tarde en México, Santiago de Chile y Guatemala (Adrianzén, 2007:13).

Pronto el nuevo invento se convirtió en un espectáculo popular que fue principalmente exhibido en salas itinerantes. Al inicio la novedad del mecanismo, la posibilidad de proyectar imagen en movimiento por medio de esta nueva tecnología, era la atracción y se proyectaban principalmente imágenes documentales filmadas en Francia y Estados Unidos. Estos cortos documentales sin sonido fueron llamados “vistas” y tuvieron gran acogida en espacios populares (como carpas de circo o los teatros de variedades⁴²). A la par de la instalación de las condiciones técnicas para la exhibición, llegó la tecnología para la filmación de imágenes.

“El cine y la etnología surgen paralelamente a finales del siglo XIX, como una expresión de la racionalidad científica que se propuso clasificar, inventariar, coleccionar la diversidad natural, social y cultural del mundo como parte del proyecto de expansión y civilización moderno” (León, 2010:47). Fuera de Europa y Estados Unidos la etnografía había encontrado en el cine una nueva posibilidad de registro de campo por medio de imágenes documentales en movimiento. Esta eficiente extensión de la experiencia de documentación obtenida con la fotografía, convirtió al cine en una herramienta popular para la investigación antropológica, como un testimonio de “la experiencia del contacto cultural” (Krotz, 2001:13) y es por eso que hoy en día los archivos filmicos de todos los países latinoamericanos cuentan con una gran cantidad de imágenes realizadas por investigadores extranjeros. El llamado *documental etnográfico*

⁴² Formato de show escénico en el que se conjugaban piezas cortas de teatro, especialmente de comedia, con actos de ilusionismo, números de baile o espectáculos circenses.

promovido por los viajeros europeos permitió la inclusión de las poblaciones americanas en el “mapa etnográfico y visual” de occidente y fundó una mirada eurocéntrica que repercutió en el *documental indigenista* y el *cine de la marginalidad* a lo largo del siglo XX (León, 2010).

La antropología visual ha tratado los efectos que este vínculo, entre el campo intelectual y el campo cinematográfico, tuvo en sus inicios en América Latina poniendo el énfasis en el estudio de la representación, constatando herencias coloniales y eurocéntricas en las formas de comunicación y expresión artística posterior. Desde el enfoque de los estudios económicos de la cultura la problemática del cine latinoamericano se ha tratado centrando el interés del análisis en el crecimiento industrial, acorde con los postulados de la “economía cinematográfica” que se expusieron en el capítulo anterior, y que excluye consideraciones respecto a las diversas formas de representación. Este binarismo en el análisis ha llevado a omitir los aportes en materia económica de la producción etnográfica en los inicios de la actividad cinematográfica y los efectos en la representación que generaron los cambios en la técnica y el desarrollo de diversos modos de producción en el tiempo.

Un ejemplo de esta falta de consideración de cambios en los procesos económicos es que en la bibliografía revisada casi no se toma en cuenta la transferencia de conocimiento técnico y la formación de “mano de obra especializada” de la región. El mismo año de la llegada del cinematógrafo América Latina “los franceses filmaron en México alrededor de 35 películas de corta duración (aproximadamente un minuto)” (CEPAL, 2010:27), y en la etapa de filmación se contó con la participación de técnicos locales, principalmente provenientes del campo fotográfico que trabajaban en estudios privados y jóvenes involucrados en el campo académico. “En 1898 surgieron los primeros realizadores mexicanos, aunque únicamente produjeron cortometrajes” (CEPAL, 2010:27) y fueron realizados por técnicos que habían participado anteriormente en documentales etnográficos de producción francesa.

La posibilidad de reproducción masiva de copias para la exhibición, la aparición de películas de ficción de mayor duración y la gran acogida del público en diferentes estratos, llevó a una proliferación acelerada de las salas de cine en todo el continente, y en el mundo. Simultáneamente se había dado inicio a la instalación del modelo de distribución internacional de películas producidas en estudios, fundamentada en el

comercio de los derechos de proyección. A inicios de los años veinte existían salas en la gran mayoría de ciudades de cada país de la región, en las que se proyectaba de manera continua películas procedentes de los centros de producción (identificados como Francia y Estados Unidos) y a la par nacía la producción nacional en algunos países latinoamericanos. Autores cercanos al planteamiento de la economía cinematográfica y los estudios culturales han indagado en las condiciones de poder existentes en el surgimiento de la actividad industrial en esta época y existe información que da cuenta de los cambios en lo material y el comportamiento del mercado, a la par que se ha trabajado sobre la incidencia de la difusión de productos con alto contenido simbólico provenientes de centros económicos extranjeros. Sin embargo, se ha dejado de lado el análisis de la relación entre los resultados en la representación y los modos de producción cinematográfica de que las obras son fruto. Esto ha llevado a ignorar en el análisis desde las ciencias sociales la importancia de la exploración estética y con ello el peso de la búsqueda del “arte por el arte” para aportar a generar una mayor diversidad en la “pluralidad y visiones del mundo” (Debanne y Meirovich, 2010: 55)

El análisis propuesto en el presente trabajo tiene como eje principal la revisión de las condiciones bajo las que surge inicialmente el campo cinematográfico latinoamericano como un campo autónomo, teniendo como objetivo la identificación de pistas respecto a las condiciones necesarias para la existencia del desarrollo de una actividad con autonomía creativa. Si bien se hace referencia a ciertos momentos históricos, el presente capítulo no pretende realizar una revisión de la historia cinematográfica sino una búsqueda de la intersección del campo académico y el campo económico industrial en ciertos momentos históricos en los que las formas de representación parecen ser fruto de modos de producción particulares.

La actividad cinematográfica en América Latina está obviamente delineada por los cambios en el contexto político en la región porque la posición del campo dentro del espacio social incide directamente en los cambios en la estructura interna del mismo. Es por ello que recurriré a una revisión de momentos político-económicos y de ejemplos de cambios “industriales” en ciertos países, con el fin de dar pistas sobre la génesis del campo como tal (autónomo) y la estructura que rige actualmente en el *campo cinematográfico latinoamericano*.

Desde los inicios de la actividad a inicios del siglo XX la participación de más actores incentivó la diversificación de los modos de producción y paralelamente surgieron nuevas posiciones respecto al campo artístico. Por ello fue posible que el campo alcance un mayor grado de autonomía respecto al campo del poder, precisamente porque es una de las artes cuyos participantes tienen dinámicas diametralmente distintas en las posiciones más extremas de los polos del campo. Siendo el interés principal del trabajo de campo (expuesto en el capítulo IV) las prácticas de productores de cine de ficción narrativa ubicados en las posiciones más autónomas del campo⁴³, se recurrirá a consideraciones históricas y a conclusiones históricas que Bourdieu realiza sobre el génesis del campo literario en “Las reglas del arte”. Es por ello que se realizarán a lo largo del presente capítulo comparaciones con el campo literario y particularmente con la novela en latinoamericana, que en el campo académico tiene reconocimiento como un género importante en la conformación del imaginario latinoamericano.

La consolidación de la nación moderna

Luego del triunfo de las campañas de independencia liberadas a lo largo del continente y durante el siglo XIX en América Latina, las nacientes repúblicas y sus nuevos líderes buscaron mecanismos de legitimación del nuevo orden geográfico, político y administrativo en cada uno de sus territorios. Partiendo de un pasado poco documentado y caracterizado por el largo período de enfrentamientos culturales en la vida colonial, la historia oficial en las nacientes naciones recurrió a elementos narrativos porque “cuando la historia de un país no existe, excepto en documentos incompletos y desperdigados, en vagas tradiciones que deben ser compiladas y juzgadas, el método narrativo es obligatorio” (Andrés Bello, en Sommer, 1993: 25). No es entonces de asombrarse que los inicios de la vida republicana estén tan ligados a la participación política directa de intelectuales, hombres “ilustrados” y “letrados” que se insertaron de manera activa en la administración pública.

Una prueba asombrosa de ello es la larga lista de escritores hispanoamericanos que hacia fines del siglo XIX también fueron presidentes en sus países. Un listado comparable de servicios

⁴³ De acuerdo a lo revisado en el capítulo IV quienes se ubican en el *sub campo de la producción restringida* son los más autónomos respecto al campo del poder y por ello tienen mayor autonomía creativa.

prestados en distintas ramas de la administración pública podría parecer infinito (Sommer, 1993:21).

Es así como, junto a la creación de símbolos cívicos y héroes de la independencia, las nuevas naciones son respaldadas por la producción narrativa que rescata y resalta valores tradicionales, interpretados para crear una atmósfera de pertenencia y arraigo cultural, no siempre auténtica, “las novelas románticas se desarrollan mano a mano con la historia patriótica en América Latina. Juntas despertaron un ferviente deseo de felicidad doméstica que se desbordó en sueños de prosperidad nacional materializados en proyectos de construcción de naciones que invistieron a las pasiones privadas con objetivos públicos” (Sommer, 1993:23). Estas llamadas “novelas nacionales” surgen como banderas de la independencia en el campo literario latinoamericano, que buscan la autonomía de los intelectuales de América respecto al campo artístico europeo al proponer historias propias desde una narrativa americana.

A fines del siglo XIX el campo literario estaba ya conformado como espacio autónomo, en Europa y en América Latina se habían instalado un gran número de imprentas que permitieron la producción de periódicos locales y la edición de novelas latinoamericanas que aportaron al proceso de formación de la nación.⁴⁴ Pero la herencia colonial, que incidía en las prácticas ciudadanas y en las formas de representación, llevó a que el surgimiento del campo literario local autónomo requiera, además de la doble ruptura a la que se refiere Bourdieu que requiere el surgimiento del campo literario francés (contra el “arte útil” y el “arte burgués”), rechazar las formas literarias europeas que reinan en el campo.

Una vez que la independencia política había iniciado un proceso de organización de administrativa de los Estados, era necesario que el ciudadano latinoamericano pueda identificarse como un individuo que habita con sus pares en un territorio común. Luego de que por medio de las novelas europeas se creó la noción del ciudadano moderno, la necesidad de conformación de una comunidad imaginada particular en cada nación latinoamericana promovió el surgimiento de las “novelas nacionales”. Estas primeras expresiones artísticas de la vida republicana son el punto de partida para la formación de

⁴⁴ Según los planteamientos de Benedict Anderson la aparición de la imprenta permitió la masificación del periódico y la novela, influyendo ambos en el proceso de formación de nación por medio de la generación de una sensación individual de los ciudadanos de la nación de formar parte de “una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana” (Anderson, 1993:23).

un *campo literario latinoamericano* que se formará a medida que los escritores se ubican en una nueva posición dentro del espacio social republicano en proceso de organización.

“El concepto de novela nacional apenas necesita explicación en América Latina; se refiere a aquel libro cuya lectura es exigida en las escuelas secundarias oficiales como fuente de la historia local y orgullo literario” (Sommer, 1993:20). Estas “ficciones fundacionales” de las que habla Doris Sommer⁴⁵ son esenciales en la formación del nuevo ciudadano latinoamericano que, para imaginarse en comunión, debe superar la heterogeneidad cultural y asumirse como ser individual semejante a sus coterráneos en su alrededor. La novela como género apela a la identificación del individuo con el personaje y en su inconsciente crea una imagen de comunión por el hecho de que todos los lectores de una comunidad viven las mismas emociones al mismo tiempo, si bien de diferente manera. Sumado a esto el sentimiento romántico, nos dice Sommer, permite proyectar un futuro alentador, porque la pasión genera en el lector el sentimiento de que en las nuevas Repúblicas se puede vivir el amor, la ilusión, la prosperidad; “la felicidad se lee como una proyección anhelada de la consolidación y el crecimiento nacional: una meta hecha visible” (Sommer, 1993 : 23).

A la par que la literatura iba creando lazos entre naturaleza exuberante y modernización inminente por medio del romance de sus personajes, los gobiernos impulsaron proyectos de inversión productiva basados en la alianza entre grupos económicos privados y el Estado para conseguir el tan anhelado “desarrollo moderno”⁴⁶. A mediados de siglo XIX la novela “era el género más popular entre la gente y su popularidad seguía creciendo” (Sommer, 1993: 290) por lo que la novela había permitido hasta fines del siglo la masificación de este “deseo contagioso de amor socialmente productivo así como del Estado que lo posibilite” (Sommer, 1993: 23).

Con la aparición del cinematógrafo, el campo artístico encontró una promesa de desarrollo de una narrativa multisensorial y de fácil masificación que permitiría un total “cortejo y domesticación” de la sociedad civil cien años “después de que los criollos

⁴⁵ Doris Sommer revisa en su libro “Ficciones fundacionales” diez *novelas nacionales latinoamericanas* y relaciona las historias románticas de cada libro con las circunstancias en las que se publican y su incidencia en la creación de símbolos que serían los cimientos para la formación de la nación en sus países de origen.

⁴⁶ Sommer afirma que existe un paralelismo entre las historias de amor de las novelas nacionales y los intereses productivos o extractivos de los Gobiernos en las Repúblicas.

habían logrado su independencia” (Sommer, 1993:23). En las dos primeras décadas del siglo XX, el cine había roto los récords de consumo cultural y el campo del poder era el principal promotor del crecimiento de la producción. El uso político de las imágenes en movimiento, como herramienta para la promoción ideológica, convirtieron al cine silente en una suerte de “eslabón evolutivo” para los nacionalismos que se forjaban en la región, que permitió el paso de la *novela nacional* al *cine de oro* en América Latina.

Más de medio siglo después de que el campo del poder había delineado los ideales del ciudadano latinoamericano, por medio de la victoria del romance de las novelas en las nuevas naciones, los proyectos nacionalistas buscaban aquello que aseguraría la unidad nacional por encima de las diferencias de un pueblo culturalmente diverso. En los países en que había todavía una presencia importante de población indígena, el cine llevaría por medio del documental etnográfico a la inclusión del indio en el imaginario visual de la nación⁴⁷, mientras que la producción de cine de ficción promovería el proyecto nacionalista sustentado en la naturalización de la imagen de la sociedad latinoamericana como una población mestiza más o menos homogénea.

Como se señaló anteriormente, para que sea posible la producción audiovisual se requiere, además de la voluntad y capacidad creadora, la disponibilidad de un mínimo de equipos (capital económico) y conocimiento técnico (capital cultural) para la filmación de imágenes. La posibilidad de acceder a estos recursos dependía de la posición que ocupaban los productores latinoamericanos en el espacio social, y su cercanía respecto del campo económico e intelectual. Claramente las élites económicas son las responsables de las primeras experiencias cinematográficas en la región por ser las mejor posicionadas para acceder a las nuevas tecnologías. Evidencia de ello es que las primeras imágenes filmadas por técnicos latinoamericanos revelan prácticas burguesas en las ciudades, “los que recurrieron antes que nadie a la manivela de las nuevas cámaras hayan sido los venezolanos, cuando a finales de 1896 rodaron *Un célebre especialista sacando muelas en el Gran Hotel Europa* y *Muchachos bañándose en la laguna de Maracaibo*” (Adrianzen, 2007:19).

Al igual que en las novelas fundacionales, la realidad interna de cada país definiría las particularidades de identificación cultural que los proyectos políticos

⁴⁷ Revisar la propuesta de Christian León en “Re inventando al otro, el documental indigenista en el Ecuador”, 2010

debían resaltar para sustentar la unidad nacional, diferenciándose los ejes de la representación en los países. En el caso mexicano la revolución llevó a que la producción cultural esté fuertemente ligada al campo político, convirtiendo a las primeras experiencias cinematográficas en cintas nacionalistas que surgen bajo “circunstancias históricas específicas y (responden) a un proyecto político muy concreto: tienen lugar en la etapa de la “institucionalización” de la revolución durante un proceso de sustitución de importaciones” (Bustamante, 2007:2). Las políticas culturales de la revolución impulsaron el crecimiento de la producción simbólica nacional, muestra de ello es la importancia que cobró el arte muralista.

La Revolución Mexicana, que inició en 1910, impulsó el desarrollo de la industria cinematográfica, ya que las campañas de diversos actores y algunas batallas se documentaron en cine. Entre ellas, destaca *Memorias de un mexicano* de Salvador Toscano, considerada como la primera película importante en el país. En la segunda mitad de la década de 1910 el cine mexicano tuvo cierto auge, debido a que la importación de películas era mínima por la caída de la producción cinematográfica en los países en guerra. Esto dio lugar a formar la primera empresa de cine totalmente mexicana (CEPAL, 2010: 28)

Al igual que el “cine de la revolución”, el mural es la evidencia de un proceso de revalorización de rasgos culturales indígenas en una lucha contra el peligro de la invasión de formas de representación “desde afuera”. Las películas de los años de la revolución son una suerte de “contra propuesta al western estadounidense” que crea una suerte de “héroes nacionalistas”, en pro de la liberación del pueblo mayoritariamente campesino que encuentra en la revolución una ilusión de futuro, similar ideal romántico de las ficciones fundacionales de la novela.

Influenciada por los rezagos de la guerra de México con Estados Unidos (1846 a 1848), que años atrás había reducido gran parte del territorio de la nación mexicana, la disputa por la “imposición de la visión legítima del mundo” se expresa en los inicios del campo cinematográfico por la representación de sí misma y del vecino que en ambas naciones se estaba diseñando. A la par que aparecían políticas de protección a la industria nacional contrarias al los postulados del libre mercado, la disputa en el campo cinematográfico se liberaba en el territorio mexicano entre las élites económicas y el Gobierno Revolucionario. Las primeras reconocían el potencial comercial del cine a nivel mundial y compartían con los empresarios de los incipientes estudios de la *gran producción* estadounidense, el interés por la obtención de beneficios económicos al

participar en el campo cinematográfico, por ello estas posiciones buscaban la instalación del modelo industrial similar al estadounidense. El interés del Gobierno, en cambio, respondía al campo político por lo que estaba orientado a aprovechar la masificación del consumo cinematográfico en función de la promoción ideológica. Las experiencias de la promoción nacionalista en Europa y el fomento a la creación de estudios para el cine propaganda en varios países y sobre todo en la Unión Soviética empujaban los límites del campo desde el campo político. En este marco se da el inicio de las políticas de fomento a la producción cinematográfica, posible por estar apoyada por los discursos nacionalistas.

