

BUTACA



Revista del Cine Arte de San Marcos

Año 8 Número 31



La distribución y la exhibición

Armando Robles Godoy, Josué Méndez, Pilar Roca, Brian Pritchett

Fiesta de imágenes: Festival "Santiago Álvarez in Memoriam"

Flash back: Los doce mandamientos de Akira Kurosawa

UNMSM CEDOC



ESCUELA INTERNACIONAL DE GASTRONOMIA Y TURISMO

R.D. 4636 E.D. 2003

Estudie una Carrera Corta para Trabajo Inmediato

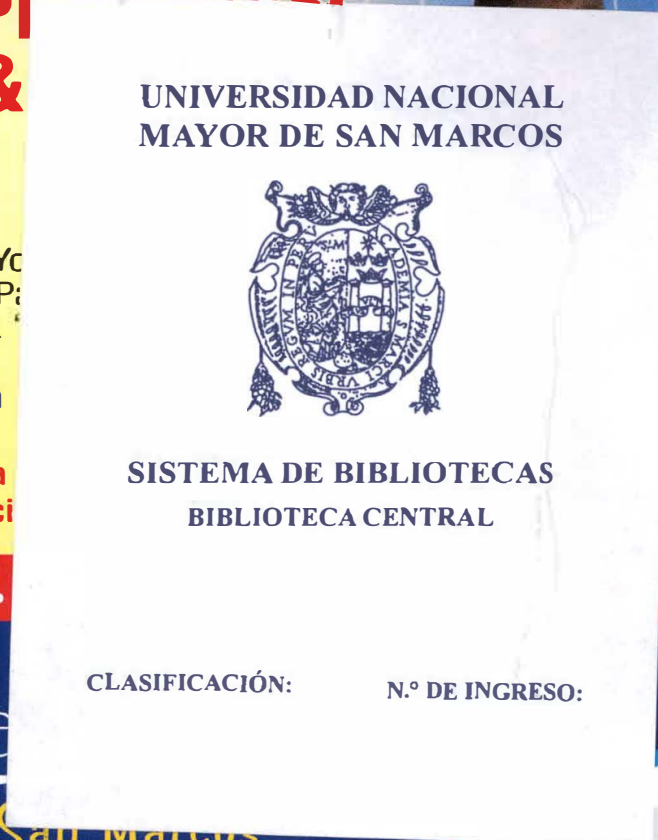
- **Chef Internacional**
- **Barman Profesional**
- **Turismo & Idiomas**

Convenios:

- Universidad de New York
- Universidad Ricardo Palma
- Corporación Turística "Palmeras" - Tarapoto

Asesoría Gratuita para Prácticas y Empleos

Certificado de la Carrera del Ministerio de Educación



Trabajan en España, y otros países
99/422-2820

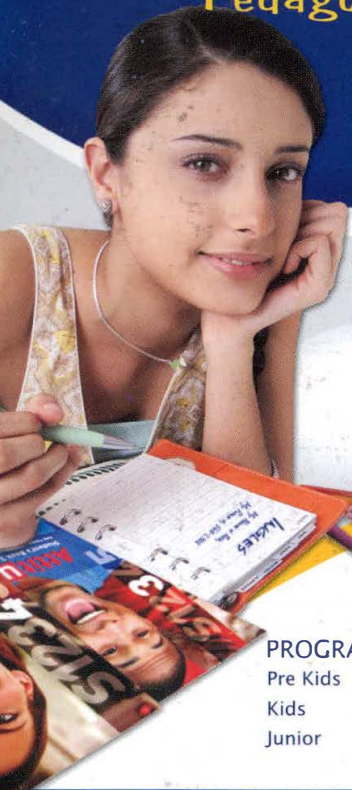
MIRAFLORES: Av. ...

Centro de ...
Pedagógico San Marcos

CLASIFICACIÓN: N.º DE INGRESO:

Inglés

Para Jóvenes y Adultos



Material didáctico



Programas diarios y sabatinos



PROGRAMAS SABATINOS

Pre Kids	:	De 3 a 5 años
Kids	:	De 6 a 9 años
Junior	:	De 10 a 14 años

TALLERES SIN COSTO ADICIONAL

- Baile
- Teatro
- Ciencia divertida
- Tae Kwon do
- Karate
- Básquet
- Fútbol

www.ipsanmarcos.edu.pe

Av. Colonial 2798 – Lima Telf.: 702-4350
(cruce con la Av. Universitaria)

BUTACA

Marzo 2007, año 8, número 31

Director

Mario Pozzi-Escot Parodi

Consejo Editorial

Balmes Lozano, Orlando Macchiavello,

Juan Carlos Torrico

Editora

Matilde Gamarra Rivero

Diseño y diagramación

Jorge Quiroga Paitamala

Diseño de carátula

Jorge Quiroga Paitamala

Coordinación

Verónica Roldán

Colaboran en este número:

Gary Arteaga, Arturo Calle Flores, Mario Castro Cobos,

Nelson García Miranda, Philip Johnston, Orlando

Macchiavello, Germán Paredes Seguil, Manuel Parodi

Garrido, Elizabeth Páucar Morales, Héctor Plaza, Ronald

Portocarrero, Armando Robles Godoy, Verónica

Rodríguez Trujillo, Verónica Roldán,

Roxana Torres-García Naranjo, Claudia Ugarte

Impresión

Centro de Producción Editorial

e Imprenta de la UNMSM

Publicidad y RR.PP.

Verónica Rodríguez Trujillo,

Distribución

Fondo Editorial UNMSM

Cine Arte de San Marcos

Avenida Nicolás de Piérola 1222

Parque Universitario - Centro Histórico de Lima

Teléfono 619-7000, anexo 5211, Telefax: 619-7000,

Anexo 5210, cinearteccsm@unmsmedupe

www.ccsm-unmsmedupe/cinearte

BUTACA no se identifica necesariamente con las opiniones vertidas en los textos firmados.

Dépósito legal N.º. 98-2898

UNMSM

Rector

Dr. Luis Izquierdo Vásquez

Vicerrector Académico

Dr. Víctor Peña Rodríguez

Vicerrectora de Investigación

Dra. Aurora Marrou

CCSM

Director General

Juan Federico García Hurtado

Director Ejecutivo

Martín Colán Torres

Editorial

U. N. M. S. M.
BIBLIOTECA CENTRAL
Hemeroteca
Dpto. Moderno

5/10.00

Donación n.º. Rectorado

05/09/12
Carla S/N - 03/05/12

La distribución y la exhibición del cine peruano en su propio territorio constituye el cuello de botella de la producción audiovisual en el Perú. Los intentos de la ley 19327 del general Velasco Alvarado y la actual ley "concurso" de 2004 del gobierno de Fujimori, ambas, por no extraña coincidencia, promulgadas por dictaduras de diferente corte—claro está para "apoyar" la hasta ahora incipiente industria cinematográfica— no dieron ni dan los resultados esperados. Cada legislación es fruto de la realidad socioeconómica del país donde es promulgada. Es el caso nuestro, país dependiente, en proceso de desarrollo, globalizado. Es obvio que ambas leyes en sus propias coyunturas y contextos sirvieron como paliativo y "solución" a las demandas de una verdadera ley que, de acuerdo a las exigencias socioeconómicas, propicie y sienta las bases de una industria nacional del cine. Léase fondo de financiamiento, banca, escuela de cine, cuota de pantalla, exportación e importación temporal, etc.

El bloqueo y la exclusión en el propio territorio forma parte de las estrategias por imponer y mantener una industria cinematográfica transnacional en mercados de poca capacidad productiva como el nuestro. Esta realidad es testimoniada en el presente número de **Butaca**, para contribuir al análisis crítico de dicha problemática. Si bien la alternativa que se avizora a través de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación, en esta llamada era de la información, es la constante transformación y perfeccionamiento tecnológico, este fenómeno es por el momento unidireccional. Somos consumidores.

Con el advenimiento de la tecnología digital, los resultados serán óptimos a nivel de mercado, de la expresión y de la tecnología y la promulgación de una nueva legislación cinematográfica que tenga en cuenta esta realidad, en medio de la vorágine que propicia la gran competencia y competitividad, permitirá esclarecer el espacio audiovisual, por ahora turbio, sustentado en las dádivas del Estado a través de la actual ley concurso que solamente propicia la inmovilidad y frustración de muchos a la espera de resultados óptimos a cada, digamos, concursante y propuesta audiovisual. Los costos bajos de la producción digital y el relativo fácil acceso y manejo de los equipos favorecen un embalse de productos de todo género y calidad, tanto en largometrajes como en cortometrajes, que no tienen la adecuada salida comercial en el mercado actual y sus diferentes ventanas económicas. Por otro lado, la población sumida en un rol de consumidor pasivo, catalogada como público objetivo por el mercado, poca o ninguna atención presta a las propuestas nacionales, iberoamericanas o europeas, que son a la vez excluidas en su mayoría de los circuitos comerciales copados. El obvio nivel de alienación de amplios sectores de este público, saturado de información por los medios posicionando mensajes para el consumo masivo en un mercado cada vez más extenso, al cubrir los diferentes segmentos y nichos de la población con relativa capacidad adquisitiva, hace que el principal objetivo—comunicar—no propicie justamente el intercambio, no permitiendo, además, que el espectador construya su propia opinión y desarrolle criterios frente a este indiscriminado bombardeo mediático. Sumido en un mar de mensajes de toda índole—muchos de ellos "pirateados" por el mercado informal—, enmudece, transformado en consumidor pasivo de productos de la gran industria audiovisual transnacional, desaparece como persona, cosificado en este actual mercado libre.

Butaca 31 quiere, así, contribuir al intercambio de información con los gremios, videastas, cineastas y grupos de comunicadores en aras de un real esclarecimiento de esta situación, coadyuvando a facilitar las bases de una industria audiovisual propia.

El Director

DONACIÓN

SUMARIO



MIRADA INTERNA

Josué Méndez, entre *Dioses* y transparencias.

20

Robles Godoy: "El arte es un misterio. Por lo tanto, no se puede definir".

28

OJOS DE VER

Habla Brian Pritchett, Gerente General de United International Picture Perú, UIP.

34

Pilar Roca: "Conacine debería orientarse a promover, hacer y distribuir cine en digital".

44

FIESTA DE IMÁGENES

Lázara Herrera y el Festival "Santiago Álvarez in Memoriam."

50

ZOOM GLOBAL

La escuela de François Truffaut.

60

FLASH BACK

Los doce mandamientos de Kurosawa.

64

Octavio Getino: la evolución de la legislación televisiva y cinematográfica en A.L.

68

Babel

Artificiosa construcción

Por Verónica Roldán.

Babel, término bíblico que significa confusión, es el nombre que Alejandro González Iñárritu escogió para presentarnos su última entrega de la que ha llamado la "trilogía del dolor", la cual inició con *Amores perros* y *21 gramos*. Un disparo es la excusa para unir cuatro historias que ocurren en diferentes lugares, culturas e idiomas: una familia marroquí que lucha por sobrevivir entre áridos desiertos, una pareja de turistas que atraviesa una crisis matrimonial, una niñera mexicana que cruza la frontera con dos niños estadounidenses y una adolescente sordomuda que no logra encajar en un mundo que parece no escuchar ni aceptar diferencias.

Uno de los mayores aciertos de la película ha sido la selección del pluricultural reparto: Gael García Bernal y Adriana Barraza (México) saben darle el toque pícaro y dramático a sus personajes; Rinko Kikuchi y Kôji Yakusho (Japón) reflejan la isla a la que podemos llegar si dejamos de comunicarnos; Brad Pitt y Cate Blanchett

(EE.UU.) transmiten, en una de las escenas más tiernas de la película, cómo se reencuentran los sentimientos de una pareja en la intimidad; y los talentosos Said Tarchini y Mohamed Akhezam (Marruecos) quienes, pese a no ser actores profesionales, logran brindarle a sus personajes ese toque de humanidad que impide encasillarlos.

La cámara ausculta a cada protagonista, desde planos generales hasta primeros planos, transmitiendo la intensidad del dolor que viven en cada una de sus historias, en las que encontramos a verdugos inocentes –los adolescentes que disparan un rifle para probarlo, la nana que se lleva a los niños para cuidarlos– e inocentes verdugos –el gobierno de EE.UU. que ve un atentado terrorista en un hecho aislado, los medios que presentan a la familia islámica como terrorista.

La puesta en escena ha sido cuidadosamente trabajada. Es notable la forma en que se logra expresar tradiciones de culturas tan disímiles en secuencias tan bien logradas como el ingreso por la frontera a México, la novedad que causa la presencia de extraños en un pueblo marroquí, el enfrentamiento con los policías de la frontera estadounidense, la modernidad de un imponente Japón, así como las reacciones que se dan al producirse el choque de idiosincrasias: el miedo de los compatriotas de la pareja estadounidense al sentirse perdidos en un ambiente extraño, el rostro del niño ante la decapitación de una gallina, la actitud del padre cuando intenta pagar la ayuda del guía marroquí.

La cinta se sostiene en un elaborado y variopinto guión que va mostrando poco a poco cómo se articulan las historias de este dinámico mosaico que muestra las



BABEL

USA, 2006. Color, 143 min.

Director: Alejandro González Iñárritu.

Intérpretes: Brad Pitt, Cate Blanchett, Gael García Bernal, Elle Fanning, Koji Yakusho, Rinko Kikuchi.



diferencias socioculturales que hay en nuestra aldea global. La música intensifica la acción –dramática en las escenas de la mujer herida o jaranera en las de la boda–, los silencios nos sorprenden por su elocuencia y esa manera de acercarnos a diferentes mundos, como el de una sordomuda, que manifiesta su necesidad de afecto a través de una lasciva curiosidad sexual.

Babel se erige como una artificiosa construcción artística que, al igual que la torre que ha inspirado su nombre, se pierde entre los ruidos de diferentes lenguas, culturas y mensajes. La película brinda una visión integral sobre cómo, a pesar de que todos estamos interconectados en un mundo globalizado –aunque sea por un hecho fortuito–, al final estamos aislados por nuestra incapacidad de comunicarnos y aceptarnos, de asumir la responsabilidad de nuestras acciones y decisiones. Después de todo, la ignorancia puede ser peor que la maldad. 



El laberinto del fauno *La violencia rendida ante el poder de la imaginación*

Por Manuel Parodi Garrido.

La fantasía rara vez supera a la realidad por mucho tiempo, van juntas, se retroalimentan. La toma de conciencia sobre la violencia y la injusticia con sus secuelas de sufrimiento, repulsa y resistencia contra sistemas totalitarios de toda laya supera con su macabra danza las metáforas polisémicas de la obra de arte. Son testimonios para el no olvido, basados justamente en hechos inimaginables, abundantes en la historia no oficial de las civilizaciones. A nombre de ideales impostergables recubiertos de esa "non santa" necesaria "santidad", dictaduras encubrieron y encubren ideologías y utopías santurronas de enfermiza ansia de poder, de una casta, un líder o una clase social.

“Guillermo del Toro continúa con esta producción su tarea de demiurgo lúcido, a la vez mago, a la vez artista y brillante director cinematográfico”.

Guillermo del Toro continúa con esta producción su tarea de demiurgo lúcido, a la vez mago, a la vez artista y brillante director cinematográfico. La fusión entre realidad y fantasía se abre paso en este filme, son dos historias paralelas que se complementan, presentadas al inicio en off, planteando el mundo que vamos a esperar.

La Guerra Civil Española en sus finales, el franquismo victorioso, en lucha contra los remanentes de la resistencia republicana, por un lado, y por otro Ofelia, protagonista de este filme y su mundo de fantasía mostrándonos metafóricamente la permanente lucha entre la imaginación y el poder, entre la realidad social y el mundo espiritual del hombre.

Ofelia y el capitán Vidal desarrollan con sus acciones la dramaturgia planteada: lo bueno, la heroína encarnada en una niña y su imaginería en fusión constante con la realidad, en este caso contra el mal, la realidad que le toca; Vidal, el villano en esta película, exterminador de la resistencia republicana y sus pequeñas-grandes miserias y heroicidades; ambos personajes representan



la premisa planteada. La violencia como método para imponer una ideología, sucumbe ante el poder de la imaginación metafóricamente vista y planteada como resistencia, a la vez física e ideal de los republicanos y el mundo fantástico de Ofelia, con sus propios valores representativos de esa otra libertad mayor, el mundo de la poesía y la vida.

Ofelia sobrevive de cierta manera cumpliendo tareas simbólicas encomendadas por un fauno, personaje contradictorio, protector esta vez y no seductor de la virginidad, belleza y la inocencia de la niña, heroína en su propio mundo al cumplir las tres pruebas que harán posible los sueños del fauno que vive en un laberinto no solo imaginario sino con poder para transgredir la realidad (moral y ética) formulada.

“Este filme nos lleva a espectral (una vez más) el mundo siniestro, corrupto y violento del franquismo, y su ideología, encarnado en esencia a través del capitán Vidal”.

Este filme nos lleva a espectral (una vez más) el mundo siniestro, corrupto y violento del franquismo, y su ideología, encarnado en esencia a través del capitán Vidal, su represión indiscriminada, tratando de imponer con esta guerra sucia sus ideales contra viento y marea. Sobreviven el amor, la libertad y el hombre. De alguna manera, esta película nos plantea el “no olvido ni perdón” contra las monstruosidades de la injusticia. ■



EL LABERINTO DEL FAUNO

España, México y EE.UU. 2006. Color, 112 min.

Director: Guillermo del Toro

Intérpretes: Sergi López, Maribel Verdú, Ivana Baquero.



Borat

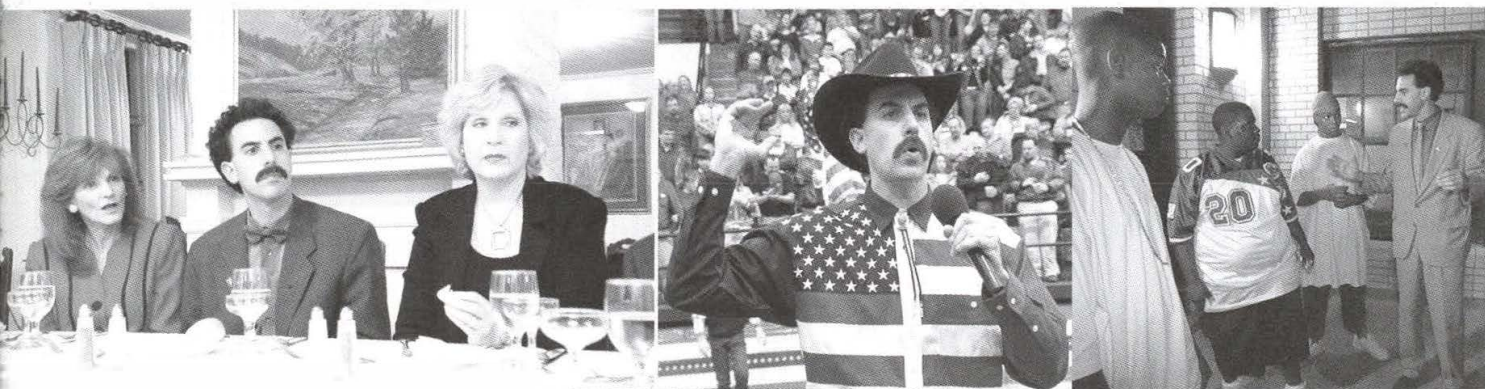
*La sociedad
estadounidense
al desnudo*

Por Elizabeth Páucar Morales.

“ Aféitese ese maldito bigote (...) porque si no, cuando la gente lo vea pensará: Ahí va un maldito musulmán, me pregunto qué clase de bomba lleva escondida”, este es solo uno de los peculiares comentarios del “americano promedio” que aparecen a lo largo de la película más polémica de los últimos meses: **Borat**.

Borat Sagdiyev, uno de los más reputados periodistas de la gloriosa nación de Kazajstán, recibe del Ministerio de Información de su país el encargo de hacer un documental en los Estados Unidos sobre el “american way of life” con el objetivo de enseñar a sus compatriotas las costumbres del “mejor país del mundo”.

Antes de partir, Borat nos lleva a su pueblo natal Kuszek para mostrarnos el estilo de vida kazajo. Son 20 minutos difíciles de digerir. En el filme aparece un Kazajstán atrasado en el que impera la ley de la selva, los infantes juegan con armas de verdad, las mujeres son degradadas a ser prostitutas (de lo cual están orgullosas) y la expectativa de vida es menor de 43 años. Sin embargo, toda esta mirada grosera



del país asiático tiene un propósito: apreciar a través de Borat –quien es antisemita, xenófobo, homofóbico y machista, tanto que cree que el cerebro femenino es igual al cerebro de una ardilla– hasta qué punto sus cuestionables creencias son compartidas por muchos estadounidenses.

Pero, ¿qué es **Borat**? ¿Una comedia? ¿Un documental? Es una comedia crítica bajo la apariencia de documental, una suerte de película dentro de otra película, en la cual se van alternando las grabaciones de las entrevistas realizadas por Borat como parte de su trabajo y las imágenes de las situaciones que sufre el periodista por su desconocimiento del modo de vida de EE.UU.

Precisamente en este aspecto ambivalente radica el éxito de la cinta, en la apariencia de que no existe un guión y que los problemas de Borat son producto de su ignorancia o de su mala suerte. Así, el espectador se ve obligado a preguntarse de principio a fin, si los diálogos y los personajes del filme son reales o si son producto de la torcida imaginación de un guionista.

El empleo de la cámara en mano en algunas secuencias, como el viaje de Borat en el metro de Nueva York o el intento de secuestro de Pamela Anderson, contribuye a la idea de que Borat es una persona real en situaciones surrealistas. No obstante, esta película sí tiene un guión, si bien todos los personajes que aparecen en ella, a excepción de Borat y su productor Azamat Bagatov (interpretado por el actor Ken Davitian) son reales.

Pese a esto, el efecto de asombro e indignación que causan los comentarios de los entrevistados disminuye cuando



“Nadie se salva en esta fugaz y procaz mirada: ni las feministas, que aparecen como mujeres sin gracia y sin sentido del humor, ni los políticos conservadores estadounidenses...”

aparecen los típicos gags cómicos. Situaciones como el oso asustando a los niños que se acercan por helados o la gresca entre Borat y un Azamat caracterizando a Chaplin debilitan el mensaje crítico del filme.

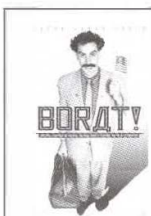
Nadie se salva en esta fugaz y procaz mirada: ni las feministas, que aparecen como mujeres sin gracia y sin sentido del humor, ni los políticos conservadores estadounidenses, ni los miembros

de una comunidad pentecostal, suerte de fanáticos religiosos que niegan la teoría darwiniana de la evolución natural del hombre.

La escena más notable de la película es la de Borat en un rodeo donde lanza arengas a favor de la “guerra del terror” liderada por los Estados Unidos: “Que George Bush beba la sangre de todo hombre, mujer y niño de Irak” o “que [Estados Unidos] destruya ese país [Irak] para que en los próximos mil años ni siquiera una lagartija pueda sobrevivir en ese desierto”, frases absurdas que se vuelven grotescas y aterradoras al provocar una reacción positiva en el público asistente.

En resumen, el comediante británico Sacha Baron Cohen de la mano del director Larry Charles (conocido por ser guionista de **Seinfeld**), se aprovecha del desconocimiento de la idiosincrasia y costumbres occidentales de su más famoso personaje, Borat, para desnudar cada uno de los prejuicios y fobias de la sociedad estadounidense.

Borat es una comedia corrosiva, muy crítica y por momentos insufrible pero, sobre todo, diferente. Deliciosa para aquellos hartos del humor basado en golpes y elementales chistes sexuales al que nos tienen acostumbrados la televisión y el cine estadounidenses. Conservadores, fanáticos religiosos, pro norteamericanos y feministas abstenerse. 🎬



BORAT

Estados Unidos, 2006. Color, 84 min.

Director: Larry Charles.

Intérpretes: Sacha Baron Cohen, Ken Davitian, Pamela Anderson.

Transamérica A punto de llegar a ser lo que eres

Por Mario Castro Cobos.

Recuerdo a un sexólogo, en un programa español, hace varios años, diciendo: "Es que no somos blanco o negro, sino café con leche". Intelectualmente todos lo sabemos (o eso espero), aunque emocionalmente todavía podemos sorprendernos. Es en ese punto en donde podemos identificarnos todos sin excepción y es ahí donde la película actúa.

Como una de las moralejas de la película **Kinsey**: respetémonos más, conozcámonos mejor, porque todos somos diferentes. Aquello que parece que nos separa de este personaje es justo lo que nos puede unir a lo que le ocurre, a lo que es, a lo que siente. La gente teme y, por lo tanto, suele odiar las diferencias; y esto es una contradicción flagrante con nuestra ética de respeto a la individualidad. Hay un fondo cavernario en nuestras sociedades, con el que siempre nos toparemos, al ver una película así. Incluso si se trata de una película tan poco escandalosa como esta.

Estamos ante (lo digo sin miedo) una historia de superación personal. ¿Acaso no es posible la superación personal? Y claro, también es posible contarla. **Transamérica** no examina "la historia del problema", no investiga las raíces, se ubica en vez de eso en el principio del fin, cuando el personaje principal está a punto de materializar su decisión más crucial.

La modestia de la película me quita las ganas de criticarla o alabarla excesivamente. El registro de comedia salpicado de drama no permite el dar





vueltas más instructivas en torno a la serie de desgracias. El drama está algo amortiguado, la película es de rosados suaves. Entonces uno piensa que, después de todo, esta película quiere ser correcta y normal, pese a las apariencias. Casi pide perdón por la rareza.

Es un poco pasarse de listo, despreciar una película por no tener grandes pretensiones. Esperar más de una película cuando, por decirlo así, la propia película no espera tanto de sí misma. Estuve a punto de cometer una injusticia pero me detuve a tiempo. Como el personaje principal, la película es lo que es. Nada más.

La mezcla de comedia y drama tiene la ventaja de equilibrar tonos claros con tonos oscuros; no sé si sea el justo medio. Y tiene la desventaja de que al final en lugar de ser las dos cosas a la vez, no sea suficientemente ni lo uno ni lo otro.

La mezcla de comedia y drama, en *Transamérica*, se revela como indefinición; como titubeo conceptual. La veo más como limitación. Como una insuficiencia hasta cierto punto lógica y esperable, si uno recuerda las no tan elevadas pretensiones. Plana y

apacible visual y narrativamente, al más puro estilo telefilme, no creo que resulte estimulante para quienes aprecien o prefieran exploraciones visuales y juegos o complejidades estructurales. No he visto aún, dicho sea de paso, la película que sea tan ni de cerca tan compleja como lo que ocurre dentro de una persona transexual.

Por otra parte, puedo mencionar sin el menor remordimiento la actuación de Judy Dench en *Notes on a scandal*, si alguien me pidiera que le dijera qué actuación femenina reciente me parece superior a la de la convincente y eficiente Felicity Huffman en *Transamérica*. Huffman tiene entre sus manos, en efecto, un personaje que no brilla, que difícilmente va a enfrentarse a alguien, pero lleno de humanidad y clamando por aceptación.

No resisto hacer, a vuelapluma, una pequeña lista de lo que esta película no tiene, en comparación con otras más

perdurables, que tratan, aproximadamente, el mismo tema.

Transamérica no tiene la delicadeza ni la capacidad de fantasía y ensoñación de *Mi vida en rosa*, de Alain Berliner. No tiene la energía punkrockera, el humor exultante, la poesía y la furia de *Hedwig and the angry inch*, de John Cameron Mitchell. No tiene la seca oscuridad desesperada de *Boys don't cry*, de Kimberly Pierce. No tiene el desparpajo, la naturalidad total y la sonrisa constante de *Yo soy mi propia mujer*, de Rosa Von Praunheim. No tiene la densidad, el poder de perturbación, la puntual extrañeza, de *Mi querida señorita*, de Jaime de Armiñán.

¿Qué será entonces, lo mejor de *Transamérica*? Virtudes modestas, sencillas y efectivas. Es una historia decentemente llevada, realizada con calidez y comprensión, un discreto cuento de hadas para tiempos donde, pese al espejismo de la modernidad, la intolerancia no escasea. 📖



TRANSAMÉRICA

Estados Unidos, 2005. Color, 103 min.

Director: Duncan Tucker.

Intérpretes: Felicity Huffman, Kevin Zegers, Fionnula Flanagan, Elizabeth Peña, Graham Greene.

Little Miss Sunshine En busca de la causa perdida

Por Claudia Ugarte.

