

## 6 Cannes, la guerra del cine

*El 52º Festival Internacional del Cine que está llevándose a cabo estos días (12-23 mayo) es una buena muestra de los modernos escenarios franceses, de su ambiente de fiesta mundana con vistosos arreglos, de ese ir y venir de famosos actores y divas en franca promoción de sonrisas y exhibiendo lo mejor de la “couture” europea. Pero Cannes es, a la vez, otro escenario mundial más en donde valientes y lujosos pigmeos se enfrentan al Gulliver del Norte, cada día más avasallador en los terrenos económico, cultural, cibernético, militar y político.*

### UNA PAREJA DISPAREJA

En materia de cine, la producción cinematográfica, por calidad y número, favorece todavía a la Unión Europea. En 1995 produjo 550 películas, mientras Estados Unidos apenas llegó a 450. Francia encabeza un polo de producción cinematográfica de calidad, secundada por países como Italia, España (Almodovar), Gran Bretaña, Bélgica, Portugal (“La Carta” de Manuel de Oliveira), seguidos a distancia por Irán, China, Rusia (“El barbero de Siberia”), y coproducciones como la actual mexicana-española-francesa, con base en la novela de García Márquez, “El coronel no tiene quien le escriba”. En este Festival 52, de 30 películas seleccionadas, 14 son producidas o coproducidas por Francia y 11 por Estados Unidos de Norteamérica. Pero la enorme disparidad está en el mercado, en la difusión mundial por salas de cine y multicinemas, en la propaganda comercial, en el patrocinio otorgado por marcas famosas (Canal Plus, L’Oreal, Mercedes, Renault, Ray-Ban..), que convierte a los mastodontes de Hollywood en los verdaderos ganadores, no sólo de los premios Oscar sino del mercado

mundial. Los 4.000 periodistas y casi 100.000 turistas cineastas que se pasean estos días por la Croisette de Cannes, son fichas de un mercado planetario, que -entre otros productos- ofrece también filmes, y que en un 90% está ya monopolizado por Estados Unidos.

## **EL GRAN NEGOCIO**

- El costo promedio de un “filme global” en Hollywood es alrededor de 40 millones de dólares. El de un filme francés es de 5 millones de dólares (1 dólar= 5,6 F). El recaudo, para que sea rentable una película, debe ser por lo menos el doble de su costo. Como es difícil lograrlo en el país productor, la película debe ser lanzada a escala mundial como un acontecimiento masivo, con estrategias de publicidad muy competitivas y una campaña de seis meses antes de su estreno. Algo que puede costar 25 millones de dólares. Se requiere una conquista planetaria de las pantallas. Como lo está logrando Estados Unidos. “Un día en el infierno” totalizó 253 millones de dólares en el extranjero y solamente 100 millones en Estados Unidos. “Waterworld” no logró amortizar los costos en el país de origen (recogió solo 88 millones por taquilla), pero recaudó 166 millones en el extranjero. Hoy en día, son 6 las grandes firmas norteamericanas (las ligas mayores del cine) que se distribuyen el mercado mundial del cine e inundan con sus grandes producciones todas las salas de proyección.

## **EL PLANETA BAJO TUTELA CULTURAL**

- Con sobrada razón, los países europeos (de gran tradición y riqueza cultural) están preocupados por este desbalance, que va dejando a Estados Unidos de Norteamérica como el gran productor y el árbitro mundial del cine. Y también de programas de tv, compact discs, videocasetes. Con toda la incidencia que ello tiene para la cultura de los pueblos. “Le

Monde Diplomatique” y “Liberé” vienen denunciando el hecho en recientes artículos de opinión: “Apocalipsis de los Medios”, “Contra la opresión de Hollywood”, “Enorme angustia por el cine francés”, “Una apuesta cultural”, “El cine, patrimonio de algunas naciones”.. Me pregunto: si los europeos se ven amenazados por esta avalancha norteamericana de los “mass media”, teniendo ellos mayor conciencia cultural y diques de contención, ¿qué podemos esperar nosotros con nuestra débil identidad cultural y tanta permisividad frente a todo lo que nos viene de Gringolandia ?

- El mercado globalizante, en esta era neo-liberal, quiere convertirse en el principal factor de regulación de las sociedades. Su principal política es lograr la máxima libertad de expresión comercial. Se pretende hacer de esta libertad artificial casi un nuevo derecho humano.

Hacia dónde quiere llevar Estados Unidos las cosas, está bien formulado en el documento titulado “**US Global Audiovisual Strategy**” (Estrategia Global Audiovisual de Estados Unidos, 1997). Propone eliminar al máximo las “medidas restrictivas” y las regulaciones existentes, las “cuotas” o porcentajes de producciones nacionales que algunos países intentan levantar como barreras, porque todo ello trabajo a su favor. Propugna por multiplicar las alianzas y las inversiones norteamericanas -en Europa y el mundo- en cine, cadenas de televisión, comunicaciones. Las empresas gigantes deben estar cada día más presentes por doquier (Time, Warner-Turner, Disney, ABC, Westinghouse-CBS).

*De 140 monopolios nacionales que había, hay que ir pasando a un oligopolio mundial, compuesto por 5 o 6 grupos, con un cabeza de pelotón por supuesto norteamericano. De la espectacular “guerra de las galaxias” vamos pasando, así, a una callada pero eficaz imposición del “Imperio”, sin grandes batallas.*

FRONTERA, 17 mayo1998