La articulación y difusión de dichos discursos tuvieron eco en distintos ámbitos, de los cuales el de las expresiones artísticas no quedó excluido, por el contrario, este campo se mostró bastante dinámico en la confección de “lo mexicano”. En especial, durante la década de 1920, cuando la educación y las artes resultaron preponderantes en los planes nacionalistas de José Vasconcelos, Secretario de Educación Pública, por aquellos años. (García Benitez, 2010)

La recesión económica en los Estados Unidos de los años treinta limitó las posibilidades de producción continua, lo que sumado a la política proteccionista de la Revolución y a la incorporación del sonido al cine, que anunciaba la explosión del crecimiento de la demanda, influyeron en la consolidación de la industria cinematográfica mexicana.

Además del efecto en el consumo, la inclusión del sonido al cine cambió completamente la dinámica del campo porque abrió una nueva ventana narrativa, pasando de la imagen en movimiento al lenguaje audiovisual como tal. A lo largo de la década de los treinta la inversión económica privada de grupos asociados al sector financiero, otros sectores productivos y especialmente de los empresarios teatrales y de espectáculos populares, permitió la instalación de los medios de producción necesarios para una producción sostenida de cine argumental en México, Argentina y Brasil.

Gracias al sistema de distribución de películas por medio de la venta de derechos de exhibición, que habían fundado los productores franceses y estadounidenses que al estar ligados a grupos de poder económico en sus países habían reorientado su interés a otros campos del espacio social, los dos países con posibilidades de producción continua y una lengua común aprovecharon el sistema de distribución y el mercado en

expansión, iniciando el proceso de “expansión regional” del imaginario del individuo mexicano

En la década de los treinta se inicia una nueva era de la industria cinematográfica en México con la introducción del sonido al cine. En la segunda mitad de la década empieza la llamada “época de oro” del cine mexicano con la exportación, por primera vez, de una película mexicana: Allá en el rancho grande de Fernando Fuentes (Maza, 2006) (CEPAL 28)

La enorme popularidad del “cine de oro latinoamericano” (mexicano y argentino particularmente⁴⁸) fue posible gracias al uso de ciertos signos de identificación cultural que referían directamente al folclor nacional, particularmente la música. A pesar de que algunas películas de la época eran llamadas “películas sociales”, por presentar personajes de clases sociales populares, lo que marcó a la época fue la realización de películas “insertas en la estructura del melodrama, aquí presentado en su sentido literal (música que acompaña al drama), aunque también a partir del esquema más frecuente que asume: drama que no deviene en tragedia, con “final feliz”” (Manzano, 2001: 12).

Es así como la pasión del tango en Argentina y de la ranchera en México se suman a la pasión de los romances fundacionales que la región vivió con las novelas y se fortalece el imaginario nacional del ciudadano en las películas del “cine de oro”. De esta manera las historias melodramáticas del cine popularizaron la “canción popular nacional” al mismo tiempo que la popularización del fonógrafo y la radio aportó a la promoción de los grandes éxitos de taquilla y de las estrellas de cine. La diversidad cultural de las naciones dejó de ser motivo de disputa y aportó al proceso de consolidación de la nación gracias a que en las películas se presentaba con una estructura narrativa similar piezas musicales del folclor de todos los rincones del país.

Desde el punto de vista del análisis de la *economía cinematográfica* la inclusión de la canción popular implica el inicio del reconocimiento de los *valores de producción*, de los que se habló anteriormente, como requisitos de diferenciación de las películas de *gran producción* para ampliar y segmentar el mercado. Esta valorización de los distintivos de la calidad productiva se evidencia en la formación de un sistema de

⁴⁸ Si bien en Brasil la producción en este período fue importante, se logró un considerable crecimiento industrial y permitió una producción continua de películas, no tuvo una distribución internacional importante. Además de las diferencias por el idioma, esto se debió a que la dimensión del mercado nacional brasileño permitió el mantenimiento de una *gran producción* (con su propio sistema de estrellas y estrategias globales de promoción) sin acudir a las ventas internacionales.

consagración de actores que se sustentaba y a la vez potenciaba al éxito comercial en todos los países de habla hispana. La presencia de la canción popular en las pantallas de todo el continente de grandes estrellas del cine latinoamericano como Carlos Gardel, Pedro Infante, Libertad Lamarque o María Félix son hasta hoy en día recordados como los rostros del ciudadano latinoamericano mestizo fruto del amor de los romances fundacionales.

La creación de un mercado (externo) es necesaria para la conquista de autonomía de un campo de producción cultural, porque sólo con el éxito económico es posible el mantenimiento de las posiciones heterónomas del campo (la *gran producción* dependiente del mercado), que serán a su vez las posiciones que se convertirán en el mercado para quienes se ubican en el polo de la *producción restringida*. Es por ello que se requiere la instalación del modo de producción industrial que permita calidad, producción continua y que, a la par, de que se logre una “estandarización” de la forma narrativa que está “probada” en el mercado⁴⁹, requiera la creación de mecanismos de diferenciación y las estrategias de marketing internacional.

En definitiva, los productores del “cine de oro” disputan el interés de acumulación del capital simbólico, que es el que prima en los campos de producción artística. Para ello las estrategias de consagración de actores y posicionamiento de los títulos que producen dependen de aquello que rige en

“el principio de jerarquización externa, vigente en las regiones temporalmente dominantes del campo del poder (y también en el campo económico), es decir según el criterio del triunfo temporal calibrado en función de unos índices de éxito comercial (tales como la tirada de libros, el número de representaciones de una obra, etc.) o de notoriedad social (como las condecoraciones, los cargos, etc.), la primacía corresponde a los artistas (etc.) conocidos y reconocidos por el “gran público”” (Bourdieu, 1995: 323)

La instalación de estudios basados en el modelo de producción semi-estandarizado en estos países es lo que permitió, tal como proponía Dadek en su modelo de *economía cinematográfica*, la producción continua bajo un estándar de calidad técnica y la rentabilidad económica. Pero el *triunfo temporal* real (masivo) fue posible por la ampliación al mercado internacional de las empresas distribuidoras nacionales, gracias a

⁴⁹ Si bien en algunos casos se produjeron bajo el mismo esquema de producción películas que si tenían un alto grado de independencia creativa, la gran mayoría estaban concebidas en función de las demandas del mercado. Es por ello que en la región se reconoce la utilización de la fórmula de los “quickies” (Manzano, 2001: 3)

la captación de la demanda que el cine estadounidense había dejado de cubrir por la recesión productiva de entreguerras.

A lo largo de la década de los cuarenta popularidad del cine melodramático era masiva en el continente y se había vuelto cada vez más costumbrista, por la influencia del campo político y debido al surgimiento de proyectos populistas en América Latina. El acelerado proceso de urbanización en México implicaba una creciente migración del campo a la ciudad y, a pesar de que las necesidades representativas de la Revolución con tintes campesinos ya no eran vigentes, el cine costumbrista tenía aún fuertes referencias de la vida fuera de la ciudad.

cuando se piensa en “lo mexicano”, ¿no acaso las primeras imágenes que vienen a la mente remiten, de una u otra manera, a ciertos motivos recreados por la cinematografía como el campo, el charro, los pueblos, las fiestas, etcétera? Esto, aun cuando el cine mexicano alcanzó sus momentos de máximo esplendor, durante la llamada Época de Oro, hacia la década de 1940; es decir, cuando ya habían pasado varios años del proyecto nacionalista de Vasconcelos. (García Benitez, 2010)

El cine en su “época de oro” incluía elementos propios de los “manuales de urbanidad” para los nuevos pobladores de las ciudades heterogéneas latinoamericanas que tenían gran relación con el campo, por lo que “Carlos Mosiváis ha dicho que los mexicanos no iban al cine sólo para divertirse, sino para aprender a ser mexicanos” (Bustamante, 2002:4).

En la Argentina de los años cuarenta la fuerte migración europea y el peronismo definieron el tono de la representación, por lo que fue popular la realización de “películas que llevaban presumiblemente una fuerte carga de tipo moral, reforzando valores genéricos como la solidaridad, el mantenimiento de la unión familiar, el “patriotismo”” (Manzano, 2001: 3). Al igual que la política de la Revolución en México, en la Argentina de Perón se dio una importante tendencia a la formulación de políticas públicas para el fomento de la educación y la cultura. El carácter populista del discurso y la identificación del gobierno con los movimientos obreros, llevaron a que gran parte del cine realce “oposiciones binarias características del discurso peronista: “pueblo/oligarquía” / “lujuria/austeridad”, entre otros” (Manzano, 2001: 3).

Al igual que en México, con representantes de la comedia de gran importancia como Mario Moreno Cantinflas, en Argentina “hay dos géneros muy explotados en el período que se inicia a fines de 1930 y culmina alrededor de 1950: las películas

costumbristas “tangueras” y las comedias (o comedias dramáticas)” (Manzano, 2001:4). La comedia se convirtió dentro del campo, en el género más prometedor de éxito respecto al campo económico, una vez que la repetición de las fórmulas del melodrama estaban agotando al público. Por ello a partir de los años cincuenta en Latinoamérica la comedia es un medio que los mejor posicionados en el campo económico utilizaron para naturalizar las diferencias sociales al “perpetuar el desconocimiento, el conocimiento alienado, que hace posible aprehender el mundo social como mundo natural” (Debanne y Meirovich, 2010:55).

El éxito del consumo de la comedia latinoamericana se fundamentó en historias de personajes que, desde su posición de desventaja dentro del espacio social, aparecen “fuera de lugar” por el contexto en el que se ubican, generan una risa con un tono lastimero y “en su soledad se proyectan los males del pasado” (Manzano, 2001:7). La comedia se convierte, entonces, en una fórmula para la resignación frente a la imposibilidad de cambio del orden social que propone una relación jerárquica de las posiciones en el campo económico, por lo que no sorprende que “la sociedad de clases del peronismo convive en el universo de las comedias: las clases comparten un código y un conflicto, las relaciones son amistosas y amenas, pero nunca – jamás – se subvierten los lugares asignados” (Manzano, 2001:5). Para ejemplo vale recordar las circunstancias en las que el personaje de Cantinflas causó una risa compasiva en todas las pantallas de Latinoamérica y su triunfo nunca estuvo ligado a una ascendencia de clase, sino al reconocimiento de sus valores morales, solidarios y la humildad de aceptar su condición que siempre se mostró naturalmente invariable.

Del cine revolucionario al realismo sucio latinoamericano

Luego del proceso de “división intelectual del trabajo” (Sommer, 1993: 21) que aleja a partir de inicios del siglo XX a los escritores de las demandas de la administración pública, la literatura de la región se

permitió desarrollar el preciosismo del modernismo, sobre todo en la poesía, o exilió a los narradores hacia las fronteras pesimistas del “naturalismo”. Pero en 1941, cuando Pedro Henriquez Ureña ofrecía en Harvard sus ahora clásicas conferencias sobre las corrientes literarias de Hispanoamérica, era obvio que el péndulo había hecho regresar a muchos escritores del continente hacia el compromiso social. La generación más joven de escritores estaba dividida entre la vanguardia poética de Borges y la etapa inicial de Neruda, quien había

heredado el “aislamiento espléndido” de los modernistas y un neorromanticismo exaltado o rebelde que gradualmente provocó el regreso al “viejo hábito de tomar parte en los asuntos políticos” aunque la mayoría de escritores no tenía ya ninguna esperanza de liderazgo político (Sommer, 1993: 21).

El interés de los escritores modernos, a diferencia de los “hombres de letras” que fueron parte del proceso de fundación política de las nacientes repúblicas del siglo pasado, se orientó a generar un cambio en la opinión pública en lugar de generar política pública para el cambio. Bourdieu afirma que en el campo literario, antes de la conformación de la República, “el centro de gravedad del campo se desplaza hacia la izquierda, asistimos a un deslizamiento generalizado hacia el “arte social” y hacia las ideas socialistas (el propio Baudelaire habla de la “pueril utopía del arte por el arte” y se alza violentamente contra el arte puro)” (Bourdieu, 1995:94). En Europa durante la segunda guerra mundial y en los años inmediatamente posteriores el campo cinematográfico dio un giro del eje hacia la izquierda.

En Italia surgió el “neorrealismo”, corriente estética que se fundamenta en la necesidad de evidenciar la devastación de la guerra y que, por la falta acceso a los estudios de filmación industrial o a recursos materiales para la producción como efecto de la guerra, su estética estuvo caracterizada por el uso de escenarios y actores naturales. Este cambio en la propuesta visual y la valorización del documental, como lenguaje posible, independientemente de la ficción, llevó a que los partidarios del neorrealismo iniciaran un proceso de experimentación formal y técnica, del modo de producción.

“Rossellini, cineasta proteiforme, tan capaz de afrontar con éxito el cine de época como de vestir el hábito neorrealista, capaz de construir un documental poético y subjetivo de la India y de filmar, unos años después una versión de aires marxistas de la toma de poder por Luis XIV, tuvo dos únicas inquietudes constantes: reivindicar las virtudes formativas del cine (incluyendo, por qué no, las películas de ficción) y batirse contra la concepción industrial dominante, que hace del cine un medio embrutecedor y del filme un producto como cualquier otro” (Aumont, 2004 : 175).

A pesar de que fue sin duda uno de los movimientos que más aportó a que se generen cambios en el campo desde el cuestionamiento estético y de los modos de producción, el valor principal del neorrealismo no radica en su carácter revolucionario en términos simbólicos, sino en términos sociales. En el contexto de rechazo a la sociedad de consumo de los sesentas, acordes a las teorías críticas de la sociedad de masas de

Adorno y Horkheimer respecto a las industrias culturales, el neorrealismo trasciende fronteras y abre especialmente en América Latina posibilidades de representación. Por su origen referenciado a los escritores realistas de inicios de siglo, la fuerza del movimiento se centraba en promover una nueva conciencia colectiva orientada al cambio social, al poner en evidencia la realidad económica y moral de la posguerra.

Al igual que aquello que resalta Bourdieu del movimiento realista en la literatura y la pintura del siglo XIX, el neorrealismo resalta la necesidad de centrarse en temas y personajes marginales que el cine de los estudios había dejado de lado. Como destaca Bourdieu respecto a las historias de las novelas, el neorrealismo reorganiza la jerarquía de temas, no busca la eliminación de esta jerarquía como el “arte por el arte” (Bourdieu, 1995:164). El carácter moral y social que los neorrealistas otorgaron a la representación en el cine es lo que le caracteriza y por ello el enfoque a los conflictos sociales es lo primordial.

En los sesentas y setentas la lucha de los movimientos sociales a nivel mundial contra la instauración de la política neoliberal, la fundación de escuelas de cine⁵⁰ y el intercambio artístico-político con otros cineastas y con representantes del boom literario latinoamericano llevan a que crezca el llamado *cine social latinoamericano*.

Esta es la época en que “en la América Latina contemporánea surge y se desarrolla un cine revolucionario que, a medida que penetra y profundiza en la problemática política, se convierte en un cine antiimperialista” (Sanjinés, 1979: 43), que es visto como un arma de la lucha contra el “poder opresor de la metrópoli”. La influencia de personajes como Fernando Birri, que estudió en la Italia neorrealista junto con Manuel Gutiérrez Alea, Julio García Espinosa y Gabriel García Márquez, es innegable porque marcó cambios importantes en los intereses temáticos y el cuestionamiento estético en el cine latinoamericano.

“Entre 1950 y 1953 estudió en el Centro Experimental Cinematográfico de Roma, Italia, donde fue discípulo de Vittorio de Sica, emblema del neorrealismo italiano. De regreso a su ciudad natal, en 1956 fundó el Instituto Cinematográfico de la Universidad Nacional del Litoral –epicentro de la Escuela Documental de Santa Fe, primera institución de enseñanza de este arte en América Latina–,

⁵⁰ En Cuba se crea la famosa escuela de San Antonio de Baños, en la que se forman importantes exponentes del cine de los ochentas y noventas en América Latina. También inician escuelas en Brasil, Argentina y México.

que sentaría las bases del cine sociopolítico latinoamericano de la segunda mitad del siglo XX” (Ranzani, 2007)

Sus planteamientos venían cargados de las propuestas del movimiento neorrealista tras estudiar en Italia, donde conoció a García Márquez que en esa época estudiaba también cine. Birri y otros latinoamericanos son considerados los fundadores del llamado “Nuevo Cine Latinoamericano” que surge, puede decirse,

“como un movimiento generado muy poco tiempo después del triunfo de la Revolución Cubana y eclosiona inmediatamente después de la muerte del Che. Son históricos y conocidos los numerosos manifiestos emitidos en encuentros y festivales haciendo énfasis en la situación de crisis de nuestros países, los atropellos a los derechos humanos y la responsabilidad del imperialismo norteamericano en toda esa situación”. (Sanjinés, 2002)

El cine era ya reconocido como una herramienta de denuncia social y la red de distribución de cine estadounidense a nivel mundial, había cooptado el mercado latinoamericano apoyado en la política de expansión impulsada por el gobierno de los Estados Unidos desde la década de los cincuenta.