Hay dos tipos de personas en este mundo, ganadores y perdedores, "pero en todos hay un ganador dentro que espera ser despertado", dice al inicio del filme Richard Hoover (Greg Kinnear), un predicador de poca monta de esa cultura obsesionada con el éxito en que se ha inmerso EE.UU. Pero pocos minutos más adelante y a lo largo de *Little Miss Sunshine* parece que más bien se tuviera que hacer dormir al perdedor que llevamos dentro para alcanzar nuestras metas.

Detrás de la forzada sonrisa de Richard la cámara nos muestra lo desestructurada e improvisada que es su familia, y bajo este mismo contraste (que a veces peca de explícito), los debutantes directores de cine Jonathan Dayton y Valerie Faris (con la pluma de Michael Arndt) van destruyendo moldes y desmitificando estereotipos durante los 101 minutos del filme, en el que toda una familia parece anhelar sueños que desde el origen tienen adherida la etiqueta del fracaso: una niña panzona de 7 años, Olive, quiere participar en un concurso de belleza donde el artificio es más que desnaturalizador frente al aplauso de todos, o un adolescente—quien poco comprende a Nietzsche aunque crea idolatrarlo— que se autoinflige un voto de silencio de varios meses para cumplir su meta de ingresar a una escuela de vuelo, sin saber que es daltónico; este mismo muchacho que al inicio parece un asesino en

"... toda una familia parece anhelar sueños que desde el origen tienen adherida la etiqueta del fracaso".

potencia termina siendo un chiquillo confundido y lleno de miedos que trata de asimilar el sentido de su existencia.

La única que no se topa con la desilusión, quizás porque tampoco tiene sueños propios, es Sheryl (Toni Collette). Sin embargo, sufre el quiebre de los demás como el sui-

cidio frustrado del hermano, Frank (Steve Carell) y el fracaso en ventas del libro de autoayuda de Richard "porque nadie ha oído de él".

La presentación de todos estos personajes cuando entran en pantalla es impecable junto a planos detalle y un fondo musical que va creando atmósfera para cada cambio de escena sin perder el ritmo. Es la música, y los silencios que dan paso a los diálogos, uno de los aciertos filmicos, además de la fotografía (a veces turística) y la elección de actores. Sorprende la naturalidad de la pequeña Abigail Breslin, la multiplicidad de rostros con que Richard "se resiste a perder" (o finge ganar) y la ironía que

manejan en uno y otro momento, casi turnándose, Frank, el abuelo grosero de la familia, 'Grandpa', y el propio Richard, a pesar de que para él, el sarcasmo es el recurso de los perdedores.

La historia es simple, una familia acompaña a la hija menor a un concurso de belleza, en un viaje de tres días por carretera—lo que acerca la historia a un road movie, forma que felizmente se refugia detrás del contenido—. La riqueza está más bien en la convivencia de las historias personales, el yo interno de cada uno se somete a un correlato que se va inscribiendo y corrigiendo a partir de las experiencias con el otro, por más que este

"Es la música, y los silencios que dan paso a los diálogos, uno de los aciertos filmicos".

sea poco fiable, como el caso de Richard. Todos tienen la razón en algún momento. Para tener éxito se necesita una actitud positiva, eso es cierto, pero también algo de suerte,

como insinuó Frank al comienzo. Y suerte y disciplina no solo para alcanzar metas sino para tolerar frustraciones y enfrentar miedos. De pronto, el hijo adolescente, Dwayne, tiene que entender que su anhelo más grande no se cumplirá y Olive deberá asumir que convivirá el resto de su vida con el temor de ser una perdedora, pues su "padre odia a los perdedores".

Durante esta convivencia los momentos difíciles pueden unir o separar, haciendo dejar de lado los objetivos, como cuando todos entran en crisis por diferentes motivos (entre ellos, Frank se encuentra por casualidad con su ex novio y retoma momentáneamente su depresión, a la vez que los esposos Richard y Sheryl se enfrentan al fracaso del libro en el que invirtieron todos sus ahorros, lo que afecta también a los demás miembros de la familia), esto hace que olviden a Olive—precisamente el motivo del viaje— en un estacionamiento de carretera. O como cuando muere el padre de Richard, lo que más bien junta a todos en una tarea común.

En medio de esta aventura (que a veces luce circense, sobre todo al final), un diálogo entre Frank, el especialista número uno en Marcel Proust ("un loser total"), y Dwayne, se torna de lucidez cuando entienden que, aunque no hay reglas, el éxito también consiste en valorar los años de sufrimiento y la forma cómo se afrontan "los concursos de belleza tras otros" que conforman la vida a decir de Dwayne.



LITTLE MISS SUNSHINE

USA, 2006. Color, 101 min.

Directores: Jonathan Dayton y Valerie Faris.

Intérpretes: Greg Kinnear, Toni Collette, Steve Carell, Paul Dano, Abigail Breslin, Alan Arkin.

Soñadoras (Dreamgirls) Una soñadora más. Blablablá o tararará...

Por Verónica Rodríguez Trujillo.

Llevar a la pantalla grande un musical de Broadway, pese a tener experiencia, es una tarea complicada, más aún si se sabe que el musical es conocido y exitoso. Bill Condon, británico, director de *Soñadoras*, asumió este reto el año 2005. La producción fue filmada en los estudios CBS en Los Ángeles, con un reparto que incluye a Jaime Foxx, Eddie Murphy, Beyoncé Knowles, Jennifer Hudson, Anika Noni Rose y Danny Glover.

Soñadoras es una película del género musical, contextualizada en una turbulenta época comprendida entre los años 60 y 70, cuando muchas personas de color luchaban por concluir todo tipo de demostración de discriminación racial. Esta película nos cuenta la historia de un trío de mujeres cantantes de color que se enfrentan a la oportunidad musical de sus vidas. Se basa en la vida de Motown Records y las Supremes y nos hace ver cómo a veces el negocio empieza a irrumpir y tener más prioridad que el mismo arte.

Effie, Deena y Lorrel son tres prometedoras cantantes negras, que han ensayado innumerables veces y que aún se encuentran sumergidas en el anonimato; de repente, participan en un concurso de talentos y pese a no ganarlo reciben una propuesta de Curtis Taylor, un ambicioso mánager, quien les propone trabajar con él. Con Curtis todo parece ir a pedir de boca, sin embargo, el ansia de penetrar en un mercado tan marginante y exigente hace que Curtis tome medidas que afectan sobre todo a Effie, la cantante principal del grupo, por lo cual surgen los problemas internos y esta se separa de la agrupación. Luego de eso el grupo y la vida de sus integrantes se mueven solo en base a las cifras de mercado.

Soñadoras sin duda es una película que despierta tanto simpatías como marcadas antipatías. No se puede negar el excelente trabajo realizado a nivel técnico, la edición es muy buena, el vestuario es espléndido, la fotografía es excelente y cómo no disfrutar con esas ambientaciones, sin embargo, la película resulta bastante predecible y por

ratos monótona. La trama, un poco irregular pues la película alcanza buenos momentos, pero luego estos dan la sensación de no llegar a desarrollarse en toda su amplitud. En muchos casos se siente incluso cómo la música trata de llenar espacios que se descuidan narrativamente, esto puede ser extraño si se considera a Condon un excelente guionista y director que ha demostrado ese talento tanto en *Dioses y monstruos* (por la cual ganó el Oscar en la categoría de Mejor Guión Adaptado), como en *Kinsey*, además de haber libreteado la premiada *Chicago*.

Se encuentra, sin embargo, mérito en los actores y esto es lo que puede mantener pegado a la pantalla al espectador. No es el hecho de grandes escenas dramáticas, sino cómo las trabajaba cada uno de ellos, porque si bien, por momentos se nota que su actuación no podía desarrollarse totalmente por la inconsistencia del guión que llevaba a escenas no muy logradas, se observa una lucha y marcada preocupación de ellos por darle una identificación a cada uno de sus personajes, esto se hace

más notorio y aplaudible sobre todo en el caso de la debutante Jennifer Hudson. El ver cómo la película se salva increíblemente gracias a ese esfuerzo es algo extraordinario. Definitivamente, Hudson, la ex finalista del tan conocido concurso *American Idol*, impresiona por su voz, carácter y porte en el escenario. Por momentos, hace pensar en la diva que lucha por ser reconocida por su talento y valor, pero no a esa que por sus exigencias se vuelve insoportable sino, a una chica buena pero impulsiva, que lo único que desea es ser reconocida en todo su mérito. Tal vez sea ese lado de la película el que agrada a quienes simpatizan con ella, tal vez, la identificación íntima que sienten con Effie, ya sea en el canto, sus carreras, trabajos, en la vida misma, han estado en algún momento relacionados con la historia de este personaje, por demás humano, y

se han alegrado al verlo reivindicarse frente a la abrumadora Deena quien, no siendo mala, es consciente del daño que está ocasionando a su amiga y los ha motivado su reivindicación frente a ella misma que lucha por "domar" ese ímpetu que lleva dentro y que la hizo cometer errores pasados.

Si se ve *Soñadoras*, se podrá encontrar una marcada similitud desde luego con la carrera de Diana Ross and The Supremes, y se verá en la historia a los clones fílmicos de James Brown, los Jackson 5, además de similares íconos del universo de la música negra estadounidense. Para los conocedores y admiradores de la música de esos años será una delicia, sin embargo, siempre quedará ese sinsabor de pensar que se pudo hacer mucho más con el argumento de esta obra. ■



DREAMGIRLS

Estados Unidos, 2006. Color, 131 min.

Director: Bill Condon.

Intérpretes: Jamie Foxx, Beyoncé Knowles, Eddie Murphy, Danny Glover, Jennifer Hudson.



UNITASM-CEDO

Apocalypto

Por Héctor Plaza.

Fórmula infalible hollywoodense: el buen salvaje clonado, para uso mediático en este siglo XXI, en un mítico, violento y sangriento salvaje prehispanico de celuloide.

Apocalypto –o el encuentro de dos mundos dramatizados convenientemente como producto de género para una cartelera de éxito comercial– nos presenta los hechos bajo el signo de la violencia sanguinaria visceral, sostén del sistema militarista sacrosanto del poder maya, volcado en luchas internas contra su propia gente en estado originario de supervivencia tribal, ad portas del genocidio conquistador español. Sin presagiar el advenimiento del yugo de la cruz y la espada; nómades, campesinos, cazadores y el mismo poder central evolucionan confrontándose en sus propias circunstancias, propiciando en este drama/acción un eficaz suspenso sustentado en acciones, persecuciones y demás argumentos de la narrativa audiovisual típicos de este género.

Zarpa de Jaguar (Rudy Youngblood) cazador maya –héroe de esta propuesta– emprende el sendero de la libertad para salvar su vida, la de su mujer, su hijo y su pueblo enfrentándose a la sangrienta maquinaria del poder, servida por mercenarios guerreros proveedores de esclavos para los cruentos sacrificios, base del poder de las castas dominantes con los que intentan resolver, de acuerdo a sus creencias, problemas políticos-sociales. Gibson –“chico malo” del mercado cinematográfico trasnacional; polémico, repudiado y, a la vez, talentoso

**Zarpa de Jaguar
(Rudy Youngblood)
cazador maya –héroe
de esta propuesta–
emprende el sendero
de la libertad para
salvar su vida, la de
su mujer, su hijo y su
pueblo...**

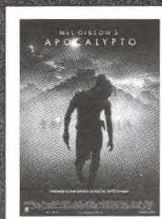
director y actor– manifiesta en este filme su libre y muy bien marquetada visión del mundo reflejada en un cine generador de controvertidas opiniones e innegable éxito de taquilla.

Esta vez el director de la descarnada y violenta versión sobre el vía crucis del Cristo lleva nuevamente al “casi extremo” el uso del efectismo tecnológico, base de una fotografía realista y grandilocuente, soporte de acciones y hechos sangrientos que describen este mundo precolombino –a la distancia de nuestra era actual– como uno de los más violentos de esta parte del continente, sustentando de esta manera su posición frente al verdadero uso de la violencia en la historia del hombre.

La realidad histórica oficial, esta vez del mundo maya precolombino, sirve de fuente de inspiración para crear un producto pesadillezco muy bien realizado.

Apocalypto, filmada en lengua maya, juega cinematográfica-

mente con los elementos del género, llevándolos a su máxima capacidad expresiva y excelente técnica audiovisual, soportando un guión simple pero eficaz –dirigido a un público objetivo saturado por la mercadotecnia–, a la vez que juega con la falta de memoria y el conocimiento de los diferentes umbrales de la historia, lo que le permite magnificar realistamente costumbres pretéritas. Éxito asegurado. La dramaturgia planteada desarrolla tres planos que se retroalimentan: el poder decadente del imperio maya, el pueblo trashumante expoliado –que sirve de base económica, como esclavo y materia prima para las ceremonias, rituales y sacrificios de una élite sacerdotal-militarista– y la pequeña gran historia de amor que ordena la línea dramática a través de la anécdota, los juegos, el sufrimiento y las esperanzas de la pareja protagonista y su entorno, que se ven confrontados, literalmente cazados y exterminados por la sangrienta maquinaria del ejército imperial. La fe en sí mismo lleva al héroe a sortear todos los obstáculos para lograr escapar, salvar a su familia y los restos de la tribu, sin tener conciencia ni idea del maléfico poder evangelizador y colonizador que se le viene encima, presentado aquí como los renacentistas evangelizadores occidentales portadores de la verdad. Cerrando de esta manera el ciclo con el consabido “buen final” de una exitosa película comercial. ■



APOCALYPTO

EEUU, 2007. Color, 139 min.

Director: Mel Gibson.

Intérpretes: Rudy Youngblood, Dalia Hernández, Jonathan Brewer, Morris Birdyellowhead, Carlos Emilio Báez.

Entrevista a Josué Méndez

Me gusta hacer cosas distintas

El director de *Días de Santiago* habla sobre su nueva película *Dioses*, y de cómo ve el cine peruano y el latinoamericano, y de sus proyectos personales.

El joven pero ya experimentado, y exitoso, director, guionista y productor limeño Josué Méndez Bisbal, está dando los últimos toques a su segundo largometraje, Dioses, para el que ha contado con la asesoría del prestigioso director inglés Stephen Frears, lo que fue posible gracias a que nuestro entrevistado ganó el premio de la Iniciativa Rolex para mentores y discípulos.

Por Mario Pozzi-Escot.

—Quiero conversar contigo sobre la distribución en el cine peruano. Bajo tu propia experiencia, ¿con qué problemas te has confrontado para distribuir *Días de Santiago*? ¿Ganaste dinero, perdiste, recuperaste?

— No ganamos mucho dinero con la distribución. Creo que hay un problema de escala. Esa es la cruda realidad.

— Problemas de dimensión de mercado.

— Los gringos dominan los mercados, ese es su objetivo. Lo hacen

muy bien. Frente a nosotros donde cada uno sale con su pelculita tratando de ponerla en los cines existe una problemática de escala, contra la cual hay muy poco que hacer por parte nuestra. El rol del Estado, la cuota de pantalla como existe en casi todos los países son fundamentales.

— Además de tener en cuenta una nueva legislación cinematográfica adecuada a nuestro país.

— Para esta nueva ley de cine habría que definir una cuota de pantalla, teniendo en cuenta que en el TLC no se toca el tema. Solamente con un Estado que regule todo esto la situación podría mejorar.

— ¿Cómo ves el rol de Conacine frente a esta realidad? ¿Qué hizo, qué no hizo, qué hará?

— Conacine somos todos, trato de no separar Conacine de los cineastas. Creo que lo correcto es asumirnos, unirnos, qué cosa no hemos hecho todos, si no hemos sido capaces de ponernos de acuerdo en una ley, por ejemplo, queda como una misión a futuro para que la tomen las nuevas generaciones. Lograr una nueva ley, un TLC con cuota de pantalla para el cine, ese es nuestro rol actual y Conacine es el ducto oficial para lograrlo, sin

esto no se puede hacer nada con esa diferencia de escalas.

— ¿Con qué problemas te encontraste al distribuir tu película?

— Todos estos problemas que estamos viendo te llevan a luchar día a día para que tu película sea cuidada en los cines, a diferencia de los gringos que le pagan a la gente, tienen personal para ello, cuidan que estén todos sus posters, banners, trailers, fotos, afiches, mientras que nosotros mismos día a día debemos persuadirlos de que saquen el afiche de una película estadounidense y pongan el tuyo.

— Cuestión de espacio y derechos...

— Lo que los gringos hacen magistralmente bien es copar el espacio. Donde mires, película norteamericana. Lo que hacemos es ir y decirles a los exhibidores: "Oye, esa película de la Warner se va a estrenar en un mes, la mía en dos semanas así que, por favor, pon el afiche en un lugar más prominente". Es una chamba entre otras que hay que hacerla día a día hasta el día del estreno, teniendo en cuenta de que si no vas, la Warner saca el tuyo y pone los suyos, lo que te lleva a ir a sacar los de ella y poner el tuyo. Francamente...

>>>



Foto: Jorge Quiroga

UNIVERSIDAD M. CEDOC



>>>

– No existe reglamentación ni pactos para organizar esas agotadoras jornadas.

– En absoluto, es ir y competir contra eso, poner y sacar tu afiche, ver lo de las entradas, promoción, propaganda.

– Eso afecta obviamente el nivel de difusión de la película de manera inmediata, sin contar con los medios.

– Claro, es casi agotador.

– Eso también afecta la permanencia de la película. En tu caso, ¿cuáles han sido los problemas? ¿Has tenido problemas con las semanas en sala?

– Yo he producido una sola película y no tengo mucha experiencia en esto. En el caso de *Días de Santiago* las salas se portaron muy bien, estuvo diez semanas en sala, funciono muy bien en las primeras semanas porque empiezas en salas grandes y después vas pasando a salas más chicas. Como tienes que llegar a cierto porcentaje para mantenerte, funcionó bien y pudimos durar tantas semanas. Eso fue lo que hizo que llegara a las diez semanas. No tuve los problemas que tuvieron otras películas peruanas que fueron sacadas con medidas arbitrarias. No porque no tuvieran público sino porque estaba viniendo el estreno enorme de alguna película de éxito. A mí

no me pasó eso, pero sí sé que es algo que sucede. ¿Qué se puede hacer contra eso? Es muy difícil. Las grandes distribuidoras si una sala no les pone sus películas ya no les dan películas, tienen cómo amenazar a los exhibidores.

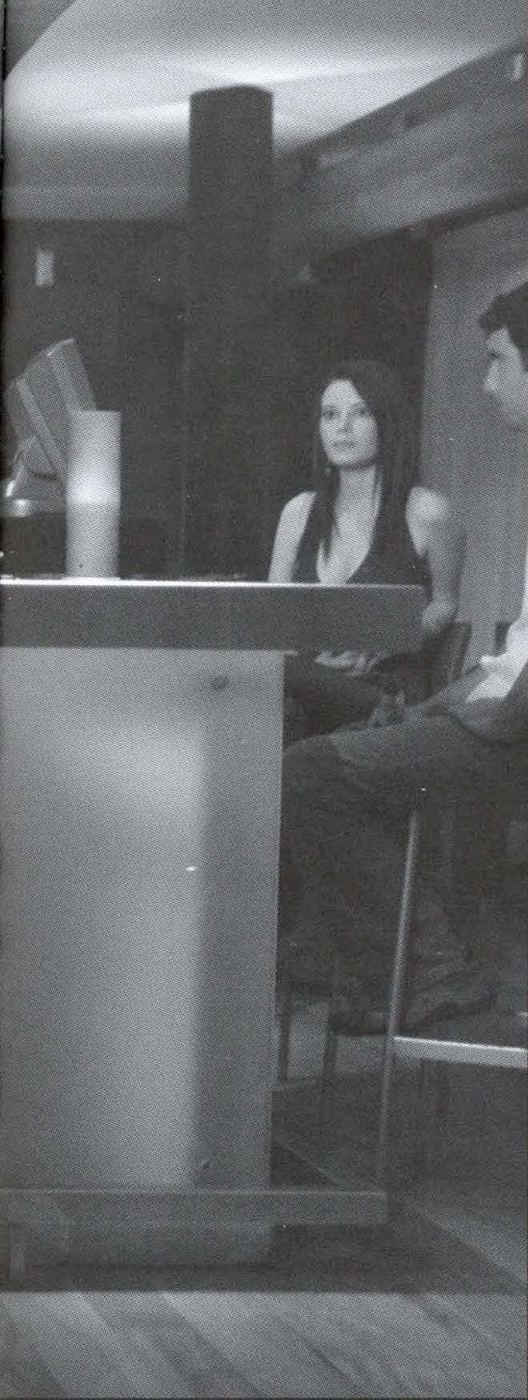
–¿Con cuántas copias fuiste tú?

– Con diez copias, en 14 salas.

– ¿Y después, exhibición en provincias?

– En provincias estuvimos solo en Cineplanet: Arequipa, Iquitos, Piura.

– No hay más, es otro de los problemas que se deben afrontar.



“Conacine somos todos, trato de no separar Conacine de los cineastas. Creo que lo correcto es asumirnos, unirnos, qué cosa no hemos hecho todos”.

de autor, hay de todo. Además, en la exhibición por el hecho de ser una cadena peruana, Cineplanet apoya el cine peruano, tratando de darle espacio, poniendo películas peruanas. A fin de cuentas, lo que funciona para los exhibidores es la recaudación; y si las películas peruanas les da se quedan, si cualquier película les da porque son buenas sea donde sea la ponen; si una película es aburrida, y no porque sea peruana, simplemente la van a sacar, sea de donde sea la van a sacar. Creo que hay una impresión equivocada sobre la exhibición. No, tu película no duró ni cuatro semanas, te la sacaron antes de tiempo te dice la gente, pero si tú ves todos los estrenos que hay, la verdad es que de cada diez películas estadounidenses nueve no pasan las tres semanas. La gran mayoría de las películas norteamericanas no están ni tres semanas, solo las grandes películas, los blockbusters como *King Kong*, *El Hombre Araña*, etc. se llevan toda la taquilla.

– No puede ser que en un país de 25 millones de habitantes solo haya cines en la capital o en algunas ciudades.

– ¿Cómo ves el cine peruano a nivel de propuestas? ¿Qué piensas de las producciones nuevas y de esta última generación?

– Yo estoy bastante optimista con el cine peruano de ahora. Este año se van a hacer muchas películas, en lo que va se han producido tres o cuatro, entre Lima y provincias, a fin de año habrá de 10 a 15 películas digitales y en celuloide. Hay una nueva generación y mucho entusiasmo para hacer cosas, comerciales, cine

– En relación a estos problemas, ¿cómo ves actualmente el cine latinoamericano?

– A mí personalmente me ha gustado mucho el cine argentino, aunque actualmente está en crisis, ya que por un lado no han salido nuevos nombres como salieron en su tiempo, por ejemplo Lucrecia Martell, Caetano; y por otro lado, estos mismos nombres no han continuado con obras importantes...

– ¿Cómo ves la interrelación entre nuestros cines: cuestión de distribución, exhibición, cuestión de tema?

– Lo que es Latinoamérica es una pena, todos hablamos el mismo idioma, pero distribuir en Latinoamérica es casi imposible.

– ¿Es un riesgo de mercado o qué?

– Sí, sí es un riesgo y si entras es gratis prácticamente porque un pata te hace el favor, la van a poner en dos o tres salas. Hay una anécdota conocida, la de *Pantaleón y las visitadoras*, siendo una película tan comercial que fue tan bien en taquilla acá, en Argentina distribuida con unas cuantas copias no fue nadie a verla, por alguna razón que no la sé, el cine latino no se ve en América Latina, nosotros lo vemos en festivales.

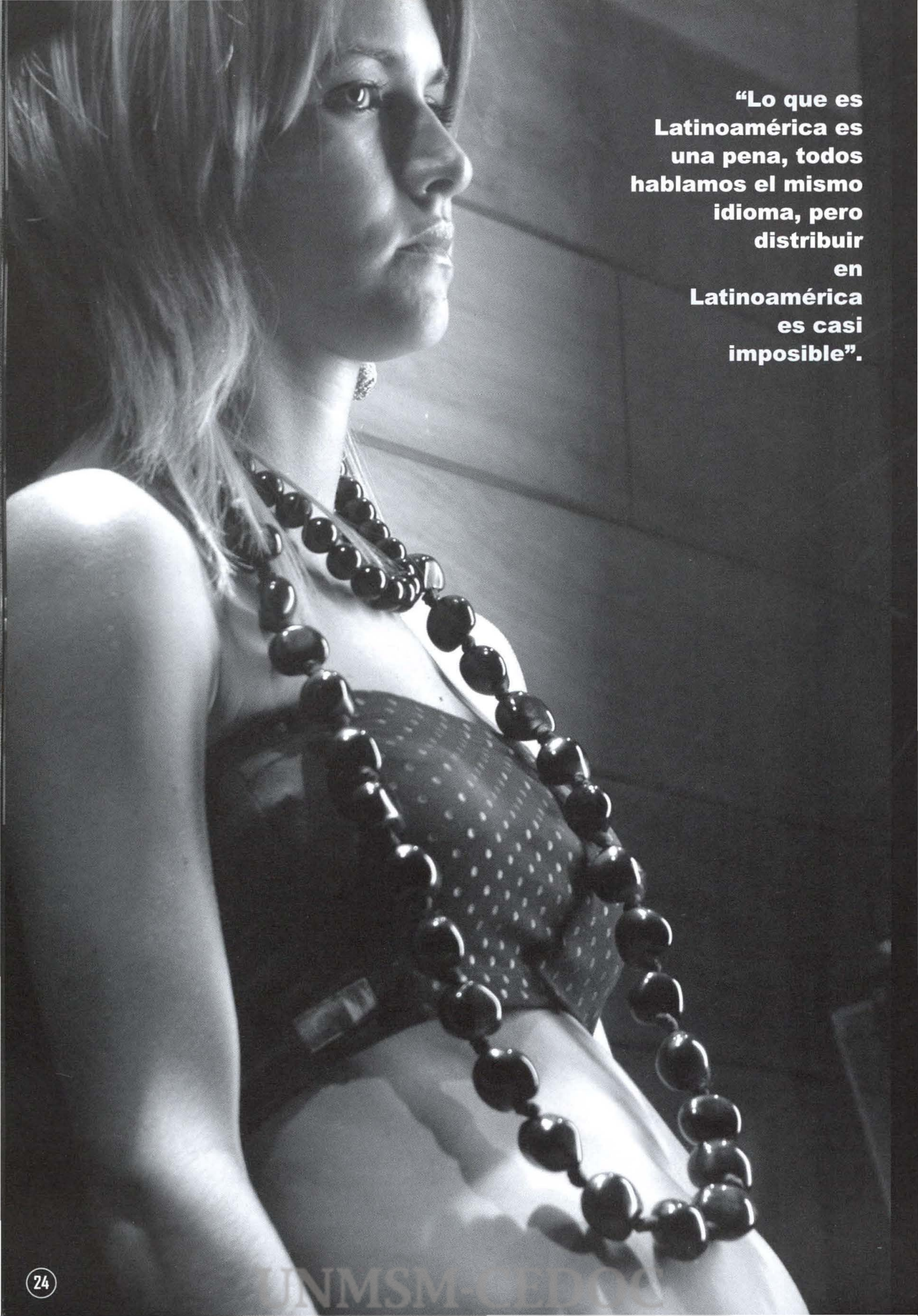
– Lo mismo sucedió con esa película chilena *El rey de los huevos*, pasó totalmente inadvertida, aunque sí tuvo repercusión en TV como promoción.

– Quizás haya una resistencia del público masivo de ver el cine argentino, chileno, brasileño; por ejemplo, tremendas películas taquilleras en México pero que aquí nadie las ve.

– Estamos ante el eterno problema de mercado, difusión, consumo y públicos objetivos que reflejan la realidad de la exhibición y la distribución. ¿Qué has planificado para difundir tu nueva película, teniendo en cuenta toda esta realidad?

– Igual que en *Días de Santiago*, en *Dioses* la idea es tener un agente de ventas que maneje la película a nivel internacional, tenemos dos interesados, pero ninguno firma nada hasta no ver el primer corte de la película.

>>>



**“Lo que es
Latinoamérica es
una pena, todos
hablamos el mismo
idioma, pero
distribuir
en
Latinoamérica
es casi
imposible”.**

>>>

– ¿Son peruanos?

– No, son de Francia y de Alemania, son gente que se dedica a eso, a colocar películas en otros países.

– ¿Van a porcentajes?

– Por lo menos se quedan con un 10 por ciento de cada venta.

– ¿Vendes los derechos de explotación por territorio?

– Por ventana, por satélite, por cable, por territorio. Primero comienzan a vender en cine, tienen sus estrategias, van a la señal abierta, DVD, CD...

– Recorren toda la escala.

