

Ventana Sur: una oportunidad para potenciar la producción audiovisual latinoamericana

by Leandro González

Entre el 27 de noviembre y el 1 de diciembre de 2023, en la ciudad de Buenos Aires, [se llevó a cabo Ventana Sur](#), el mercado audiovisual más grande de Latinoamérica. Productores, distribuidores y otros agentes de la industria se dieron cita para hacer negocios, firmar acuerdos y potenciar proyectos latinoamericanos que buscarán un lugar en las pantallas de todo el mundo. La de este año fue la edición número 15 y contó con más de 4.480 acreditados provenientes de 45 países diferentes, lo cual convierte a Ventana Sur en un espacio estratégico para colocar al audiovisual latinoamericano en la agenda y en el mapa global de la industria audiovisual.

Un lugar en el mundo

Ahora bien, ¿cuál es el lugar de Latinoamérica en el mapa? ¿Cuáles son los desafíos que se le presentan en las cadenas globales de valor del audiovisual? Se suele decir que el predominio del castellano y el portugués en una región poblada por más de 650 millones de habitantes le otorga a Latinoamérica condiciones inmejorables para funcionar como un espacio común, integrado y relativamente autónomo. No obstante, en la práctica no es así. Las industrias audiovisuales latinoamericanas son heterogéneas y fragmentarias. Si bien hay países que se encuentran entre los máximos productores del planeta (como Argentina, Brasil y México), persisten históricos obstáculos en materia de distribución y exhibición de contenidos. Y no hay ninguna instancia similar a la Unión Europea, con capacidad de diseñar e implementar políticas a escala regional. Peor aún: los países latinoamericanos han comenzado a competir agresivamente entre sí con políticas de incentivos (*cash rebate*, *tax rebate*, etc.) que, a cambio de atraer inversiones, reducen los costos de producción a los grandes jugadores globales.

Es cierto que en los últimos años se han multiplicado los vínculos e intercambios entre los países latinoamericanos, en buena medida gracias al [Programa Ibermedia](#) y a los acuerdos de coproducción cinematográfica. Sin embargo, el nivel de intercambios permanece todavía muy lejos de su potencial y Latinoamérica sigue siendo una región dominada por la industria de Hollywood: [la cuota de mercado local de las salas de cine ronda apenas el 10%](#) en toda la región y los [servicios de video-on-demand \(VOD\) dominantes](#) (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ y HBO Max) son todos de origen estadounidense.

Parafraseando a Gustavo Buquet, autor del libro *El poder de Hollywood* (2005), podría decirse que, mientras las industrias audiovisuales nacionales actúan encerradas en su propio mercado, *la norteamericana resulta ser la verdadera industria audiovisual latinoamericana*. Los servicios de VOD vienen a profundizar ese dominio (Vlassis, 2020), a acaparar la propiedad intelectual (IP) y a reafirmar el lugar de Latinoamérica como mero mercado de abonados y proveedor de contenidos, sin una capacidad significativa para desarrollar estrategias, infraestructuras y servicios propios.

En ese sentido, es sintomático que algunas de las iniciativas latinoamericanas más audaces sean coproducciones con Europa: Ventana Sur es organizado por el Instituto Nacional de Cine y

Artes Audiovisuales (INCAA, Argentina) y el Marché du Film del Festival de Cannes (Francia), y cuenta con el apoyo de Creative Europe MEDIA; mientras que el Programa Ibermedia [fue impulsado inicialmente por España](#) y cuenta con la participación de Portugal e Italia. En síntesis: hay una geopolítica del audiovisual, en la cual Latinoamérica y Europa se presentan como aliados (asimétricos) en la ardua tarea de construir un mapa alternativo.

El director del Festival de Cannes, Thierry Frémaux, estuvo en Buenos Aires y [subrayó la importancia de las políticas públicas](#): “Los organismos estatales, como el INCAA en Argentina y el CNC en Francia, hacen un trabajo muy necesario por la vida de la industria audiovisual”. Y agregó que los profesionales, artistas y funcionarios “necesitamos unirnos con la política, que son quienes deben entender que el cine es parte de la industria, que genera empleo y valor agregado a la economía de los países”. Por su parte, la 15° edición de Ventana Sur [fue celebrada por Nicolás Batlle en lo que fue uno de sus últimos actos públicos como presidente del INCAA](#): “Agradezco a todas las personas que vinieron a Ventana Sur a presentar sus proyectos, que confiaron en este mercado y participaron de sus diferentes instancias. Hemos tenido una edición extraordinaria, con récord histórico de acreditados, lo que se traduce en muchos acuerdos, convenios, conversaciones, sesiones de *pitch*, que serán parte del futuro de la industria audiovisual”.

Fuerte presencia francesa

Ventana Sur tiene entre sus “partners & sponsors” a un conjunto de iniciativas e instituciones asociadas a la diplomacia cultural francesa, como la embajada de Francia, el Institut français, la Alliance Française, la plataforma Cinando (creada por el Marché du Film para conectar a los profesionales del sector audiovisual) y el Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy.