“la censura política, el boicot y desinterés de los exhibidores y la cerradura de las distribuidoras gringas a nuestro cine y la directa ingerencia de sus embajadas que presionaban para impedir medidas de apoyo y protección al cine nacional, como es el caso conocido en Colombia, durante la presidencia de Alfonso López, fueron factores determinantes que limitaron la difusión del Nuevo Cine Latinoamericano” (Sanjinés, 2002)

Entre los representantes del *Nuevo Cine Latinoamericano* resaltan en términos teóricos los postulados del *Tercer Cine* en Argentina y del *Cine Revolucionario* en Bolivia. El *Tercer Cine* consistió, en términos artísticos, en un llamado a la creación de un cine con carácter latinoamericano propio que, al igual que el “boom literario” resplandecía de manera autónoma como un punto de giro para la historia de la literatura de la región porque

“en el escenario del mundo literario de los años sesenta, insistieron, categórica y repetidamente en el poco valor que tenía la narrativa latinoamericana anterior. Recalaron que sólo en ese entonces el continente empezaba a cobrar independencia cultural “canibalizando” toda la gama de tradiciones europeas, materia prima amasada y vuelta a moldear en las manos intencionadamente ingenuas de los americanos” (Sommer, 2004:17)

El Grupo Cine Liberación, fundado por Octavio Getino, Fernando Solanas y Gerardo Vallejo creó la Escuela del Tercer Cine y en su conocido manifiesto *Hacia el tercer cine*, proponía la necesidad de una nueva cinematografía como respuesta a que

“en el campo cinematográfico existía una suerte de oposición entre un modelo industrial –un cine hecho por los grandes estudios, con presupuestos elevados y dividido temáticamente en géneros, cuyo representante hegemónico eran los *majors* de Hollywood– y un cine de “autor” –fuertemente inspirado en la “política de los autores” de *Cahiers du Cinéma* y en la teoría de la *caméra stylo* de Alexandre Astruc”. (Del Valle, 1969:1)

Los promotores del *Tercer Cine* proponían que en la región se debía crear un cine de la “descolonización cultural” para liberar a los países del Tercer Mundo y alineado a los movimientos revolucionarios de la metrópoli.

La posición que ocupan los promotores del *Tercer Cine* dentro del campo intelectual (todos vienen de las ciencias sociales y no del estudio de las artes), determina que su propuesta no cuestione la forma, la estética y se ubique como una “vertiente cinematográfica de los diversos postulados ideológicos desarrollados por corrientes intelectuales de izquierda a partir del concepto de “descolonización” y de la “teoría de la dependencia” (Del Valle, 1969:2). La cercanía de los promotores del *Tercer Cine* con el gobierno peronista llevaron a que en sus inicios el cine que realizaban no proponga un cambio profundo; “el proceso de radicalización de estos cineastas es paralelo al proceso de agudización de las contradicciones sociopolíticas en América Latina” (Sanjinés, 1979: 44).

Los aportes del boliviano Jorge Sanjinés, quien realizó sus estudios académicos en filosofía y estuvo fuertemente ligado a movimientos sociales en Bolivia, se distinguen de otros de sus contemporáneos precisamente porque plantea la necesidad de dar un giro a la forma (visual y de la acción), porque plantea que desde la acción colectiva es posible crear una estética nueva en función del cambio social.

El campo de los estudios antropológicos en los países andinos se centraba en un intenso trabajo de campo, pero reformulándolo en cuanto su papel superaba al de la investigación participante tradicional y contemplaba la incidencia en la organización política. La meta del trabajo de los cineastas bolivianos del Grupo Ukamau, liderado por Sanjinés fue, al igual que el de los antropólogos de la época, “acompañar a los nuevos movimientos étnicos en su proceso organizativo y en la creación de una contra narrativa con la cual desafiar la hegemonía cultural que relegaba a los indios y a otros sectores sociales como fuentes del atraso”. (Jiménez, 2007:13).

Los escritos de Sanjinés mantienen el tinte más radical de la época y, además de proponer un cine políticamente activo, proponen una metodología clara para la producción un “cine al servicio a los intereses del pueblo, que se constituye en instrumento de denuncia y clarificación, que evoluciona integrando la participación del pueblo y que se propone llegar a él” (Sanjinés, 1979:38). En el contexto de los movimientos sociales que surgen en todo el mundo, el Grupo Ukamau crece como un colectivo que llama constantemente a la acción para el cambio y, según afirma Sanjinés, “el proceso de radicalización de estos cineastas es paralelo al proceso de agudización de las contradicciones sociopolíticas en América Latina” (Sanjinés, 1979: 44).

Los relatos que se encuentran en su libro *Teoría y práctica de un cine junto al pueblo* muestran los inicios de la movilización política “antiimperialista” en comunidades indígenas de fines de los sesenta y dan cuenta de que la relación entre el campo político y el campo cinematográfico cambió su sentido. Así como el cine sirvió a los intereses políticos de los gobernantes en las décadas anteriores, la cinematografía del Grupo Ukamau y las prácticas en torno a la creación y circulación de estas producciones logró cambios concretos la estructura del campo político, particularmente en el fortalecimiento del movimiento indígena.

Tras un trabajo militante de un conjunto de antropólogos y productores cinematográficos de la época, la popularización en zonas rurales del altiplano andino de la película *Yawar Mallku*⁵¹ terminó en un intento de linchamiento en poblaciones indígenas a representantes del Cuerpo de Paz. El efecto del conflicto llevó a que el gobierno adoptara la medida de suspensión de centros de esterilización y la distribución masiva y secreta de anticonceptivos en zonas indígenas. Los debates en el campo social que generaron las proyecciones de esta película, aportaron a que poco después se expulsara de manera definitiva al Cuerpo de Paz del territorio Boliviano.

Este y otros casos, son en el libro de Sanjinés, una suerte de introducción contextual a un “manual de realización del cine social” en el que el autor sintetiza a partir de las experiencias que adquirió junto al Grupo Ukamau en la realización de las “películas junto al pueblo” las conclusiones metodológicas en el modo de producción y la búsqueda de una narrativa y estética propia. La aplicación de la metodología implica

⁵¹ “Sangre de Cóndor” en Quechua, basada en una historia real sucedida en los andes centrales de Bolivia, donde médicos del “Cuerpo de Paz” estadounidense, esterilizaban a mujeres campesinas sin su consentimiento.

la utilización del cine como herramienta de transformación de la opinión pública, como un arma para posicionarse con mayor ventaja dentro de las “luchas simbólicas por la imposición de la visión legítima” del mundo (Debanne y Meirovich, 2010:55). Este libro llama la atención por su gran contenido etnográfico. El método propuesto por Sanjinés parte de la experiencia práctica, que permitió la inclusión en la planificación del rodaje de prácticas y ritos de cada comunidad para que sea posible un proceso de creación artística colectiva entre los cineastas de la urbe y los campesinos. Por medio de la convivencia con la población a ser representada, el trabajo de campo previo a la filmación permitía el diálogo intercultural y posibilitaba la realización obras con gran contenido simbólico. Este método implicaba la provocación de un “pathos colectivo”⁵² en la producción, que permitía que el espectador sienta la fuerza, la angustia y la necesidad de cambio, porque con ello sería posible la proyección de un futuro para el pueblo. Dentro del libro se exponen (incluso de manera gráfica) los dispositivos del lenguaje audiovisual y se describe los métodos de organización para la producción, convirtiendo al texto en una herramienta metodológica para el productor que busca la movilización política por medio del cine.

El método sugiere que para crear una representación descolonizadora es necesario partir del diálogo social que reconozca la heterogeneidad cultural de los países latinoamericanos. La clave conceptual del cine popular radica en un cambio del eje de representación: del hombre al pueblo, del individuo al colectivo. Contrario a las ficciones fundacionales, el cine político cuestiona la existencia de una comunidad imaginada a partir de individualidades más o menos homogéneas. Por ello en el relato del cine revolucionario el protagonismo lo tiene un colectivo, que en las ciudades se ve como un personaje (el pueblo) culturalmente distinto al ciudadano que el cine costumbrista representaba y que en las zonas rurales permite una identificación inmediata.

El éxito en el campo político del cine social depende de la posibilidad de distribución masiva del mismo y “la principal debilidad del cine revolucionario ha sido, y es aún, su imposibilidad práctica de llegar cuantitativamente a sus destinatarios”

⁵² Sanjinés propone que en la creación colectiva el debate constante respecto al contenido político y al contexto en que se desarrolla la historia es necesario porque genera una suerte de “euforia colectiva” que se refleja en la pantalla. Este sentimiento es además lo que fortalece la comunión entre el equipo de cineastas y la comunidad a ser representada y por lo tanto define la creación colectiva, una forma particular de representación.

(Sanjinés, 1987:82). En comunidades indígenas a lo largo del país el Grupo Ukamau realizó por un largo período proyecciones con sesiones de debate y con el tiempo los movimientos sociales de otros países programaron estas películas en circuitos universitarios y otros espacios de corte académico. Pero por el monopolio que ya Hollywood había consolidado en la distribución latinoamericana masiva y por la censura impulsada por el “fascismo militarista de estado como táctica impuesta por el imperialismo para satisfacer su necesidad de dominio total sobre los países” (Sanjinés, 1987:82) este cine se topó rápidamente con los límites del campo impuestos por el campo del poder.

Bourdieu resalta que “un grado alto de imposición y de control – a través por ejemplo de una censura muy estricta – no implica necesariamente la desaparición de toda afirmación de una autonomía cuando el capital colectivo de tradiciones específicas, de instituciones originales (clubes, periódicos, etc.), de modelos propios es suficientemente importante” (Bourdieu, 1995:327). Este no fue el caso del cine boliviano y es por eso que la cinematografía naciente de la época en este país se vio truncada por la radicalización de las políticas neoliberales y el control de los medios de producción y distribución cinematográfica.

En Argentina el *Tercer Cine* tuvo mayor trascendencia en sus sucesores porque, a pesar de que algunos cineastas (incluyendo a Birri) fueron exiliados políticos de la dictadura, la instalación formal de instituciones como las escuelas de cine y el vínculo con las revistas de la industria y de arte que en la época circulaban en Argentina, permitieron una mayor resonancia en el tiempo de sus ideas.

Los productores más pegados al polo más heterónimo del campo, las del cine popular o del “cine de oro” llevaron a cabo un desplazamiento similar a lo que Bourdieu explica respecto al movimiento realista que llevó al arte social en el siglo XIX. El cine de directores como el (inicialmente actor consagrado) Hugo del Carril es considerado una propuesta de cambio en la forma de representación, y por eso es en muchos casos considerado uno de los precursores del “cine de autor”, pero lo que ocurre es un cambio en las temáticas y no en la forma. No se da una verdadera revolución simbólica.

Así, en el caso de las películas de Hugo del Carril se advierte un desplazamiento similar: desde la primera película “declaradora de principios morales” hacia las películas “sociales” que le siguen... Mientras *Surcos de sangre* es, a nuestro entender, una interpretación “peronista” del “surgimiento del peronismo” en clave de melodrama,

en Las aguas... se presentan algunas contradicciones importantes. A diferencia de las “películas sociales” anteriores, las de H. Del Carril (melodrama mediante) son esperanzadoras y en la representación de la historia está implicado el futuro “final feliz” peronista/contemporáneo (Manzano, 2001: 19)

Este tránsito hacia la temática social sin cambios en la forma, en el lenguaje, y orientado al éxito frente al gran público, constituye un camino para el surgimiento del *cine de la marginalidad* que marca la pauta del imaginario de “lo latinoamericano” que se forma en el cine en los ochentas.

Hasta fines del siglo pasado el imaginario del cine latinoamericano presente en las masas, el espectador era el del cine que “aborda la violencia urbana, la marginalidad social, el desarraigo identitario con un lenguaje visual desenfadado bautizado en España y América del Sur con el apelativo de “realismo sucio”” (León, 2006: 23). Imágenes de películas como: Estación Central, Ciudad de Dios, La Virgen de los Sicarios, Amores Perros o Ratas, Ratonés y Rateros, siguen siendo hoy en día (más de veinte años después) las que surgen en las conversaciones cotidianas en el espacio social al referirse al cine latinoamericano como un conjunto. La distribución internacional (y regional) de estas películas fortaleció el imaginario que Hollywood proponía de *lo latinoamericano* para justificar la política exterior de Estados Unidos: las políticas de ajuste estructural, la modernización basada en el libre comercio y el control del narcotráfico.

En la novela de esta época también se encuentran características semejantes y por ello el término de “*realismo sucio*” se ha usado tanto en el cine, como en la literatura, para designar a esta narrativa que explora el mundo del subalterno, reflejo de los límites del capitalismo y de la “cultura letrada” (León, 2006: 78). Totalmente contrarias a lo que ofrecían las ficciones fundacionales a inicios de siglo, en los noventas las naciones latinoamericanas no avizoraban un futuro esperanzador porque la miseria, la marginalidad, la violencia y la desilusión social hacían imposible mantener “finales felices” en la ficción. La desesperanza que se mostraba en la pantalla no era sino un reflejo de la sensación generalizada de que las jerarquías que definían la estructura del espacio social, eran crueles e inamovibles.

La cinematografía regional se enfrenta al “desafío de buscar nuevas narrativas para abordar el carácter singular y heterogéneo de una América Latina que se debate entre el desencanto de la modernidad y el desenfreno de la globalización” (León,

2006:22). Tras la crisis del cine social, por la falta de políticas de fomento, la censura y, en el momento en que las políticas de corte neoliberal se habían implementado de manera triunfante en la región, las posibilidades de obtener capital económico para la producción eran mínimas. Esto determina que haya dos vías para los productores: realizar un cine austero en producción y acercarse a la cinematografía dominante.

El uso recargado de estética heredada del *Nuevo Cine Latinoamericano* - como el lenguaje cercano al documental y el aprovechamiento de “escenarios y actores naturales” - para la presentación cruda de desigualdades sociales fue, como en el caso del neorrealismo italiano, más allá de una propuesta estética, una necesidad de producción por la falta de acceso al capital productivo. Es un tiempo para estos países en que la mano de obra técnica calificada estaba absorbida por la producción de contenidos para la televisión y la publicidad y en que algunos “nuevos talentos” habían migrado a Estados Unidos para buscar una alternativa a su carrera, entonces para quienes querían producir en estos países, un modo de producción “marginal” era la alternativa más natural (o la única).

Frente a un mercado cinematográfico nacional limitado a la oferta estadounidense, aquellos realizadores más pegados a los propósitos del cine social procuraron espacios de distribución alternativo de su cine. Su interés por ganar mercado se presentaba como un requisito para incrementar la posibilidad de incidencia dentro del campo político y esto implicó que, en la búsqueda de acceso a los medios de producción, no se pierda la independencia.

Pero en otros casos los directores del *cine de la marginalidad* encuentran en el “realismo sucio” la posibilidad de tener un “valor de producción” que permite la diferenciación que plantean los postulados de la economía neoclásica; el campo económico incide directamente en el sub campo de la *gran producción*, se agudiza la polarización del campo.

Estos directores, en su mayoría pertenecientes a élites económicas en sus países, buscan a nivel internacional acceso a espacios de consagración e inician su carrera estudiando o trabajando en la industria estadounidense. Al hacer una revisión extensa de los productores involucrados en la realización de esta nueva *gran producción latinoamericana*, se puede tejer una red que muestra que el capital social que acumulan en su historia de posiciones, es lo que determina el éxito en su trayectoria de

consagración. No es de sorprenderse entonces que las películas más populares del *cine de la marginalidad*, tengan inversión de capital económico de empresas de los “majors” de Hollywood para la producción o para la distribución internacional. Este vuelco comercial de aquel cine que se presentó en su momento como una posibilidad de cambio simbólico dentro del campo tuvo finalmente, de acuerdo a lo que expone Bourdieu respecto al realismo y romanticismo, demasiado énfasis en lo moral de los temas y por ello una tendencia a volcarse al mercado. Muestra clara de esta fallida revolución es que los directores más destacados de las películas del *cine de la marginalidad* inicial, produzcan hoy películas en Hollywood⁵³ y el “ser latinoamericano” sea parte de la estrategia de marketing de las mismas, es un “valor de producción”.

El cine de autor y el mercado interno: condiciones para la existencia de la producción restringida

Si bien el cine latinoamericano encontró en el neorrealismo italiano una importante influencia estética, en el siglo XX otras corrientes de exploración estética tuvieron una importante incidencia en la región. La cultura pop, el expresionismo y otras corrientes estéticas que propusieron artistas de las últimas décadas del siglo en un contexto de consolidación de la globalización, sumado a la experimentación en la producción con un fin “social”, la proliferación de géneros, el apareamiento del video y el cine digital a costos más accesibles y la diversidad cultural en la región, llevó a que actualmente la variedad de propuestas temáticas y estéticas sea extremadamente amplia.

Es imposible hablar hoy en día de la producción cinematográfica latinoamericana como un conjunto homogéneo de películas, en cuanto a propuestas estéticas, temáticas y técnicas. Con una producción de más de quinientas películas al año (Getino: 1996), la cinematografía de la región incluye gran diversidad de historias y modos de representación en todos los géneros (drama, comedia, terror, infantiles, etc.). La pregunta respecto a esta realidad de diversidad de temáticas y modos de representación es hasta dónde esto implica la existencia de una amplitud de modos de producción.

La co existencia de posiciones con diversos intereses estéticos da cuenta de la

⁵³ Clarísimo es el caso de Gonzalez Iñarritu (Babel), Fernando Meireles (Ceguera), Sebastián Cordero (Europa Report)

amplitud del campo cinematográfico latinoamericano porque, recordando que Bourdieu asocia la conquista de autonomía del campo literario a la gran diferencia entre la dinámica de los sub-campos ubicados en los polos del mismo, la disputa de las diferentes posiciones en el tiempo es lo que define la existencia de una estructura, interés e *illusio* particular que lo hace autónomo.