– Es un proceso que dura un par de años. *Días de Santiago* la vendimos con ese plan a 14 países, le fue muy bien y fue con unos agentes de ventas que no tenían mucha experiencia. Con *Dioses*

“Hay un asunto muy personal: tengo un problema, me gusta hacer cosas distintas. Cuando uno es más joven piensa en la obra coherente, con ciertas claves y la verdad es que yo me he dado cuenta de que no quiero nada de eso”.

queremos mejorar en contactar gente con mayor experiencia.

– Hablemos de *Dioses*. Es un salto a otra realidad, lo que me parece muy bien. La búsqueda expresiva obliga a los saltos, aunque hay algunos que piensan que es una discontinuidad de acuerdo a la línea expresiva de *Días de Santiago*.

– Hay un asunto muy personal: tengo un problema, me gusta hacer cosas distintas. Cuando uno es más joven piensa en la obra coherente, con ciertas claves y la verdad es que yo me he dado cuenta de que no quiero nada de eso.

– ¿Es lo que sientes, es lo que va apareciendo como necesidad expresiva?

– Yo quisiera hacer cosas distintas, de repente una película comercial, una comedia, un musical, después volver a un drama. Yo quiero hacer cosas...

– ¿Más libre?

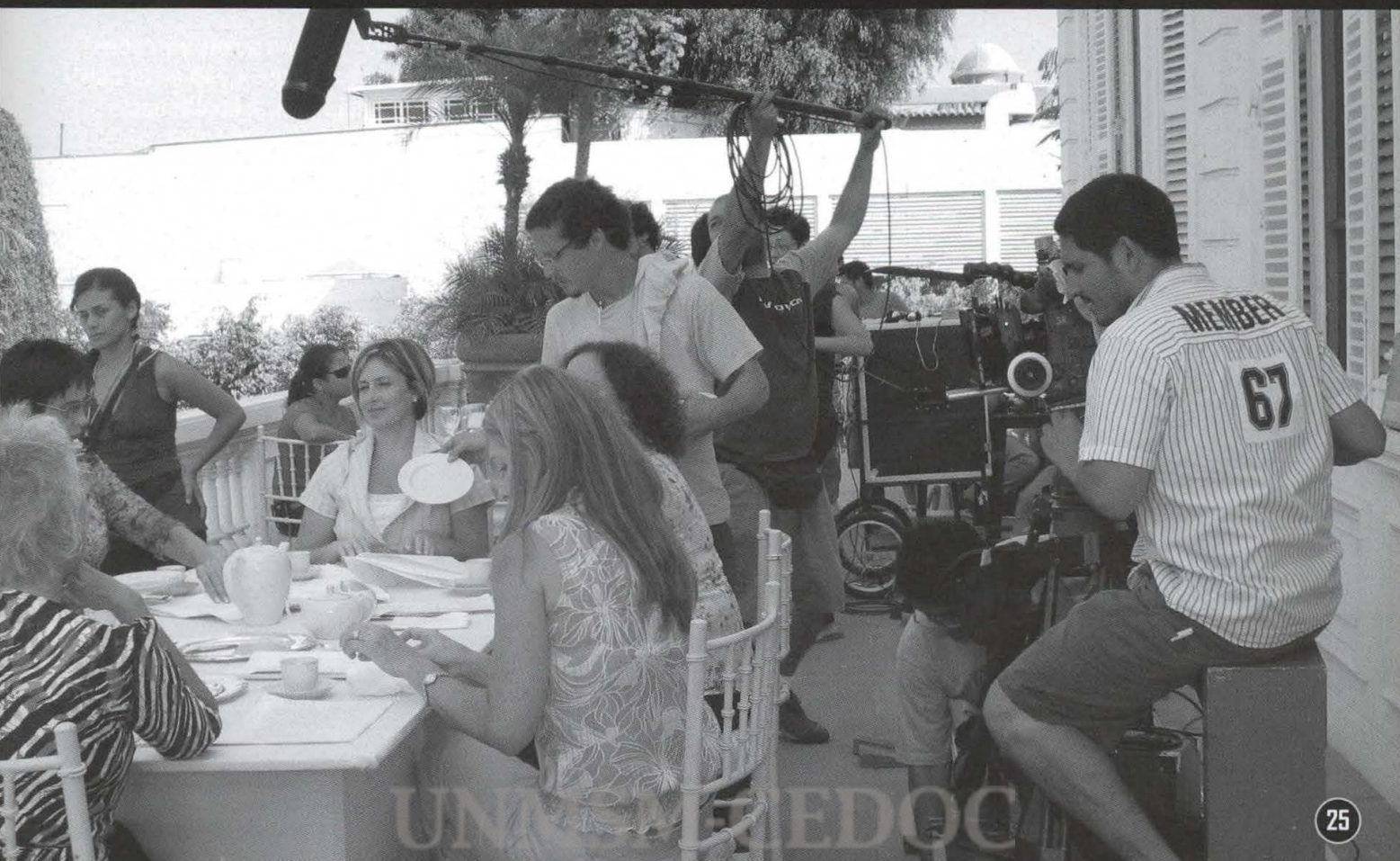
– Claro, más experimental de repente.

– Es cuestión de sentir la libertad de expresarte como quieras...

– En mi caso yo siento que al tomar esa decisión ya no pesa tanto sobre ti la película anterior, es algo distinto es como volver a hacer una nueva película.

>>>

Josué filmando una escena de *Dioses*.





>>>

– Evita esa cuestión tan crucial de repetirse.

– Y evita volver a los mismos recursos. De alguna manera, sería fácil trabajar otra vez con cámara en mano, ahora quiero plantearme algo distinto, con trípode siempre, una película más contemplativa.

– ¿Por qué te interesó esa clase social, ese segmento?

– Por experiencias personales, por el colegio al que fui, por cómo crecí. Impresiones...

– ¿Qué colegio?

– El Markham. Son impresiones de final de colegio y la universidad

donde la gente decide qué hacer. Cuando te das cuenta de que todos quieren ser administradores, todos quieren lo mismo y tú te preguntas qué está pasando.

– Administración de empresas, negocios, son formados para eso, tienen sus propias universidades.

– Son gente que quizás en el colegio mostraron otros talentos.

– Claro, sucumben a la presión familiar, del entorno y la universidad se encarga del resto.

– Eso es lo que quiero mostrar, cómo haces ante las presiones, tienes que decidir un camino en tu vida y qué pasa si no quieres ese camino. La decisión del papá, mamá, familia. En mi película, los cuatro personajes principales son

rebeldes, ninguno quiere vivir como vive, sin embargo, y eso es lo que pasa en este país, al final aceptas tu condición con cierto compromiso: bueno, pues, ya, soy de clase alta, soy rico, qué voy a hacer, tampoco voy a hacer la locura de ir a vivir a San Juan de Lurigancho.

– Hace treinta años se hacía, en los 70 pasaba a cada rato, todo el mundo renegaba y reinventaba su vida.

– Exacto, esa es la diferencia.

– Mi generación fue así, viene de atrás –los 50, los 60–, el compromiso de los 70, los movimientos, ruptura total.

– Eso no ocurre con mi generación, somos más pragmáticos.

– Más cerebro que corazón.



Josué con el equipo de edición de *Dioses*.

“Yo no veo a los jóvenes saliendo a las calles defendiendo los derechos del indio, de los pobres. No, están en el balneario Asia, tranquilos tomando sus chelas. Por supuesto que hemos tirado la toalla”.

– Seré cualquier cosa, seré un racista, seré lo que seré y así aceptan decisiones no propias.

– ¿Eso no es como tirar la toalla?

– Por supuesto, es que somos una generación y una sociedad que ha tirado la toalla.

– Esa es tu crítica, esa es tu posición, ¿*Dioses* nos muestra esta realidad?

– Yo no veo a los jóvenes saliendo a las calles defendiendo los derechos del indio, de los pobres. No, están en el balneario Asia, tranquilos tomando sus chelas. Por supuesto que hemos tirado la toalla.

– ¿Por qué escogiste esos actores? ¿Por qué Edgar? ¿Cómo escogiste tus personajes?

– Bueno, desde que escribí el guión lo vi, a través de un amigo lo conocí, por su manera de desplazarse, de conversar con la gente, lo que él representa como imagen, por eso lo escogí. Ni siquiera hice casting para ese papel. Me pasé seis meses convenciéndolo y lo convencí. Para los demás hice un casting exhaustivo, llamé a todo el mundo.

– ¿Tu presupuesto cómo va? ¿Cómo financiaste el filme? ¿Tienes apoyo de Francia?

– Hemos ganado cuatro fondos: el de Conacine, Ibermedia, el de Berlín y ganamos el de Francia. Son chamba de los productores, ellos presentan los proyectos en sus países y ganas o no ganas. El rodaje ha costado 250 mil dólares.

– ¿Pienzas recuperarlos, ganar?

– Lo bueno es que no es plata mía, no es una donación privada, es dinero del Estado, obviamente para filmar lo primero que tienes que buscar son subsidios, no es plata de nadie, no es una deuda.

– Es un compromiso, una deuda de otro tipo para el cineasta, piensa en el sentido de que si fuese tu plata qué cine harías.

– El mismo, la ventaja del cine de autor es que te permiten hacer lo que tú quieras, la otra vía es irse a Hollywood y que te den 10 millones y haces lo que ellos quieren, por supuesto que entran ideas de otra gente siempre. El alemán ve el asunto de otra manera, el francés lo mismo, y si ordenas tu visión, todos te entienden.

– Así vislumbras otros mercados y otras lecturas, enriqueces tu estilo.

– Hoy en día tienes que hacer un cine de tu país, que exprese tu cultura, pero que te entiendan en todos lados. Eso es lo que hacen los cineastas. Un cine vendible afuera pero que no pierda su esencia.



Ya la vi

Por Armando Robles Godoy.

Hace muchos años, más de 50, vi, en un cine club de Miraflores, *La señorita Julia*, película sueca de Alf Sjöberg, basada en un drama de August Strindberg, que me disgustó profundamente, al extremo que, a la salida de la función, y al encontrarme con un amigo que estaba haciendo cola, le aconsejé que no perdiera su tiempo porque se trataba de una porquería.

He olvidado qué amigo fue, e ignoro si siguió mi consejo. Espero que no.

Pasaron dos o tres años. Ya estaba comprometido en un proyecto de pequeña colonización de la selva con mi hermano Mario, y una noche en que estábamos dando vueltas por el parque de la ciudad de Huánuco, donde íbamos a pasar la noche en un viaje a Tingo María, Mario

me dijo que tenía ganas de ir al cine.

En Huánuco solo había un cine, muy cerca del parque, y me encontré, para mi disgusto, con que daban la malhadada *Señorita*. –Ya la vi– le dije a mi hermano– y es muy mala.

Pero insistió, y para no crear tensiones innecesarias me resigné a verla de nuevo o, simplemente, a dormir.

No sólo no me dormí, sino que no pudimos dormir después de la función y nos pasamos toda la noche, primero en el parque, y después en nuestro cuarto del hotel, hablando, analizando, disfrutando y asombrándonos ante lo que acabábamos de ver.

Creo, y hasta lo he escrito en más de una ocasión, que *recordar es descubrir lo que verdaderamente ocurrió*; y lo que

verdaderamente ocurrió en ese viaje a la selva no fue, en realidad, el comienzo de un proyecto agrario, sino el comienzo de mi dedicación a la cinematografía, cuyo primer paso fue la comprensión, en carne propia, de que el arte del cine no es lo que percibimos desde el analfabetismo del lenguaje cinematográfico que predomina en todas partes, sino como consecuencia del estudio permanente de una semántica y una poética autónomas e incomparables.

Un sacudón afortunado y profundamente emocional convirtió la conclusión lapidaria: “ya la vi”, repetida incansablemente en todas partes y por casi todo el mundo, en una especie de despertador emblemático que nos colocaba ante la realidad de nuestra ignorancia, y la magnitud de lo que nos estábamos perdiendo.

Aquella noche huanuqueña tuve conciencia, por primera vez, de que ese

“*yalavi*” automático significaba que no había visto nada, y que convertía la obra cinematográfica en un fenómeno fugaz, de repetición imposible o que no valía la pena. No existían obras inmortales en el arte cinematográfico. Una sola vez bastaba para agotarlas.

¿Qué veo y qué no veo cuando veo la película?

La pregunta que acabo de formular es la simplificación de un interrogante mucho más amplio, ya que esperar una obra cinematográfica no solo es verla, sino también oírla. Tengamos siempre presente que el lenguaje cinematográfico es audiovisual, y mucho más rico y complejo de lo que perciben, comprenden, suponen o imaginan las mayorías de todas partes.

El tema central de este artículo se refiere a la problemática de la distribución y exhibición pública de las películas, es decir, a su difusión. Se trata de una problemática muy grave y general, de cuya solución depende, en muchos casos, la existencia o no de una cinematografía propia en todos los países del mundo, y de que, en esos mismos países, exista una verdadera libertad de expresión cinematográfica.

Es, como se supondrá, un fenómeno sumamente complejo y en ciertos lugares y aspectos, aparentemente insoluble; pero aquí me quiero limitar a plantear y analizar esa problemática desde una perspectiva que raras veces se plantea: el encuentro de la película con el público. Vale decir, no la dificultad o imposibilidad de que se produzca ese encuentro, sino a la problemática del encuentro mismo: ¿Qué veo o no veo cuando veo una película? ¿Qué es una película? ¿Qué importancia tiene para uno ver o no ver una película? ¿Qué responsabilidad me toca, como público o espectador, en esta problemática de tener o no tener el derecho de ver la película que se me antoje o me interese? ¿Existe alguna semejanza entre la imposibilidad de ver una película y la imposibilidad de leer un libro porque no sé leer?

La cinematografía es un lenguaje. ¿Y qué es un lenguaje? Una estructura coherente de símbolos. ¿Y qué es un símbolo? Un signo. ¿Y qué es un signo? Un estímulo

“Aquella noche tuve conciencia de que ese “*yalavi*” automático significaba que no había visto nada, y que convertía la obra cinematográfica en un fenómeno fugaz, de repetición imposible o que no valía la pena”.

sensorial que expresa y comunica un significado distinto del estímulo mismo. Un ejemplo sencillo: una columna de humo es un signo de fuego. Otro ejemplo sencillo: una lágrima es un signo de tristeza.

Entonces, ¿un lenguaje es una estructura de signos? Sí y no, porque un símbolo es un signo que no significa nada. Un ejemplo sencillo: la palabra “sí” significa afirmación, pero como grafía o sonido no significa nada hasta que no le demos, por consenso, un significado.

Ya podemos ensayar una definición: símbolo, un signo cuyo significado proviene de un consenso.

Y ya tenemos la definición cómoda de “lenguaje” escrita líneas arriba.

Y también la conclusión de que los símbolos del lenguaje verbal son las palabras. Y los símbolos del lenguaje musical, las notas. Y los símbolos del lenguaje pictórico, las formas y los colores.

¿Y los símbolos del lenguaje cinematográfico?

No es sencillo intentar una respuesta aceptable a semejante pregunta, sobre todo en el espacio reducidísimo de este artículo, y por tratarse de un lenguaje, como el cinematográfico, cuyos símbolos, es decir, los estímulos sensoriales que expresan y comunican sus significados, no existen, sino que son “fabricados” para cada película

durante ese proceso de la realización de una obra cinematográfica que conocemos como filmación o grabación.

Además, esos signos simbólicos, o unidades significativas como suelo designarlos, son muy complejos, e incluyen símbolos de otros lenguajes, como la música, la literatura, la poesía, la pintura y el teatro; con el agravante de que esos símbolos de esos otros lenguajes, al incorporarse al lenguaje cinematográfico, pierden sus respectivos significados para integrarse en las complejas unidades significativas del lenguaje cinematográfico.

No he encontrado, en mi labor pedagógica, una mejor definición sintética y clara de lo que es una unidad significativa en el lenguaje cinematográfico, que la siguiente: **lo que queda filmado o grabado mientras la cámara funciona ininterrumpidamente, acortado o prolongado en la edición o montaje.**

Esta unidad significativa o simbólica viene a ser el equivalente de la palabra en el lenguaje verbal, con profundas diferencias, desde luego, una de las cuales, tal vez la más interesante, es que uno de los factores significativos de las unidades del lenguaje del cine es su tiempo o duración, cosa que no ocurre con la palabra.

Dicho sea de paso, en las unidades significativas del lenguaje musical, vale decir, las notas, también es fundamental la duración. Y otro dicho de paso, que no quiero dejar pasar, es que, tanto en el cine como en la música, un factor significativo de gran poder y belleza es el silencio.

Es este resumen apretado de las dificultades que enfrenta la difusión de la obra cinematográfica, referidas a la capacidad comprensiva del público, vamos a pasar de las dificultades lingüísticas a las artísticas. Lo que significa entrar en el campo misterioso del arte, sin pretender comprenderlo, desde luego.

El arte no reproduce la realidad; en todo caso la modifica, utilizándola como materia prima o catalizador de la producción de otra realidad, resultado de la creatividad humana.

>>>



Escena de *Nueve vidas*, de Rodrigo García.

>>>

El vehículo sensorial de las artes está constituido por sus respectivos lenguajes.

Cada arte se realiza, se expresa y se comunica mediante un lenguaje propio y autónomo, lo que significa que el lenguaje es indispensable para la existencia del arte, pero el arte no es indispensable para la existencia del lenguaje.

El arte es un misterio.

Por lo tanto, no se puede definir. Si se le definiera dejaría de ser misterioso; y dejaría de ser arte. Cosa que desgraciadamente sucede a menudo en la historia cultural de la humanidad.

Las definiciones verbales del arte no son sino referencias o metáforas que solo pueden expresar o comunicar que, en un momento

“El arte es un misterio. Por lo tanto, no se puede definir. Si se le definiera dejaría de ser misterioso; y dejaría de ser arte”.

dado, un determinado lenguaje ha entrado en la dimensión misteriosa del arte respectivo, ya sea en la función creativa del autor, o en la re-creativa del espectador.

El músico, el pintor, el poeta, el escultor, el dramaturgo, el literato, el cineasta, el arquitecto, durante sus procesos creativos, no están utilizando para nada el verbo racional; a semejanza del receptor de la obra artística, vale decir el público, que no la está percibiendo, comprendiendo, intuyendo o gozando mediante la palabra.

Suelo decir que la palabra duerme mientras el arte canta.

Esto último, que es perfectamente aceptable y hasta comprensible cuando se trata, por ejemplo, de la música o la pintura, resulta incomprensible cuando nos referimos a las artes que emplean o incluyen la palabra, como ocurre con la poesía, la literatura, la dramaturgia y el cine.

Y aquí es donde reside la esencia del misterio que caracteriza al arte.

Ejemplo: ¿cuál es la esencia sensorial de la pintura?: el color. ¿Y la esencia sensorial de la música?: el sonido. Pero ni la esencia artística de la pintura es el color, ni la esencia artística de la música es el sonido. Son algo más. Algo misteriosamente más, que se incorpora al color para convertirlo en arte pictórico, y al sonido para convertirlo en arte musical.

Lo mismo ocurre con las artes que podríamos llamar “verbales”: la literatura y la poesía; y las que incluyen a la palabra como elemento fundamental: la dramaturgia y el cine. En estos casos la palabra adquiere una dimensión misteriosa para convertirla en arte, que llega incluso a modificar o eliminar su significado verbal, hasta el extremo de hacer que la palabra desaparezca para convertirse en otra clase de estímulo sensorial.

Consultemos un diccionario y comprobaremos que son muy pocas las palabras que tienen un solo significado. En cierta forma, cada palabra se convierte en una especie de microdiccionario, abierto, por supuesto, a significados distintos; y sin contar el enriquecimiento interminable de los neologismos.

Un buen ejemplo nos lo da el vocablo “escatología”, que es la parte de la teología que trata del destino final del hombre y

del mundo; pero que también se refiere al estudio de los excrementos. Vale decir que “escatológico” es lo perteneciente o relativo a las postrimerías de ultratumba, mientras que el mismo adjetivo se aplica a los excrementos y suciedades. En buen castellano: el más allá es una mierda.

No es eso todo, ya que el mismo vocablo constituye un fenómeno muy interesante: un oximoron de una sola palabra.

Recordemos que “oximoron” es una figura retórica en la que, mediante dos palabras o expresiones de significado opuesto, creamos un nuevo sentido. Ejemplos: “Reinaba un silencio atronador”. “Me rodeaba una multitud solitaria”. “Una mentira bella es verdad”. “Te amo escatológicamente”.

Este artículo es un medio de expresión y de comunicación mediante el lenguaje verbal; no refleja, salvo metafóricamente,

las capacidades expresivas de los demás lenguajes, y lo empleo en ese estricto sentido, nada más; entre otras razones, porque no existen traducciones posibles.

He querido reflexionar sobre las dificultades que enfrenta la cinematografía en todo lo que se refiere a su difusión pública, y sobre todo a las dificultades provenientes del desconocimiento público de la semántica y la poética de este lenguaje, es decir, del medio y del arte cinematográficos.

El título de estas líneas: “ya la vi”, simboliza verbalmente una actitud desgraciadamente popularizada de la poca o ninguna importancia que se da a la obra cinematográfica en su carácter de permanencia, debido al poco o ningún conocimiento de lo que se ha visto; fenómeno que, felizmente, y debido a las nuevas tecnologías, puede (y debe) superarse total y fácilmente. Hoy ya está generalizado el derecho y la posibilidad de ver la película que sea, en el momento que se elija, y las veces que se quiera; guardándola, además, junto con nuestros libros y ocupando menos espacio que estos.

Lo que significa, nos guste o disguste, que no ejercemos ese derecho debido, exclusivamente, a nuestro desconocimiento del lenguaje más poderoso y del arte más bello producidos por la creatividad humana.

Para terminar parafraseo el primer párrafo de este artículo:

Hace poco tiempo, menos de dos meses, vi, en un DVD que me obsequiaron (qué maravilla que podamos obsequiar películas), *Nueve vidas*, película de Rodrigo García (hijo de Gabriel García Márquez), de una rara belleza y con un final sutil y asombrosamente hermoso que me emocionó profundamente y no me dejó dormir.

Una vez más me sentí agradecido por todo lo que le debemos a la evolución tecnológica en el campo de la cinematografía y las artes; no obstante todo lo terrible que también le “debemos” a esa misma evolución en las pesadillas de las guerras y las violencias.

Paradoja que abruma a la humanidad en su permanente y estéril lucha de la estupidez contra la estupidez. 🎬

¿Es ya tiempo para un curso o cátedra de cine peruano?

Por Nelson García Miranda.

Algunos títulos de la bibliografía del cine peruano, como, *Pitas y alambres: La época de oro del cine peruano 1936-1950* de Violeta Núñez; *100 años de cine en el Perú* de Ricardo Bedoya (visión crítica de la producción y realización de películas peruanas); *20 años de triunfos del cine peruano* de Nelson García Miranda (premios a películas peruanas dentro y fuera del país 1972-1992); *Censura y promoción en el cine* de José Perla Anaya (la legislación de la producción y exhibición cinematográficas); *El cine en el Perú: testimonios* de Giancarlo Carbone (entrevistas a cineastas de varias generaciones); *Cinegramas* de Ichi Terukina (las teorías estéticas cinematográficas, estudiadas y comentadas); *Manual de fotografía* de Orlando Macchiavello; *El guión cinematográfico* de Augusto Tamayo San Román, etc, nos hacen ver que el quehacer cinematográfico está posicionado en nuestro país desde hace más de un siglo y que

es necesario comenzar a investigar y fomentar el estudio de esta expresión artística, ya no solo por profesionales, como los autores de los libros antes mencionados, sino por estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Pero para esto es necesario que exista el curso de Cine Peruano o El cine en el Perú en el currículo de enseñanza, y hasta donde sé no se imparte tal en ninguna escuela, taller o Facultad de formación de cineastas.

Y no es porque falte interés en el estudiantado. Nos consta a todos los

“Es necesario que exista el curso de Cine Peruano en el currículo de enseñanza, y hasta donde sé no se imparte tal en ninguna escuela, taller o Facultad de formación de cineastas”.

cineastas que hemos sido invitados a presentar nuestras películas en las aulas, o a dar charlas sobre nuestra experiencia laboral como productores, directores, guionistas, técnicos, etc., que siempre al final de la exposición los estudiantes nos rodean y nos dejan saber su preocupación por la ausencia de cursos sobre cine peruano en su formación académica.

Hasta hace algunos años, y no creo que haya cambiado, en los sílabos de Historia del Cine, se impartían clases, por ejemplo, de los juguetes ópticos precursores de la invención del cinematógrafo, los hermanos Lumiere, Méliès, Max Linder, Griffith, Chaplin, el cine estadounidense, francés, alemán, italiano, los orígenes de western, el expresionismo alemán, la estética y las obras maestras del cine mudo, el nacimiento del cine sonoro, las escuelas modernas del cine como el simbolismo francés, el neorrealismo italiano, el surrealismo, el free cinema, la nouvelle vague, los géneros: el documental, la ficción, el cine de terror, la comedia, el dibujo animado, etc. Pero del cine latinoamericano, nada. Y del cine peruano, ni media palabra.





La bibliografía internacional de las corrientes cinematográficas antes mencionadas es abundante, y siempre está al alcance de la mano de los estudiantes, de ahí que en los cursos teóricos abundan monografías, tesis de grado en el aspecto teórico, con títulos como por ejemplo, "El toque Lubistch", "Rossellini y el neorrealismo italiano", "La decadencia del western", "Tres películas francesas de Buñuel", "Godard y Truffaut: pilares de la nouvelle vague", etc. Qué bueno, está bien, pero son varias las promociones que reinciden sobre este punto, que al final y al cabo, no son ningún nuevo aporte al tema. En cambio, en la investigación sobre el cine en el Perú o el cine peruano está todo por hacerse. Es cierto que no hay en nuestro país una cinemateca nacional que haya archivado la producción de películas en el siglo XX, y que en los archivos particulares el acceso a cintas producidas en el país es difícil, por no decir imposible. Pero ahora existe un grupo que contra viento y marea estamos luchando por la creación de la

“Participar en la constitución del archivo nacional de películas es un reto para los alumnos y futuros cineastas porque hay muchas películas perdidas. Y un curso de cine peruano estimularía la búsqueda de estas obras”.

cinemateca nacional, tal como lo manda la ley. Además, el mismo hecho de participar en la constitución del archivo nacional de películas es un reto para los alumnos y futuros cineastas porque hay muchas películas perdidas. Y un curso de cine peruano estimularía la búsqueda de estas obras.

Un cineasta en formación debe saber que el cine no es solamente pelícu-

las. Es también documentación. Y en este aspecto el terreno es virgen. Hay acumulado un siglo entero de papeles importantísimos por descubrir, remover, ordenar, analizar, comparar, estudiar, etc. Toda la bibliografía mencionada al inicio de este artículo está levantada sobre la investigación documental. Y aun así en cada uno de los títulos el tema no está agotado, es apenas arañado. Es necesario profundizar en cada uno de los puntos señalados en esos libros.

Lo meritorio de la bibliografía cinematográfica peruana citada es que elabora un derrotero y podría ser la base para diseñar un currículo de cine en el Perú, el que desde hace más de una centuria, impactando la economía, la cultura y la sociedad, requiere un minucioso estudio y análisis a través de una cátedra en la formación de los nuevos cineastas para que se sientan parte y hagan todo un esfuerzo generacional por construir y levantar esta hermosa expresión artística en el país, y clausurarse siglo de ausencia y desatención del cine peruano. 📺

UWK MULTICINES

La distribución y el mercado del cine

Entrevista con Brian Pritchett (Gerente General de United International Picture Perú S.R.L.), UIP.

Por Mario Pozzi-Escot.

—¿Cómo ve actualmente la UIP en el Perú el mercado del cine y su relación con América Latina?

—Somos una distribuidora de los estudios Universal, Paramount Pictures y

DreamWorks (que hace más o menos un año fue comprada por Paramount Pictures). Yo represento a esos tres estudios. La distribuidora como tal es una intermediaria entre el estudio y el exhibidor (que acá en el Perú está constituido por Cine Planet, Cine Mark, UWK, Star y otros). El mercado pe-

ruano ha crecido constantemente desde hace un par de años, se ha estabilizado y se ha creado un pool de audiencia muy importante.

—Claro, eso se debe al fenómeno de los multicines, que fue una manera de paliar la crisis del cine de las décadas pasadas.

—Sí. Hay que tener en cuenta también que en 2005 hubo una crisis internacional porque en el mercado

de los EE.UU., principalmente, y otros mercados bajó la asistencia del público, lo que trajo como consecuencia también una notable baja en la recaudación.