Además, y como en otras ocasiones, en paralelo al mercado audiovisual [se realizó la Semana de Cine del Festival de Cannes](#), con una selección de seis películas galardonadas en la última edición del certamen que todavía no habían sido estrenadas en salas comerciales en la Argentina. Es importante subrayar esto último porque el cine de diversidad cultural tiene un lugar menor en las salas argentinas, ante lo cual las sedes diplomáticas responden organizando muestras y festivales (fundamentalmente de cine europeo, aunque también de otras regiones). La Semana de Cannes tuvo lugar en el tradicional Cine Gaumont y fue presentada por Frémaux, quien además ofreció una master class titulada “El cine (del) mañana” en la que abogó por una larga vida al cine ante los vaticinios que, recurrentemente, anuncian su fin.

El carácter de emblema nacional que el cine tiene en Francia se expresa en esta política cultural internacionalista, promoviendo una oferta cinematográfica diversa, pero también incidiendo en los espacios multilaterales que regulan los flujos culturales globales. Francia lo viene haciendo desde la segunda guerra mundial (Buchsbaum, 2015), cuando las cinematografías europeas perdieron la mayor parte de su presencia internacional: primero, logró imponer “cuotas de pantalla” en [el General Agreement on Tariffs and Trade \(GATT\) de 1947](#), luego dio un paso más al establecer la noción de *exception culturelle* en la Ronda de Uruguay del GATT (antecedente de la actual Organización Mundial de Comercio) en 1993, y el último paso lo dio en 2005 cuando consiguió que se apruebe en UNESCO la [Convención para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales](#) (UNESCO, 2005). Todo este recorrido muestra que la fuerte presencia de Francia en Ventana Sur es parte de una estrategia mucho más global, más robusta y que tiene una larga historia.

Viejos y nuevos desafíos

En síntesis, ya hace 15 años que Ventana Sur viene apostando por fortalecer los vínculos, las negociaciones y proyectar la producción latinoamericana al mundo. Surgió como una iniciativa conjunta entre Argentina y Francia tendiente a construir una alternativa a la hegemonía estadounidense. Si bien el desafío es mayúsculo y aún queda mucho por hacer, iniciativas de este tipo - con apoyo político internacional y sostenidas en el tiempo - son imprescindibles para proteger y promover los ecosistemas audiovisuales locales y garantizar los derechos ciudadanos asociados a la diversidad cultural.

Cabe señalar que esto último no es algo meramente deseable, sino un compromiso que los países de la región han asumido al adherir a la mencionada Convención de UNESCO. Ante una geopolítica del audiovisual sumamente compleja y dominada por un puñado de actores, la escala nacional no resulta suficiente: es necesario que Latinoamérica diseñe y ponga en práctica una estrategia conjunta de cooperación e inserción en el escenario global.

Biografía do autor

Leandro Gonzalez

Licenciado en Comunicación y Doctor en Ciencias Sociales. Investigador (UNGS-CONICET), profesor y director de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS, Argentina).

Referencias

Buchsbaum, Jonathan (2015). ““Do We Have the Right to Exist?” French Cinema, Culture, and World Trade” en Alistair Fox, Michel Marie, Raphaele Moine and Hilary Radner (editors) (2015). *A companion to contemporary French cinema*. John Wiley & Sons.

Buquet, Gustavo (2005). *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*. Madrid: Fundación Autor.

González, L. (2021). “Sobre la proyección de un mapa alternativo para el cine de diversidad cultural: cine argentino en Francia”. *Imagofagia*, nº 24. Pp 44-73.

<http://asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/815>

González, Leandro (2020). Los 20 años del Programa Ibermedia: consolidación y nuevas dinámicas de cooperación para el cine iberoamericano. *Revista EPTIC*, 22, Universidade Federal de Sergipe; 24-44.

https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/169933/CONICET_Digital_Nro.ea3daaae-8d86-4d26-bc6c-b5d262fdab55_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y

INCAA (2022). “Informe de Circulación y Coproducción de Películas Iberoamericanas”. Observatorio Iberoamericano del Audiovisual.

<http://www.incaa.gov.ar/informe-de-circulacion-y-coproduccion-de-peliculas-iberoamericanas>

SINCA (2023). “Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022”. Buenos Aires, Ministerio de Cultura de la Nación.

UNESCO (2005). Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919_spa

Vlassis, A. (2020). European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy: Once Upon a Time in America? *International Communication Gazette*, 1748048520918496.

Disclaimer : This blog post is part of the 'Dissemination, Outreach, and Engagement' activities organized under Work Package 7 of the REBOOT: Reviving, Boosting, Optimizing, and Transforming European Film Competitiveness project. This project has received funding from the Horizon Europe program of the European Union under the Grant Agreement No 101094769. It does not reflect the views of the European Union and is a publication encapsulated within the project.



Funded by the
European Union