Ejemplo de los límites extensos del campo es que hoy en América Latina se realizan proyectos que cumplen todas las características de la *gran producción*, como películas de animación 3D de presupuestos enormes y financiadas totalmente por capital económico privado o filmes de terror que evidencian la experticia narrativa que tienen los productores de marcados géneros narrativos⁵⁴. Por su lado el *cine social* desde inicios del nuevo milenio ha tomado fuerza en comunidades subalternas urbanas y en poblaciones campesinas con el *cine comunitario* y el *cine indígena*⁵⁵, evidenciada en la variedad de proyectos que incluyen una enorme diversidad de formatos y temas, buscan formas de representación propias y tienen mercados específicos para su consumo y que hace de este sub-campo tan amplio que merece una tesis sobre su dinámica. Esta diversidad muestra la existencia y la amplitud de un campo cinematográfico latinoamericano autónomo pero, para entender su estructura actual, es importante revisar el proceso de conquista de su autonomía.

De acuerdo a lo que propone Bourdieu, en el campo literario sólo la búsqueda del “arte por el arte” y la ruptura que se logra con el rechazo a las posiciones representativas del “arte comercial” y del “arte social”, hacen posible el surgimiento de una forma de arte independiente de todas las presiones externas. La independencia del mercado, y sus modos de expresiones, es lo que permite autonomía creativa real. En el campo cinematográfico latinoamericano esta “revolución simbólica” parece no ser fruto de un grupo determinado de artistas, no surge de un autodenominado movimiento estético en

⁵⁴ vale notar que este sub-campo es extremadamente dependiente del poder y que en Latinoamérica está determinado por el aparataje de Hollywood. En algunos casos sólo para asegurar la distribución y con ello la recuperación económica de la inversión y en otros casos para la obtención de beneficios por el reconocimiento de la calidad técnica y potencial comercial, como el caso de la compra de derechos de guiones para “remakes” de las películas de terror.

⁵⁵ “talleres cinematográficos” en zonas marginales urbanas como el proyecto “Pasolini en Medellín” en Colombia y en Ecuador “ojos que no ven”. La creación de festivales dedicados a cine indígena o cine comunitario y una enorme cantidad de muestras, foros, espacios en TV, etc.. evidencian el crecimiento de este tipo de cine. A nivel de “consagración internacional” festivales importantes han realizado muestras y en el 2013 en el Festival de Cine de Berlín se inaugura “*Native*”, una sección competitiva dedicada al cine indígena mundial.

particular.

Al igual que sucedió con la influencia del neorrealismo, que se dio de manera dispersa en la región por experiencias individuales de directores de manera aislada, la idea del “arte por el arte” en el cine latinoamericano se da por el intercambio de postulados de autores europeos con posiciones específicas del campo de la región, especialmente con aquellos que proponían la búsqueda de la poética en el cine.

En el contexto de la era global, el acceso a información llevó a una ampliación de las posibilidades para los artistas latinoamericanos de encontrar referentes estéticos en otras regiones del mundo. Sumado a la pluralidad de información, la serie de “revoluciones fallidas” por las propuestas sociales en el génesis del diverso campo audiovisual latinoamericano, dio lugar a que la autonomía crezca de a poco, con cineastas que desde sus diferentes posiciones sociales y geográficas incursionaron individualmente en la búsqueda estética.

El resultado de ello es que al fin de la primera década del nuevo milenio el cine de la *producción restringida* en la región tomaba como referentes a autores latinoamericanos que años atrás habían incursionado en experimentación estética. Muestra de ello es que en los espacios de consagración artística (festivales y espacios de academia), el cine latinoamericano ha sido calificado como un cine contemplativo, intimista, existencialista, “profundo” e incluso “aburrido”.

Lo importante de este proceso de la búsqueda del “arte por el arte” radica en que al formular un interés particular del campo en el que el capital cultural y el capital simbólico priman y el mercado desaparece, la búsqueda de la forma adquiere un papel prioritario frente al tema y la moral. De acuerdo a lo que resalta Bourdieu,

el estetismo llevado a sus últimas consecuencias tiende hacia una especie de neutralismo moral, que no anda lejos de un nihilismo ético. “el único medio de poder vivir en paz es situarse de un salto por encima de toda la humanidad y no tener en común con ella más que una relación de espectador.” (Flaubert, 1853 en Bourdieu, 1995:171)

Al “espectar” la realidad y expresarse a partir de la sensación producida, la búsqueda de los poetas de la revolución simbólica del siglo XIX revive en este cine latinoamericano reciente y lo convierte en una suerte de “poesía audiovisual” cuyo valor no radica tanto en la forma, en cuanto a su belleza, sino en la búsqueda, en su autonomía creativa.

Luego de revisar la trayectoria de ciertos “jóvenes promesas” del actual cine de

producción restringida en diferentes países latinoamericanos (los que han tenido reconocimiento en festivales y espacios de capacitación identificados como “vanguardistas”), y de indagar en sus referentes estéticos⁵⁶, coinciden en él nombres como Lisandro Alonso, Lucrecia Martel y Carlos Reygadas. Más allá de hacer un análisis de las razones por las que estos referentes son actualmente reconocidos como autores consagrados, me interesa identificar su propuesta estética en cuanto ha incidido en el habitus de los jóvenes realizadores en las prácticas que permiten la creación y por otro lado porque su trayectoria les ha permitido consagración y me interesa entender la movilización de capital social que se ha dado a lo largo de su historia de posiciones dentro del campo.

Una de las preguntas recurrentes, que se ha agudizado con la “diversificación” del cine latinoamericano, es ¿qué quiere decir “cine independiente”? ¿independiente de qué? se cuestiona a menudo. Frente a la homogénea cartelera latinoamericana, llena de producción de Hollywood, los productores de heterogéneas cinematografías de la región le han dado al término un significado industrial:

son filmes “independientes” del circuito comercial de exhibición, de los multiplex de mall, pero que de todos modos tienen una vida y merecen una pantalla, con la secreta esperanza de alcanzar una audiencia que a primera vista no existe. Independientes de la exhibición. A eso apunta la “I” de estos dos festivales”. (Bettati, 2008)

Este productor chileno se refiere en su artículo al conjunto de “películas independientes” que muestran los festivales FICCO (Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México) y el BAFICI (Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente), considerados festivales cuya selección muestra proyectos que indagan en nuevas propuestas narrativas y estéticas; lo más cercano a la “vanguardia”.

Según el autor lo que une a estos dos festivales, además de la preocupación por mantener una línea editorial de la *producción restringida* es que se realizan en países que comparten la característica industrial de tener un alto volumen de producción⁵⁷ en

⁵⁶ Es frecuente en las entrevistas de la prensa especializada a los “jóvenes talentos” que tienen reconocimiento por su propuesta estética preguntas respecto a sus referentes estéticos, a la influencia del cine de directores reconocidos.

⁵⁷ “en Argentina y México se produce un alto volumen de largometrajes, en cine y video, unos 95 títulos anuales. Esto es muy superior a los 15-20 títulos anuales que presentan Chile, Finlandia, Holanda o Grecia.

relación a otros países a nivel mundial y que en estos dos países “no todas las películas logran estrenar en salas comerciales de 35mm, es decir, se saltan el *theatrical*, para pasar directo a la TV de pago, el DVD o quedar relegadas a los closets de los productores y directores” (Bettati, 2008) incluso cuando se trata de películas que “logran premios de importancia en festivales extranjeros” (Bettati, 2008).

Por ello, la importancia de BAFICI y FICCO radica en que son la “ventana de exhibición a películas nacionales de calidad que de otro modo no podrían llegar a tomar contacto con las audiencias de su propio país” (Bettati, 2008). Pero la gran importancia en términos económicos (desde la economía de la práctica) que tienen los festivales radica en ser el espacio en que la demanda propia de la *producción restringida* se hace efectiva. Estos espacios orientados al “cine independiente” son la más importante posibilidad de que las otras posiciones dentro del campo cinematográfico tengan acceso a las películas de la *producción restringida*.

En este espacio los participantes del campo cinematográfico tienen la posibilidad de reproducir dos tipos de capital; las diferentes posiciones invierten su dotación de capital para incrementar su capital simbólico, al ser una ventana de exposición y reconocimiento, y por otro lado tienen la posibilidad de acumular capital cultural al consumir obras que no son posibles ver en otros medios. Si bien el interés específico del campo es la acumulación de estos dos tipos de capital, son irremplazables en la reproducción del capital social. Esto explica la creciente importancia de los festivales de las “actividades de industria” como mercados, talleres especializados, foros de coproducción, encuentros de producción, espacios de “cine en construcción”, etc.

Como se ha mencionado anteriormente, la ruptura con el mercado define la autonomía del sub-campo de *producción restringida*, que está ligada a la creación de un consumo interno, el de los otros participantes, que también se disputan por el interés específico del campo cinematográfico. La comprensión de esta dinámica es, por demás importante, para entender “las reglas del juego” en el campo cinematográfico.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE CASO: EL INDUSTRY CLUB DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN, LA VENTANA EUROPEA DEL CINE IBEROAMERICANO

Una mirada reflexiva a la labor del productor

A partir de lo que se expuso en el capítulo I respecto a la teoría de los campos de Bourdieu, en este capítulo se describirán y analizarán prácticas observadas durante la participación en el *Industry Club* del Festival de Cine de San Sebastián 2012. Se propone reflexiones sobre prácticas en el “mercado” (el de la producción restringida) que dan nociones sobre el flujo de capital en sus diferentes formas y los cambios en la estructura del campo por el movimiento de las posiciones de los participantes. Acorde a lo que se expone en los capítulos II y III, las particularidades del campo cinematográfico y el campo latinoamericano se evidencian en su dimensión real a la vez que se realiza el análisis en el campo.

Retomando la afirmación de que “el encuentro entre habitus y campo, entre “historia hecha cuerpo” e “historia hecha cosa”, es lo que constituye el mecanismo principal de producción del mundo social”. (Giménez, 1997:13), propongo partir del análisis del espacio físico en el que se desarrollan las actividades “de industria” en el Festival de San Sebastián. En la apropiación de las condiciones espaciales y materiales que permiten el intercambio entre los participantes, el campo se muestra como “cosa”, como el ámbito tangible y delimitado en que ocurre la acción. En este ejercicio pretendo mostrar el génesis del habitus y la distribución del capital específico del campo, para delinear su disputa al interior del campo y la relación del mismo con el poder y el mercado.

Espacio y acceso al capital social

Desde el 2010 el festival de San Sebastián creó de manera institucional el “Industry Club” y como una variante del que desde hace cinco años se realizó con el nombre de “Sales Office”, en donde

“no existían servicios concretos para facilitar la reunión entre profesionales o la compra y venta de películas, como la *videolibrary*, la publicación del *who is where* y catálogo de participantes o la sala

esta central donde están las computadoras con internet y las mesas para reuniones... y se realizaban funciones para prensa, no para industria. Era eso: una oficina. Se realizaban coloquios, mesas redondas sobre temas de interés para la industria. Se incluía a los participantes en los cócteles de promoción de los programas y de instituciones de los países. Y había una oficina, con café donde había información de las actividades” (Riba, 2012, entrevista).

Este espacio de industria es nuevo y no tiene una afluencia masiva en los espacios de encuentro de negocios, pero su gran ventaja es que “es bastante especializada, porque como cine en construcción y ahora el foro están orientados al cine latinoamericano, o iberoamericano, pues los que vienen aquí si se interesan en lo que pasa en Latinoamérica” (Riba, 2012, entrevista).

Es un espacio más bien pequeño, tiene 20 mesas de reuniones y alrededor hay dos espacios de descanso con sillones y 5 puntos de computadoras. Hay un stand de café; parece que auspician los eventos. La video librería también es extrañamente pequeña. Me sorprende por el tamaño del festival⁵⁸. Esto responde a que es la primera vez que el festival subió las películas de su video librería a Cinando (base de datos, red social, espacio de negocios virtual de la que se hablo en el capítulo II) y nos recuerda que el *Industry Club* (el campo) es un espacio cuyo estado físico varía según las variaciones del campo.

En ese momento me pareció raro encontrar tan poca gente en el “espacio en su forma física” y asumí que se debe a la huelga general en el País Vasco, a que no había transporte del festival y que el transporte público funcionaba con “servicios mínimos”⁵⁹. Durante los días de estancia volví varias veces a este lugar (cada vez con menos frecuencia) para ver si encontraba gente, y principalmente para tomar café, pero el lugar frío y vacío no funcionaba como “espacio de encuentro”.

Luego de revisar la programación de los eventos y recoger el *badge*⁶⁰ de industria acudí a una cita marcada previamente por mail con uno de los participantes que figuraban en Cinando. El punto de encuentro fue “el Teatro frente al Museo de San

⁵⁸ Notas del diario de campo, día 1

⁵⁹ Al buscar un bus desde el hotel entiendo que “servicios mínimos” quiere decir que no se paraliza al 100% el servicio de transporte. Los buses pasan cada dos horas y en días normales pasan cada 15 minutos.

⁶⁰ Paquete de materiales que normalmente son entregados en un bolso en el que hay catálogos (del festival, de participantes, de proyectos) mapas, programación, publicidad, acreditación y algún regalo como libreta o esfero.

Telmo” y debía encontrarme con Maryse, a quien identificaría por usar una “camisa azul y estar en la entrada, junto a la boletería”. Llegué, nos presentamos y nos sentamos a tomar café en el local de la entrada al teatro. Noté que la mayoría de personas sentadas en las otras mesas de la cafetería tenían acreditación⁶¹; eran participantes de industria. Este lugar se convertiría en el escenario de muchas de mis reuniones en los próximos días, porque era fácil de ubicar, porque en las mesas de afuera encontré a varios conocidos y porque se podía disfrutar el buen clima de la ciudad.

Luego entendí que esto se debe a que el *industry* no es un “mercado”⁶² sino un espacio de industria que no requiere de un espacio que concentre a los participantes. La gente gira en torno a las actividades específicas (Charlas, Foro de Co producción, proyecciones y Cine en Construcción) y el festival - desde sus inicios sesenta años atrás- pone un gran énfasis en el marketing turístico de la ciudad. Los espacios dedicados a cada evento están en el centro histórico de la ciudad y en los materiales impresos que entrega el festival hay información (siempre en euskera, inglés y castellano) de cafés y museos que permiten caminatas constantes por esta ciudad bonita, pequeña y con buen clima. La mayoría de las reuniones programadas entre los participantes de industria se realizan naturalmente en bares al aire libre, mientras que el encuentro “casual” se da en las actividades programadas, en cocteles y en los almuerzos – cocktail⁶³ que se realizan para cada evento.

Es precisamente la posibilidad de interacción con otras posiciones del campo en un ambiente “exclusivo” y agradable lo que diferencia a San Sebastián y posiciona al *Industry Club*. En su página web claramente se lee: “A través de un trato personalizado, ayudamos a establecer los contactos necesarios, en un entorno de trabajo más íntimo y apacible que el típico de mercado”. Esta “estrategia de diferenciación” apela la *illusio* específica de los participantes, que implica el reconocimiento de el Festival de San Sebastián y su *Industry Club* como el espacio que convoca a otras posiciones del sub campo en el que está su interés particular. El motor de la asistencia a este espacio es el

⁶¹ La función de las acreditaciones se entiende en los festivales, en que la división de espacios según el interés de los participantes en el campo es importante para mantener un orden y cierta “exclusividad” en el acceso a la información.

⁶² Entendido tradicionalmente como el espacio en que se realiza a manera de “feria de negocios” una exposición de empresas, productos, servicios, instituciones, etc.. Este “mercado tradicional” en el que hay stands de participantes que pagan por el espacio, tiene su origen en la organización del mercado de Cannes, que marcó la pauta.

⁶³ Al buen estilo vasco, los “almuerzos de industria” son “pintxos” y están acompañados de buen vino

capital social potencial y al acreditarse un productor busca “conocimiento y reconocimiento; o, en otros términos, con la adhesión a un grupo” (Bourdieu, 1985: 2).

El papel de la prensa especializada en la reproducción del capital simbólico

El espacio físico exclusivo para prensa es más amplio y mantiene a lo largo del día gran afluencia. Está ubicado junto al *industry* y en el mismo edificio, llamado Kursaal, hay dos salas en las que se proyectan funciones de las películas en estreno para *prensa e industria* desde las 9am. Las salas siempre están llenas y a la entrada y a la salida se nota gran movimiento de los participantes que tienen acreditación de prensa.

“la prensa es un mundo aparte en los festivales grandes, conozco a unos interesados en cine latinoamericano, hay unos más que también son programadores, pero siempre hay muchísimos acá, se conocen entre sí, tienen sus propios eventos y sólo nos cruzamos en las funciones.. les ves si por algo especial te quieren entrevistar, claro. Sólo en festivales pequeños con premios de prensa puedes conocer alguno... sino es difícil” (de Carvalho, entrevista, 2012)

Fuera de la zona “reservada” para los que participan dentro del campo cinematográfico, el glamour, la prensa y la cantidad impresionante de público (joven en su mayoría) que tienen las funciones de estreno al público recuerda que se trata de un festival clase “A”.

“lo raro de San Sebastián es que la alfombra roja está ahí, afuera del Kursaal mismo, en el camino del *industry* al hotel, o al foro, tienes que pasar por ahí... aunque sales rápido o cruzas la calle, ves la alfombra roja, cámaras, gente... y te acuerdas que hay farándula, prensa... en otros mercados grandes no están tan cerca los espacios y no te recuerdas” (Sampaio, entrevista, 2012)

Sobre la alfombra roja, el hecho de que San Sebastián es un festival clase “A” al que asisten estrellas famosas⁶⁴ otorga al evento capital simbólico dentro del campo social. Fuera de la decena de “estrellas” que son especialmente invitadas al festival, quienes caminan sobre ella son observados y fotografiados sin que el público los reconozca. Sara Silveira, productora de la película “Cores”, que se estrena en la sección Horizontes Latinos, es extremadamente alegre y encantadoramente “escandalosa”. La gran mayoría de productores, programadores o distribuidores latinoamericanos saben quien es, pero el

⁶⁴ Este año el festival entregó premios Donostia por reconocimiento a la carrera artística a estrellas como Dustin Hoffman, Tommy Lee Jones, Ewan Mc Gregor, John Travolta. Obviamente me enteré por el periódico diario y la web, pero nunca estuve al tanto de las actividades en torno a las “estrellas” porque es la parte más alejada del sub campo por el que fui al *industry*.

público obviamente no tiene idea. Sin embargo, a la entrada del estreno de su película ella entra sonriendo y saludando con la gente que se aglomera en el corredor de la alfombra, le toman muchas fotos, firma un par de autógrafos. Es una estrella. Los demás productores pasan evitando el show y en algunos casos siguen conversando de trabajo y no se dan cuenta de lo que pasa alrededor. Ella se divierte.