—¿Cree que se debió, entre otras cosas, a problemas de temática o de géneros o a la irrupción del video digital?

—Existen muchas variables, por un lado se está mutando el tema del cine

como el Home Theatre y otras tecnologías; y por otro, está el tema de la piratería que ha cogido mucho auge con la Internet y la gran facilidad para bajar películas; y otro aspecto fue que hubo un tema de producto, de pronto la gente se ha vuelto más exigente por el mismo hecho de existir una competencia no directa, pero sí una competencia alterna.

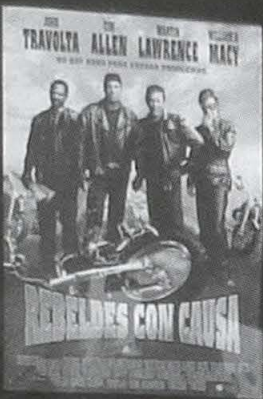
—Ahí tenemos dos temas importantes: el de la piratería y toda su

problemática, y a la vez el gran nivel de tecnología empleado en los efectos y en las propuestas de género, lo que hace que el público tenga una gama muy amplia para escoger no solo en los cines sino para llevar el cine a su casa.

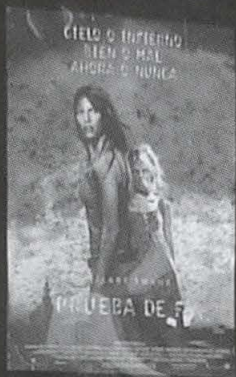
—Sí, todo eso suscitó una ligera depresión, que extrañamente en el Perú no se produjo, por el contrario aquí hubo una subida en la asistencia.

>>>

SALA 4



SALA 4



SALA 3



SALA 4



>>>

–Sí, claro, aquí recién se reiniciaba el auge de los multicines.

–El auge de los multicines en el mundo viene desde hace más de 10 años y fue el resultado de acogerse a las necesidades del público. Acá en el Perú esa depresión no se vio y el mercado ha ido creciendo constantemente, fue un disparo inmenso para nosotros como distribuidora: un 15% por encima de 2004 y para el total del mercado de 2006 fue en un 12.5% en asistencia por encima de lo que tuvimos en 2005. El precio del boleto de entrada promedio se ha mantenido constante y precisamente en el momento que bajó un poco el costo de la entrada (como está pasando ahora en Colombia), se disparó el número de entradas y es que el público que estaba yendo al cine, en cierta forma incrementó su frecuencia; por otro lado, se llegó a otro público que quería ir al cine, pero que de pronto no lo hacía por el costo.

–Ustedes están llegando ahora a las zonas de auge en los distritos periféricos de Lima considerando que es un nuevo y potencial mercado, ¿cuál es su estrategia?

–Nosotros como distribuidora local lo que hacemos es comprar unas copias, que si son copias usadas para los derechos significa...

– ¿Cuánto cuestan esas copias?

–Si son copias usadas cuestan, dependiendo del laboratorio, de US\$ 600 a US\$ 800 hasta US\$1,000. Si son copias nuevas, US\$ 1,800, US\$ 2,000, depende mucho de la duración de la película. Hay que tener en cuenta que acá y en otros países el público no se ha cultivado de la mejor forma por varias variables, con matices diferentes, y entonces cuando tenemos una película que está enfocada un poco al cine arte, no nos arriesgamos tanto como distribuidora a traerla con copias nuevas, ya que la inversión sube en

un porcentaje de acuerdo al número de copias. Antes había una matriz internacional, ahora los estudios Paramount y Universal han creado matrices independientes para Paramount International y Universal International, porque se han dado cuenta del potencial impresionante que hay fuera de EE.UU.

–UIP acciona fuera de los EE.UU. No funciona adentro, de ahí lo de transnacional.

–Es un conglomerado para atender este nuevo mercado. Para Brasil, México, por ejemplo, o para Japón o para nuestra región, pues Paramount y Universal se separan. ¿Cómo nos afecta a nosotros acá en el Perú? Que el mercado se vuelve más competitivo, mejoran las estrategias, traer las películas con copias nuevas. Por ejemplo, para esta película que se titula *Tirador* en español, la estrategia es llevarle al público, para combatir también en cierta forma la piratería, algo mucho más rápido, más fresco.

– Gran tecnología, excelente audio e imagen y efectos digitales, grandes presupuestos.

– Ese es un tema muy importante en nuestra estrategia. Por ejemplo, Las vacaciones de *Mister Bean* viene con copias nuevas y después de una semana del estreno en Inglaterra y antes que en EE.UU., estamos siendo en cierta forma privilegiados en ese aspecto. Ahora los cines, por otro lado, es decir los exhibidores, están invirtiendo bastante, están mejorando su capacidad instalada, su servicio al cliente con un boleto de entrada promedio que me parece interesante. El mercado está creciendo a pesar de la piratería.

–Esto tiene que ver con las estrategias hacia un público objetivo claro, masivo.

–Hay un público todavía pasivo, se ha demostrado en los estudios

que cuando un niño va al cine, cuando crezca irá al cine y seguirá yendo al cine, pero una persona que no va al cine de pequeño y que empieza a ir al cine cuando grande con una frecuencia que no sea con los blockbuster como lo llamamos nosotros, *Spiderman* o *Shrek*, por ejemplo, que vaya a todo tipo de película con una frecuencia mínima complica la estrategia

–Es cuestión de educación y de medios, sobre todo acá donde interviene la piratería a todo dar.

–Estamos creciendo en nuestra frecuencia, aumentando la asistencia, tanto con las estrategias de los distribuidores como de los exhibidores nacionales e internacionales.

–¿Cómo escogen ustedes las películas que traen, cómo programan y cómo se relacionan con los exhibidores?

– El mercado en el Perú es muy interesante, porque es un mercado muy unido, siempre manejamos un “competitive”, nosotros no escogemos las películas, “ellas simplemente están”, evaluamos y miramos si definitivamente no la va a ver nadie o la van a ver.

– ¿Cómo es eso de que las películas “simplemente están”?

– Las películas son producidas en EE.UU., digamos que el Perú es un mercado muy pequeño, el tema de pensar en países latinoamericanos ha cogido fuerza, porque han aumentado su participación internacional, por ejemplo, *Babel* es una película dirigida por un mexicano...

–Eso toca también el otro punto. El nivel de participación de películas latinoamericanas para Iberoamérica.

–Ese nivel también está creciendo impresionantemente, no solo el nivel

>>>

de películas para latinos hechas por latinos sino hechas por latinos para todo el mundo. Veamos las cifras de *Babel* en EE.UU. y nos daremos cuenta de que fue interesante su recaudación, pero fue mucho más interesante fuera, le fue mejor en Europa y lógicamente le fue mejor en Latinoamérica. El tema es que un estudio como Paramount se interese por incentivar a esos productores, directores, guionistas, financiando sus películas, como *Babel* que es una película nuestra, y ahora Paramount está tratando con Guillermo del Toro y con González Iñárritu, estamos tratando de llegar y pegar un poco más en ese gran público, identificarnos más culturalmente y ellos están colaborando con nosotros.

—Al existir una gran presencia cultural y económica latinoamericana, de millones, en EE.UU., se transforma en un gran mercado para ustedes.

—No solo eso, Paramount está tratando de hacer coproducciones, en Alemania, en Japón. Lo mismo Universal. Esto es algo importante que también poco a poco se podrá implementar por acá, ya lo están haciendo en México.

—¿Cómo ven ustedes el asunto del video digital en relación al soporte filmico celuloide?, ¿cómo ven este proceso tecnológico a futuro?

—En este momento, a mi modo de ver, estamos en una revolución, una de las terceras revoluciones para el cine, el video poco a poco irá mutando a una plataforma totalmente diferente.

—Siendo el punto álgido de este sistema para el mercado un tema tan complicado como la piratería.

—Se intenta combatir el tema de la piratería, pero también dependerá de la legitimidad que le dé la gente al esfuerzo que hacen los productores para este tipo de cosas, el tema de la cruzada contra la piratería es un tema arduo y por más que se hagan cosas espectaculares llega a momentos de

desgaste, lo que diferencia al Perú de otros países latinoamericanos donde se ha presentado a muy bajo nivel. Por ejemplo, en Colombia recién comienza. Acá ya no existen las tiendas Blockbuster, en cambio en Colombia todavía funcionan. En el Perú, el público no ve mal que exista la piratería.

—Acá la piratería es un dilema a resolver.

—Depende de la legitimidad que le dan las personas que compran este tipo de producto, las personas no ven el hecho mal, lo ven como algo normal, legítimo.

—Influye el problema económico, la pobreza, la entrada al cine todavía es cara para la mayoría. ¿Han pensado hacer algo frente a esta realidad?

—El ticket promedio acá es bajísi-

SALA 3

ESTÁN DE VUELTA!

LAS TORTUGAS NINJA

SALA 4

CONQUISTADORES

SALA 5

LA FAMILIA DEL FUTURO

SALA 6

APOCALIPTO DE MEL GIBSON

SALA 7

MR. BEAN'S HOLIDAY

SALA 8

SEPARATE PARA LA GLORIA



Pero ¿cómo ven su presencia en la distribución y exhibición?

—En UIP hemos manejado muchas películas peruanas, *Madeinusa*, *Talk show*, *Chicha tu madre*.

—¿Cómo fue la recaudación?

—A *Talk show* le fue bien para ser una película que experimentó con otro tipo de formato. A *Madeinusa* le fue espectacular, ha ganado muchos premios en el extranjero. Está la de Lombardi también...

—¿Me puede decir cantidades? ¿Cuánto recaudaron? ¿Cuántos espectadores fueron?

—A eso iba, *Pantaleón y las visitadoras* hizo más o menos 650,000 espectadores, que es una cantidad espectacular. Está casi llegando a ser una de nuestras películas más taquilleras, de las que han alcanzado el millón de espectadores.

—¿Y a *Madeinusa* cómo le fue en números?

—No tengo los datos exactos en este momento, pero sigue alcanzando premios afuera. Igual continúa exhibiéndose en algunas provincias. Deje que mire su récord y se lo doy. Tenemos, por ejemplo, otra película: *Dragones, destino de fuego*, esa la manejamos nosotros y fue una propuesta que a mí me impactó porque en ningún otro país se ha hecho este tipo de propuesta animada, aunque en Argentina produjimos el *Ratón Pérez*, el tipo de propuesta de la peruana fue impactante, yo he hablado con muchos niños, la gente le dio todo su apoyo, es espectacular cómo los niños son incentivados por su país, eso es importante. Tenemos una oportunidad de mercado impresionante, en estos momentos estamos conversando con tres directores diferentes para distribuir sus producciones.

mo en relación a otras partes del mundo. Está en US\$ 2, mientras que en otros países cuesta a partir de US\$ 3. Además, hay una inversión de por medio muy grande, por parte de los exhibidores, y de los distribuidores también. Ellos tienen costos fijos que tienen que cubrir, no pueden bajar tan rápido, tampoco creo que esta sea la solución, porque el producto que es un conjunto muy bueno, sonido,

imagen, acá en el Perú el nivel es muy grande. Me parece que es un tema cultural; y por otro lado, hay que crear incentivos para la gente, promociones como el día del cine, campañas para que la gente asista, etc.

—¿Cómo ven ustedes el asunto del cine peruano? Su participación es casi efímera en la exhibición, claro que la producción también lo es.



>>>

—¿Podría decirme quiénes son?

— Todavía estamos en la etapa de negociaciones, son propuestas muy interesantes, hay una para este año.

—¿En coproducción?

— No necesariamente para producción.

— ¿Para distribución?

— Sí, para distribución Paramount y Universal están incursionando en el mercado internacional, la idea es llegar algún día a eso, depende mucho de la calidad. En Colombia, Cine Colombia, que es un exhibidor, ha cultivado ese tipo de producciones de calidad, las películas colombianas siempre están figurando entre las diez primeras, y hace poco una que se llama *Soñar no cuesta nada* fue la película más vista el año pasado. A ese tipo de cosas queremos llegar acá y para eso hay mucho potencial, porque el público peruano está

apoyando sus películas, nosotros como distribuidores internacionales vemos la posibilidad de hacerlo y ayudarlos porque por un lado son buenas películas, buen producto, y por otro lado son un buen negocio.

—¿Cómo ve la distribución en provincias?

— Si en Lima ha sido y es complicado cultivar al público, en provincias se complica más porque no hay costumbre y hay muchos menos cines, aunque los exhibi-

—¿Cómo es la mecánica, cómo prevén y estudian la llegada al público?

— Hay lineamientos de supervisión internacional, tenemos como guías a Brasil y México para ver cómo van en esos países las películas difíciles.

—¿A qué llama películas difíciles?

— No necesariamente nos vamos a encasillar en películas finas, como las llaman en mi país o cine arte o cine artístico no tan comercial, porque hay películas comerciales como *Blade of Glory* que se ha estrenado en EE.UU. y está ahora en primer lugar y no existe la posibilidad clara de traerla acá, o como alguna otra que haya funcionado allá.

—Claro, diferente humor, diferentes puntos de vista para interpretarla...

— Sí, es un humor muy gringo, que es en cierta forma medio ingenuo, fácil de digerir y no pega por acá, porque no tiene la malicia latinoamericana.

—No tiene lo criollo, el humor negro...

— Exactamente, pero si tenemos otras películas de cine artístico que sí tienen su público y las estamos trayendo todas, por ejemplo *El buen pastor*, de Robert de Niro.

—Ustedes tienen una gran cantidad de cine independiente, ¿por qué no lo traen? Es importante que el público se reeduce, que no vea solamente cine de entretenimiento.

— Sí, ya lo estamos distribuyendo. Trajimos *Los niños del hombre*, una película del mexicano Alfonso Cuarón, espectacular, la trajimos, la exhibimos, con copias usadas, pero al mes de su estreno mundial ya estaban acá, en la oficina. Hemos traído *Soñadoras*, una película también de cine arte, y tampoco funcionó.

—Regresamos al mismo punto, el peso de la no educación del público acostumbrado al súper entretenimiento.

— Exactamente, pero la única forma es arriesgar un poquito, poco a poco. Películas como *Babel*, que fue un éxito de taquilla, o *El laberinto del fauno* son oportunidades para un público como el nuestro que se tiene que cultivar. Hay temas regionales que no han funcionado, pero poco a poco lo que se hace es ensayo y error, que cuesta plata pero con cuidado se prepara al público.

— A nivel de campañas y mercado, teniendo cuenta el pequeño mercado nuestro, ¿qué referencias toman frente a esas otras miradas que tiene el país, cómo planifican el posicionamiento de sus películas?

—Nosotros siempre hacemos comparaciones por película. Por ejemplo, *Babel*, empezamos con películas del mismo corte, películas del mismo director, películas con los mismos actores, si son conocidos, empezamos a estudiar y filtrar las formas para cada uno de los países, chequeamos cuántas copias, en qué cines y empezamos un estudio de tendencias para tener en cuenta. Por otro lado, las películas son únicas, pero siguen tendencias y el público sigue esas tendencias, vemos las reacciones de los periodistas, del público en general, evaluamos las reacciones y tomamos las decisiones con estas herramientas, son decisiones racionales muy estudiadas, las cuales son para beneficiarnos todos. Es un negocio. Mientras más gente vaya, más beneficio para los distribuidores, exhibidores y productores. Películas complicadas, que no son necesariamente las de cine arte.

—¿Cuál es ese tipo de películas, cuestión de género, cuestión de autor, cuestión de país?

—No solo las de cine arte sino las otras, por ejemplo las comedias.

—Las que tienen otra idiosincrasia, que parten de otros referentes culturales.

>>>

– Exactamente, cuando trabajamos con este tipo de películas y como son para un público pequeño pero que se puede cultivar, traemos menos copias lo que nos cuesta menos, las publicitamos un poco menos, para que no haya tanta inversión y no creemos que va a ser tan grande el retorno, pero sí lo suficiente como para que estén expuestas y el público sepa sobre ellas.

– Cuando estrenan, ¿cuántos cines abarcan?

– Depende, por ejemplo con *Mister Bean* tenemos 36 copias para cubrir todos los multicines del país.

– Eso es al mismo tiempo, en simultáneo.

– Sí, la película no es tan especial y queremos por igual cultivar al público, traemos pocas copias que empiezan aquí y al mes o a los dos meses salen para provincias, para la provincia que tenga mucho más público, y así vamos jugando con las copias.

– Han jugado con el cine peruano en esa forma.

– Sí, se juega de esa forma, aunque consideramos que no tenemos el back up del estudio con su fuerza, más bien el empeño que pone el productor, el capital es complicado de conseguir, entonces para no tomar riesgos muy altos tanto el productor como nosotros escogemos un circuito determinado. Seguro. La idea es que la mayoría del público peruano tenga la oportunidad de verla, ante esto no existe legitimidad para la piratería, porque son peruanos que están trabajando por su cine y es el colmo que el público compre este tipo de producto.

– ¿Ustedes han investigado por dónde es que viene o se inicia la piratería? ¿Cómo es que protegen las películas? ¿De dónde vienen las matrices? ¿Cuáles son los estilos, digamos, para las copias?

Apuntes sobre distribución y exhibición en el Perú *

Por Gary Urteaga.

1. El mercado es oligopólico y existe un abuso de parte de las empresas multinacionales, tanto en la distribución como en la exhibición. David y Goliat: cultura vs. comercio / consumismo.

2. El gran problema es la "permanencia". UIP y WARNER pueden "calentar" sus películas porque son fuertes y pueden tener una permanencia de 4 a 8 semanas con sus películas taquilleras. A la misma vez, los distribuidores presionan a los exhibidores para sacar las películas que no son de sus sellos, lo cual representa una permanencia de 1 semana y máximo 2 semanas para distribuidores pequeños y cineastas nacionales.

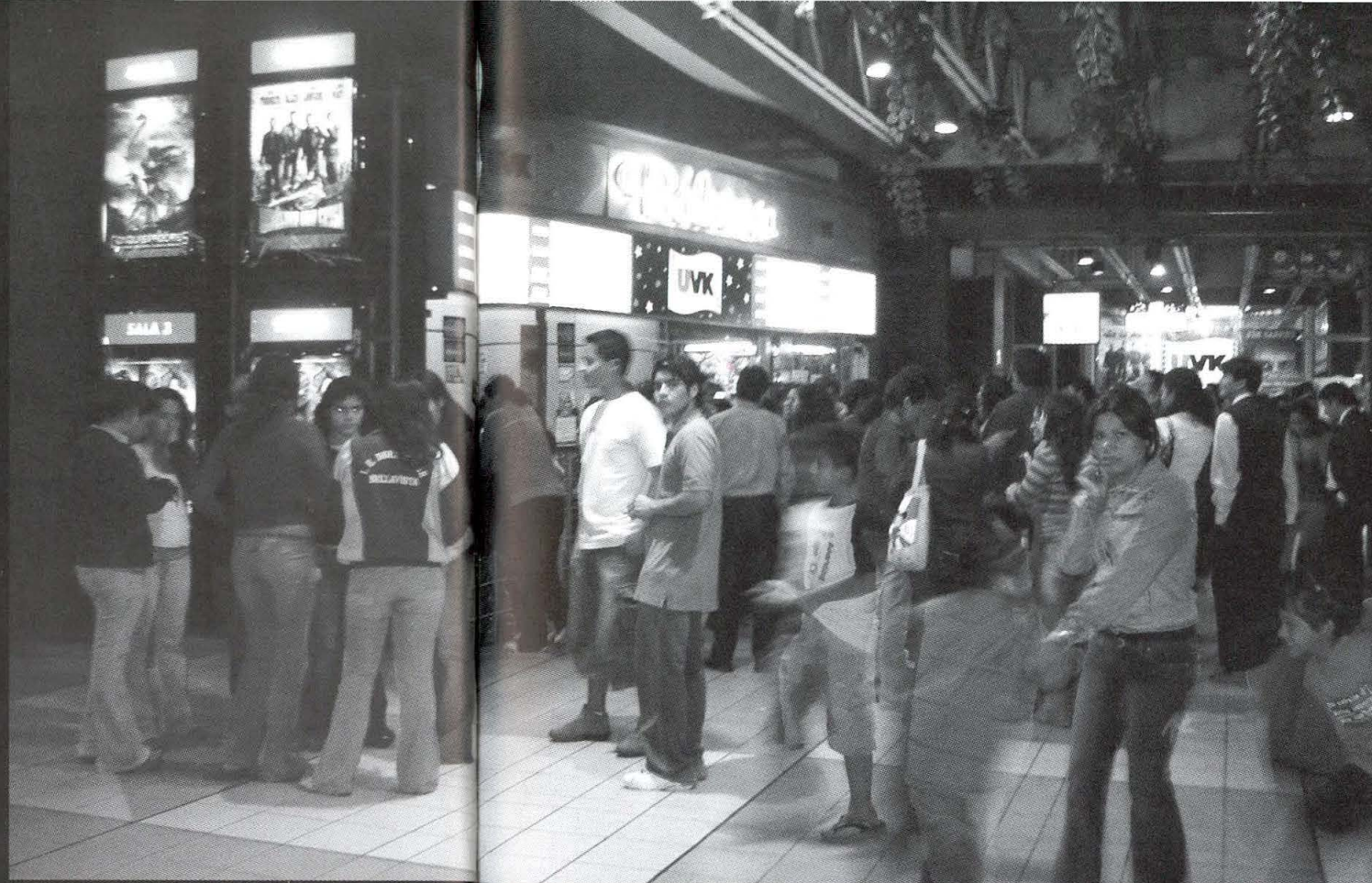
3. Otro problema es el de la exposición en los medios. Ejemplo: las vitrinas para exhibir los afiches de las películas en los cines son propiedad de UIP, WARNER/FOX, etc., y estas no las conceden para películas que no sean de ellos.

4. Las distribuidoras influyen para que algunos críticos de cine de medios de comunicación nacionales (diarios, TV, etc.) hagan buenas calificaciones de sus películas, a cambio de invitaciones a festivales, preestrenos exclusivos de filmes, entrevistas con actores hollywoodenses, etc.

5. Las distribuidoras reciben todo del extranjero: copias de las películas, pósters, afiches, tráilers, volanteo y mucho material de marketing. Las copias ingresan al país como internamiento temporal (aprox. US\$ 1,200 valor CIF de cada copia) y después de exhibirlas se devuelven. Se necesita un mínimo de 20 copias para una presencia en el mercado.

6. Los exhibidores no firman NINGÚN contrato de exhibición, incluso ni con UIP, ni WARNER, ni FOX, ni ANDES, con nadie, lo cual propicia que saquen las películas de cartelera en cualquier momento. CINEMARK maneja la cartelera y la programación desde Chile. STAR puede INCUMPLIR sus acuerdos y obligaciones con el distribuidor, o pagar después de muchos meses, o reducir los porcentajes acordados. CINEMARK tiende a incumplir también. UVK y CINE PLANET son más serios. Cine Planet, tiene relación con el Banco de Crédito. STAR tiene intereses en el mercado de cines y películas pornográficas.

* Extraídos de un estudio realizado por el autor –cineasta y productor audiovisual peruano– y enviados por él desde España, donde reside.



– Con el tema de las copias son muy variados los procedimientos, el más común es grabar en directo de las funciones, a veces hay algún empleado adentro que las facilita, es una mafia.

– ¿Qué me dice sobre esa posibilidad ligada a los premios en los festivales sobre todo por la entrega del Oscar hollywoodense? Se sabe que para otorgarlo se reparten miles de copias entre los notables, tratando de captar los votos necesarios, creo que cinco mil, es por ahí que llegan a nuestros países matrices y copias, y eso es vox populi...

– Sí, claro, es posible que se esté dando así también.

– Hablando del Oscar, ¿cómo funciona esa premiación? ¿Por qué eso de los cinco mil?

– Hay una votación, y la idea es que cuando se tiene un "top of mall" de películas siempre se van a filtrarlas de ahí para abajo, existen muchos jurados camarógrafos, directores, etc. por categorías y comienza la estrategia para la difusión y captar, a través

de los medios y enviando copias, las consideraciones de la mayoría que conforman ese jurado, por otro lado también se trata de que las vean, opinen y ahí viene el asunto de mandar la información y las películas a los jurados, pero actualmente por lo que hemos hablado se está restringiendo mucho esta modalidad.

– Retomando el asunto de la distribución, ¿existen otras variables o métodos para organizar la distribución, sobre todo en nuestros países, aparte de los ya mencionados, estrellas, género, gran producción, etc.?

– Existen algunos matices puntuales, por ejemplo, el que sea un producto nacional, lo que orienta a que obviamente tiene que exhibirse en su propio mercado antes que en otros países para ver su funcionamiento y cuando esto sucede es una oportunidad inmensa para evaluar al público.

– ¿Han trabajado el asunto de distribuir e intercambiar mercados en América Latina, por ejemplo de Perú a Argentina, Chile, México, Brasil...?

– Sí, pero no ha funcionado tan bien. Por ejemplo, teníamos una que se llamaba *Pretendiendo*, que fue una coproducción entre México y Chile donde Paramount participó y bueno, la película no funcionó como esperábamos. Otro caso es *Ratón Pérez*, para la cual nos ayudó Disney, aquí le fue bien, porque trataba un tema que llegó al público, nosotros tratamos de encontrar y traer temas que peguen en el público, pero hay películas que definitivamente por sus costos regionales tienen cierta propensión a perder, al producirlas con presupuesto caros, teniendo en cuenta las copias que necesitan para su distribución, hacen la operación insalvable, se traduce en un tema de economía, para un mercado pequeño y menos copias, menos ganancia, para un gran mercado, mayor distribución, más copias, más ganancia, si tenemos que producir con pocas copias para el Perú nos sale carísimo, para nosotros es una operación local tan pequeña que no cubre los gastos.

– ¿Qué proyecciones tienen para el mercado peruano? Usted tiene recién cuatro meses en el cargo, acá en el Perú.

– Estuve en Colombia antes, conocía muy bien el mercado internacional, pero poco sobre mercados puntuales, todas las referencias sobre el Perú apuntaban a inversiones en el país para todo el mundo porque la economía peruana está disparada, el consumo está volando. Las perspectivas son excelentes para todo tipo de producciones porque la gente está queriendo ir al cine, es una magia cuando se dispara el poder adquisitivo, la gente invierte en sus sueños, entretenimiento. Estamos en una parte vital del proceso económico y yo ahora que estoy acá lo compruebo, las perspectivas para nosotros son inmensas. Veo de aquí a 4 o 5 años un crecimiento constante y eso hay que aprovecharlo, lo están haciendo productores peruanos y lo tenemos que hacer con películas para todo el mundo, para que el mercado peruano siga creciendo, sobre todo aquí donde los exhibidores son unidos, los distribuidores son unidos y los exhibidores y distribuidores también son unidos, entre otras cosas por el tema de la cruzada antipiratería, de las promociones, por el tema de impulsar la industria.

– Teniendo en cuenta también la presencia de los productores, se complementaría con ellos una triangulación casi perfecta.

– Desde que llegué, y mi antecesor también lo hacía, fue él quien me impulsó a efectuarlo con más fuerza, estoy creando vínculos con los productores para animarlos, orientarlos en el mercado. El resultado de nuestra experiencia con ellos es una película de una producción impecable, que ya está terminada. La colaboración ha sido tan estrecha que en la elaboración de los segmentos promocionales de la película hemos participado nosotros directamente como distribuidores, se crearon focus group, se investigó cómo orientar los trailers, cómo participar en festivales. En este momento tenemos ya tres perspectivas, otras distribuidoras se han dado cuenta de estas posibilidades y también están haciendo lo mismo.



“Hay una mala política cinematográfica”

Pilar Roca, fundadora del Grupo Kuntur (entre sus más de 14 filmes, Túpac Amaru, récord de taquilla), nos demuestra que tiene mucho que aportar desde su visión de productora de cine peruano.

Por Mario Pozzi-Escot.

—Teniendo en cuenta tu experiencia en 14 largometrajes, un sinnúmero de documentales y trabajos audiovisuales que has realizado en tu larga trayectoria como productora, me

gustaría saber tus estrategias para planificar la distribución, ¿qué nos puedes decir sobre la problemática de la exhibición en nuestro país?