“la noche del estreno había muchíisimos fotógrafos, prensa, la sala llena, nos tomaron miles de fotos, Bernardo firmó hasta autógrafos... era muy raro... fue todo rápido... muy emocionante... a la final creo que la mayoría de la prensa ni se quedó a ver “Entre la noche⁶⁵”... sólo tomaron miiiiles de fotos, que creo que ni salieron en ningún lugar nunca” (Shannon, 2012, entrevista)

Los que asisten a los estrenos, ruedas de prensa, inauguraciones, premiaciones acompañados siempre de fotógrafos son los representantes de la prensa, aquella en la que se reusaban a trabajar los escritores del siglo XIX defensores del “arte por el arte”, y que se caracterizan por dedicar “extensos espacios al folletín, a la crónica de sociedad y a la de sucesos” (Bourdieu, 1995: 87). La prensa es la encargada de conectar al campo cinematográfico con el mercado externo, son quienes por medio de sus secciones de cultura o de entretenimiento trasladan el capital simbólico del campo hacia el resto del espacio social. Son externos al campo, podrían considerarse piezas “satélite” que pertenecen al campo de la comunicación, son el vínculo con el mercado.

Por el contrario, la crítica (prensa especializada) es parte constitutiva del campo y cumple una posición específica dentro de él. Su función es la de transformar otras formas de capital en capital simbólico; operan al interior del campo. Al igual que las Academias, son posiciones que disponen de un alto grado de reconocimiento de su capital cultural y esto les posiciona en un lugar relativamente privilegiado respecto a los productores, porque tienen el poder de otorgar lo máspreciado en el campo: capital simbólico.

Aimir Hossein (crítico iraní miembro de FIPRESCI que conocí en un festival pequeño años atrás) está desarrollando un proyecto para dirigir una película y me “confesó” que sentía que esto no es “bien visto” entre los colegas de la federación. El asociaba esta “reprobación” de sus colegas a dos puntos: por un lado porque implica dedicar más tiempo a la realización de su proyecto que a “cultivarse” viendo películas o

⁶⁵ Abreviación del nombre de la película “entre la noche y el día”, dirigida por el mexicano Bernardo Arellano, ganadora del premio Cine en Construcción 2010 y que se estrenó en San Sebastián en el 2011.

a escribir, y por otro lado por cierto sentido de “traición” al grupo. Esta sensación personal que tiene este crítico desde su posición muestra que dentro del sub campo de la crítica los productores son considerados frecuentemente posiciones con menor capital cultural y que esta “traición” implica la existencia de conflicto, una disputa del capital simbólico.

La posición que ocupa cada crítico depende a su vez del capital simbólico acumulado en el tiempo por el periódico o revista al que representa, definido por su carácter informativo o crítico y la trayectoria de posiciones anteriores. Este prestigio depende de la publicación continua de críticas (o el descubrimiento) de películas pegadas al polo de *producción restringida* en el caso de las revistas de “crítica especializada” y el alcance (número de lectores) en el caso de medios “informativos”.

En el campo cinematográfico obviamente ocupan una mejor posición los más cercanos a la “crítica pura”, es decir los que en su trayectoria se han mantenido más cerca del “arte puro”. Además de la pertenencia a un medio, los críticos internacionales a nivel individual tienen un sistema de “certificación” de la posesión de capital cultural. La Federación de Críticos FIPRESCI es un grupo al que se adhieren los críticos “consagrados” a nivel mundial y ser parte de ella les otorga indudablemente una posición de ventaja. En más de 200 festivales a nivel mundial hay un premio de la crítica y la prensa manejado por FIPRESCI y la institución asigna, de acuerdo al prestigio de cada festival, labores en cada jurado a sus miembros que han sido previamente “rankeados”.

Notas sobre la nacionalidad y la inversión de capital económico

El capital económico que invierten los Estados en promoción cinematográfica internacional permite la reproducción directa del capital cultural, social y simbólico siempre y cuando esté bien orientado. Al observar la presencia de productores de las distintas nacionalidades y sus prácticas particulares me aventuro a intuir la orientación de la política cinematográfica de cada país.

En primer lugar importa la decisión de los “juegos” en los que se invertirán las especies de capital a disposición. En nuestro país las prioridades no están definidas en función del análisis de la oferta “exportable” de cine ecuatoriano y la planificación de la inversión en función de ello. Es importante reconocer que el Estado ecuatoriano invirtió

por primera vez en la participación de “delegaciones” en mercados internacionales como parte de una política de fomento a la actividad “industrial” – sin dejar de reconocer que es un primer gran paso y que se ha mejorado la planificación -, pero no ha priorizado una política de “diferenciación del potencial artístico”. Esto se evidencia en que no existe un mecanismo de financiamiento de pasajes y otros gastos para representaciones internacionales a productores o creadores que han sido reconocidos en espacios de prestigio internacional. Esta práctica es una prioridad de la política de fomento internacional en los países que la tienen.

“Si no tengan estas posibilidades... eso hay que decir a Sonja y a otros de los foros o festivales porque pueden o hablar con la institución en Ecuador o buscar que alguien apoye. ¿Y si queda la película en un festival grande qué hacen? Por lo general no pagan los pasajes, sólo hotel. Y si no tienes un agente de ventas que puede poner la plata, entonces estás en problemas, porque no puedes dejar de ir y al final de la película están todos endeudados a veces. Pasa mucho eso... y siempre se quiere hacer un coctel o algo para los distribuidores” (de Carvalho, 2012, entrevista).

Brasil muchos años antes de su política de “expansión internacional” tenía ya un sistema complejo de ayudas según la jerarquía de los espacios a los que los artistas eran invitados o reconocidos. El ANCINE⁶⁶ “tiene unas tablas en las que se asigna a cada proyecto pasajes según la selección en espacios importantes” (Muritiba, 2012, entrevista) hay que entender bien como funciona y el trámite burocrático puede ser complejo, pero finalmente quienes son reconocidos internacionalmente son apoyados por su gobierno para asistir a los espacios en que es posible la reproducción del capital simbólico y cultural.

Días después de que recibí la invitación oficial a participar en el *Industry Club*, que incluye hospedaje por cuatro noches y los “almuerzos de industria”, recibí una llamada de Saioa Riba, coordinadora del Foro de Co producción. Al teléfono Saioa me preguntó si la razón por la que no había respondido a la invitación era la falta de financiamiento para el viaje. Cuando respondí afirmativamente, me ofreció el reembolso de seiscientos euros del valor del pasaje para que pueda asistir.

Al tener esta oferta confirmé inmediatamente mi participación y ya en San Sebastián una noche pregunté a los presentes si habían recibido estas “ayudas”. Tal

⁶⁶ Agencia Nacional de Cine, institución encargada del fomento al sector en Brasil. Tiene rango de Ministerio y según chismes que circulaban en San Sebastián, en el 2013 su presupuesto sería tres veces mayor que el año pasado

como me imaginaba, los amigos brasileros (incluso los que tenían un proyecto participante), los argentinos y los colombianos no habían recibido ayuda del Festival, mientras que los bolivianos, los ecuatorianos y los guatemaltecos (incluyendo la productora suiza residente en Guatemala⁶⁷) si la habíamos obtenido.

“Yo casi no me voy. Al estar seleccionadas con proyecto la invitación era para las dos, pero si no era por los famosos seiscientos euros de pasaje, yo no me iba... con las justas nos alcanzaba lo que quedaba del fondo de desarrollo para pagar el pasaje de la Majo, yo no iba a ir”
(Calvache, entrevista, 2012)

Evidentemente la nacionalidad de los participantes influye en la posición dentro del campo, por el simple hecho de que el campo cinematográfico es un campo en posición de dominación respecto al capital económico. La disponibilidad de financiamiento resuelven los problemas logísticos para asistir a espacios de “negocios”, formación y consagración y por lo tanto da acceso a potencial capital social, simbólico, cultural y económico (en ese orden). La posibilidad que tienen productores de países que tienen una política de financiamiento para eventos internacionales de prestigio (como Brasil, Argentina, Chile y Colombia) facilita una presencia continua en festivales y mercados, la frecuencia se traduce en experiencia (habitus) y esto abre puertas a una mejor posición relativa dentro del campo.

En San Sebastián llama la atención el caso de dos países: Brasil y Chile. En la ciudad Brasil se siente como una potencia; todos quieren ir a la fiesta del cine brasilero (siempre es considerada la fiesta más divertida) y al llegar se nota que la inversión en promoción internacional es grande. La fiesta es en el Acuario de San Sebastián, un lugar con vista privilegiada en el que hasta las dos de la mañana circula comida y cashaça en grandes cantidades mientras toca una banda de samba. Los asistentes son de variadas nacionalidades y trabajan en diversas áreas de la industria. Encuentro a distribuidores españoles, franceses, bolivianos y alemanes, un diseñador de sonido inglés, productores de toda Latinoamérica y por supuesto se escucha principalmente portugués e inglés y también castellano y francés.

En medio de la sensación constante en el ambiente de que la crisis española es fuerte, la abundancia brasilerita toma otro sentido. Me pregunto si eso incide en que

⁶⁷ Es importante mencionar que al hablar de nacionalidad de los productores, nos referimos a la nacionalidad de la empresa productora a la que representan y el país que residen, mientras que en el caso de directores, actores y técnicos si importa la nacionalidad individual legal.

luego los amigos brasileiros del proyecto en el foro de co producción me comentaban que algunos productores españoles que trabajan con proyectos de gran presupuesto se acercaban a su mesa a pesar de que su proyecto es notoriamente un proyecto mucho más pequeño. Antônio, productor del proyecto, sugiere que ser brasileiro le ha hecho sentir que todos quieren hacer negocios con él y que su proyecto crezca en presupuesto. En la noche subimos a un taxi juntos y al escuchar el maravilloso portunhol el taxista comienza a hablar de lo bien que está Brasil, del mundial 2014 y de que en el Festival de San Sebastián hay muchas películas brasileiras buenas que quiere ir a ver. Pocos minutos antes Antônio y yo conversábamos de la poca presencia brasileira en la programación del festival y en general de que en los últimos años no se ha visto “revelaciones”. La fiesta de Cinema do Brasil fue luego de la proyección de la película Cores, la única película brasileira en una de las secciones oficiales competitivas y que no provocó importantes elogios de la crítica ni gran reconocimiento del público.

Respecto a la película me parece importante notar que tiene una fuerte propuesta estética; el uso de fotografía blanco y negro y la fuerza de los ambientes de barrio y de la lluvia en el diseño sonoro resaltan en esta obra cuyo guión no es particularmente bueno. Luego de la función y las preguntas del público la gente sale contenta no sólo por la película, sino porque el equipo de producción es encantador y la sencillez del director es notable y resalta una y otra vez que sin la productora la película no era posible. El carisma de su productora llama la atención y aunque evita acaparar el micrófono es evidente que sabe mucho de cine y del proyecto; su experiencia, al ser quizá la productora más importante de películas pegadas al polo de *producción restringida* en Brasil y al contar con más de veinte años de experiencia, su aporte a los valores estéticos de la película es importantísimo, y se nota por comentarios respecto por ejemplo a la intensificación de la propuesta sonora.

El foro de Co Producciónn

No me atreví a preguntar por qué me invitaron, pero asumo que se debe a que envié un proyecto al Foro de Coproducción, que al parecer llamó la atención aunque no fue seleccionado como participante. En San Sebastián algunas personas me preguntaron por el proyecto, que tiene cierta trayectoria de prestigio porque ha recorrido ya varios espacios reconocidos internacionalmente. Federico Veiroj, con quien mantuve años

atrás correspondencia por mail por el interés de programar sus películas en el Festival Cero Latitud, me preguntó cosas concretas sobre esta nueva película en desarrollo antes de darme sugerencias de títulos para una muestra de cine uruguayo para la cual hace pocos meses le solicité apoyo. Hoy Federico es programador para América Latina de San Sebastián y según me enteré después también es uno de los promotores de la creación del Foro.

Se que influye el capital simbólico que ha alcanzado el proyecto y la empresa productora en estos años, pero también se nota la importancia del capital social. Cuando no seleccionaron mi proyecto para su participación en el Foro de Co Producción nos apenamos, pero luego de ser invitada a participar en el *Industry* como parte del foro pero sin proyecto, me alegré por dos cosas: por no tener que hacer un *pitch* y porque comprendí que implica “subir de categoría”.

Los participantes sin proyecto o “decision makers”⁶⁸ son en los foros de co producción, y otros espacios en los que se presentan proyectos para evaluación, los encargados de invertir capital económico, cultural o social en futuras producciones. Esto implica que por un lado han acumulado capital específico (simbólico) y se han ubicado en una posición de ventaja (al menos a los ojos de los organizadores), y por otro lado que se especula que tienen a disposición especies de los cuatro tipos de capital que en diferentes combinaciones necesitan los participantes en el campo para que su proyecto llegue a ser una obra terminada y para que se pueda posicionar de mejor manera dentro del campo.

Los *decision makers* asisten a los *pitch* en los foros y luego se reúnen con los representantes de los proyectos que llamaron su atención. El famoso *pitch* no es sino una exposición clara y adaptada a la audiencia sobre el proyecto. Es una práctica “de moda” en el campo y se considera un mecanismo de “venta” del proyecto. Al estar orientado al público es frecuentemente rechazado por las posiciones más autónomas del campo, quienes por la gran necesidad de disponibilidad de capital económico en la producción cinematográfica acuden a estos espacios aún sabiendo que tienen que hacer una presentación pública y poner en evidencia sus *valores de producción* según reglas de mercado. Pero al ser el mercado propio de la *producción restringida* los participantes

⁶⁸ Este término en inglés es utilizado frecuentemente por los organizadores, más que por los participantes. Es importante notar que en los eventos internacionales el inglés es el idioma oficial.

del campo que conocen este “mundo al revés”, el “rechazo” a las normas de participación en el foro se convierte en un “arma” en el juego para los productores más cercanos al polo más autónomo del campo. Esto apela a los “decision makers” a adherirse al proyecto por implicar una adhesión a la idea del “arte por el arte”.

Esta afirmación parece sensata luego de observar que entre los proyectos seleccionados en San Sebastián un caso llamó la atención porque no se presentó. *Cuando los caballos aprendieron a llorar* es el proyecto dirigido por uno de los “jóvenes talentos mexicanos”. Nicolás Pereda se ha posicionado en el campo en “ventaja” relativa por su “intrigante, desafiante de la formalidad, el modo de explorar la división entre ricos y pobres, entre lo rural y lo urbano, y entre ficción y documental” (TIFF, 2012)⁶⁹, y su participación apoya a la reproducción de capital simbólico para el mismo Foro y también para el resto de sus participantes en el sub campo más autónomo. Luego de que los organizadores anunciaron (sin explicación alguna) que el proyecto no se iba a presentar, pero que podían hacer reuniones para sesiones individuales, al día siguiente se pudo observar en el “stand” del proyecto afluencia de “gente importante” para reuniones y las miradas curiosas de otros participantes. Este proyecto es la clara muestra de lo que explica Bourdieu sobre lo mencionado anteriormente respecto a la importancia de la acumulación de un “nombre” como requisito para tener la posibilidad de consagrar obras y dotarlas de valor económico y simbólico. Bourdieu recuerda que para el artista

La única acumulación legítima, tanto para el autor como para el crítico, para el marchante como para el editor o el director de teatro, consiste en hacerse un nombre, un nombre conocido y reconocido, capital de consagración que implica un poder de consagrar objetos (es el efecto de marca o de firma) o personas (mediante la publicación, la exposición, etc), por lo tanto de otorgar un valor, y de sacar los beneficios correspondientes de esta operación (Bourdieu, 1995: 224)

La independencia creativa le ha posicionado a este artista en ventaja relativa dentro del campo, y en su calidad de “artista joven y consagrado” tiene la posibilidad de tener un proyecto de gran presupuesto - en comparación a sus proyectos anteriores y al modo de producción pegado al *neorrealismo* por su tendencia “minimalista en recursos

⁶⁹ En la edición 2012 el Festival de Cine de Toronto (festival que en su trayectoria reciente ha adquirido gran prestigio y es clasificado como Clase “A”)

económicos” que sugiere su estética - sin que esto ponga en tela de duda su “independencia creativa”.

Este éxito económico que logra este artista en su séptima película es posible por la asociación con un productor reconocido por ser un vínculo con el campo más heterónimo dentro del sub campo de la producción restringida. La empresa Tornasol Films es conocida por ser uno de los principales gestores del reconocimiento de la película “El secreto de sus ojos” en la Academia estadounidense en el 2010, posible por el capital social y simbólico que la empresa (y el director argentino) habían acumulado en su trayectoria de posiciones previas⁷⁰.

De cada uno de los participantes se podría hacer un seguimiento de trayectoria similar, pero (para no ahondar en detalles que no vienen al caso) separé los proyectos en tres grupos de posiciones, según el interés en el campo que sugieren sus prácticas, temas, interés estético mostrado en trabajos previos, conversaciones con otros productores, etc.. Para la clasificación se observó principalmente particularidades de los proyectos evidentes en las presentaciones en el foro y se investigó las trayectorias de los proyectos, de los directores y de los productores (un resumen se muestra en el Cuadro 1). Los tres grupos de proyectos responden al interés y auto identificación de los participantes: 1. “arte comercial”, 2. “arte social” 3. “arte por el arte”.