—La realidad que existe en el Perú no difiere mucho de los problemas que

existen en los otros países de América del Sur, de Centroamérica e incluso de Europa, y no se hable del África o del Asia. La realidad es que no tenemos libre acceso al mercado. Estos problemas se materializan cuando tienes una película y quieres distribuirla. Los exhibidores o bien te dan una semana o dos, lo que es muy poco, con eso no vas a recuperar el dinero invertido o no te dan nada. Nosotros necesitamos una ley como hubo en la época de Velasco, la mal llamada ley de exhibición obligatoria y digo mal llamada porque

“Boloña y Fujimori acabaron con la ley 19327 y dieron la ley de concurso, como así la llamamos desde el inicio, con esta ley no hay ninguna protección al cine peruano”.

en realidad era una ley de mercado. Aplicada a la oferta y demanda, con la diferencia de que quien ofertaba era el productor peruano y demandaba el público. Uno entraba a la sala y podías permanecer en ella exhibiendo la película siempre y cuando superaras una cantidad de público fijado por los conductores de la propia sala.

— **Esta práctica era el mínimo de mantenimiento, y dio resultados en su época.**

—Claro, el dueño de la sala decía, por ejemplo, de jueves a domingo yo tengo que hacer mil espectadores o más, con eso yo gano, el mínimo lo ponía él, no nosotros los productores.

—**Con las nuevas técnicas para la exhibición y distribución al implementarse los multicines el sistema se transformó en rotativo, las películas pasan a diferentes salas. ¿Cómo ves eso?**

—La cosa no ha cambiado. Si nosotros hacíamos el mínimo o más nos quedábamos porque había una ley que lo sustentaba y esa ley desapareció. Boloña y Fujimori, tú sabes, acabaron con la ley 19327 y dieron la ley de concurso, como así la llamamos desde el inicio, con esta ley no hay ninguna protección al cine peruano, nosotros tenemos que competir en las mismas condiciones que compete una película de Estados Unidos, con una gran diferencia, las estadounidenses en su territorio ya recuperaron su inversión, nosotros por el contrario tenemos un territorio que no recupera la inversión, y no llegamos a otros territorios y quien diga que tiene otros circuitos realmente está jugando, no es cierto. Otra diferencia es que la película norteamericana viene acá con una gran campaña publicitaria, TV, cable, afiches, fotos, trailers, vienen con todo, además con copias de segunda o ya exhibidas.

— **¿Cuántas copias necesita una película peruana para exhibirse en el mercado?**

— Más o menos 20 copias.

>>>

>>>

– Para eso necesitas 20 cines.

– Si te los dan, el problema no es entrar a las salas, el problema es mantenerse, teniendo en cuenta que nada haces manteniéndote en una salita de 150 a 200 butacas una semana o máximo dos, acuérdate que antes los cines, por ejemplo el Tacna o el Metro, pasaban las mil butacas.

– Claro, pero las entradas valían menos en relación al dólar.

– Sí, pero el número de butacas compensaba.

– Ustedes batieron récord con *Túpac Amaru*, hicieron un millón de entradas, ¿cuéntanos cómo fue eso?

– La película cuajó, la gente se volvía loca por verla. Volviendo al tema de la exhibición te diré que ahora la cosa no es entrar a los cines, tienes la presión de las majors, algunas agrupadas en la UIP. Ésta representa a varias empresas estadounidenses a nivel mundial. UIP existe en muchos países menos en USA; distribuyen a casi todas, menos a la Warner y a la Fox.

– Eso representa una gran competencia.

– Sí, existe la presión para que tú no dueres más, para que te vayas, hay la presión a los propios cines en base a que no tenemos una gran oferta, producimos poco.

– El mercado es pequeño, sin una ley no se desarrolla.

– Sí, no tenemos una gran oferta, una o dos películas al año no es nada para ellos, no vales, no interesas, aunque tu película sea buena no interesas porque eres un mal proveedor.

– Es un problema de industria, no de la distribución en sí, abarca el nivel del desarrollo de la producción en el país.

– En parte sí, pero si a ti te dejaran recuperar tu inversión.



Pilar en su actividad como productora ha viajado por diversos lugares del mundo.

“Conacine frente a esta realidad debería orientarse a promover, hacer, distribuir cine en digital. Crear salas en digital”.

– Podrías quedarte más tiempo y en más cines.

– Si es buena tu película te quedarías más tiempo, así funcionan las estadounidenses en su mercado, les da y pueden seguir, tienen buenas ganancias y siguen, si tú recuperas y ganas deberías poder seguir en tu propio mercado. Acá

ocurre lo contrario, a la peruana la sacan y la extranjera se queda.

– ¿A qué se debe esto? ¿Sabes cómo funciona y por qué?

– Ellos llaman calentar su película y simplemente no dejan “calentar” a la peruana, no quieren que se exhiba, si no

eres un buen proveedor y no perteneces a las majors no hay negocio...

– Y si fuese en coproducción con ellos el trato sería diferente, cuestión de mercado.

– La realidad es que con quién coproducen ellos. Con nadie.

– Podría ser una buena estrategia para los productores.

– Ellos no producen con nadie acá, salvo con Luis Llosa, de Iguana, aunque no vinieron a coproducir, a él lo contrataron, le pagaron y muy bien. Ellos han venido a

>>>



En el Festival de Bahía, Pilar con Sergio Corrieri y Cosme Alves Netto, junto a los cuales formó parte del jurado.

>>>

hacer películas norteamericanas, acá no le interesa la coproducción con el Perú.

– Acabo de hacer una entrevista al director-gerente de UIP y entre otras cosas me dijo que estaban en tratos para coproducir con peruanos.

– Eso yo lo he escuchado hace veinte años. Desde hace veinte años estamos en tratos y nunca han coproducido, hacen películas estadounidenses acá.

– Ellos coproducen muy buenas películas y tienen tremendo éxito con otros países latinoamericanos, México, Brasil, por ejemplo, para esto

“Yo veo una ley que corrige los defectos de la ley 19327 y que incorpore a su vez sus bondades, tenemos derecho a estar en las salas”.

gravita el mercado y las ganancias.

– Claro, en comparación el mercado peruano es pequeño, mínimo.

– Terminan siendo sus películas, la inversión determina la coproducción.

– Bueno, claro, pero hay que tener en

cuenta los reglamentos sobre la coproducción, en los países que tienen ley de cine que consideran estas modalidades el cine está protegido.

– Esto nos lleva de nuevo a la problemática de la ley de cine en nuestro país.

– Debemos tener una ley de cine no una ley concurso.

– ¿Cómo ves esa ley para el Perú?

– Yo veo una ley que corrige los defectos de la ley 19327 y que incorpore a su vez sus bondades, tenemos derecho a estar en las salas, y si el dueño de la sala está ganando con nuestra película

tenemos derecho a seguir. Yo no creo en la ley concurso, no fomenta industria. Necesitamos un fondo.

– ¿Cómo implementarías ese fondo?

– Primero, en vez de estar regalando a cuatro o cinco el premio Conacine, que es lo que se viene haciendo hace años. Ver cuánto dinero hay ahí y que se haga un fondo.

– ¿Cómo es eso de los cuatro o cinco?

– A cuatro o cinco empresas. El fondo lo implementaría con el dinero de Conacine más la plata de Ibermedia, un fondo para apoyar el cine en digital,

exhibición en digital y abaratamiento de entradas.

– ¿En paralelo al cine tradicional?

– Si quieres gastar plata en el cine tradicional de formato 35, pues no estás impedido, si te consigues cómo financiarlo, si consigues un coproductor en buena hora, aunque dudo que se recupere la inversión, un largometraje en coproducción pasa los 200 mil dólares, no creo que nuestro mercado pueda recuperar un porcentaje de esa inversión en vista de los problemas de la distribución y exhibición.

– De ahí la alternativa del digital a mediano y largo plazos en nuestro mercado.

– Hacer cine en digital, fomentar la producción en digital, distribuir en digital.

– Estamos hablando de formatos y soportes, no de temas y géneros que es otro de los problemas, el cuello de botella será siempre la exhibición, el digital también conlleva su propia problemática.

– Conacine frente a esta realidad debería orientarse a promover, hacer, distribuir cine en digital. Crear salas en digital, fomentar esta tecnología, parte del fondo ponerlo a disposición para implementar salas, por ejemplo con el INC, y salas nuevas con la empresa privada.

– ¿Entrando en competencia con el sistema tradicional?

– Claro en competencia, el público dirá e irá a lo que le gusta. Yo creo que las películas peruanas tienen un buen público.

– El mismo problema sucede con las películas latinoamericanas, o con las españolas o con otros mercados.

– Eso es peor, esas películas ya no vienen salvo Almodóvar, que viene como venía antes Saura, con la Fox, o con la Warner. Vienen algunas más pero como películas extranjeras con apoyo de las embajadas y resultan eventos pequeños como difusión de su cine, no entran al asunto comercial. Cine sueco, ruso, japonés, entre otros, no llegan, ¿por qué? Porque el mercado está copado con las majors, ellos solamente traen sus películas y alguna que otra que han demostrado algún éxito por ahí.

– ¿A qué se debe todo esto, es cuestión de intención, de política?

– Hay una mala política cinematográfica, tenemos muy malas autoridades, se debe a que la cultura está totalmente alejada del pueblo, a que Conacine reparte un dinero, pero me parece que no está buscando la solución al problema de la cinematografía nacional en su conjunto.

“SANTIAGO ÁLVAREZ IN MEMORIAM”

Lázara Herrera y el hombre que es sinónimo de documental

Por Phillip Johnston.*

Lázara Herrera es una luchadora. Con una energía que parece inagotable, la viuda del documentalista Santiago Álvarez (1919-1998) es una de las personalidades más respetadas del cine cubano. Divide su tiempo entre las actividades de la Oficina Santiago Álvarez que funciona dentro del ICAIC (Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos), la difusión de las obras del cineasta en diversos eventos internacionales de cine, y la realización del Festival Internacional de Documentales “Santiago Álvarez in Memoriam”, que preside. El festival se realiza siempre en la semana en que se celebra el aniversario del nacimiento del documentalista (8 de marzo) desde el año 2000, en la provincia de Santiago de Cuba. La celebración incluye fiesta y torta, como si el propio Santiago estuviese allí para participar de todo con los invitados. Y viene gente de diversos países para celebrar y proyectar sus trabajos más recientes. En esta octava edición el jurado estuvo compuesto por Alberto Arce (España),

Paloma García (Argentina), Alicia Sagués (Asociación Prodokumentales de América Latina, España), Daniel Díez (Instituto Cubano de Radio y Televisión, Cuba), Armando Casas (México) y Miriam Talavera (Cuba). Fueron premiadas las obras **Bagdad rap** (Gran Premio) de Arturo Cisneros, Santiago Alba y Mikel Larrañendi, de España; **O sol - caminando contra el viento** (primer premio), de Tete Moraes y Marta Alencar, de Brasil; **El fotógrafo del éxodo** (segundo), de Justin Webster y Richard Belis, de España-Qatar, y **La Cuchufleta** (tercero), de Luis A. Guevara, de Cuba. La edición de este año fue especialmente marcante, pues Lázara consiguió atraer la presencia del cineasta Fernando Solanas, que aparte de presentar la ponencia “Impacto de la Globalización en la Cultura Audiovisual Contemporánea”, proyectó su documental **La dignidad de los nadie**.

Contrastes en blanco y negro

Santiago Álvarez dejó muchos marcos al cine mundial, especialmente en el campo del documental. Fue uno de los fundadores del ICAIC inmediatamente después de la Revolución Cubana. Comenzó realizando el Noticiero ICAIC, del cual fue responsable por cerca de 600 ediciones. Santiago

innovaba en el lenguaje y convertía un elemento que era apenas un complemento de las proyecciones, en objeto de mayor interés. Muchas veces el público entraba a las salas de cine más interesado en ver el noticiero, que los largometrajes. El realizador incorporó grafismos y buscaba siempre innovar en el lenguaje. No admitía que se ofreciera un material aburrido al público. Retrató el entierro del cantante y compositor Benny Moré con música alegre para rendirle homenaje, creando un contraste con imágenes de dolor y tristeza. Estuvo en la guerra de Vietnam. Registró las condiciones surreales vividas por los atletas cubanos que participaron en las olimpiadas en Estados Unidos. Pero su trabajo más emblemático e impactante fue **Now** (1965), donde a través de fotos fijas que habían sido filmadas directamente de páginas de revistas extranjeras, mostraba el sufrimiento de ciudadanos negros estadounidenses siendo maltratados por la Policía, al son de una



versión adaptada con letra antirracista de la tradicional canción “Hava Nagila” en la voz de la cantante Lena Home. El mismo Santiago tuvo una experiencia traumática en su juventud cuando estuvo en Estados Unidos. Viajaba en un ómnibus cuando le ofreció el lugar a una madre negra que cargaba un niño. Tuvo que abrazar al niño y gritar que solamente lo arrancarían de allí si lo mataban, para evitar un linchamiento. Ciertamente este episodio fue fundamental para su visión humanista, pero no por eso menos crítica, que norteo sus trabajos en los años futuros.

Un objetivo fundamental: que la obra de Santiago no desaparezca

Lázara Herrera es una gran amiga de cineastas brasileños. El actual Secretario del Audiovisual en el Brasil, el cineasta Orlando Senna, fue realizador de una obra con Santiago Álvarez llamada **Brascuba**. En Río de Janeiro, con motivo de estar en una de las Oficinas Santiago Álvarez, le solicité esta entrevista sobre la importancia de la obra de Santiago, y para que pudiese contar un poco de su convivencia con él. Fue una excelente oportunidad de conocer más sobre la formación profesional y las ideas de uno de los más grandes símbolos del cine documental de todos los tiempos. El resultado de esta charla es lo que el lector encontrará a continuación.

—Santiago era un hombre conocido en el cine por hacer obras impresionantes, a veces con poquísimos recursos. Ya que sus obras más impactantes fueron

>>>

>>>

hechas hace décadas, ¿cómo ves la representatividad de sus películas hoy?

—La obra de Santiago es imperecedera. O sea, creo que le tocó, y por suerte para nosotros, hacer obras que no morirán con el tiempo. Pienso que fue un cineasta muy avanzado para su época. Hizo cosas que hoy en día todavía son muy modernas y arriesgadas. Sobre todo si se tiene en cuenta nuestra cinematografía que estaba carente de recursos en los años 60. Y tuvo que reinventar prácticamente sin haber sido un cineasta académico. O sea, que hubiera pasado por una escuela de cine. Pero era un hombre de una inteligencia, de una gran cultura, que leía muchísimo, y todo ese acervo cultural que tenía lo ponía en función de su cine. Del cine que quería que la gente recibiera. Que le llegara a la

el noticiero en el cine. Había un noticiero televisivo diario, por la mañana y por la noche. Sin embargo, la gente iba todas las semanas a ver el noticiero de cine. Y hoy en día esos noticieros, que muchos tienen más de 40, 45 años, usted los ve y todavía se deleita. Porque le transmiten una información que quizás no conocía. Pero se la dan con tanta frescura y con tanto ritmo, porque Santiago como buen cubano tenía ritmo, así que es difícil que esas obras desaparezcan con el tiempo. Pienso que Santiago aportó mucho al cine. Creo también que no estaba consciente de lo que estaba aportando. Pero lo hizo con tanto placer, disfrutó tanto lo que hizo, para que hoy disfrutemos quizás en la misma medida que él disfrutó.

— Santiago se involucra con el cine por una oportunidad que le da la Revolución Cubana. Uno necesita tener talento para

a hacer sus noticieros y dijo: "Bueno, si lo tengo que hacer, tengo que divertirme y disfrutarlo. Vamos a hacerlo bien, que el público no se aburra, que aprenda". La gran preocupación que Santiago tenía siempre con los nuevos realizadores, los jóvenes, era el conocimiento. No de cómo se hace una película, ni dónde se cortaba, ni cuántos fotogramas, ni la iluminación en un documental. Era el conocimiento del trabajo que iban a hacer. Si sabían de qué estaban hablando. Si habían estudiado la profundidad del tema. Y siempre daba e impartía clases en la Universidad de La Habana. O sea, en la Facultad de Periodismo. Y siempre aconsejaba a sus alumnos que tenían que conocer bien la historia de su país, para después conocer la historia de los otros. Si iban a filmar un documental, o tocar un tema, sobre la historia o la vida de un pintor, por ejemplo, había que saber quién era ese pintor y por qué llegó a ser

cubanos somos cinéfilos. Pero yo, desde pequeña, los lunes y miércoles eran mis grandes días, porque eran los días que íbamos al cine. Yo vivía en Guanabacoa, municipio de la ciudad de La Habana, y el cine valía 5 centavos esos días. Lo que para los pocos recursos que uno tenía en aquella época, era un lujo. Entonces, los lunes y miércoles siempre nos llevaban al cine mis tías, mi mamá. Y veíamos sobre todo películas argentinas y mexicanas. Películas mexicanas de comedia, de Tin Tan, de Cantinflas, musicales. Películas argentinas, sobre todo las de Hugo del Carril, Libertad Lamarque.

—Y a través de tu relación con Santiago, el cine entra a tu vida, y en algún momento pasas a producir sus películas. ¿Cómo ves esa transformación en ti?

—Siempre iba con Santiago a la mezcla del

trabajas en el ICAIC? Yo trabajaba en una dependencia del Servicio de Conferencias de Cuba. Y fui la que traduje muchas entrevistas de aquí en ese momento. Lo ayudé a buscar la música, traduje toda la música que se usó, porque no ponía una música en un documental que no supiera lo que estaba diciendo y quién era el cantante. En eso era muy exigente. Y yo no aparezco.

—Pero en el momento actual, ¿qué dimensión ha adquirido el cine en tu vida?

—Lo es todo. Lo es todo porque tengo un objetivo fundamental y es que la obra de Santiago no desaparezca, que las futuras generaciones, las que están ahora y las que vienen, puedan seguir disfrutando de la genialidad de ese hombre. Mientras yo respire.

— ¿Hay problemas en la conservación del legado de Santiago?

—Y hablando del tema de la memoria, me gustaría que dieras dos visiones de tu relación con Santiago. ¿Cómo la tenías de manera afectiva y cómo era desde el punto de vista profesional?

—Bueno. De manera afectiva, yo no puedo separar una cosa de la otra. Santiago lo era todo para mí. Nosotros éramos una pareja sui generis en Cuba. Nos llevábamos muy bien, pero quien decidía y dirigía era él. A pesar de que soy una mujer de carácter y todo lo demás y que él siempre respetaba mi criterio. Pero el que decidía y dirigía era él. Eso lo tenía muy claro. Y bueno, siempre las mujeres somos mañosas, ¿no? Logramos a veces las cosas con mucha inteligencia, pero yo aprendí muchísimo con él. Santiago era la persona que sabía escuchar, podía no estar de acuerdo contigo, pero te escuchaba hasta el final. Y después,



gente. Santiago decía que eso de hacer cine por hacer cine, o hacer cine para complacerse a sí mismo, no. Él quería hacer cine para que los demás lo disfrutasen. Entonces, en esa búsqueda que tenía siempre nos legó obras maravillosas como *Now*. Yo tengo que decir que no he visto nada que supere a *Now* todavía. **LBJ** (iniciales del nombre del ex presidente estadounidense Lyndon B. Johnson) es un documental que lo fue haciendo con pedazos que fue juntando después. Y que lo hizo en su inmensa totalidad con fotos de revistas, de periódicos, noticieros viejos. Hizo un collage en ese documental que es una lección, que es una obra de arte. Con un lenguaje nuevo, fresco, desconocido. Santiago hizo el documental que por lo general la gente miraba con desprecio. Luego hizo que la gente lo adorase. Santiago logró que en Cuba la gente fuera a ver

sobrevivir en eso por tantos años. Santiago a partir del momento que se involucra con el cine, se dedica totalmente a eso. ¿Crees que alguna vez pudo sentirse arrepentido de no haberse involucrado con el cine cuando era más joven?

—No. Pienso que no. La única cosa que Santiago reconoció siempre es que estaba frustrado de no haber terminado la carrera de Medicina que es lo que le gustaba. A él le tocó la tarea de hacer cine porque le dieron esa orientación. Hacía falta hacer un noticiero, y era una persona muy disciplinada. Dijo: "Bueno, si tengo que hacer eso, voy a hacerlo bien". Por ejemplo, cuando organizó el archivo musical de la televisión, que lo hizo él mismo, lo hizo bien. Lo disfrutó, y hoy en día todavía gran parte de la organización que tiene el archivo, es la misma que Santiago creó. Empezó

así. Porque decía: "Usted va a filmar, y va a ir a lo superfluo. Decir Amelia Peláez... la pintora no sé qué... no. Usted tiene que decir quién era Amelia Peláez, qué pensaba Amelia Peláez, para poder filmar sus cuadros como es debido". Y eso era lo que también le inculcaba mucho a su camarógrafo. Y a todo el personal que trabajaba con él. Era la necesidad de superarse, de saber de qué se estaba hablando. De no hablar por hablar, de organizar bien un cuestionario, y que usted sepa si va a preguntar sobre el verde, cuántas tonalidades hay que utilizar para llegar a ese color. Era en eso muy exigente.

—¿Ya estabas involucrada con el cine antes de conocer a Santiago?

—No. Lo que sí me gustaba era ir al cine. Iba bastante al cine desde chica, ¿no? Los

noticiero. Cuando iba a mezclar imagen y sonido, yo iba. Me gustaba participar en ese proceso. De cómo se mezclaban las pistas y todo ese lío. Y yo soy intérprete de profesión. Soy fundadora del Servicio de Conferencias de Cuba. Ya después cuando empiezo a involucrarme más en el trabajo de Santiago, ya para mí no era nada nuevo. Soy muy observadora y eso lo aprendí con él. Y así cuando me sumergí por completo en el cine, en su trabajo, ya no llegaba como una desconocida. Tenía algunas herramientas. Por ejemplo, participé en la filmación de *Brascuba* y no aparezco en los créditos.

— ¿Por qué?

—Porque yo no trabajaba en el ICAIC. Y mi marido era muy exigente en esas cosas. Decía: "¿Cómo te voy a poner si tú no

—Lo hay, de índole económica fundamentalmente. Tenemos dificultades. El ICAIC está haciendo un esfuerzo muy grande en este momento porque hay muchas cosas que salvar. Pienso un poco en que todos los países de América Latina, unos con más suerte, otros con menos, estamos padeciendo ese problema.

Cuba es un país muy húmedo, la humedad nos mata y además de eso, ya las cámaras de refrigeración del Archivo de Cuba, no se puede decir que sean cámaras de refrigeración. Son obsoletas. Usted entra al archivo del ICAIC y el olor a vinagre se siente desde la puerta. Es una lucha del ICAIC que pienso que sí, que al final estamos obligados a ganarla, porque si no desaparece nuestra memoria. Y no puede desaparecer la memoria nuestra.

te convencía, sin imponerte. Te iba llevando por el camino y te convencía. O te dejaba y al final, tú tenías que decirle: "Óigame, usted tenía razón", y él decía: "Pero yo te lo dije". Y Santiago era una persona que se preocupaba por todo aquel que trabajaba con él. No solo el que estaba al lado suyo, sino por los problemas que tenía esa persona. Por los problemas familiares, con los hijos, porque decía que si usted tenía problemas en su casa y no se los resolvía, no podía concentrarse en lo que estaba haciendo. Vivía muy pendiente de todas las situaciones del entorno del personal que trabajaba con él. Por donde pasaba, pasaban todos sus compañeros. No era una persona elitista. Por la puerta que entraba, entraba todo el mundo con él.

>>>

—¿Identificas a Santiago Álvarez como referencia para cineastas de la actualidad?

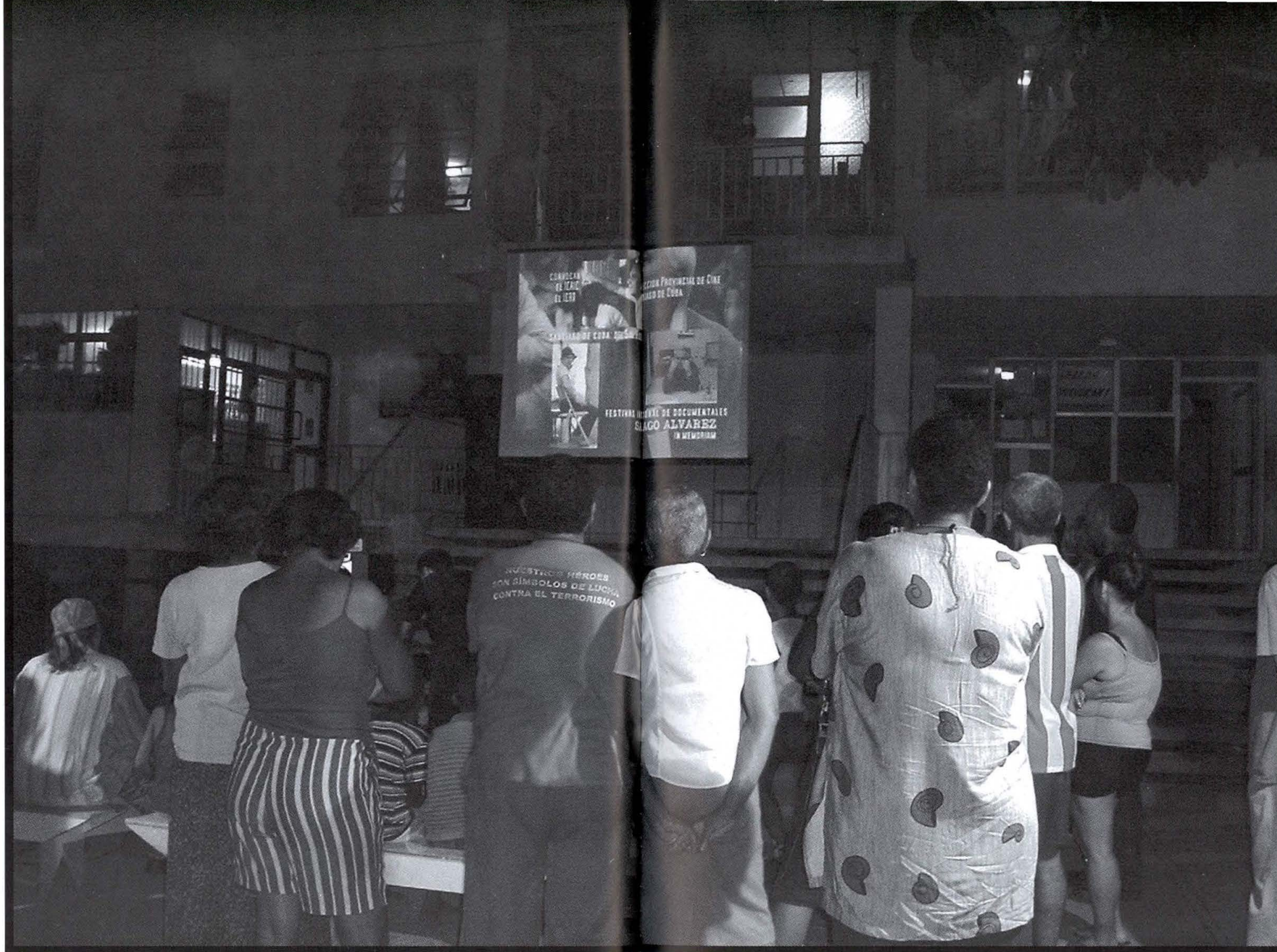
— El cineasta de la actualidad que no sea capaz de identificarse con el cine de Santiago está perdido, y no puede saber de cine. Es como desconocer Eisenstein. Es como desconocer Chris Marker. Es como desconocer Roman Karmen y muchos más cineastas.

— ¿Pero reconoces esta herencia en obras que han sido realizadas en los últimos años?

— Nadie se repite. Yo no quisiera ser totalitaria, pero decir que hay alguien que se le acerque a Santiago en este momento, no te puedo decir que lo haya. Pero sí creo que su cine influyó. Pero cada cabeza es una cabeza y nadie puede imitar lo que hacía Santiago.

—¿Qué tendencias te han llamado la atención en el campo del documental?

— En Cuba hay muy buenos documentalistas en este momento. Muy buenos. Nosotros organizamos un Festival que se llama Festival Internacional de Documentales "Santiago Álvarez in Memoriam" y a mí me da muchísima alegría ver las obras que llegan allí. Documentales muy buenos, documentales muy malos. Porque hay quien tiene el concepto erróneo de que tiene que hacer un documental largo. El documental tiene que durar lo que tiene que durar, y a veces, no quiero mencionar países, han llegado documentales con temas buenísimos, que sabes que en el minuto 27...ya páralo, terminalo...No. Recomienzan para alargarlo hasta los 52 minutos. Es decir, matan una obra que tuvo un ritmo buenísimo desde el primer minuto al veintisiete, y llega al veintiocho, y veintinueve, y ya perece. Pero hemos visto cosas muy buenas. Tengo la satisfacción de que los documentales que se han premiado en el Festival Santiago Álvarez han sido documentales espectaculares. Por ejemplo, en 2006 y en 2005 se premiaron a dos jóvenes realizadores que no sabían cine. Fueron como misioneros o internacionalistas a Palestina, llevaron una cámara digital y con todo lo que filmaron allí, mientras estaban ayudando a palestinos



VI Festival Internacional de Documentales "Santiago Álvarez in Memoriam".

y todo lo demás, ayuda humanitaria que llevaban, cuando regresaron, vinieron tan impactados que hicieron dos documentales. Y son excelentes documentales, *Nablús, la ciudad fantasma* y el segundo se llama *Internacionalistas en Palestina*, y como te dije no sabían cine, y son dos muchachos jóvenes, tienen menos de treinta años. María Moreno tiene 23 años y el joven se llama Alberto Arce. Y los documentales son impresionantes. En Cuba los ovacionaron y el jurado internacional desde que los vio dijo: "Este es el premio". Bien hechos, impactantes, bien llevados, realmente espectaculares.