Me interesa prestar especial atención al grupo 3, que es identificado como los productores identificados en el polo más autónomo del campo Iberoamericano (todos los proyectos son latinoamericanos y españoles). Nicolás Pereda es dentro del grupo el único al que yo consideraría un artista con “consagración” en términos del “arte puro” porque es el único que ha sido reconocido por su obra, por la trayectoria y no por un proyecto particular. En varios festivales y otros espacios de reconocimiento más “vanguardista” se han realizado retrospectivas de la obra de este autor.

Nombres como Ana Katz, Daniel Hendler y Anahi Berneri⁷¹ (3.1) son ya conocidos en el medio porque ya han tenido una trayectoria de reconocimiento en el campo por la participación de sus películas anteriores en Festivales con prestigio, sin embargo su obra (como una serie de trabajos) no es de interés, no son considerados referentes de la indagación estética. “Tienen ese algo común. Sus películas si parecen

⁷⁰ En el cuadro 1 se puede observar un resumen de “reconocimientos” de los proyectos, sus directores y productores.

⁷¹ Cabe notar que todos son directores argentinos

argentinas” (Sampaio, 2012, entrevista). Este reconocimiento en festivales de las películas argentinas surge de y es a la vez multiplicador del capital simbólico acumulado en los últimos años por el cine argentino - obviamente hay que reconocer el nivel de calidad técnica y artística de los trabajos de directores mencionados-. Este capital simbólico nacional de Argentina está influenciado por el acercamiento a la “opinión pública” que han logrado películas como *El secreto de sus Ojos* con el Oscar y ha aportado a la acumulación de capital simbólico del cine latinoamericano, revalorizando su calidad dentro y fuera del campo.

Hay tres proyectos de ópera prima dentro del grupo mencionado: uno boliviano, uno brasilero y uno uruguayo (3.3). El uruguayo residente en Argentina Alex Piperino aparece como una “joven promesa” del cine latinoamericano, lo que se evidencia en el interés de instituciones de “vanguardia” que apoyan su proyecto. Hubert Bals es el fondo de ayuda a la producción de proyectos del Festival de Cine de Rotterdam.

“Tener algo cerca de Rotterdam te da instantáneamente otro status. Es un poco raro... se habla del “efecto Rotterdam” a veces por ese impulso que se da a las óperas primas. Los contactos que salen de ahí no están en otros espacios. No puedo explicar, pero es como si de pronto la gente que le interesa buscar esas locuras que a mí me interesan y que nunca a nadie le importan, como que de pronto aparecen. Si cambia las posibilidades” (Oizaiola, 2012, entrevista)

En este espacio los programadores, productores o gestores de proyectos más cercanos al polo más autónomo del campo buscan los nuevos directores que tienen propuestas más orientadas a la estética. “Todos los años voy a San Sebastián y a Rotterdam. En Rotterdam porque están los proyectos más “de mi estilo”⁷² y ahí en el *Cinemart* (el mercado, sabe) o en Plus, en cortometrajes.. siempre hay algo nuevo interesante” (de Carvalho, 2012, entrevista). Este proyecto fue parte del Binger Lab, taller de proyectos en Holanda que aglutina a productores cercanos al “arte por el arte” de todo el mundo. La selección es complicada y por un acuerdo entre el TyPA⁷³ y Binger Lab, un proyecto argentino es seleccionado cada año para asistir al encuentro. Esto indiscutiblemente abre posibilidades a los productores.

⁷² Por conversaciones anteriores y por las películas que sugiere, entiendo que le gusta las que exploran en la estética, que tienen tensión constante, más bien lentas y que tienen personajes bien desarrollados

⁷³ Taller Colon de Teoría y Práctica de las Artes que se realiza en Argentina y que desde hace varios años tiene acuerdos con Cannes, Binger Lab, Berlín, etc.

En los otros dos proyectos de este grupo (3.3) hay un trabajo importante orientado a la búsqueda artística desde un “replanteamiento” de las formas narrativas. Parece evidente que en ambos casos esto es lo que llama la atención porque luego de la exposición en el foro, las preguntas denotaron que el interés en saber detalles respecto a las formas en que los autores van a enfrentar el manejo del lenguaje. Me pareció importante notar que en ambos casos el humor “no convencional” juega un papel importante, los directores lograron evidente empatía con el público del foro logrando risa en los participantes por la “frescura” de la exposición o las respuestas. Productor y director son una dupla que denota el carácter de la película y resaltan sus “debilidades” en público, contrario los talleres o “manuales” de *pitch* que sugieren que se debe resaltar “los valores de producción” y evitar mostrar las debilidades. “Soy engraçado? o se ríen de mi?” Preguntó el director Ali Muritiba en medio de su exposición mientras revisa si la bragueta de su pantalón está abierta. “Yo soy, voy a actuar porque no encontramos ninguna otra gorda así de gorda que pueda (y quiera) hacer escenas de sexo y cantar” (Arrancibia, 2012, ponencia) dice la directora y protagonista de *Las Malcogidas* y sonríe al responder a la obvia pregunta (luego de la exposición) de si ella era la actriz principal.

La directora del proyecto boliviano participó en el Talent Campus de la Berlinale el año pasado y gracias a ello el proyecto, que ha tenido un largo trabajo de escritura de guión y desarrollo del planteamiento estético - en lo visual y en música (porque es un musical) - sin poder ser filmado, tiene acumulado capital social y simbólico, pero no dispone de capital económico para su realización.

El problema, como sabes, es ya plata plata ahora. Estamos listas para hacerlo.. El problema es que pasó mucho tiempo y ya tenemos que filmar, el proyecto está muy avanzado, entonces tenemos que arrancar sin otro co productor ni nada. Esperamos Ibermedia ahora en noviembre y con lo que me fui al Talent y la Viki estrenó en Berlín, ya creo que si hacemos la película para terminarla o para estrenar podemos tener más opciones de financiamiento de la post producción” (Arrancibia, 2012, entrevista)

El Capital social de la dupla brasilera está en proceso de formación. Recién egresados de la facultad de cine en Curitiba, ciudad con relativamente poca actividad cinematográfica en Brasil, son parte de un colectivo que inició en el 2010 el Festival Internacional de Cine Olhar de Cinema. Primer festival con competencia internacional

en Curitiba y que ha tenido una programación muy enfocada al cine de “producción restringida”. “Si podemos viajar por el festival podemos hacer cosas para el proyecto y si viajamos por el proyecto buscamos películas y ayudas para el festival... Ayer nos fuimos para comer con algunos que estaban ahí. Vanessa y otra de las chicas del festival decían que “somos del clan”. Si es raro saber eso. Que luego de estar acá haces parte del “clan San Sebastián”... pero también es bueno, supongo... para el festival nuestro es siempre bien” (Junior, 2012, entrevista).

De acuerdo a lo que se dijo en el capítulo II, las posiciones ubicadas en el grupo 1, son las que se orientan al sub campo de la *gran producción* y las del capítulo II en el del *cine social*. En ambos grupos obviamente hay diferentes posiciones, que es lo que genera esta “red” que dibuja la estructura del campo. La diferencia que he marcado entre los proyectos codificados como 3.2 y 2.3 es el interés principal, porque en proyecto Guatemalteco identifiqué mayor interés central en el cine social desde la propuesta visual y en el proyecto Colombiano el contexto social en que se desarrolla la historia es de vital importancia, pero la búsqueda en la historia y en la forma parece tener una orientación más personal.

Las posiciones del grupo 1 que he identificado como las más cercanas a la *gran producción*⁷⁴ tienen también diferencias entre sí según el interés principal. Más que describir la posición de cada uno de los proyectos en la estructura del campo, me interesa resaltar que “hay algunos que no me puedo ni acercar. Qué puedo ofrecer a la comedia romántica? Peor de animación. Ni a ellos ni a mí me interesa... si ves que hay los que pasan en esa zona de los stands donde estaban los “proyectos para productores grandes” y otros por el otro lado de la sala siempre” (de Carvalho, 2012, entrevista). Y se nota de todas maneras (sobre todo entre los programadores de festivales con prestigio) que la búsqueda de reproducción del capital económico, reconocido como falta de autonomía respecto al orden jerárquico externo, que los del grupo 1 se encuentran en una posición de desventaja dentro del campo. Esto es coherente con lo que afirma Bourdieu:

Algunos escritores, como Leconte de Lisle, llegan incluso a considerar el éxito inmediato como una “señal de inferioridad intelectual”. Y la mística tributaria de Cristo del “artista maldito”, sacrificado en este

⁷⁴ Es importante recordar que el buscar “socios” en San Sebastián implica que todos los participantes son proyectos que no pertenecen al sub campo de la gran producción, porque el espacio natural para estos proyectos son otro tipo de mercados (como el AFM o el MIPCOM)

mundo y consagrado en el más allá, no profesional, de la contradicción específica del modo de producción que el artista puro pretende instaurar (Bourdieu, 1995:130).

Por eso los organizadores de foros suelen advertir a los participantes “primerizos” que lo más común es que no salgan acuerdos concretos de los foros, pero se enfatiza en que el seguimiento de los contactos es importante. En San Sebastián esto no ocurre porque los productores participantes ya han tenido cierta experiencia en otros foros o mercados. Otra evidencia de que es un festival Clase A.

Cine en construcción

En la 60 edición del Festival de Cine Donostia – San Sebastián, se celebró la 10ma edición de Cine en Construcción, el primer premio de post producción, que con el tiempo se ha consolidado como un espacio emblemático de promoción de nuevos talentos latinoamericanos.

Más allá de que los premios son una oportunidad casi única de que las películas se finalicen, es el lugar en el que los programadores de festivales buscan cada año las novedades latinoamericanas. Paulo Carvalho, productor alemán relacionado con América Latina principalmente por ser brasilero de nacimiento, es actualmente programador del festival de documental de Leipzig, de Tübingen y es asesor para América Latina de la Quincena de Realizadores de Cannes. El capital cultural que acumula como programador se debe no sólo a que ve películas, sino a que conoce los proyectos en la región; sabe de las películas cuando son todavía un proyecto y sobre todo porque ve las películas en estado de post producción. Según Paulo de Carvalho:

y a San Sebastián porque está el cine latinoamericano... pero sobre todo por Cine en Construcción. Ahí es donde se puede ver eso que viene el próximo año. También por eso ahora estoy yendo a Guadalajara o Bafici (o trato) porque tienen estos premios para terminación (de Carvalho, 2012, entrevista)

La novedad, la primicia es el principal atractivo de estos espacios para los programadores y críticos de cine, mientras que para los organizadores implica crear un vínculo temprano con películas que cumplen con su “línea editorial” y que pueden tener reconocimiento en otros espacios de prestigio como otros festivales. La productora de la película “7 Cajas” afirma que saber que San Sebastián le dio el premio de Cine en Construcción, siempre querían verla los programadores pero no existía tanta presión

porque tenían la seguridad de que al año siguiente estaría en una de las secciones de San Sebastián independientemente de si otro festival les pedía el estreno.

“Lo raro es que la película cuando se estrena ya es un poco “vieja”. Tu tratas de convencerle al programador de un festival de que vea la película y te responde que ya la vio en Cine en Construcción. Eso a veces te sorprende porque sabes un poco que no le gustó.. pero luego te da un poco de iras porque le hicieron con el premio una post producción increíble y el del festival que te interesa y la vio y no la va a volver a ver... y puede cambiar mucho también en el proceso. Luego en el estreno para la crítica, etc.. tu película ya no es una novedad, porque ya fue la cosa caliente del año pasado” (Shannon, 2012, entrevista)

En la primera edición de Cine en Construcción el premio⁷⁵ lo recibió el director ecuatoriano Víctor Arregui, por su ópera prima “Fuera de Juego”. El premio consistía en la totalidad de servicios de post producción para la película, que incluía la mezcla sonora en Dolby digital, el inflado a 35mm de la película, que

“fue filmada en un mini DV de las primeras que salieron en buena calidad, una cámara buena pero chiquita, que ahora no se usa. Mandamos a San Sebastián por si acaso y cuando nos dijeron que estaba seleccionada no creía, además no sabíamos lo que era. Fui con la Anahí ... cuando ganamos no sabía lo que era. Yo no pude ir a recibir el premio, no fui a la premiación, me fui por ahí con unos chamos que conocí.. Al día siguiente fui a firmar unos papeles. No entendí nada.. y ese año me llevaron a hacer el sonido, al inflado, el color y los títulos en España. Se gastaron como 10 veces lo que había costado la película en la post. Los estudios eran a lo bestia. Me sentaban ahí y me hacían oír 10 sonidos de puertas que tenían en un super archivo. Escogía lo que me gustaba y me iba a ver el color en otro piso.. luego me iba a la casa y al día siguiente veía como quedaba” (Arregui, 2012, entrevista)

En este caso el papel que jugó el ser ecuatoriano, la temática de la película en relación a la realidad socioeconómica del país y la presencia del actor influyen. Los premios de industria son para los que menos tienen industria. Con el tiempo el premio de cine en construcción ha ido cambiando y se han incluido premios nuevos.

Uno de los principales contactos obtenidos para Víctor Arregui en esta experiencia es la relación con José María Riba, actualmente parte del comité de selección de la Quincena de Realizadores de Cannes, que en el 2003 coordinaba Cine en Construcción y con quien el director afirma mantener un lazo de amistad “Principalmente hablamos de fútbol y de política y tengo la confianza de pedirle

⁷⁵ Ahora hay varios premios, en la primera edición era uno solo, que es el equivalente al “Premio de la Industria”, que consiste en servicios de post producción

contactos, que me sugiera festivales y me interesa que vea la nueva peli.. el me pregunta de películas nuevas de acá” (Arregui, 2012, entrevista).

Esta confianza mutua por la amistad ha implicado un apoyo para el director en cuanto la presentación a festivales de la película pero, según el afirma, la falta de experiencia en el tema internacional ha llevó a que en su momento la opinión de José María pese demasiado y limitó el acceso a otros festivales. Es el caso concreto de su segunda película “Cuando me toque a mí” que, cuando estuvo filmada y editada y sin posibilidades de financiamiento para su terminación, José María la vio.

“A él no le gustó la película, no le veía potencial o no se si tuvo un mal día ... o a lo mejor la vio luego de 10 películas más para selección, no se.. pero eso me bajoneó, creí que no estaba buena, que no podía entrar en ningún otro festival y por eso mandamos no a Biarritz que querían mostrar la peli en digital, sin mezcla final de sonido... fue un error de inexperiencia” (Arregui, 2012, entrevista)

El Estreno en Biarritz cerró puertas internacionales porque al ser un festival clasificado como categoría “B”, perdió las posibilidades de acceder a un festival “A”. Para Biarritz estrenar la película a nivel mundial, siendo un festival que vive de alguna forma de la sombra de San Sebastián, era algo que le daría prestigio. Es por eso que solicitaron proyectar la película en un formato normal de video, sin la finalización del proceso de post producción. Los productores de la película éramos dos personas sin ninguna experiencia en el campo cinematográfico y ninguno de los dos tenía clara la importancia de crear una “estrategia de festivales”, por lo que la decisión de Víctor de estrenar la película en Biarritz fue acogida por ambos sin dudar.

La inexperiencia también llevó a desaprovechar las oportunidades que se puede obtener en el campo en términos de potencial de una buena posición, que permita la acumulación de capital simbólico y la construcción de una trayectoria de consagración. “por no saber bien cómo hacer con la segunda película, esta también ha sido difícil. Según nos dijeron los programadores luego de que ganamos el premio en Biarritz, podíamos entrar a Cannes incluso. En la próxima es más difícil, creo” (Arregui, 2012, entrevista) el llevar la segunda película de un director ganador de Cine en Construcción.

Notas finales sobre prácticas adquiridas

Algo que genera una gran ventaja práctica en los mercados (como en otros ámbitos de la vida social) es el “saber como moverse”, “saber comportarse”. En el 2006 asistí por primera vez a un espacio de industria: Los Mannheim Meetings⁷⁶. Tuve una tutoría para desarrollo de un proyecto con una productora iraní cuya cara no olvido y su nombre ya no recuerdo, su apodo era Roschi. Ella afirmaba que lo más difícil no era ni hacer la película, ni hacer los dossiers ni conseguir socios, sino sentirse cómoda en un mercado y que cuando eso se logra sirve. Ahora entiendo lo que quería decir; los espacios de industria pueden ser insufribles y lo máspreciado hoy, luego de varios viajes y días de incomodidad, es saber con quien juntarse, a qué cóctel ir, cuando irse al hotel, elegir bien las reuniones, con quién hay afinidades artísticas, buscar las esquinas, que es mejor no hablar de lo que no se sabe y que al vestirse se debe estar preparada para pasar 10 horas de pie, con cambios frecuentes de temperatura y aún así verse medianamente bien.

Los espacios de industria son la oportunidad de encuentro con el mercado efectivo del sub campo de producción restringida y la posibilidad de crear potenciales vínculos con el mercado externo. En países con un campo cinematográfico pequeño (como el ecuatoriano) y que no disponen de un evento anual de industria en el propio país, estos espacios son de vital importancia y las primeras experiencias “en el campo” son en lo internacional. Entonces el escaso acceso hace de cada viaje un aprendizaje de detalles porque cada uno de ellos ayuda a aprovechar el tiempo y el espacio.