—¿Qué piensas que Santiago hubiera desarrollado con las técnicas digitales?

—Uhh. Hubiera hecho millares de cosas. Jugaría con eso.

—Pero, sin prejuicios.

— Sin prejuicios. Él nunca tuvo prejuicios. Trabajaba en video, trabajó en Betacam. Hizo documentales en Betacam SP.

—¿Le encantaba la movilidad?

—Cuando empezó a trabajar en Betacam, decía que por lo menos sabía que no iba a infartar, porque filmas en 35 mm, mandas a revelar, y se te puede echar a perder la filmación, o el rollo, que con la digital, o en este caso la Betacam, tú ves lo que estás filmando en ese momento. Y revisas.

— Me gustaría que hablastes un poco de las Oficinas Santiago Álvarez que ayudan también a crear una nueva platea para sus obras.

— Bueno, a la muerte de Santiago, se creó la Oficina Santiago Álvarez en el ICAIC. El objetivo fundamental era mover la obra de Santiago. Que no se quedara ahí estancada. El Festival "Santiago Álvarez in Memoriam" que se realiza todos los años en el mes de marzo, en la ciudad de Santiago de Cuba, en el cual recibimos gran cantidad de materiales de América Latina, de Europa y de África. De Argentina, México, Colombia, Costa Rica, Puerto Rico, Brasil (muchos trabajos de Brasil),

Venezuela, Martinica, Canadá, Estados Unidos. De Europa, nos llega de España una gran cantidad, de Francia, de Italia, de Suiza nos llegan muchos todos los años. De los antiguos países socialistas: Eslovaquia, Eslovenia. De los países árabes, sobre todo de Irak, de Irán. De África nos ha llegado de Argelia, de Marruecos. Realmente nos sentimos muy satisfechos de la acogida que ha tenido este festival, porque el cine documental está como que renovándose, hay un resurgir. Está retomando fuerza, y hay mucho interés en este momento, en Europa fundamentalmente, por el cine documental. Y eso nos satisface enormemente. Pienso que sí hay continuidad para la obra no solo de Santiago, para

la obra de los grandes documentalistas del mundo. Para la obra de Grierson. De todos esos grandes documentalistas que nos aportaron, que nos hicieron: Flaherty, Eisenstein, Dziga Vertov, Roman Karmen y muchos más.

—Santiago Álvarez hoy en día es un nombre que es sinónimo de documental y se quedó en la historia.

— Sí. Dígase Santiago Álvarez y se dice documental.

— ¿Qué gusto tenía por la ficción y qué admiraba en el cine de género?

—Aél le gustaba. Pero no le gustaba hacer ficción. Tenía muy claro que no le interesaba en lo mínimo hacer ficción. Lo cual no quiere decir que no podía hacerla, la hizo. Hizo un corto de ficción y un medio metraje de ficción, simplemente por hacerlo, pero no le gustaba.

—¿Qué realizadores le gustaban?

—¿Cubanos? Tomás Gutiérrez Alea. Titón era un genio.

—¿Y extranjeros?

—Le gustaba lo que hizo Orson Welles, le gustaba lo que hizo Coppola. Sidney Lumet, le gustaba las cosas que hacía. Y de los rusos, no te puedo decir nombres, porque soy un desastre, pero había algunos cineastas rusos que le gustaban.


—Las cosas que nos molestan en la vida, a veces son estímulos para movernos. ¿Crees que los temas que le incomodaban, en su época, persisten?

—El racismo sigue existiendo. La violencia sigue existiendo. El terrorismo creado por los estadounidenses sigue existiendo. Sí, todo sigue existiendo. Todo lo que combatió con cámara en ristre sigue existiendo.

—Entonces, hay que ver las películas de Santiago.

—Hay que verlas. Hay que verlas. Hay que verlas.

*Traducción de Rocío Salazar.



El Oscar
Scorsese
en su sangre

Por Ronald Portocarrero.

El cine es un arte difícil y exigente en la medida que el talento y la pasión se conjugan para lograr un resultado coherente. Un cineasta son sus películas, sus formas de mirar e interpretar el mundo, su universo compuesto de mentiras verdaderas, a partir de las cuales se plantea una estética. Los cineastas artesanos son los que hacen películas formalmente correctas, pero cuya filmografía no logra articular una visión que trasciende hasta hacerse arte. Más aún cuando el creador está atrapado en los condicionamientos de una industria tan potente—económicamente— como la estadounidense.

Usar ese condicionamiento y revertirlo para hacer cine de autor (en el concepto que la *nouvelle vague* impuso), produce un mayor reconocimiento a la obra del artista. Es el caso de Martin Scorsese (USA, 1942) y el Oscar que recibió de manos de sus colegas Spielberg, Lucas y Ford-Coppola. “Lean bien el sobre”, reclamó Scorsese al subir al escenario. ¿Temía que en su caso, la Academia se hubiera equivocado como tantas veces?

“Tampoco podían darle un premio honorífico, aunque tuvo ese sabor, esa sensación, ya que la Academia no reconoce necesariamente su mala conciencia”.

Competía por el premio mayor con Eastwood y González Iñárritu, Frears, entre otros,

La obra de Scorsese nos sugiere la idea de un cineasta que se arma de un rigor creativo descomunal, que apabulla la mediocridad de la industria estadounidense. Nadie se le resiste. Puede que a muchos espectadores la obra de Scorsese les parezca irregular. Bueno, no todos los escritores, poetas, pintores, músicos producen obras maestras todo el tiempo. Los genios también se equivocan, dan

saltos hacia atrás, producen cosas deplorables que el tiempo se encarga de ubicarlas en la escala que les corresponde, que puede incluso acercarse al olvido. El Gabo, con sus 80 años, no podría escribir todos los años *Cien años de soledad*. Le tomó veinte años concluirla. El gran Goethe, escribió tres versiones de *Fausto* a lo largo de su vida. La mejor es, sin duda, la versión que acometió al borde del final de su existencia.

Evidentemente, el cineasta no puede tomarse tanto tiempo para

concluir su obra o rehacerla, si fuera el caso. Entonces cada película es una aventura nueva, renovada, temporal y cerrada.

Debieron haberle dado el premio de la Academia por *Taxi driver*, *La última tentación de Cristo*, *Toro salvaje*, *Buenos muchachos*, *Pandillas de Nueva York* o *El aviador*, que a mi juicio son obras mayores que *Infiltrados*.

Pero tampoco podían darle un premio honorífico por el conjunto de su obra, aunque tuvo ese

sabor, esa sensación, ya que la Academia no reconoce necesariamente su mala conciencia.

Es que el cine de Scorsese produce urticaria, opiniones encontradas y un mal sabor en la memoria histórica de los estadounidenses. Ahí están las relaciones entre el poder y la mafia, como en *Buenos muchachos*, el desequilibrio que produce la urbe que se recorre palmo a palmo en las noches espectrales a bordo de un taxi o las expresiones de la formación

social que dieron lugar al “modo de vida americana” como en el caso de *Pandillas de Nueva York*. O la corrupción de la Policía o el FBI como en *Infiltrados*.

A diferencia de Spielberg y Lucas que reafirman el individualismo, bajo la máscara de la aventura y el heroísmo, Scorsese destruye los mitos que el poder económico supone, como en *El aviador* y el retrato alucinado y alucinante de Howard Hughes, el más alto

>>>



Arriba, Buenos amigos; abajo a la izquierda Pandillas de Nueva York; y a la derecha El aviador.

>>>

representante de la paranoia made in USA.

El aporte de Scorsese no es solo la densidad de sus visiones sino la manera cómo las expresa a través de su puesta en escena. No hay mal actor en sus películas. Hasta el niño bonito de Hollywood (DiCaprio), es susceptible de transformarse en un excelente actor en manos del maestro.

Cuando hablo del cineasta visionario me refiero a aquel que permite nuevas lecturas de su cine, inclusive lecturas que no se las propone él mismo. La permanencia de Shakespeare en el tiempo es que cada vez que se monta una de sus obras, produce el efecto de que las ha escrito ayer y no hace más de 300 años. Cada época es distinta, cada coyuntura social o política está encerrada en sí misma. Pero lo permanente es la condición humana, no importa el ropaje que se ponga.

“No hay mal actor en sus películas. Hasta DiCaprio es susceptible de transformarse en un excelente actor en manos del maestro”.

La lectura de *Pandillas de Nueva York*, por ejemplo. La vi en su estreno. Y la volví a ver en los días de la invasión y el bombardeo de Irak. Esta segunda lectura tuvo el efecto de explicar la naturaleza de la soberbia, lo implacable de la muerte y de la destrucción, la conciencia impúdica de los asesinatos, la debilidad del ser humano frente al machete (o los misiles) de los pandilleros de Nueva York (el pandillero Bush), en el proceso de la formación de la sociedad

estadounidense a finales del siglo XIX, cuyo resultado es el mismo que sufrimos aquí o en Afganistán o en Guantánamo.

El escenario cambia. Cambia el asfalto por el desierto. La traición amparada en la mentira es la misma. El método son las ejecuciones clandestinas, la tortura bajo el manto de la legalidad, que en el fondo no son más que negocios en gran escala. Pasada la niebla invernal de Nueva York o las tormentas de arena en la antigua Bagdad, la lluvia en los antiguos bosques de Vietnam quemados por el napalm, nos queda la sensación de haber vivido lo que el cine nos devuelve.

Scorsese nos hace ver más allá de lo efímero de una función cinematográfica, en la sala oscura de nuestra propia memoria. De esta manera, el cine trasciende. Y Scorsese lo hace posible.



Crónicas parisinas

5 rue Milton, París 9: la escuela de François Truffaut

Por Roxana Torres-García Naranjo.

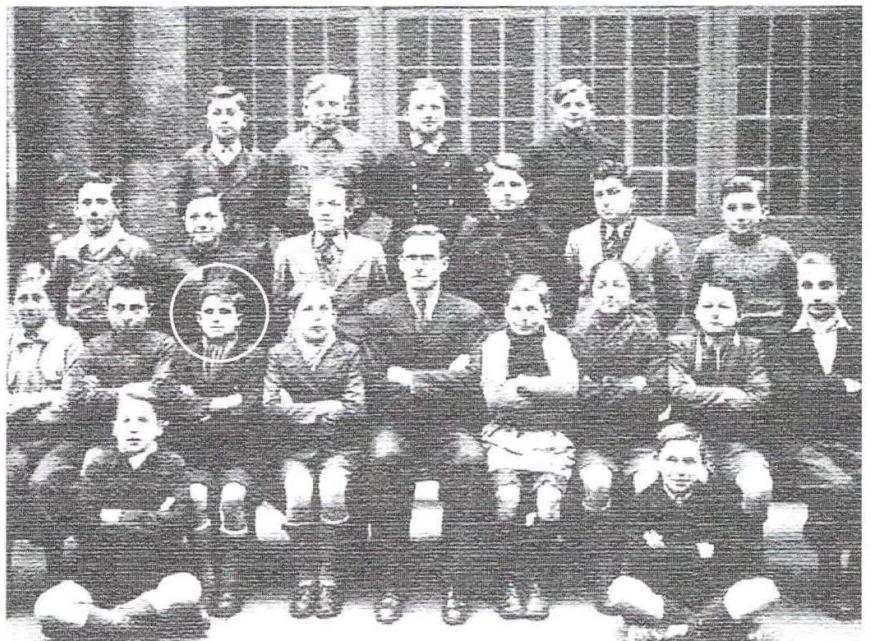
**Paris 9- día- escena uno-
llueve, salida del metro
Cadet/linea 7**

La aceptación para seguir el siguiente curso de francés me llegó por correo, como es normal aquí. Me puso muy contenta pues es un barrio y una escuela a la que quería ir. La escuela 5 rue Milton que queda en el distrito 9 de París puede uno visualizarla desde la esquina que hace con la rue Hippolyte-Lebas.

Para hacer un poco de historia sobre estas calles, averigüé que la apertura de la calle de Maubeuge, en 1860, para ser prolongada hasta la calle de Auvemia, fue planificada para ser terminada en 1870, pero en 1868 se decidió poner el nombre del poeta inglés John Milton a toda la calle. La rue Hippolyte-Lebas se abrió en 1861 y recibió el nombre del constructor de la iglesia de Notre-Dame-de-Lorette, muy cerca, y que organizó también la instalación del Obelisco de Louqsor sobre La Concordia.

Los números 5 de la rue Milton y 10 de la rue Hippolyte-Lebas corresponden a los edificios que albergaban la escuela, así como a un instituto comercial colegiado, al que se le dotó de una nueva entrada situada en rue Hippolyte-Lebas, y una escuela maternal (de educación inicial).

Los archivos de la escuela están cuidadosamente guardados, pero por falta de tiempo todavía no se ponen en orden. Los testimonios que llegan son inmediatamente incorporados, es un trabajo al que el director de la escuela se dedica con pasión.



François Truffaut en la escuela de la calle Milton en 1943.

“...me cuenta que poca gente sabe que François Truffaut había estudiado allí. Y me enseñó la foto y los archivos que confirman su paso por esta escuela”.

**Paris 9-noche, escena dos-
5, rue Milton**

Mi primer día de clase fue espectacular, llego a la escuela y el director nos está esperando a todos, somos pocos alumnos en realidad –de diversas nacionalidades– nos saluda y conversa con nosotros un poco, preguntas normales como de dónde somos, qué hacemos y cuando le comento cuál es mi experiencia laboral, se le abren los ojos y me cuenta que

poca gente sabe que François Truffaut había estudiado allí. Y me enseñó la foto y los archivos que confirman su paso por esta escuela.

Efectivamente, entre los colegas que frecuentaron esta escuela el nombre de François Truffaut no pasa inadvertido, inclusive hay algunas reveladoras anotaciones de sus profesores sobre la fuerte personalidad del futuro autor de *Los cuatrocientos golpes*. Dichas anotaciones adornan el registro de la escuela del año 1943.

Hace un tiempo, algunos padres de familia propusieron rebautizar la escuela donde estudiaban sus hijos con el nombre del cineasta, pero lamentablemente la idea no prosperó.

Bueno, amables lectores, con lo que les he contado ya se podrán imaginar la emoción que siento al estudiar en este maravilloso edificio, con sus au-

las intactas y bien cuidadas, tal como estuvieron seguramente en el tiempo de Truffaut.

Robert Lachenay

Fue compañero de François Truffaut en la escuela de la calle Milton. Hay mucho de él en el personaje de Antoine Doinel. Su amistad sobrevivirá a la guerra y a los avatares de la vida y durará cuarenta años. Nadie destacó la muerte de Robert Lachenay, un 11 de noviembre, a los 74 años. La vida de un desconocido que se acabó como se desarrolló: en el anonimato. Y nadie se percató de que desaparecía el hombre que inspiró un personaje de películas. No un protagonista, no, un personaje: un determinado Lachenay que atormenta con su cara triste e inspira directamente a René Bigey en *Los cuatrocientos golpes*, al inseparable amigo de Jean-Pierre Antoine Doinel, uno de los personajes más famosos del cine mundial. En cada ocasión, detrás de este Lachenay, lo critica y el personaje, encuentra al mismo hombre, que lo hace vivir: François Truffaut.

Robert Lachenay fue así el seudónimo preferido de Truffaut cuando escribía sus textos más virulentos en Cahiers du Cinéma, así como también fue el modelo para Jean Desailly en *La piel suave*.

Un testimonio de Robert Lachenay sobre François Truffaut:

«Nos conocimos porque vivíamos en el mismo barrio; él (Truffaut) en la rue Navarin, en el barrio de Paul Léautaud, hacia Notre Dame de Lorette, y mi calle era la de Douai. Fue así que nos encontramos en la misma escuela, 5 de la rue Milton. A pesar de tener un año y medio más que él, me pusieron en su clase. El profesor, que sirvió de modelo para el de *Los cuatrocientos golpes*, me dijo el día en que llegué a la clase: 'Vaya a sentarse junto a Truffaut, ambos se harán compañeros de carpeta'. Así nos conocimos. Yo era el último y él el penúltimo, o viceversa, en llegar a la escuela. Era el año 1943, él tenía 11 años y yo 12 años y medio...» (Cahiers du Cinéma, especial sobre Truffaut, diciembre de 1984).

El cine francés y los inmigrantes



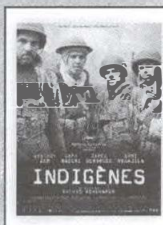
Indígenas, héroes en silencio

Indígenas, premiado en Cannes 2006, es un filme franco-argelino-belga-marroquí producido por la compañía francesa Tessalit Productions, creada especialmente por Jean Bréhat y Rachid Bouchareb para llevar a cabo esta película de gran éxito, en el año que pasó, tanto comercial como artístico, y que lógicamente ha significado para su director, Rachid Bouchareb, una subida en la pirámide de la notoriedad, publicidad ampliamente merecida que deberá facilitar sus próximos proyectos: una película sobre Bob Marley y una continuación de *Indígenas*, con los mismos actores que estarán inmersos en las guerras de Indochina y Argelia.

La película

Indígenas revela un lado oculto de la Segunda Guerra Mundial: la participación activa de los soldados de África del Norte en la liberación de Italia y Francia, en 1944 y 1945, del fascismo y el nazismo. Interpretada por un excelente equipo de actores –Jamel Debbouze, Roschdy Zem, Sami Bouajila, Samy Nacéry y Bernard Blancan–, esta película continúa extraordinariamente el camino del cine más cuestionador y progresista que está ofreciendo información y reflexiones sobre los orígenes de los anteriores y de los recientes fenómenos inmigratorios en Francia, y sus consecuencias en todos los ámbitos de su vida social, incluso sobre los que todavía conmocionan a este país.

>>>



INDÍGENAS

Francia, 2006. Color, 128 min.

Director: Rachid Bouchareb.

Intérpretes: Jamel Debbouze, Samy Nacery, Roschdy Zem, Sami Bouajila, Bernard Blancan.

>>>

El director

En mayo pasado, cuando los actores de *Indigenas*, recompensados por un premio colectivo de interpretación en el Festival de Cannes entonaron sobre la escena del Grand Théâtre Lumière, y con el ojo de las cámaras enfocándolos, "Somos nosotros los africanos", el himno de los soldados de las colonias francesas, el cineasta Rachid Bouchareb se sintió feliz de haber llevado a buen final su larga aventura cinematográfica y de haber obtenido las repercusiones en los ámbitos político y social que tanto esfuerzo se merecían.

Hace ya mucho tiempo que Bouchareb, incansable investigador de los conflictos en las comunidades marginales, ha mostrado en sus largometrajes ante-

riores, incluidos *Cheb* --proyectado en la sección paralela en la Croisette en el 1991 y premiado en Locarno--, *Poussières de vie* (literalmente, Polvos de vida), nominado al Oscar a la mejor película extranjera en 1996, y *Little Senegal*, en competición en la Berlinale 2001, el producto de sus estudios de la problemática de la inmigración, pero es con *Indigenas*, que el realizador franco-argelino alcanza la plena madurez de su proyecto, filme que, gracias a la doble nacionalidad de él, Bouchareb logró que fuera designado candidato por Argelia para las nominaciones del Oscar 2007 a la mejor película extranjera.

Por otro lado, hay que recordar que Rachid Bouchareb también destaca como productor en su propia compañía 3B Productions, fiel a cineastas tan intransigentes artísticamente como Bruno Dumont.

El cine francés y el amor

Paris, Je T'aime, el amor por la ciudad y por el amor

Es una película realizada para homenajear a la eterna Ciudad Luz, a través de diversas historias de amor que se desarrollan en cada uno de los 18 distritos que la conforman: **18 quartiers de Paris... 19 histoires... un seul film**. Desde Montmartre a Marais, desde Père-Lachaise a la Tour Eiffel, vemos los encuentros interpretados por connotados y famosos actores y actrices franceses y de otras nacionalidades, dirigidos, asimismo, por directores galos y de otros países, como el brasileño Walter Salles y el mexicano Alfonso Cuarón. Dos excelentes películas que espero sean apreciadas prontamente por el público peruano.



PARÍS JE T'AIME

Francia, 2006. Color, 110 min.



Directores: Olivier Assayas, Frédéric Auburtin, Gérard Depardieu, Gurinder Chadha, Sylvain Chomet, Joel Coen, Ethan Coen, Isabel Coixet, Wes Craven, Alfonso Cuarón, Christopher Doyle, Richard LaGravenese, Vincenzo Natali, Alexander Payne, Bruno Podalydès, Walter Salles, Daniela Thomas, Oliver Schmitz, Nobuhiro Suwa, Tom Tykwer y Gus van Sant.

Intérpretes: Bruno Podalydès, Leïla Bekhti, Cyril Descours, Marianne Faithfull, Elias McConnell, Gaspard Ulliel, Julie Bataille, Steve Buscemi, Axel Kiener, Frankie Pain, Catalina Sandino Moreno, Barbet Schroeder, Li Xin, Sergio Castellitto, Emilie Ohana, Miranda Richardson, Leonor Watling, Juliette Binoche, Martin Combes, Willem Dafoe, Hippolyte Girardot, Yolande Moreau, Paul Putner, Sara Martins, Nick Nolte, Ludivine Sagnier, Lionel Dray, Maggie Gyllenhaal, Joana Preiss, Seydou Boro, Aïssa Maïga, Fanny Ardant, Bob Hoskins, Wes Craven, Olga Kurylenko, Elijah Wood, Emily Mortimer, Alexander Payne, Rufus Sewell, Melchior Beslon, Natalie Portman, Gérard Depardieu, Ben Gazzara, Gena Rowlands, Margo Martindale, Florence Muller.

Los doce mandamientos de Akira Kurosawa

Algunas reflexiones para jóvenes cineastas*

1] ¿Qué es el cine? La respuesta a esta pregunta no es una cuestión sencilla. Hace tiempo el novelista japonés Shiga Naoya presentó en una revista literaria un ensayo escrito por su nieto como una de las piezas más importantes de su tiempo. Se titulaba *Mi perro* y decía así: "Mi perro se asemeja a un oso; también se asemeja a un tejón; también se asemeja a una zorra...". Y procedía a enumerar las características especiales del perro, comparando cada una con otro animal, desarrollando una lista completa del reino animal. Aunque el ensayo cerraba con, "Pero como él es un perro, a lo que más se asemeja es a un perro". Recuerdo que me reí a carcajadas cuando leí este ensayo, pero tiene un punto serio. El cine se asemeja a muchas otras artes. Si el cine tiene características muy literarias, también tiene cualidades teatrales, un lado filosófico, atributos de la pintura y escultura y elementos musicales. Pero el cine es, en un análisis final, cine.

2] El papel del director de cine comprende: el manejo de los actores, la fotografía, la grabación del sonido, la dirección artística, la música, la edición, la regrabación y mezcla de sonido. Aunque estas tareas pueden ser pensadas como independientes, yo no las veo como independientes, las veo fundirse en la cabeza del director.

Un director de cine tiene que convencer a un gran número de personas para que lo sigan y trabajen con él. Aunque ciertamente no soy un militar, si se compara la unidad de producción con

"Un director de cine tiene que convencer a un gran número de personas para que lo sigan y trabajen con él."

un ejército, el guión es una bandera de batalla y el director es el comandante en la línea del frente. Desde el momento en que la producción comienza hasta que termina, no se puede predecir lo que va a suceder. El director debe ser capaz de poder responder a cualquier situación y debe tener la habilidad del liderazgo para que toda la unidad esté de acuerdo y siga todas sus soluciones.

3] Con un buen guión un buen director puede producir una obra maestra; con el mismo guión un director mediocre puede hacer una película pasable. Pero con un guión malo ni siquiera un buen director puede hacer una película buena. Para una expresión cinematográfica verdadera la cámara y el micrófono deben estar capacitados para atravesar por fuego y agua. Esto es lo que realmente hace una película. El guión debe ser algo que debe tener la fuerza para lograr esto. Una buena estructura para un guión es la de la sinfonía, con sus diferentes tempos. O uno puede usar la forma del Noh con su estructura en tres partes: jo (introducción), ha (destrucción) y kyu (abreviación). El Noh es verdaderamente una forma única de arte que no existe en ningún otro lado del mundo. Creo que el Kabuki, que lo imita, es una flor estética; pero en un

guión, creo que la estructura sinfónica es la más fácil de entender para la gente de hoy.

4] Para escribir guiones, primero hay que estudiar las grandes novelas, y dramas del mundo. Y se debe considerar por qué son grandiosas. De dónde viene la emoción que uno siente cuando las lee. Qué grado de pasión hubo de tener el autor, qué nivel de meticulosidad tuvo que dominar para retratar a los personajes y situaciones como lo hizo. Usted debe leer esas obras constantemente, al punto que pueda comprender todo esto. Usted también debe ver las grandes películas. Debe de leer los grandes guiones y estudiar las teorías del cine de los grandes directores. Si su meta es convertirse en director de cine, usted debe dominar la escritura cinematográfica.

5] He olvidado quién dijo: "Creación es memoria". Mi propias experiencias y las varias cosas que he leído que quedan en mi memoria se convierten en la base a partir de la cual creo algo nuevo. No lo podría hacer de la nada. Por esta razón, desde el tiempo en que era joven he tenido siempre un cuaderno a la mano cuando leo un libro. Escribo mis reacciones y lo que particularmente me mueve. Tengo montones y montones de estos cuadernos y cuando voy a escribir un guión, eso es lo que leo. En algún momento me ayudan. Hasta para simples líneas de diálogo, he to-

mado sugerencias de esos cuadernos. Lo que quiero decir es: No lea libros mientras esté echado en la cama.

6] Algo en que se debe tener particular atención es el hecho de que en los grandes guiones existen muy pocos pasajes explicativos. Agregar explicaciones a los pasajes descriptivos de un guión es la mayor trampa en que uno puede caer. Es fácil explicar el estado psicológico de un personaje en un momento particular, pero es muy difícil explicarlo a través de los delicados matices de la acción y el diálogo. Aunque no imposible. Gran parte de esto se aprende a través del estudio de las grandes obras de teatro, y creo que de los refritos de las novelas de detectives que pueden ser también muy instructivas.

"Siempre he dicho que la iluminación debe ser tratada como si fuera película en blanco y negro, para que las sombras salgan bien".

7] Durante la filmación de una escena, el ojo del director tiene que captar hasta el más mínimo detalle. Esto no significa echar feroces miradas al set. Cuando las cámaras están filmando, raramente veo directamente a los actores, enfoco mi mirada hacia otro lado. Haciendo esto, siento inmediatamente cuando algo no está bien. Observar algo no significa poner la mirada fija sobre eso, sino estar consciente de eso de una manera natural. Creo que era eso lo que quería decir el dramaturgo medieval y teórico del Noh Zeami cuando decía: "Observando con la mirada apartada".

8] Mucho se habla del hecho de que yo uso más de una cámara cuando filmo una escena. Esto empezó cuando estaba haciendo *Los siete samuráis*, porque era imposible predecir qué sucedería en la escena donde los bandidos atacan al pueblo mendigo durante una fuerte tormenta. Si lo hubiera filmado con el tradicional método de toma-por-toma, no existiría garantía de que ninguna toma pudiera ser repetida de la misma manera dos veces. Así que usé tres cámaras rodando simultáneamente. El resultado fue extremadamente efectivo. Por eso decidí explotar esta técnica plenamente, también en dramas con menos acción, y luego lo usé en *Ikimono no kiroku (Si los pájaros vivieran)*. Cuando hice *Los bajos fondos* estaba enteramente usando el método de una toma-por-escena. Trabajar con tres cámaras simultáneamente no es tan fácil como puede parecer. Es extremadamente difícil determinar cómo moverlas. Por ejemplo, si la escena tiene tres actores en ella, los tres están hablando y moviéndose libre y naturalmente. Desde enseñar cómo las cámaras A, B y C se mueven para cubrir la acción, hasta la completa continuidad del cuadro, es insuficiente. Ni el operador de cámara estándar entiende un diagrama de los movimientos de cámara. Creo que en Japón los únicos fotógrafos que pueden son Nakai Asakazu y Saito Takao. Las tres posiciones de cámara serán completamente diferentes al principio y al final de cada plano, porque entre ambos momentos ocurren varias transformaciones. Como sistema general, pongo la cámara A en las posiciones más ortodoxas, la cámara B para rápidos movimientos decisivos y la cámara C como un tipo de unidad guerrillera.