Creo que este capital cultural encarnado que sólo se adquiere en la práctica podría ser parte de un “manual para el joven productor cinematográfico”, que a mí me hubiera encantado leer y que podría incluir varias conclusiones: en reuniones a veces menos es más. Es mejor trabajar en casa seleccionando las personas “de interés” antes “que hacer muchas reuniones sin un tema específico. En casa hay menos opciones de “sorprenderte con un buen contacto” en un pasillo o al tomar un café con un amigo si estás en el mercado” (de Carvalho, 2012, entrevista).

Siempre ir a los cocteles, pero no a todos y “evitar extenderse en las fiestas. Los latinoamericanos, al menos los mexicanos (y por lo que he visto también los ecuatorianos) tenemos problemas con eso” (Ruiz, 2012, entrevista). Parte importante de

⁷⁶ Mercado de co producción del Festival de Mannheim, Alemania.

este “habitus de mercado” del productor de cine independiente es “viajar ligero, tener un “kit básico de trabajo” y organizarse en el cuarto de hotel” (Shannon, 2012, entrevista) además de “nunca llevar materiales que la gente bota en la basura cuando hace la maleta para irse” (Santelices, 2012, entrevista). Saber algo de política internacional y hablar inglés fluido es lo básico, pero hablar varios idiomas y conocer más a fondo sobre la realidad de otros países aporta enormemente. Está muy bien leer el periódico local aunque sea en el avión.

Comencé a fijarme en las prácticas de los asistentes a diferentes espacios a partir de un encuentro de producción Ecuador – Venezuela en el Festival de Margarita. Al inicio de la primera “mesa de trabajo” comencé a “ponerme cómoda. Luego de mi “ritual de preparación” vi a mi derecha y note que Lisandra Rivera, productora ecuatoriana sentada a mi lado, estaba terminando de realizar el mismo procedimiento con una actitud similar. Nos miramos sorprendidas porque en ese preciso momento las dos limpiábamos nuestros lentes (muy parecidos) con un paño vileda azul exactamente igual, nuestras agendas eran idénticas (moleskine roja, pequeña, de líneas, edición del Fondo de Cultura Económica), su computadora era una versión nueva de la mía y todo estaba perfectamente dispuesto en la mesa en la que permaneceríamos el resto del día.

Eso es parte de mi “kit de mochila” que uso en los viajes y que ahora tiene su “versión minimalista para mercado”. Lo mejor que me pasó fue tener un Iphone (la última vez me prestaron un Ipad y me pareció increíblemente útil) porque permite en los espacios de mercado tener acceso a *Cinando*, al mail, a whatsapp y a skype para resolver problemas en Quito o para contactarse con otros participantes del mercado, pero sin tener que cargar una mochila pesada todo el día. El primer día de *industry* en San Sebastián noté que a mi “kit de mercado” era necesario aumentar gafas porque contrario a otros espacios, la dinámica obliga a ver el cielo, es un mercado en el que hay sol, luz natural. Es un alivio porque el encierro en centros de convenciones es lo que más agota y creo que podría incluso ser un factor para que exista un menor interés en ciertos mercados (como Guadalajara) al haber opciones en cuanto a oferta de negocios, pero con un tono más acogedor.

En todos los “espacios de industria” hay computadoras públicas (en mesas altas para que nadie se siente a trabajar largo) y se prefieren “hoteles ejecutivos” (con un escritorio más o menos cómodo y sin espacios familiares), porque la habitación es una

oficina temporal. Aunque se que es una observación un demasiado generalizadora, me atrevo a decir que la experiencia de los participantes se podría notar por dos vías: la independencia respecto a los grupos y la cantidad de materiales con los que transita durante el día. Incluso pueden estar relacionados: uno de los ejemplos más claros de que una persona no tiene capital social acumulado es que “andaba con tres bolsos enormes que los demás “de la delegación”. le tuvimos que ayudar a llevar porque no se fue a dejar las cosas en el hotel y luego alcanzó a los demás. Por no ir sola” (Santelices, 2012, entrevista).

Esto parece tonto, pero en realidad este habitus adquirido sólo luego de una trayectoria específica de posiciones ayuda a economizar mucho: en primer lugar tiempo, que como menciona Bourdieu es la principal inversión de los productores que no heredan una posición económica de ventaja, en segundo lugar ahorra capital económico porque evita gastar más días de hospedaje que los necesarios o no imprimir material promocional que llena los basureros de los mercados. También permite optimizar el capital social por estar siempre cerca de las redes de contacto que ofrece el “grupo de adhesión” del mercado y porque uno aprende a no reunirse por falta de investigación previa con alguien que ha acumulado “fama negativa”.

CONCLUSIONES

La observación de la realidad es lo que permite a Bourdieu a reinterpretar y revalorizar el principio económico primario. En la primera clase de la facultad de economía los alumnos copian en su cuaderno que la economía es “la ciencia que busca aprovechar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas”. Este concepto en principio no limita los recursos a aquellos de carácter material ni excluye a las necesidades espirituales o emocionales. Pero en la práctica la aplicación de la economía tiende con frecuencia hacia un corte economicista (herencia neoclásica) y se orienta el análisis a la “maximización de beneficios” (en términos monetarios) y a la acumulación del capital exclusivamente económico.

Esta limitación del análisis al capital económico es lo que lleva a que la economía no brinde explicaciones para el arte. El carácter “antieconómico” de las prácticas artísticas, por no permitir la reproducción (al menos inmediata) del capital económico, lleva a que las prácticas artísticas escapen al interés del análisis económico del espacio social. Luego de la revisión de la propuesta de Bourdieu es evidente que la falta de interés en el estudio de los campos de producción artística desde las ciencias sociales y desde la economía está relacionada con la posición de dominación que ocupa el campo cultural dentro del espacio social. En el espacio social la acumulación de capital cultural tiene un papel secundario o funcional a la reproducción del capital económico y el arte no es considerada una necesidad.

A manera de introducción, en *Las reglas del arte* Bourdieu analiza la propuesta de la novela *La educación sentimental* y con ello nos muestra que el arte es una necesidad primaria del ser humano, al igual que el amor. La *homología del amor* que hace Bourdieu entre el espacio social y las necesidades del personaje de Flaubert es el punto de partida para una explicación de la “inexplicable” pasión por el arte y permite explicar que la práctica artística es, además de necesaria, inevitable.

Partiendo de esta “revalorización económica” del arte, el análisis adquiere un nuevo sentido. En el caso del cine, que requiere creación colectiva, cierta división del trabajo y procesos de transformación tecnológica para su existencia, el modo de producción incide directamente en la estética de una obra. Si consideramos que el papel (práctico principal) del productor es juntar las necesidades de capital (en sus diferentes formas) que se presentan a lo largo del proceso de creación de un proyecto en particular,

podemos concluir que su figura cumple un papel central en la toma de decisiones en el proceso creativo. En el largo plazo el papel del productor es aún más importante porque su comprensión del campo de manera global es lo que permite que la creación colectiva sea sostenible dentro de las reglas del espacio social, en que el campo económico y el campo del poder tienen una posición privilegiada. Por ello el análisis de las prácticas del productor y a observación de su habitus en momentos históricos y en los casos de proyectos participantes en el Foro de Co producción de San Sebastián ha sido importantísimo para la comprensión de la estructura y la dinámica interna del campo.

Para las conclusiones retomaré la propuesta de la *economía cinematográfica* respecto a la división del análisis en dos grandes actividades en la industria – producción y circulación – y analizaré la movilización de las diferentes formas de capital en cada fase.

El proceso de producción propiamente dicho se subdivide normalmente en las fases de desarrollo, pre producción, rodaje y post producción y en todo el proceso la realización de una obra cinematográfica implica la toma de decisiones que permitan una adecuada conjugación de conocimiento técnico y artístico para consolidar el proceso creativo colectivo del cine.

En este proceso se reproduce principalmente el capital cultural, como resultado de la inversión de una combinación de especies de las diferentes formas de capital que el productor considera adecuada y que tiene a su disposición. El capital cultural (en su estado incorporado) es un arma valiosa en el juego, porque es lo que permite la comprensión del proyecto en su dimensión simbólica y esto es indispensable para lograr que la idea llegue a su fin, que en la creación colectiva se aproveche las capacidades creadoras del equipo técnico artístico y que se logre tener una obra cercana a lo imaginado.

En la *gran producción* el fin que persigue el productor al aprovechar la *división del trabajo* y la conjugación de capital cultural se convierten en un medio para acceder al mercado de manera exitosa y por ello la inversión del capital está más orientada a la eficiencia técnica. Esto no implica de ninguna manera que la estética no sea importante, sino que el capital cultural encarnado que permite plasmar cierta estética está en función de su posibilidad de otorgar a la obra mayor valor en el mercado.

La acumulación de capital cultural en el cine de *producción restringida* debe estar orientada a la expresión artística en sí misma. El “punto de vista” del director es aquello que, acorde a lo que se expuso en el capítulo II respecto al documental, diferencia a las películas de *producción restringida* de aquellas que tienen un fin comercial. Siendo el interés central el dar a conocer una mirada particular, la “propuesta del director” tiene un gran valor porque constituye una suerte de capital semilla. La disponibilidad de este capital inicial y su adecuada “incubación” es un requisito para la existencia de una película “independiente”. La inversión de un capital cultural inicial (la idea) constituye el punto de partida de la etapa de desarrollo y la reproducción de este capital implica el paso de la idea a un proyecto. El habitus y el capital cultural acumulado del productor son lo que asegura una reproducción adecuada del capital cultural y simbólico de acuerdo a la idea original, al interés del director. El productor toma importantes decisiones de inversión en esta etapa y su posición en el campo incide en ellas, porque el capital simbólico atrae a financistas y colaboradores artísticos. El interés principal en juego es la acumulación de capital simbólico y económico porque las especies de estos dos tipos de capital serán indispensables en el proceso de producción.

Desde la pre producción de un proyecto hasta la post producción, de acuerdo a la dinámica del mundo social, la inversión de capital económico (contratación de servicios y medios de producción) es lo que permite a un proyecto contar con la participación de artistas y técnicos reconocidos por su trayectoria. Sin embargo, cuando el interés del proyecto tiene un fin artístico la posibilidad de contar con los medios adecuados para la producción depende también del capital simbólico y cultural que el productor ofrece a quienes pretende incluir en el proceso de creación colectiva. Por lo tanto, para tener la combinación de capital cultural deseada, según el interés estético y de calidad particular para un proyecto, se requiere también la acumulación previa de capital cultural y simbólico del productor y del director.

En esta fase, en que materializa el proceso creativo porque se hace la obra, se reproduce el capital cultural en la creación colectiva y se reproduce el capital económico en la transformación técnica. El interés principal del productor no es la acumulación de capital, sino el mejor aprovechamiento del capital previamente acumulado y para ello la movilización del capital cultural es la pieza clave. El productor

cumple un papel de planificador de talentos y oficios, de visionario e intérprete de una idea común, desde su habitus particular se da la inversión y es posible el nacimiento de la ficción. En el proceso de producción el productor no busca acumulación, porque es el momento en que invierte el capital acumulado que tiene a disposición con miras a la siguiente fase: la de circulación.

La circulación es el momento en que se cierra el ciclo; siendo la expresión el fin último de cualquier proyecto artístico el consumo cultural es aquello que permite que el autor cumpla el ciclo de la comunicación. En esta fase se materializa la inversión realizada a lo largo del proceso completo de producción y el interés específico del campo, que como se describió en el capítulo II, es la acumulación de capital simbólico. Para películas de *la gran producción* este capital es importante porque permite el éxito en el mercado externo y la obtención de capital económico, mientras que para las películas de la *producción restringida* el capital simbólico permite el consumo en su mercado, que es el mercado interno del campo.

Como se dijo anteriormente, el consumo de obras por parte de las otras posiciones del campo se da en los festivales y los espacios de industria y de ahí se deriva su importancia. La participación en festivales, en cuanto “certificadores de valor artístico” es lo que otorga prestigio, que permite con el tiempo que los artistas posean “poder de consagración de obras” y con ello la obtención de capital económico. Los premios en este sentido juegan también un papel importante.

Cuando una película obtiene un premio en un espacio de consagración bien ubicado en el campo, en el caso de la *producción restringida* el reconocimiento a nivel mediático y frente al público (hacia fuera) lo tiene principalmente el director, y en el caso de premios a la labor artística específica como los de actuación, fotografía o música de una película, el reconocimiento lo tiene el creador involucrado y el director se beneficia indirectamente de este reconocimiento. En ambos casos se incrementa el reconocimiento de la película como obra, su valor simbólico, y todos los participantes en el proceso creativo de producción del proyecto tienen mayor capital simbólico y con él se posicionan en una mejor posición dentro del campo.

Si bien en términos de reproducción de capital económico los beneficios los obtiene el productor al ser el poseedor de los derechos patrimoniales de la obra, la acumulación de capital simbólico y social que permite la participación de las películas

en espacios de consagración es lo que permite al productor y al director la realización de su siguiente proyecto. El capital simbólico del productor se sustenta principalmente en la confianza en su capacidad de reproducción del capital económico y cultural para lograr una obra con alto valor simbólico y esto permite acceso a posibilidades de obtener financiamiento para un siguiente proyecto, a la vez que atrae a artistas y técnicos con cuyo oficio y talento es posible una mayor reproducción del capital cultural.

Es por ello que países que han comprendido la importancia de generar capital simbólico (proveniente del reconocimiento del capital cultural) por encima del capital económico a corto plazo, como Chile o Colombia, han orientado sus políticas principalmente a la construcción de una red de contactos (capital social) y formación artística-estética (capital cultural incorporado). Con esa base el capital económico que invierten los mecanismos nacionales de fomento a la producción tiene mayor alcance y se reproduce en el tiempo. Con la “maduración y posicionamiento” de una cinematografía nacional, es posible obtener más recursos económicos porque el capital simbólico adquirido permite una posición más cercana al campo del poder. En definitiva, la importancia de la consagración para el artista se puede trasladar al conjunto de obras en el territorio nacional y el papel del productor en el aprovechamiento de las especies de capital disponibles en todas sus formas es similar al papel del Estado en la formulación de políticas públicas.

Luego de revisar la trayectoria de obras que han adquirido prestigio en el campo cinematográfico latinoamericano, parece notorio que el papel del productor ha sido en la gran mayoría de casos el factor decisivo en el acceso a espacios de reconocimiento, sobre todo en el caso de las óperas primas. El que se mantenga el llamado “efecto Rotterdam”⁷⁷, que sugiere que los festivales buscan descubrir talentos y por eso está “de moda” tener secciones orientadas a primeras películas de los directores, se explica en la acumulación de capital simbólico de los productores por medio de los mecanismos de consagración de proyectos: las *actividades de industria*. Si bien los directores son nóveles, la gran mayoría de los productores que acceden a espacios importantes de prestigio tienen ya capital simbólico y social acumulado por la trayectoria, tienen mayor

⁷⁷ Revisar artículo: ¿para qué sirven los festivales de cine? El efecto Rotterdam y estrategias de visibilidad, de Gonzalo Maza de la revista digital La Fuga.

consagración que los directores y pueden entregar a las obras valor por estar involucrados en el proceso.

En conclusión, en el campo de la producción restringida, el prestigio del productor tiene un papel capital. Sin la consolidación de un “nombre” para el productor, el acceso a mecanismos de financiamiento y espacios de consagración a nivel internacional es muy limitado. Esto explica que los productores en proceso de consolidación de su carrera se enfrenten a la necesidad de experimentar en cuanto a modelos de producción alternativos. Esto lleva a que los directores y artistas que trabajan en estos proyectos tengan que plantearse alternativas técnicas a las formas tradicionales industriales de producción y con ello el reto artístico toma otra dimensión.

En la habilidad del productor para invertir otras formas de capital diferentes al capital económico con el fin de hacer una obra de gran contenido simbólico, fiel al planteamiento estético y narrativo original, radica la conquista de la autonomía creativa en el cine. El diseño del modelo de producción a menudo se entiende como la planificación del uso adecuado de tiempo y dinero, lo que responde a los criterios de maximización que rigen el campo económico y que buscan la reproducción y del capital económico para acumulación. Es por eso que, principalmente en países con poca tradición de producción cinematográfica, la labor del productor de cine de *producción restringida* está subvalorada. Y esta falta de comprensión de la labor creativa del productor es lo que lleva a que los productores noveles vean obstáculos para adquirir experiencia en el diseño de un modelo de producción, que permita la conjugación de elementos artísticos adecuados para cada obra.

En los campos de producción cultural la búsqueda constante de la combinación entre autonomía creativa y la disponibilidad de medios económicos para “sobrevivir” dada la actual dinámica del espacio social, es el dilema de los productores que se ubican en los polos más autónomos del campo. Bourdieu expone como ejemplo que Beethoven por un lado defendió sus intereses económicos - principalmente mediante la lucha por los derechos de autor de sus partituras - y por otro lado en la práctica (proceso creativo) el principio económico llevó a que sus composiciones prescindan de orquestas de gran envergadura. Esto según el autor responde a que “el propósito revolucionario tiene que proporcionarse los medios “económicos” de una ambición irreductible a la “economía”” (Bourdieu, 1995:225).

No es de sorprenderse que en la mayoría de los casos los productores acudan a actividades diferentes a la producción, como complemento para poder sobrevivir. En el mejor de los casos realizan actividades complementarias, como trabajos de asesoría en políticas públicas para audiovisual, distribución, procesos de formación o programación en festivales. En los países con “industrias cinematográficas emergentes”, en que la división del trabajo es menor en la actividad cinematográfica y en muchas ocasiones el director cumple las funciones del productor, las posibilidades de lograr trayectoria en el campo son menores porque existen menores posibilidades de participar en actividades complementarias al trabajo del productor y esto no permite una adecuada “profesionalización”.

Frente a esto el papel del Estado para promover el “desarrollo industrial” implica un replanteamiento de las prioridades de inversión en función de la comprensión del valor del capital económico en el campo. La mirada desde el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas (que promueve la UNESCO, en las naciones) toma en cuenta el capital cultural, pero deja de lado la consideración del capital social y, peor aún, del capital simbólico que es tan importante dentro del campo.