9] La tarea de los técnicos de iluminación es extremadamente creativa. Un iluminador realmente bueno tiene su propio plan que, por supuesto, tiene que discutir con el fotógrafo y el director. Pero si

>>>



>>>

no pone en marcha su propio concepto, su trabajo se convierte nada más que en iluminar todo el cuadro. Creo, por ejemplo, que el método actual de iluminación para película de color está equivocado. Con tal de obtener los colores, se llena todo el cuadro de luz. Siempre he dicho que la iluminación debe ser tratada como si fuera película en blanco y negro, aunque los colores sean fuertes o no, para que las sombras salgan bien.

10] A veces se me acusa de ser muy minucioso con los sets y la utilería, de mandar a hacer cosas solo por el bien de la exactitud. Eso nunca aparecerá en la cámara. Y aunque yo no lo pida, mi equipo lo hace por mí de todas maneras. El primer director japonés que pidió autenticidad en los sets y la utilería fue Mizoguchi Kenji y los sets en sus películas son realmente asombrosos. Aprendí mucho del oficio cinematográfico de él. Construir los escenarios está entre



las cosas más importantes. La calidad de los sets influye en la calidad del trabajo de los actores. Si la disposición de una casa y el diseño de las habitaciones están hechos correctamente, los actores podrán moverse naturalmente.

11] El requisito más importante para editar es objetividad. No importa cuánta dificultad se tuvo en obtener un plano en particular. El público nunca lo sabrá. Si no es interesante, simplemente no es interesante.



"Cuando la filmación del día ha terminado, con el editor paso como tres horas editando los rushes. Solo después los muestro a mi equipo".

Uno puede haber estado lleno de entusiasmo durante la filmación de un plano en particular, pero si ese entusiasmo no se ve en la pantalla uno debe ser lo suficientemente objetivo para cortarlo.

12 Editar es verdaderamente un trabajo interesante. Cuando llegan los rushes (las tomas del laboratorio) raramente se los enseño a mi equipo, tal como vienen. En cambio, voy al cuarto de edición cuando la filmación del día ha terminado, con el editor paso como tres horas editando los rushes. Solo después los muestro a mi equipo. Es necesario enseñarles el material editado por el bien de despertar su interés. Algunas veces no entienden lo que están filmando o por qué tienen que pasar diez días para obtener un determinado plano. Cuando ven el material con los resultados de su trabajo eso los hace recuperar el entusiasmo. Y editando mientras trabajo, solo tengo que afinar para completar cuando la filmación ha terminado. 🎬

**Traducidas por Elia Nahmias, estas notas fueron publicadas por la compañía Toho Ltd. en el año 1975.*

Legislación televisiva y cinematográfica en América Latina: ¿antagonismo o complementación?*

Por Octavio Getino.*

Conviene recordar, inicialmente, que el antagonismo o la complementación de la legislación televisiva y cinematográfica no constituye problema alguno en la mayoría de los países latinoamericanos, precisamente porque solo cinco o seis de ellos, entre más de veintitantos existentes en la región, cuentan con leyes de cine. Y los que carecen de las mismas, salvo aquellos que cuentan con algunos decretos o disposiciones normativas, no poseen ninguna capacidad significativa en materia de producción cinematográfica. Por otra parte, las leyes cinematográficas vigentes se originaron en algunos países hace casi medio siglo, y en los casos más recientes tienen dos décadas de existencia. Es decir, nacieron antes de que los nuevos medios audiovisuales (video, cable, señal codificada, parabólicas, etc.) hicieran su aparición en los mercados. Por ausencia o por anacronismo, las relaciones locales entre la legislación del cine y de la televisión, en lugar de ser analizadas como complementarias o antagónicas, podrían serlo como inexistentes y, en el mejor de los casos, como indiferentes.

Cuarenta años atrás, cuando apareció la televisión en el mundo, los campos del audiovisual estaban claramente diferenciados. Por un lado existía el cine, con sus propias estructuras de producción y comercialización, sus festivales exclusivos, sus intransferibles estrellas, su teoría y su crítica de carácter exclusivista y también –en los países más privilegiados– su correspondiente legisla-

ción. Por otro lado, la televisión aparecía prudentemente distanciada, balbuceante aún en cuanto a su propia funcionalidad y futuro, refugiada en el estratégico espacio de la radiodifusión, donde se definiría su legislación y funcionamiento.

Radio y televisión parecían tener más afinidades que televisión y cine y ellas se sustentaban en diversas razones: técnicas, basadas en el carácter de las ondas electromagnéticas emitidas a través del aire y la necesidad de regular las diversas frecuencias; políticas, en la medida que la radiodifusión aparecía como un medio estratégico para el control directo de la información pública; económicas, ya que tanto la radio como la televisión –según el modelo norteamericano impuesto en todos los países de América Latina y el

Caribe–, se financiaban y se siguen financiando a través de la inversión publicitaria. El cine, en cambio, solo se relacionaba con la televisión a través de su capacidad industrial de producir películas y seriales para satisfacer la programación de los ca-

nales; es decir, resultaba apenas un medio subsidiario en el marco de las necesidades de la pequeña pantalla. La actividad cinematográfica quedó así asociada principalmente al entretenimiento y a la cultura mientras que la televisión lo hizo con la publicidad y la propaganda. El entretenimiento, la información y la cultura, fueron para la televisión una especie de “premio” que se otorgaba –y se sigue otorgando– entre una y otra tanda comercial, ya que estas, al fundamentar la razón de ser del modelo televisivo vigente –el norteamericano– constituyen la programación más sistemática y permanente de todos los canales.

Ello explica de algún modo que, en los países donde se elaboraron legislaciones para la actividad cine-

matográfica, estas fueran aplicadas a través de los sectores de la cultura o del fomento (como sucede en Argentina, Cuba,

México, Colombia y Venezuela), mientras que las normas regulatorias de la radiodifusión quedaron sujetas, en casi todos los países de la región, a organismos dependientes de las oficinas presidenciales. A veces, también el cine estuvo controlado por dichas oficinas, pero ello ocurrió principalmente en los casos de gobiernos autoritarios (como fue el de algunos períodos de dictaduras militares en la Argentina) o de Estados con un fuerte control sobre la información y la comunicación (como sucedió en el Perú desde la dación de la

“El cine fue concebido como una actividad cultural y de entretenimiento, mientras que la televisión contó con atributos económicos y políticos”.

atributos de una labor de elevada importancia estratégica dada su fuerte incidencia en lo económico y en lo político.

La compartimentación absoluta de las legislaciones cinematográficas y televisivas tuvo entonces razones de sustentación que estuvieron basadas en circunstancias de competitividad política y económica –internas o externas de cada país– antes que en razones socioculturales o técnicas. Sin embargo, las políticas de transnacionalización de la economía, la globalización del poder en amplias regiones del planeta, los veloces cambios experimentados en la ciencia y en la tecnología, han conducido en las últimas décadas a lo que se conoce como concentración diversificada de las industrias culturales y comunicacionales y, en consecuencia, a una integración de actividades en diversos campos de los medios audiovisuales.

La velocidad de estos cambios, unida a nuestra habitual lentitud para asimilarlos, explica la inexistencia de legislaciones dedicadas a tratar las articulaciones económicas, culturales y políticas del espacio audiovisual. Ni siquiera en los mejores ejemplos las normas vigentes van más allá de una política meramente proteccionista y defensiva –subsidios, cuotas de pantalla, etc.–, aquella que tuvo vigencia algunas décadas atrás en el marco del modelo económico sustitutorio de importaciones y cuya vida ha sido tan corta como sus pobres resultados.

Las únicas medidas legales adoptadas recientemente siguen teniendo, en términos generales, el mismo carácter defensivo que es propio de la legislación del cine y de la televisión, reduciéndose a normar algunas actividades mínimas del video comercial. No existen todavía políticas ni normas jurídicas que atiendan las relaciones de dichos medios y que consideren las que están apareciendo con el desarrollo de otras tecnologías audiovisuales. Políticas propositivas mirando al futuro –antes que

ley de cine en la época de la llamada “Revolución Peruana”, o en México, durante los diversos sexenios del gobierno del PRI).

El cine fue concebido así como una actividad eminentemente cultural y de entretenimiento, mientras que la televisión contó con todos los

>>>

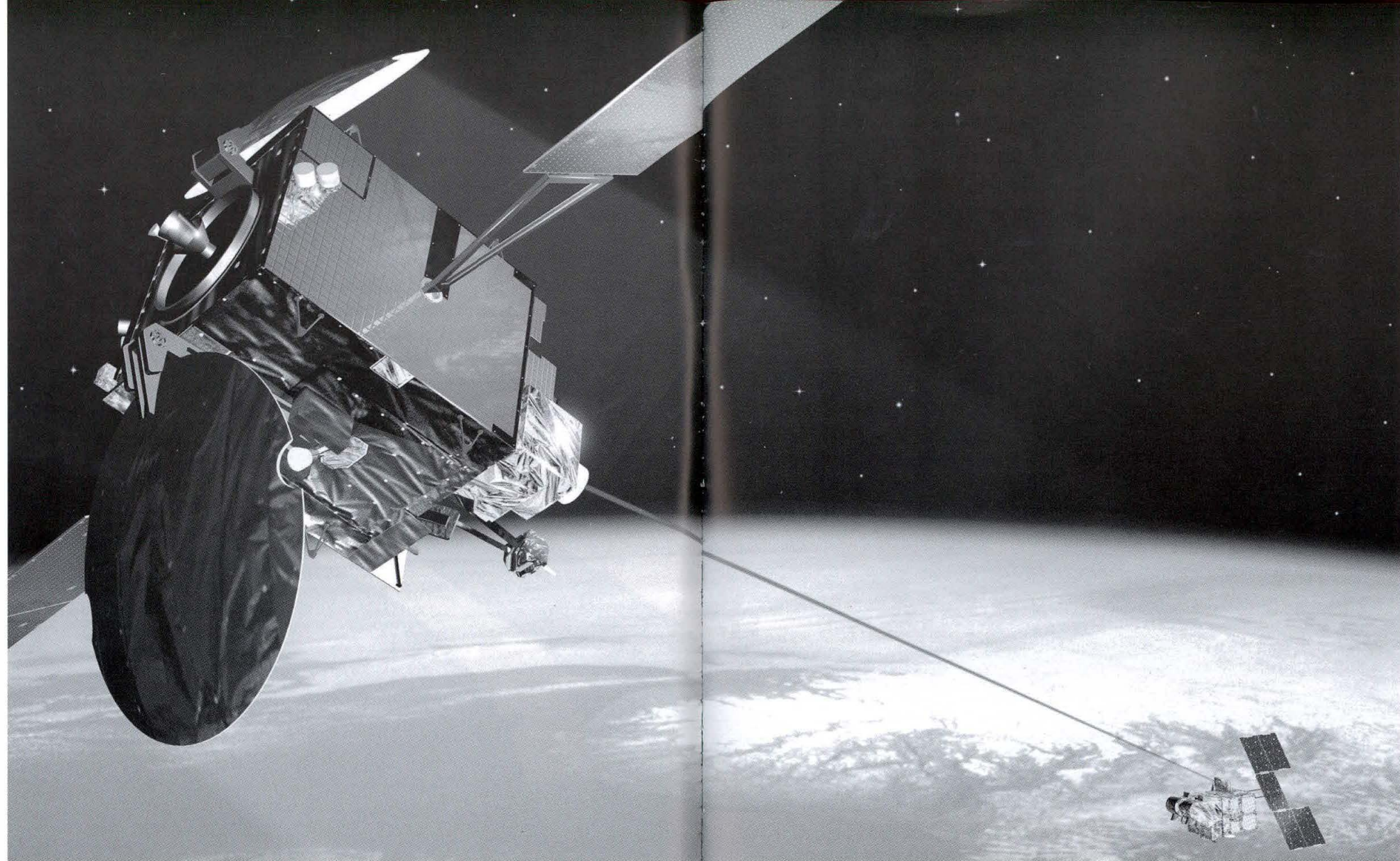
>>>

meramente defensivas— para incrementar la producción de imágenes en el interior de cada país y responder a las crecientes demandas del mercado y de la cultura audiovisual.

Hablar hoy de cine ya no es hacerlo solo de la producción y circulación de películas, tal como se lo concebía años atrás, sino también del registro, copiado y difusión de aquellas por videocasete, videodisco, UHF, cable, señal codificada, satélites, parabólicas, alta definición, terminales computarizadas y otros medios. Esto repercute en la economía, la industria y el comercio cinematográfico, además de afectar la cultura y los procesos de desarrollo nacionales y regionales.

Los cambios operados en este sentido fueron rápidamente absorbidos en las naciones más industrializadas que los propiciaron. Ello sucede, por ejemplo, en los EE.UU., donde la mayor parte de los ingresos obtenidos por una película se originan en el video, la televisión, la emisión satelital, etc., medios que han comenzado a desplazar en importancia económica a las salas de cine, pese a que estas representan en dicha nación, en términos proporcionales, uno de los principales mercados del mundo: alrededor de mil millones de espectadores anuales, con un promedio de 4-5 dólares por localidad. En América Latina, sin embargo, las nuevas tecnologías y los nuevos circuitos de comercialización del audiovisual han servido para multiplicar la presencia de las imágenes producidas en el hemisferio norte, particularmente en los EE.UU., antes que para promover la capacidad productiva local.

Actualmente, los países latinoamericanos que se hallan más próximos a los principales centros de emisión y transmisión satelital pueden sintonizar, vía antena parabólica, más de 200 emisoras de TV de EE.UU. y Europa Occidental. Un número superior a los 200 largometrajes son ofertados diariamente a través de este medio, los que se suman a una programación que incluye asuntos informativos, políticos, económicos, deportivos, religiosos, pomográficos y espectáculos diversos. Con apenas 25 dólares mensuales es posible suscribirse, en algunos de los países de la región, a servicios locales que proporcionan la recepción de 30 emisoras de TV norteamericanas y europeas. El impacto alcanza de lleno al cine regional. En Argentina, por ejemplo, alrededor de 600



“En América Latina, las nuevas tecnologías y los nuevos circuitos de comercialización del audiovisual han servido para multiplicar la presencia de las imágenes producidas en el hemisferio norte, particularmente en los EE.UU.”.

canales TV-Cable, comienzan a disputar espacio a salas de cine —que en diez años se redujeron a más de la mitad—, difundiendo anualmente unas 6 mil películas de largometraje, el 70 por ciento de las cuales son producidas en los EE.UU.

Los efectos del crecimiento de las nuevas tecnologías televisuales exceden a la industria cinematográfica local y se extienden también sobre los canales tradicionales de señal abierta. En el mismo caso argentino, más de 500 mil hogares abonados al “cable” —un universo de unos 2 millones de personas— están en condiciones de optar entre la oferta de programación externa que le proporcionan decenas de nuevos canales y la consabida producción local. Alrededor de 700 millones de dólares invertidos en el último decenio en la Argentina en materia de TV-Cable, indican la importancia económica que este nuevo medio alcanzó frente al cine y la televisión tradicional, con su consiguiente impacto en la erogación de divisas —dado que casi la totalidad de la tecnología es de origen extrarregional—, en la deuda externa y en el conjunto de la economía.

A ello se suma el rápido crecimiento en la región del número de emisoras de UHF y de señal codificada, las que se sustentan principalmente con una programación exógena de películas y productos cinematográficos.

Entre 2,000 y 2,500 largometrajes son ofertados a su vez anualmente por los principales canales de cada país latinoamericano, predominando en ellos netamente los de procedencia norteamericana, con su directa incidencia sobre modos de percepción del audiovisual; modos que resultan condicionados por una televisión cuyo modelo es también, el de la nación del norte, con sus cortes obligados cada pocos minutos para las tandas publicitarias y la promoción del consumo indiscriminado.

Cabe recordar, en este sentido, que en América Latina la inversión publicitaria en la televisión es, proporcionalmente, la mayor del mundo, dado que representa el 42% del gasto publicitario total, frente a un promedio mundial que es de 25%. Una inversión que, por otra parte, recae a manera de impuesto indirecto y obligado sobre la población, en la medida que los gastos publicitarios se recargan a los costos de los productos y servicios. El discurso televisual publicitarista incide sobre la percepción de la imagen en movimiento tanto en la lectura de las estructuras

dramáticas, los temas, el ritmo, el color y el sonido, como en la forma de receptionar el texto audiovisual y el sentido de apreciación del mismo. Esto modifica cada vez más las pautas de la demanda —la televisión es el medio audiovisual de mayor consumo e impacto sociocultural— obligando a su vez a cambiar las de la oferta de productos, particularmente los de carácter endógeno, para que los mismos se adecúen a las nuevas tendencias del mercado.

A esto se suma el impacto del video hogareño, con más de 10 millones de aparatos operando en la región y una oferta de títulos de películas que se aproxima ya a los mil en cada país, en su mayor parte de origen norteamericano. El video alcanza a cerca del 15 por ciento de la población latinoamericana y más del 30 por ciento de la que habita los principales centros urbanos de la región. Aparece en los hogares para consumo familiar o social, pero también en miles de videobares, compañías de transportes, hoteles, espacios turísticos y lugares de entretenimiento, con lo cual se eleva sus-

tancialmente el porcentaje de población usuaria de esta tecnología.

Cine, televisión y video se interrelacionan entonces a través del uso común de un producto básico que es la imagen en movimiento. La televisión introdujo en los años 50 fuertes modificaciones en la economía y en la cultura cinematográfica—inclusive en el propio lenguaje filmico de muchas producciones—, al mismo tiempo que debió sobrevivir durante muchos años en base a la programación originada en la industria cinematográfica. La aparición del video impactó a partir de los inicios de la década pasada al cine y a la televisión, tal como lo hacen ahora las nuevas tecnologías televisuales, por ejemplo el cable y la señal codificada, sobre los tradicionales circuitos de señal abierta e inclusive sobre el video hogareño. A diferencia de lo que ocurre en las naciones más industrializadas, estas interrelaciones no aparecen aún de manera suficiente en el campo empresarial. La compartimentación es casi total entre los distintos medios (cine, televisión, video) y entre las fases que conforman la vida de cada uno de ellos (tecnología, producción, comercialización, etc.). En consecuencia, la capacidad competitiva local se ve sumamente limitada para enfrentar a las empresas transnacionales que manejan integralmente numerosos medios de comunicación y cultura, además de contar con una fuerte inserción en otros sectores de la economía.

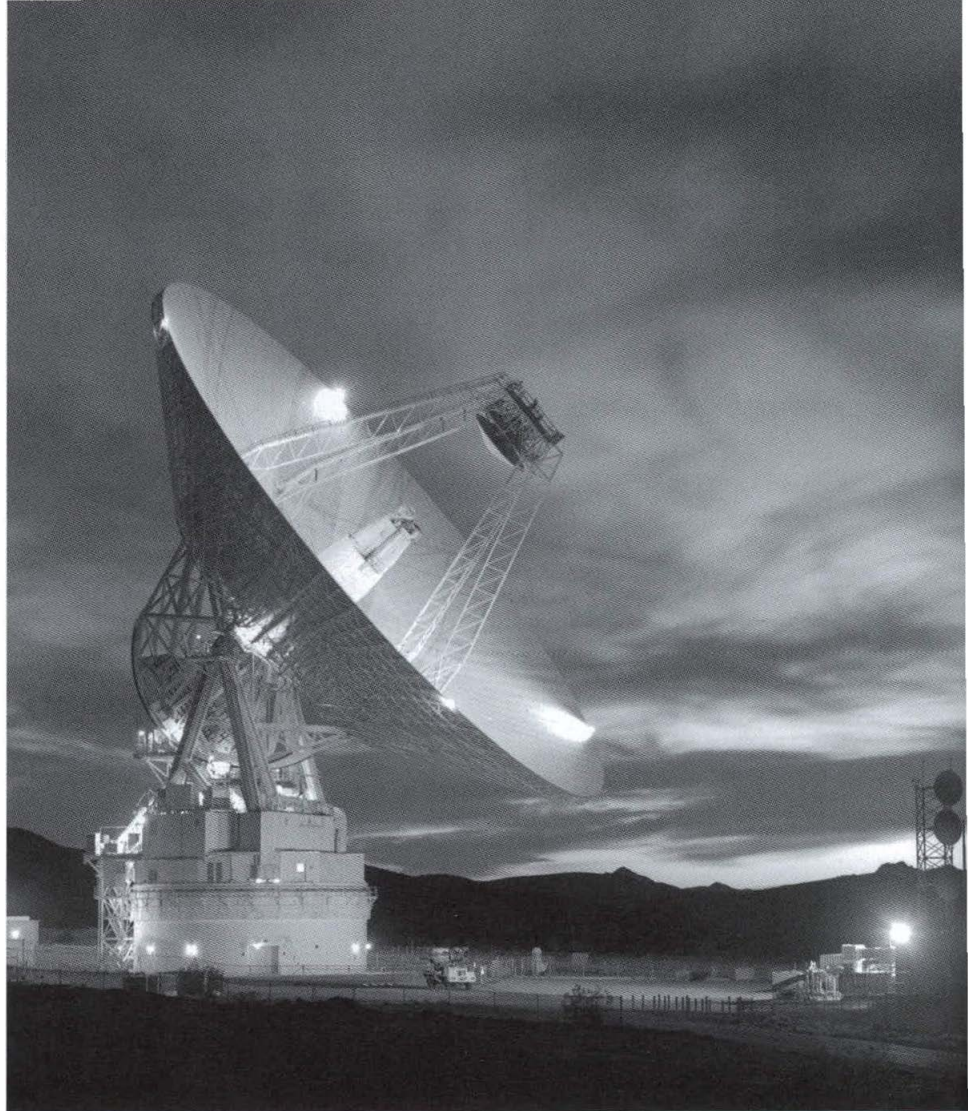
Las carencias existentes en el plano local en cuanto a articulación empresarial, benefician sin duda a las naciones que han logrado un desarrollo industrial del audiovisual acorde con los cambios operados en la tecnología y en los mercados, principalmente los EE.UU. Esto nos convierte cada vez más en espacios reproductores y consumidores de bienes y productos audiovisuales ajenos, y en muchos casos innecesarios, para responder a nuestras reales necesidades de desarrollo. Pero si la articulación empresarial en materia de medios audiovisuales es sumamente débil —cabe exceptuar los casos notables de TELEvisa en México y TV GLOBO en Brasil, así como algunas experiencias incipientes en otros países— la articulación de políticas y de legislación no existe directamente. El concepto de espacio audiovisual nacional o latinoamericano resulta todavía casi descono-

>>>

cido para la mayor parte de los Estados de América Latina y para las dirigencias políticas, empresariales o sociales. Ello obliga, antes que nada, a una rápida y profunda toma de conciencia sobre la nueva realidad instalada, así como sobre la importancia estratégica que asume dicho espacio para el futuro de nuestros países. Las industrias latinoamericanas de bienes y productos audiovisuales son, a fin de cuentas, las únicas existentes en el mundo –a diferencia de lo que sucede con otras industrias– capaces de producir nuestras propias imágenes, es decir, parte imprescindible de nuestra identidad, o lo que es igual, recurso esencial para nuestro desarrollo.

Algunos avances se están dando, sin embargo, en esta toma de conciencia de la importancia estratégica de la industria y la cultura audiovisual regional. Este Coloquio Internacional es un ejemplo de ello. Como lo es la incorporación, por primera vez, del concepto de “espacio audiovisual” o de lo “audiovisual”, sumado a lo específicamente cinematográfico, en los acuerdos y convenios suscritos por la Conferencia de Autoridades de la Cinematografía Iberoamericana, CACI, en Caracas, en octubre del 89, y que ya fueron ratificados, con valor de ley, por algunos Estados de la región; o lo aparecido en los últimos documentos de la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión, ULCRA.

El Encuentro Regional de expertos, efectuado en Ciudad de México en marzo del 91, que respondió al acuerdo tomado por la III Reunión de Ministros de Cultura de América Latina y el Caribe, destacó también claramente la importancia de atender los cambios operados en el audiovisual: “Las industrias audiovisuales son indispensables para producir y reproducir las propias imágenes de pueblos y personas, por lo cual se constituyen en elementos de identidad y desarrollo autosostenido”. En relación a la legislación existente en el sector, dicho Encuentro constató que “la inmensa mayoría de las normas legales dictadas en nuestros países para la regulación y el fomento de la producción audiovisual endógena, simplemente no se cumplen ni aplican. En general, nuestros Estados no cuentan con políticas culturales e industriales explícitas



para el audiovisual y cuando estas existen no siempre coinciden con el interés público. El sector privado, por su parte, soporta la carencia de recursos y/o economías de escala, para potenciar una producción endógena congruente con los propósitos de desarrollo integral de nuestros países. Sin embargo, la carencia principal reside sin duda en la insuficiencia de voluntad política para poner en marcha acciones de concertación cultural entre Estados, iniciativa privada y sociedad civil en su conjunto, así como entre los diversos medios audiovisuales, cuyo papel es el afianzamiento de la democracia y de cualquier posible modelo de desarrollo es, a estas alturas, indiscutible”.

En ese Encuentro se acordaron diversas recomendaciones, entre las cuales se destacaban las efectuadas a los Estados, instándolos a “cumplir su función legislativa, normativa y de arbitraje, convocando a las instancias de concertación pertinentes, a fin de promover la producción, distribución y exhibición de productos audiovisuales”. La última Reunión de Ministros de Cultura, realizada en el mes de setiembre del 91 en La Habana, hizo propias la mayor parte de

las recomendaciones de dicho Encuentro, con lo cual los países de América Latina y el Caribe tienden a definir mecanismos de articulación política y normativa para los medios audiovisuales.

Últimamente han aparecido también ejemplos de suma importancia en organismos estatales de la región, que se suman a las escasas experiencias efectuadas en el sector privado, con el fin de articular las actividades del cine, la televisión y el video. Desde 1986, por ejemplo, el ICAIC y el ICRT, en Cuba, instituciones que conducen en ese país todo lo referente al cine y la televisión, han venido desarrollando actividades conjuntas del audiovisual en el marco de los Festivales de La Habana. A su vez, los organismos gubernamentales a cargo de la televisión y el cine en México, acordaron hace dos años auspiciar conjuntamente el estreno de una producción estatal cinematográfica en un canal oficial –antes que en las salas de cine– contribuyendo con esa experiencia al financiamiento de la producción y al empleo simultáneo de la misma en ambos medios. También en Brasil se tramitaron años atrás algunos proyectos de coproducción entre

la empresa estatal de cine EMBRAFILME y la corporación privada de TV GLOBO, que consideraban la posibilidad de realizar conjuntamente películas de interés común, sobre obras literarias, para comercializarse posteriormente en las salas.

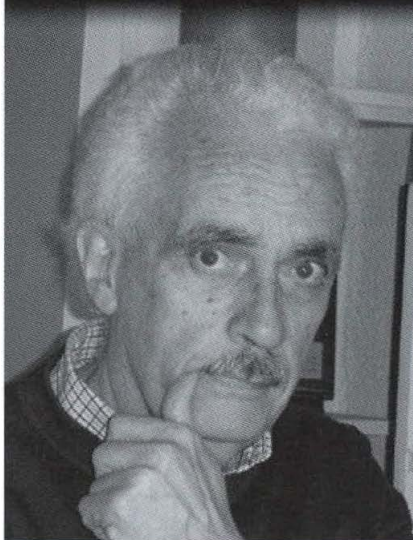
Un año atrás, también por primera vez en la historia de Argentina, se suscribieron acuerdos de coproducción, promoción y preservación audiovisual, entre los organismos estatales a cargo de la cultura, el cine y la cadena televisiva oficial. Acuerdos que se sustentaron, precisamente, en la voluntad de "desarrollar el espacio audiovisual nacional". También en Argentina, hace muy pocos días, el Presidente de la Nación acaba de suscribir un Decreto por el cual se dispone la aplicación de un impuesto—similar al que existe en las salas de cine—a todo el material cinematográfico que se comercializa en la televisión y el video hogareño, y cuyos fondos estarán destinados a reforzar el Fondo de Fomento Cinematográfico del Instituto Nacional de Cinematografía.