En este año de participación en mercados he compartido espacios con otros productores ecuatorianos de películas recientemente producidas - ya hay un número considerable circulan en estos “espacios de industria - y he sido testigo del limitado interés que provocaron la mayoría de los proyectos (incluyendo los míos) en la crítica especializada, en los programadores clase “A” y en los agentes de venta más pegados al polo de la *producción restringida*. Obviamente esto responde a que el mercado es difícil por la gran variedad de proyectos de calidad a nivel mundial y regional, pero este desinterés frecuentemente ocurría luego del primer acercamiento - causado por la curiosidad inicial que provoca el tener una “cinematografía emergente” – y esto me llevó a tener una postura más crítica sobre el papel del productor en la exploración artística de los proyectos.

Siendo el lenguaje audiovisual el medio por el que el cine llega a sus consumidores y de acuerdo a lo que propone Bourdieu respecto a la búsqueda del arte puro en el lenguaje (como en los poetas del siglo XIX), la indagación de los motivos de la falta estética se pueden aglutinar en tres líneas artísticas que confluyen en el lenguaje cinematográfico narrativo de ficción: la visual, la sonora y la narrativa. En lo visual ha

habido ciertos momentos de ruptura moral, posible por la tradición en el consumo visual por el legado de la escuela quiteña (pintura), la imaginería (orfebrería) y la gran cantidad de artesanías (joyería, textil, diseño) que permiten oficios para la producción estética. Como efecto de ello se ha dado cambios “revolucionarios” en el campo pictórico contemporáneo, sobre todo en cuanto al color.

Pero en la música (como arte que lidera el lenguaje visual) y la literatura contemporánea no ha habido movimientos o exponentes sucesivos que hayan jugado un papel revolucionario en términos simbólicos y que hayan tenido una trayectoria reconocida internacionalmente. Esto implica que no ha habido una ruptura moral, que se han diversificado los temas, los estilos, pero no hay una lista de referentes de “vanguardia” o de “artistas consagrados” con proyección mundial.

Frente a esto, parece obvio que en el espacio social nacional la labor del artista (y el productor de cine) esté más asociada a la del artesano, a la del decorador o del narrador. Sin reconocimiento social, sin tradición de acumulación simbólica, el campo artístico no puede ofrecer el interés que le hace particularmente especial: el capital simbólico. La creación de espacios de intercambio es por eso indispensable, porque sin un “campo físico” donde se enmarque el flujo de capital y se de el génesis del habitus, la actividad artística no puede desarrollarse. De ahí la importancia de los festivales y espacios de industria, porque el consumo de obras diversas y de calidad es necesario para la supervivencia del campo, el intercambio de nociones estéticas es indispensable.

BIBLIOGRAFÍA

Adrianzén, Juan (2007). *Festival de Lima -El cine- Encuentro Latinoamericano de Cine de Lima*. Universidad Complutense de Madrid. TESIS

Amount, Jacques (2004). *Las teorías de los cineastas, La concepción del cine de los grandes directores*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Anderson, Benedict. *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bettati, Bruno (2008) *Cine Independiente: de qué ?* Revista la Fuga, disponible en <http://www.lafuga.cl/cine-independiente/305>, visitado en noviembre 06, 2012

Bourdieu, Pierre (1979). *Los tres estados del capital cultural*, en *Sociológica*, UAM-Azcapotzalco, México, núm 5, pp. 11-17. Traducción de Mónica Landesmann.

Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Estados Unidos: Harvard University Press

Stanek, Oleg (1985) *Capital Social y Redes Sociales : Introducción a una Reflexión Crítica*. Canadá : Universidad del Québec en Rimouski-GRIDEQ, disponible en <http://www.soc.unicen.edu.ar/newsletter/nro10/capacitaciones/stanek.htm>

Bourdieu, Pierre (1995). *Las reglas del arte, Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Editorial Anagrama, S.A.

Bourdieu, Pierre (1998). *Cosas dichas*. Barcelona: Editorial Gedisa, España

Bourdieu, Pierre (2001). *El oficio de científico*. Barcelona: Editorial Anagrama SA

Bourdieu, Pierre (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores Argentina S. A.

Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores Argentina S. A.

Bourdieu, Pierre. (2008). *Homus academicus*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores Argentina S. A.

Bustamante, Emilio (2002) *UN CINE LLAMADO POPULAR: EL CINE MEXICANO CLÁSICO*, revista QUEHACER N° 135, (septiembre 7 2012)

Cuevas, Antonio (1999). *Economía Cinematográfica, La producción y el comercio de películas*. Madrid: Cía. Audiovisual Imaginógrafo, S.A.

Dadek, Walter (1962). *Economía Cinematográfica*. Madrid: Gráficas Halar.

Debanne, Luciano y Meirovich, Valeria, (2010). *El Laberinto de la Otredad: Sobre la propuesta de Pierre Bourdieu en torno a la cultura popular*. Universidad de Medellín, Revista Anagramas No. 52.

Del Valle, Ignacio (1969). *Hacia un tercer cine: del manifiesto al palimpsesto*, El Ojo que Piensa, revista de Cine Iberoamericano, Nueva época N°5, <http://www.elojoquepiensa.net/05/index.php/template/hacia-un-tercer-cine-del-manifiesto-al-palimpsesto#topofthepage>

García, Carlos (2010) La identidad nacional mexicana desde la lente del cine mexicano contemporáneo, Revista Nuevo Mundo, Mundos Nuevos <http://nuevomundo.revues.org/58346>, visitado 10-11-2012

Getino, Octavio (1996). *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*. Buenos Aires: Paidós.

Getino, Octavio. (2008) *Las industrias culturales en Argentina, dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Giménez, Gilberto (1997). *La Sociología de Pierre Bourdieu*. México DF: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

Guzmán Carlos Cárdenas, 2004. *Economía y consumo cultural*, Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Jimeno, Myriam. 2007. “*Naciocentrismo: tensiones y configuración de estilos en la antropología sociocultural colombiana*” en revista *Colombiana de Antropología*, volumen 43, enero-diciembre 2007

Krotz, Esteban. 2001. *La Otredad Cultural entre la Utopía y Ciencia. Un estudio sobre el origen, el desarrollo y la reorientación de la antropología*. México: Fondo de Cultura Económica.

León Christian (2005). *El cine de la Marginalidad, realismo sucio y violencia urbana*. Quito: Ediciones Abya Yala.

León, Christian (2010). *Reinventando al otro, El documental indigenista en el Ecuador*. Quito: Editorial Ecuador.

Manzano, Valeria (2001). “*Cine Argentino y Peronismo: Cultura, Política y Propaganda*”, Revista Film Historia Vol. XI No.3, <http://www.publicacions.ub.es/bibliotecadigital/cinema/filmhistoria/2001/Cineargentino.htm>

Martínez, Jorge, Mario Piva, Ramón Padilla, Claudia Schatan, Verónica Vega, (2010). “*La Industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor*” http://www.eclac.org/mexico/publicaciones/xml/8/42088/2010-74-Serie_122-L.981-Ind._cinematog._México.pdf, 10-16-2012

Montanaro, 2007 página web <http://www.marchedufilm.com/en/historique#>).

Rey Vásquez, Diana Marcela 2009. El debate de las industrias culturales en América Latina y la Unión Europea. Artículo en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Revista Época II. Vol. XV. Núm. 30, pp. 61-84. Colima.

Romero, Karolina (2011). *El cine de los otros, la representación de "lo indígena" en el cine documental ecuatoriano*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Ranzini, Oscar (2007). *Cine latinoamericano. A 45 años del Festival de Viña del Mar*. Disponible en <http://sergiotrabucco.wordpress.com/page/93/?archives-list=1>

Rovzar, 2011, exposición en foro

Sanjinés, Jorge (2002) *Neorrealismo y Nuevo Cine Latinoamericano: la herencia, las coincidencias y las diferencias*. Ponencia escrita para el seminario “La influencia del Neorrealismo Italiano en el cine latinoamericano”, Rio de Janeiro: Festival Cinesur, revista CINEMAIS.

Sanjinés, Jorge y grupo ukamau 3a. Edición (1987). *Teoría y práctica de un cine junto al pueblo*. México: siglo xxi editores, s.a. de c.v.

Sommer, Doris (2004). *Ficciones fundacionales*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica Ltda.

PÁGINAS INSTITUCIONALES

Universidad de Metz, Facultad de Ciencias políticas

http://fgimello.free.fr/enseignements/metz/textes_theoriques/canudo.htm

Festival de Cine de San Sebastián

<http://www.sansebastianfestival.com/es/>

Marché du Film

<http://www.marchedufilm.com/en>

Festival Internacional de Cine de Toronto

<http://tiff.net/>

Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Cine

<http://www.fiapf.org/>

DOCUMENTOS

Convenio Andrés Bello, (2003) Ministerio de Cultura de Colombia, Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica Proimágenes en Movimiento, Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: Situación actual y perspectivas.

CEPAL (2010) Industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor, disponible en

http://www.eclac.org/mexico/publicaciones/xml/8/42088/2010-74-Serie_122-L.981-Ind._cinematog._M%C3%A9xico.pdf

ENTREVISTAS

Muritiba Ali, septiembre 2012

de Carvalho Paulo, julio y septiembre 2012

Fernandez Albino, octubre, 2012

Pérez Gerardo, septiembre 2012

Riba Saioa, septiembre 2012

Sampaio Rafael, septiembre 2012

Santelices Soledad, julio, septiembre, diciembre, 2012

Shannon April, agosto 2012

Arramcibia Dennise, septiembre 2012

ANEXOS

ANEXO 1. Proyectos Participantes en "I. FORO DE COPRODUCCIÓN EUROPA-AMÉRICA LATINA", según tendencia artística.

CLASIFICACIÓN	TITULO	TRAYECTORIA PROYECTO	DIRECTOR	TRAYECTORIA DIRECTOR	PRODUCTOR	TRAYECTORIA PRODUCTOR	PAÍS
1	<i>Pietá</i>		Iñaki Elizalde Bandrés	nominado a los premio Goya en dos ocasiones en las caregorías de Cortometraje, optar a las nominaciones de los Premios Oscar. Miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y de la European Film Academy. Director de puclicidad en Barcelona.	Productor: Mikel Pruaño Etxeberria / Lazo Film / Nasa Producciones	Su carrera profesional ha estado ligada al mundo de la televisión durante mas de 14 años.	España
1	<i>Que viva la música</i>	<i>Fundación Carolina, Ibermedia Desarrollo</i>	Carlos Moreno	Perro Come Perro estrenado en Sundance (2008) Todos Tus Muertos ganador de Mejor Fotografía Sundance (2010). Ha dirigido series para Fox y Sony Entertainment Television. Actualmente dirige Escobar, Patrón del Mal serie de TV con la mayor audiencia y rating en la historia de la TV en Colombia.	Rodrigo Guerrero / Dynamo	Novela de Andrés Caicedo	Colombia
1	<i>El elefante desaparecido</i>		Javier Fuentes-León	Estudió dirección de cine en CalArts en los Angeles. Contracorriente (2009) se estrenó en el festival de San Sebastián. Premio del Público en el Festival de Sundance 2010.	Michel Rubén, Cactus Flower Producciones SL / Dynamo		

1	Sexo Fácil y películas tristes	<i>Ayudas financieras ICAA España e INCAA Argentina, El apoyo del Instituto Sundance y de éQuinox Germany del Programa Media, Actores españoles, interés en TV</i>	Alejo Flah	Seleccionado por el Instituto Sundance (Oaxaca) y éQuinox Germany apoyado por el programa Media.	José Nolla Fernández Icónica Producciones. S.L. / Ceba Audiovisual / Utópica Cne	España- Comedias románticas Presupuesto 2.000.000 €	España / Argentina
1	Tuya	<i>Aportes INCAA.</i>	Edgardo González Amer	Escritor con varias publicaciones de novela.	Alberto Francisco Trigo / Tres Mentes / Amer Cine / Cinemagroup	Novela de Claudia Piñeiro, thriller policial y drama familiar Empresa con éxito considerable de público: 12.000 a 450.000 espectadores.	
1.3	Claria	<i>El taller de escritura del guión Cine Qua Non Lab. Michoacán (México). Pablo Angeles (Hellboy, Avatar) los</i>	Luis Angel Ramírez Pérez		Oihana Olea, Arte Mecánica / Altube Filmeak S.L.	<i>Presupuesto 1.265.260 €</i>	México / España
2	La Puta Realidad	<i>2012 La Puta Realidad gana el Fondo de Desarrollo del Consejo Nacional del Cine del Ecuador.</i>	Gabriela Calvache Velasco		María José Elizalde Callejas / Cinéatica Films / Ella También Films		Ecuador
2.3	El escuadrón de la muerte – una comedia	<i>Cinergia, Centro America, Fondo Regional Francés</i>	Jayro Bustamante		Maja Zimmermann, La casa de Producción / Samuel Chauvin - Promenade Films		Guatemala / Francia

3	Cuando los caballos aprendieron a llorar	<i>Fondo Coproducción Iberoamericano, España 2012, Tornasol Films. Festival de Cine de Amiens, Fondo para desarrollo de proyecto, Francia 2011. Premio Julio Alejandro, guión, SGAE, España 2011.</i>	Nicolás Pereda	El verano de Goliat (2011) Premio Orizontti Venecia. Retrospectivas, salas de arte contemporáneo, Toronto.	Edgar San Juan Padilla / Film Tank / Tornasol Films	Gerado Herrero (Tornasol): presidente de la Academia de Cine Español y Asociación de Productores de España, Secretario general de la FIPCA. Promotor del Programa Ibermedia.	México / España
3.1	Pensé que iba a haber fiesta	<i>INCAA (Instituto nacional de Cine Argentino), tiene inversores privados asociados y UIP (United Internacional Picture) como distribuidor en Argentina.</i>	Victoria Galardi	Amorosa Soledad, producido por Rizoma Films y estrenado en 2008 en el Festival de San Sebastián en la sección Zabaltegi, Nuevos Directores, donde fue ganador del Premio del Público joven. Bayo que participa de Paris Project y estrena en 2010 gana el premio Otra Mirada TVE.	Nathalia Videla Pena / Magma Cine / Gale Cine	1.200.000 €	Argentina
3.1	El palomar	<i>Foro de coproducción del Festival de Valdivia (oct 2011). Fondo de desarrollo de Guión de Amiens (nov 2011)</i>	Daniel Hendler Schutz	Ha colaborado en guiones de D. Burman y A. Winograd. Protagonizó numerosos largometrajes, entre ellos 25 watts, El abrazo partido. Mejor actor en Leida, Biarritz, Lima y BAFICI. En 2010 estrenó Norberto apenas Tarde, premio TVE de Cine en Construcción (San Sebastián), mejor guión (Ficc México).	Micaela Solé Malcuori / Cordón Films / Ruda Cine		Argentina / Uruguay

3.1	Aire Libre	<i>Acuerdos de distribución con Buena Vista Internacional y LAPTIV que se aplicarán formalmente a esta producción en los próximos meses. El proyecto no ha sido presentado aun en ningún otro foro de coproducción ni fondo de ayuda.</i>	Anahi Berneri	En la 55° Berlinale, Premio Teddy. Distribuida en 15 territorios. San Sebastian, premio Fipresci.	Hernán Musaluppi / Rizoma Films / BDCINE	Profesor de la Universidad del Cine. Miembro de Ateliers du Cinéma Euroéen. Secretario General de la Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica.	Argentina
3.1	Mi amiga del Parque	<i>No se han obtenido ayudas</i>	Ana Katz	Fundación universidad del Cine FUC, mención especial en el Festival Inernacional de Cine de San Sebastián 2002. Mejor Opera Prima en Toulouse, Premio Casa de América, Una novia errante ganó el premio Cine en Construcción 200). Festival de Cannes 2007. Los Marziano: competencia oficial de San Sebastián 2011.	Productor: Ana Katz / Campo Cine / Cordon Films		Argentina / Uruguay
3.2	Sin Memoriam	<i>Fondo Colombiano de Fomento (FDC), Iberoamerican Films Crossing Bordes Festival de Cine de Guadalajara,</i>	David David		Magnolia López Benitez / Garabato Cine / Media - Mac SA	Festival de Cine de Cartagena, mejor Pitch. Foro de Coproducción Huelva	

3.3	Chico Ventana también quisiera tener un Submarino	Hubert Bals: Apoya para el desarrollo del guión y proyecto. Universidad del Cine: Apoyo a la Produccion (equipo técnico e instalaciones de post-producción). Buenos Aires Lab.-Premio Binger: Asesoramiento de Guión Amsterdam. TYPA: Taller de desarrollo de proyectos cinematográficos – Colón, Argentina	Alex Piperno	La inviolabilidad del domicilio..(2011. 50e Semaine de Critique).	Lukas Valenta Trinner, Nabis Filmgroup Srl / Buencine SRL	Taller Colón de Análisis de proyectos cinematográficos , del BAL , donde obtuvo el Binger Award: también cuenta con el apoyo de Hubert Bals Fund para el desarrollo del proyecto.	Argentina / Uruguay
3.3	Las Malcogidas	<i>Postulado al fondo de coproducción de Ibermedia.</i>	Denisse Arancibia Flores	Como Talent en la versión 2010 del Berlinatle Talen Campus en Berlín – Alemania y fue finalista de Talent Campus Today Award.	Victoria Guerrero Flores, Naira Producciones / Ojo x Ojo CA / Cinema reacción		Bolivia / Venezuela
3.3	O Homem que matou mina amada morta	<i>Morelia Lab 2011 y participo em Ibergente, II Taller-Encuentro de Coproducción en Quito.</i>	Aly Muritiba		Productor: Antonio Junior / Grafo Audiovisual		Brasil