Todas estas son experiencias incipientes y, por lo tanto, se hallan sujetas a las contingencias de la situación política y económica propia de cada país; sin embargo, expresan la aparición de una conciencia del problema en diversos Estados de la región y en algunos empresarios privados, la que debería ser forzada y mejorada a partir de la intervención activa de todos los sectores de la comunidad.

La responsabilidad del desarrollo no depende ya solamente de la existencia de un Estado proteccionista—actualmente en crisis—, ni de un capitalismo dinámico y modernizante—inexistente por el momento en la mayor parte de la región— ni de las organizaciones sociales por sí mismas, muchas de ellas tan en crisis como el propio Estado. Tal responsabilidad compete, antes que nada, a esas tres grandes instancias, que son básicas para la vida de una comunidad: el Estado, lo privado y lo social, y sin cuya concertación—en función del interés del conjunto y no solo de una de sus partes— será prácticamente imposible atender los desafíos que se presentan en el campo de la industria y la cultural audiovisual.

Se trata, en suma, de diseñar políticas y legislaciones destinadas a:

Octavio Getino es un realizador argentino de cine (*La hora de los hornos*, con Fernando Solanas) y televisión, cofundador del Grupo Cine Liberación, Director de Programas y Documentales Educativos en nuestro país entre 1976 y 1978, y en México entre 1984 y 1987. Fue Director del Instituto Nacional de Cine de Argentina y Presidente de la Fundación para el Desarrollo del Espacio Audiovisual. En años recientes, Coordinador del Observatorio de Industrias Culturales (OIC) de Buenos Aires e integrante del Comité Asesor del Canal Ciudad Abierta.



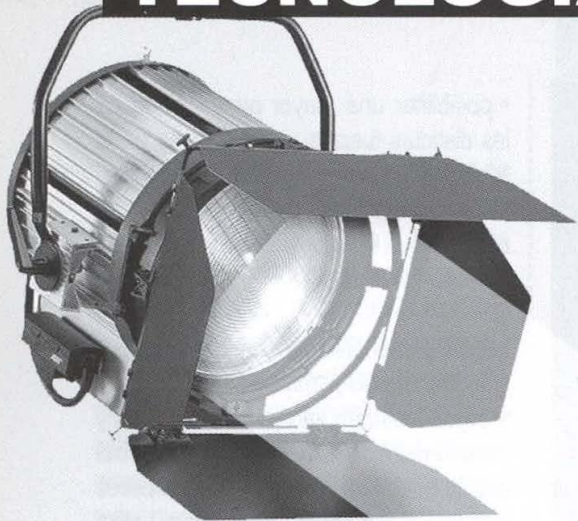
- promover una mayor racionalidad en las relaciones económicas y culturales del cine, la televisión, el video y las nuevas tecnologías audiovisuales;
- incentivar las articulaciones empresariales entre dichos medios así como en el interior de cada uno de ellos—diseño, producción, comercialización— para imprimirles una capacidad competitiva en el plano regional e internacional;
- considerar la dimensión integral—cultural, educativa y comunicacional— del espacio audiovisual, atendiendo a la especificidad de cada medio y de cada sector y promoviendo su concertación en función de los intereses de cada comunidad;

- posibilitar una mayor participación de las distintas fuerzas y expresiones de la sociedad civil, con un sentido democrático y pluralista respetuoso de cada singularidad sociocultural, tanto a nivel regional como en el interior de cada país.

Legislar para el desarrollo del espacio audiovisual de cada país y de la región en su conjunto supone, también, trabajar para una mayor y mejor comunicación de nuestras culturas o lo que es igual, para la integración de nuestros países. Sin ello, difícilmente América Latina y el Caribe podrán tener en el milenio que se avecina el lugar protagónico que se merecen, al lado de todas las otras regiones. Esto exige, además, concertar políticas y legislaciones que faciliten el intercambio y la cooperación más allá del espacio regional, atendiendo a las relaciones con aquellos otros espacios, principalmente el latino, donde además de tener en común una misma raíz lingüística, existe un patrimonio histórico y cultural. También, una necesidad de afrontar conjuntamente los desafíos de nuestro tiempo, si es que se aspira a que la globalización de la economía impulsada por algunas grandes naciones, no termine uniformizando o masificando las culturas, es decir, destruyendo nuestro legítimo derecho a existir.

En el marco de las crecientes interrelaciones planetarias, reclamamos el derecho de cada comunidad y de cada ser humano a expresarse libremente según su propio proyecto y su particular forma de ser. Porque el desarrollo de una nación del mundo no se mide solo por índices estadísticos, sino por lo que se contribuye a hacer del hombre y de los pueblos sujetos activos y protagónicos de su propia existencia. Es decir, el que promueve, antes que nada, la cultura, entendida esta como todo aquello que informa y expresa la memoria, el pensamiento, la acción y los sueños de cada comunidad. Desde esta perspectiva, el objeto y el sujeto principales del desarrollo y de la cultura, es el hombre. Y en su beneficio debe actuar cualquier política que se diseñe para normar y regular jurídicamente las interrelaciones de los medios que producen—a un nivel más poderoso que nunca— la imagen en movimiento del hombre y de nuestro tiempo. 📺

* Artículo publicado en la revista *Corto Circuito* No. 18, enero de 1992



Iluminación / Luminosidad

Por Orlando Macchiavello.

Examinando los términos intensidad luminosa e iluminación, recuerde que la intensidad luminosa se refiere al aspecto cuantitativo de una fuente de iluminación, la cantidad de luz que alcanza el conjunto, provee la intensidad de iluminación medida en footcandles.

Mientras que iluminación es la medida de la luz que cae sobre la superficie del sujeto u objeto, luminancia es la luz que reflejan los objetos. Los factores que afectan la luminancia de un objeto incluyen el tipo de textura de la superficie, el reflejo de la superficie, especular o difusa, las características de absorción de la superficie como colores y saturación, la cantidad y calidad de la iluminación incidente que cae sobre ellos. Todos los objetos combinan diferente estas características, aunque estén igualmente iluminados con una cantidad constante de iluminación incidente, la luminosidad, característica de cada objeto es parcialmente responsable por el contraste visual de la escena.

La luminosidad se medirá en diafragmas, que ayudan en juzgar los efectos del reflejo de los objetos sobre la exposición de la película, así como también en la evaluación del contraste de la escena. La luminosidad característica de cada objeto es parcialmente responsable por el contraste visual de la escena.

Midiendo la luminosidad de cada objeto del conjunto, las diferencias entre

Hay que pensar en los valores tonales y en la iluminación como entidades separadas, porque ello puede actuar en la producción de diferentes contrastes.

ellos permitirán obtener el promedio de luminosidad.

Las emulsiones de diferentes películas son sensibles a luminosidades diferentes, ellas tienen diferente rango de exposición, si la relación de luminosidad del objeto o el conjunto excede la latitud de exposición del filme todos los tonos del objeto no se registrarán en la emulsión de la película.

Luminosidad

La relación de reflejo de las diversas superficies de la escena y la relación de contraste de la iluminación se combinan para determinar el contraste total de la escena, referida como la relación de luminosidad.

Es muy importante pensar en los valores tonales y en la iluminación como entidades separadas, porque ello puede actuar en diversas maneras para producir diferentes contrastes. La iluminación y los reflejos son controlados en el estudio o en locación con iluminación artificial o pantallas

reflectoras. La luminosidad es medida con los fotómetros de luz reflejada, evaluación del reflejo de las superficies en unidades candles por square foot.

La luminosidad es el producto de los reflejos de las superficies multiplicado por la intensidad de la luz. La palabra brillo es generalmente usada para referirse a luminosidad, pero no puede medirse porque es la subjetiva impresión visual de diversos reflejos de la escena, efecto mental de la luminosidad.

La escena es plana cuando contiene únicamente tonos medios, luces altas poco brillantes y sombras profundas. La escena plana es evidente cuando el tema en cuestión es suave, opaco, carente de brillos y reflejos especulares.

Una escena aparece contrastada cuando contiene muchas luces altas brillantes y sombras profundas con escasos tonos medios.

Una relación de iluminación de 2:1 ó 3:1 es recomendada para fotografiar color; 4:1 solamente debe usarse como proporción para efectos especiales. Combinando la luminosidad promedio y la relación de contraste de la iluminación obtendremos una gama de luminosidad aceptable para el registro del contraste promedio de color.

Luminosidad en exteriores.

La proporción de reflejo en exteriores puede variar desde 30:1 hasta 800:1.

Donde 160:1 es un promedio aceptable, es decir, el área más luminosa, de la escena es la que tiene una superficie que refleja 160x más luz que la superficie más oscura. La película negativa color puede registrar una proporción de contraste de aproximadamente 200:1 porque las sombras nunca aparecerán completamente transparentes y las zonas de luces altas nunca aparecerán suficientemente opacas cuando la exposición es correcta.

Muchos fotógrafos profesionales hacen el esfuerzo de permanecer dentro de un rango de contraste de 125:1 (siete diafragmas) cuando exponemos película negativa color. De manera que se registren al máximo, detalles de las sombras y de las luces altas. Cuando se expone negativo color, los valores de la escena aparecen invertidos. Las zonas claras representan las sombras (menor densidad) y las zonas oscuras representan las luces altas (mayor densidad).

La película reversible, para fotografiar contrastes suaves de la escena, debe tener una proporción de contraste de 100:1.

La latitud de la película reversible es mayor sobre el límite de las sombras, porque el detalle se pierde rápidamente en las luces altas, tanto como la sobreexposición aumente.

La TV en color puede manejar una proporción de contraste de aproximadamente 30:1 para mejor reproducción del color. Más de 50:1 no debe usarse para emitirse por TV, excepto si son efectos especiales.

Una escena muy plana, tal como un exterior con cielo cubierto puede crear una relación de contraste como de 10:1, mientras en condiciones de pleno sol puede ser tan alto como 1000:1. El ángulo del sol en relación a la cámara y al sujeto también influye en el contraste y puede modificarse con apoyo de flash o variando el ángulo.

La proporción de contraste de cualquier escena interior o exterior puede traducirse en diafragmas para visualizar la diferencia entre sombras y luces.

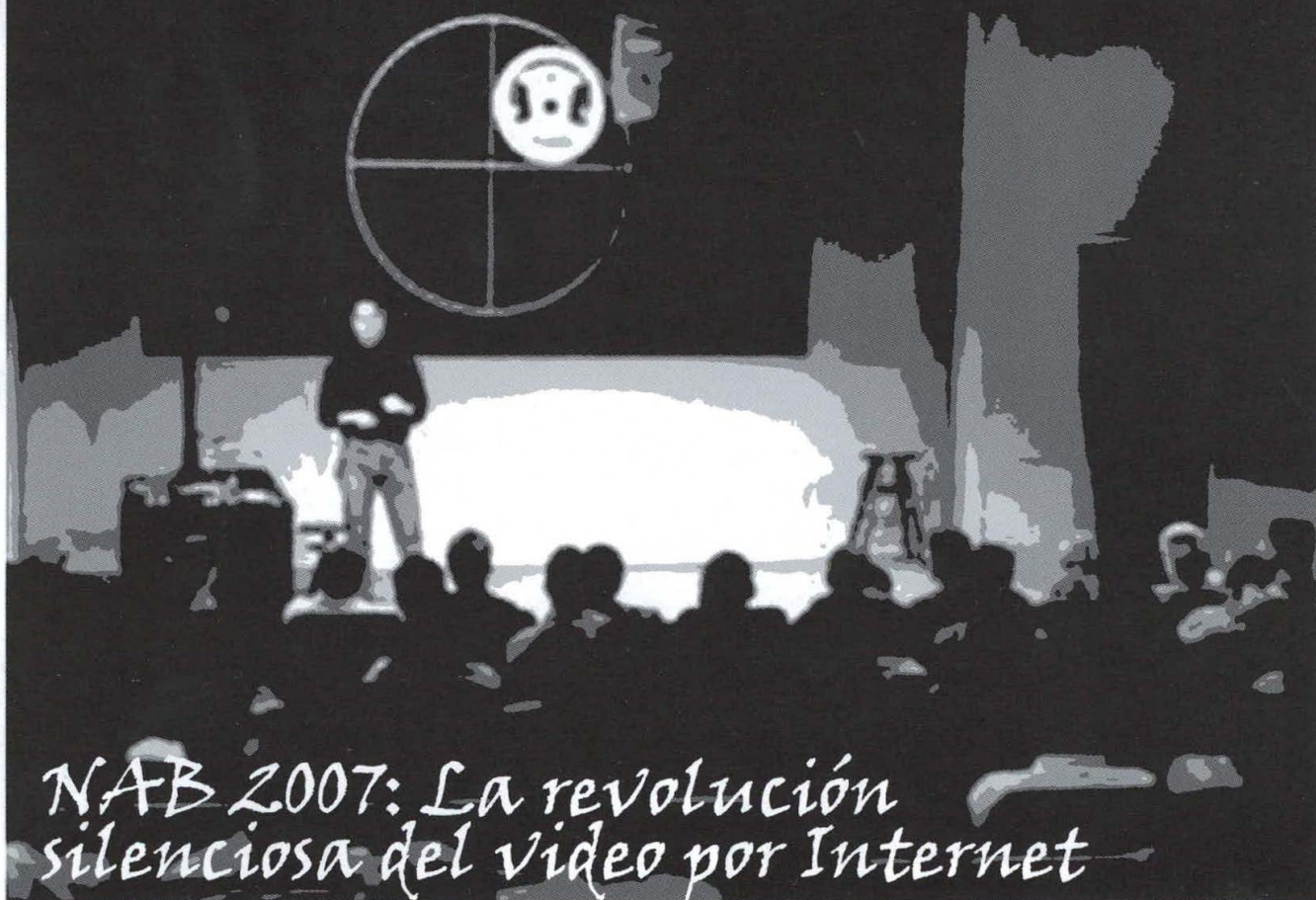
Las áreas que deben tomarse en cuenta



son las que tengan y reproduzcan detalles. Si el área de luces altas es 16 de diafragma y el área de sombra es 2, la proporción de contraste es de 64:1 (6 diafragmas). La exposición real puede ser a medio camino (5.6) entre las dos lecturas. Lo importante es que la latitud de exposición de la película debe ser empleada.

Cuando la proporción de contraste de la escena es menos que la latitud de la película, la exposición puede ser ajustada en el punto medio de la escala de diafragmas con la posibilidad de que los detalles

se reproduzcan en ambos extremos; sin embargo, si la proporción de contraste supera la latitud de la película, será necesario exponer para las luces altas o para las sombras. Una exposición que favorece las luces altas producirá oscurecimiento en las sombras y falta de detalle. Si favorecemos las sombras, las luces altas brillarán en exceso con pérdida de detalle. La proporción de contraste de la escena puede ser modificada sustituyendo elementos con materiales y densidades de color menos contrastados o rellenando las áreas oscuras con fuentes de luz artificial. 🎬



Por Arturo Calle Flores y Germán Paredes Seguil.

En un artículo publicado en esta revista un año atrás¹, mencionamos la importancia que cobraría el Video Streaming en la vida cotidiana de los seres humanos. Este año la convención mundial más importante de medios audiovisuales, la NAB 2007, tuvo como nombre "El destino esencial de los medios electrónicos".

Como el brochure de la NAB advirtió, «en el mundo de los medios electrónicos, una cosa es cierta, el cambio. Hay nuevas avenidas para la entrega de contenidos, nuevas tecnologías que considerar, nuevas herramientas para los artistas de medios digitales, hasta nuevas plataformas de consumo».

¿Para quiénes estuvo dirigida la NAB 2007?

«Crean, dirigen, filman, hacen streams, graban, producen, programan, difunden, hacen uplinks, editan, guardan, mezclan, escriben, se relacionan, hacen downloads, integran, manejan finanzas, hacen webcasts, digitalizan, animan, hacen sindicados, transmiten, presentan, proyectan, protegen, queman,

hacen multicasts o entregan contenido». La IPTV (TV por Internet) y el video móvil fueron las dos tecnologías emergentes sobre las cuales giró la convención. Como cada año, la NAB nos anunció que el futuro ya está aquí.

¿Qué es la NAB?

The National Association of Broadcasters (NAB) es una asociación que reúne a 8 mil 300 estaciones de radio y TV y fue creada en 1922. Cada año esta asociación organiza una convención denominada NAB Show, la cual se realiza en la ciudad de Las Vegas (Estados Unidos). Este evento reúne a más de 105 mil profesionales de 141 países, quienes durante una semana asisten a la exhibición de productos de más de mil 500 empresas de la industria de medios electrónicos, así como a conferencias donde se divulga lo último en tecnología de medios.

NAB 2007

Este año, la NAB ofreció 140 mil metros cuadrados donde se mostraron salones de exposiciones por categorías de productos como: producción de video (cámaras, luces), posproducción,

sistemas (servidores de video), distribución (transmisores), sistemas de muestra (pantallas de plasma, LCD), por audio, radio, medios para exteriores (vehículos para ENG), villa de contenidos (propietarios, representantes y productores mostraron sus contenidos digitales), RNTDA (recolección de noticias) y tecnologías para adoración (equipos audiovisuales para el mercado religioso).

Además la NAB presentó 14 conferencias y 500 sesiones de trabajos. Algunas de las conferencias más importantes fueron sobre gerenciamiento de Radio y TV, Post Producción, Cine Digital, IPTV, TV Móvil, Desarrollos Webs y Móvil, Video Avanzado, entre otras. Pero uno de los temas centrales de la NAB de este año fue sin lugar a dudas el Video por Internet, el Video Streaming, el Video en móviles, la IPTV.

El destino esencial

¿Por qué se ha vuelto tan importante la Internet para las grandes empresas tradicionales de audio y video?

Hace algunos años, Nicholas Negroponte escribía: «En la era de la información los

medios de comunicación masivos se harán más grandes y más pequeños al mismo tiempo. Las nuevas formas de difusión como CNN y US Today alcanzan audiencias mundiales, abasteciendo a grupos demográficos pequeños. En la era de la posinformación tendremos muchas veces audiencias del tamaño de uno, la información será extremadamente personalizada».²

Bueno, esa era ya llegó. Hoy en día las personas comunes y corrientes somos capaces de concebir, producir y distribuir audio y video a nivel profesional con herramientas al alcance de nuestros bolsillos. Y no solo eso. Las herramientas diseñadas en la web nos permiten colocar, compartir y distribuir esta producción de manera instantánea a cualquier ser humano que esté conectado a la Internet sin importar dónde ni cómo se conecte (por ejemplo una PC, un iPod, un móvil o lo que se invente en el futuro).

Se está gestando una revolución silenciosa. La web se está poblando de herramientas de 'segunda generación' como los blogs (<http://www.blogger.com>) para la publicación personal, YouTube (<http://YouTube.com>) para crear tu propio canal de TV, Picasa (<http://picasa.google.com/>) para manipular y compartir imágenes, Eyespot (<http://www.eyespot.com/>) para la edición de video en la propia web e incluso Adi Fy (<http://www.adify.com/>) para crear tu propio sistema para colocar publicidad en tu contenido.

Algunos llaman a este fenómeno la Web 2.0³, una web donde los usuarios son los protagonistas, donde las herramientas de producción, distribución y comercialización de contenido han llegado a sus manos y cualquiera es capaz de formar un medio de comunicación completo y vivir de eso. Por otro lado, las audiencias se están especializando y haciendo más reducidas. Se deja de lado la mentalidad clásica del broadcaster de alcanzar a las grandes masas y se opta por el concepto del 'Long Tail'⁴, la larga cola de usuarios a los que jamás llegaban los medios tradicionales por ser demasiado especializados, pero que sumados llegan a ser mayores que la 'masa'.

Por otro lado, se suma la capacidad de colaborar entre grupos o personas situadas a distancias remotas mediante



“En muy poco tiempo será posible ver una película completa en el celular mientras viajamos o asistir a una clase virtual vía iPod mientras vamos camino a la universidad o al trabajo. ¿Quién va a generar todo ese contenido? Nosotros”.

el uso de herramientas web que permiten crear contenido de alto nivel profesional como la conocida Wikipedia (<http://www.wikipedia.org/>). No olvidemos mencionar el aporte del XML, la siguiente generación de las páginas HTML, el cual mediante los sistemas RSS⁵ nos permite actualizar automáticamente a nuestra audiencia mediante los 'agregadores'. Ya no tienen que ir nunca más a buscarnos de web en web.

¿Y la estrella de toda esta revolución quién es?

El Streaming Media: transmisión de audio y video en tiempo real por la web. Finalmente todo el audio y video producido por nosotros debe tomar la forma de streaming para poder ser despachado por este mundo virtual.

El streaming está abriendo muchas puertas y poco a poco va a cambiar la manera en cómo consumimos el contenido en audio y video. Y este ha sido uno de los ejes temáticos centrales de la NAB.

En muy poco tiempo será posible ver una película completa en el celular mientras viajamos o asistir a una clase virtual vía iPod mientras vamos camino a la universidad o al trabajo. **¿Quién va a generar todo ese contenido?** Nosotros. 📱

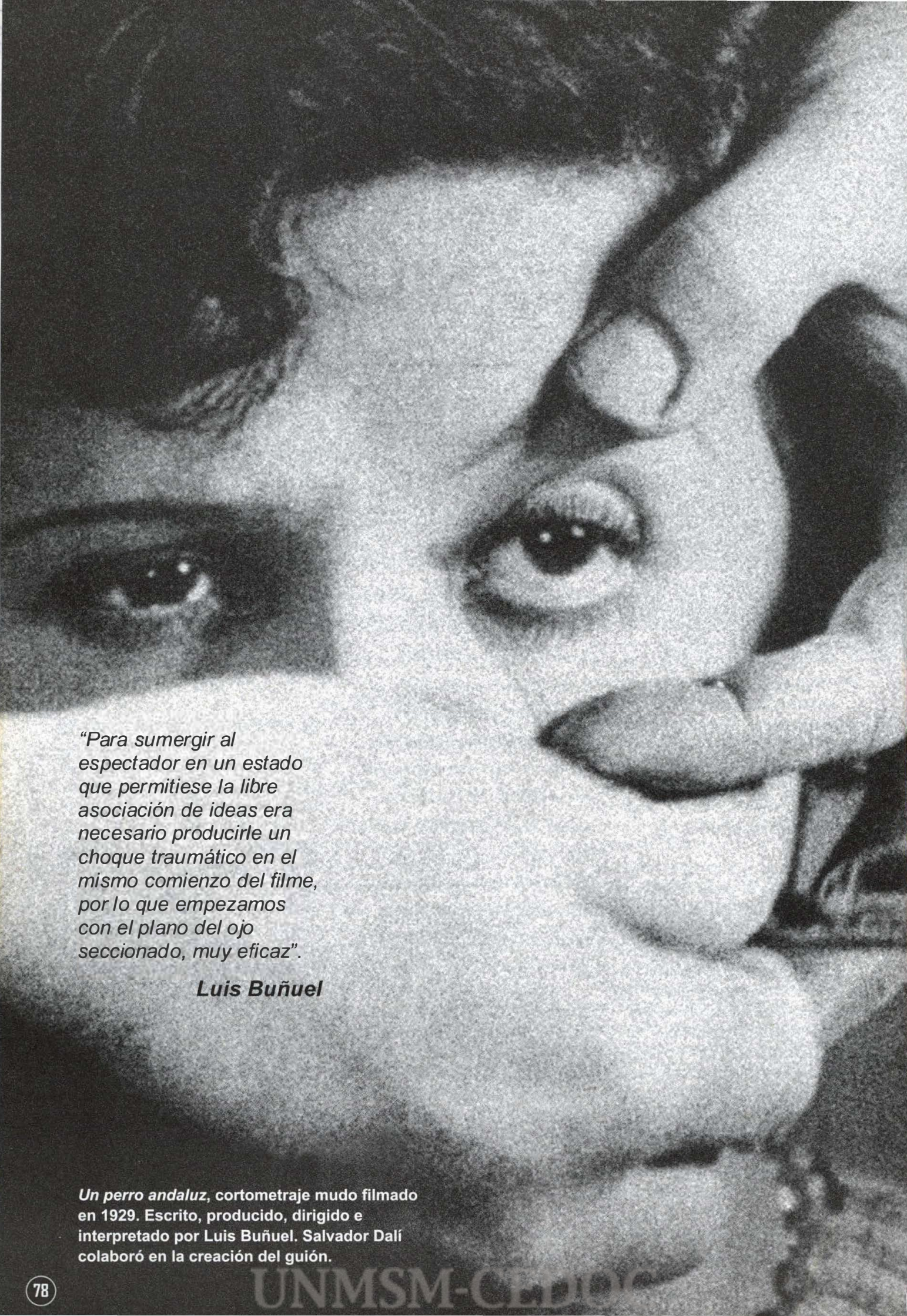
¹ “Transmisión de video en vivo”, Butaca, número 28, año 7, pp 76-77.

² Negroponte, Nicholas. Being Digital, Coronet Books; New Ed edition, 1996, ISBN-10: 0340649305.

³ http://alterlatina.blogspot.com/2007_02_01_archive.html

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/The_Long_Tail

⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/RSS>



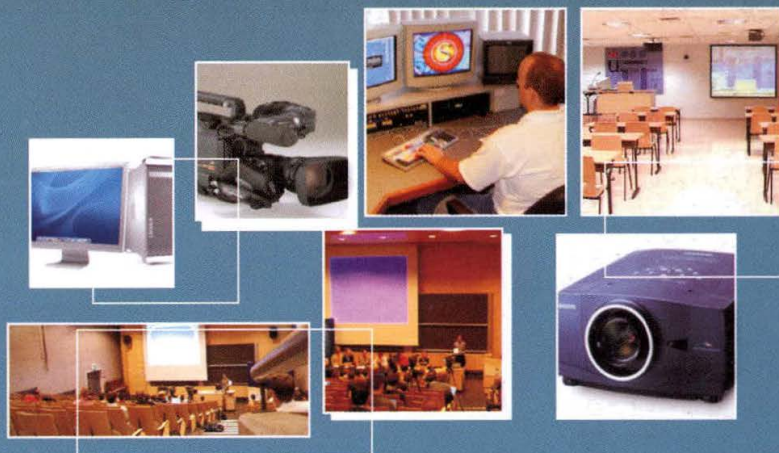
“Para sumergir al espectador en un estado que permitiese la libre asociación de ideas era necesario producirle un choque traumático en el mismo comienzo del filme, por lo que empezamos con el plano del ojo seccionado, muy eficaz”.

Luis Buñuel

Un perro andaluz, cortometraje mudo filmado en 1929. Escrito, producido, dirigido e interpretado por Luis Buñuel. Salvador Dalí colaboró en la creación del guión.

Venta y Renta de Equipos Audiovisuales

- Cámaras HD, HDV, DV, SD
- Sistemas de Edición (MAC y PC)
- Tarjetas de captura sin compresión
- Proyectorores
- Trípodes
- Luces
- Ecrans



CENTRO DE ENTRENAMIENTO:

- Talleres de Autoría, Edición Post Producción y 3D.

Media
SOLUTIONS

WWW.MSPERU.COM

CONTACTO:

VENTA: (1) 421-9192

(1) 828*6842

RENTA: (1) 441-1206

DIRECCIÓN:

CALLE CATALINA HUANCA 120 - SAN ISIDRO

EMAIL: VENTAS@MSPERU.COM

WEB: WWW.MSPERU.COM

Reseller Autorizado:



Autodesk

Media and Entertainment

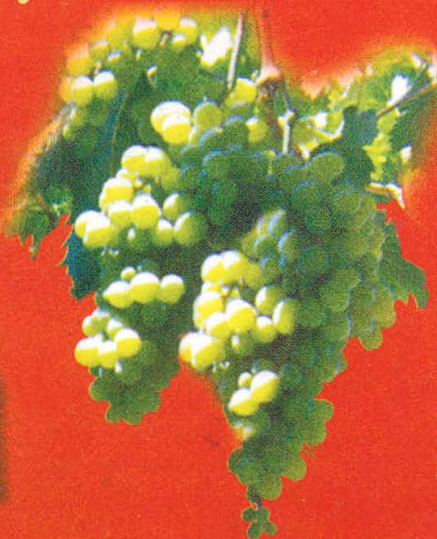
Viña Cruceta

DE: LUIS CARLINI

Te invita a degustar una variedad de Vinos y Piscos

Vinos

- ☞ Tinto Seco
- ☞ Borgoña Semi Seco
- ☞ Moscato tipo Italia
- ☞ Rosé Semi Seco



Piscos

- ☞ Pisco puro
- ☞ Pisco Italia
- ☞ Macerado de Pasas
- ☞ Añejo

Para todos los gustos y exigencias!

Residencial Cruceta

(al costado derecho de la Iglesia San Juan Grande)

Santiago de Surco



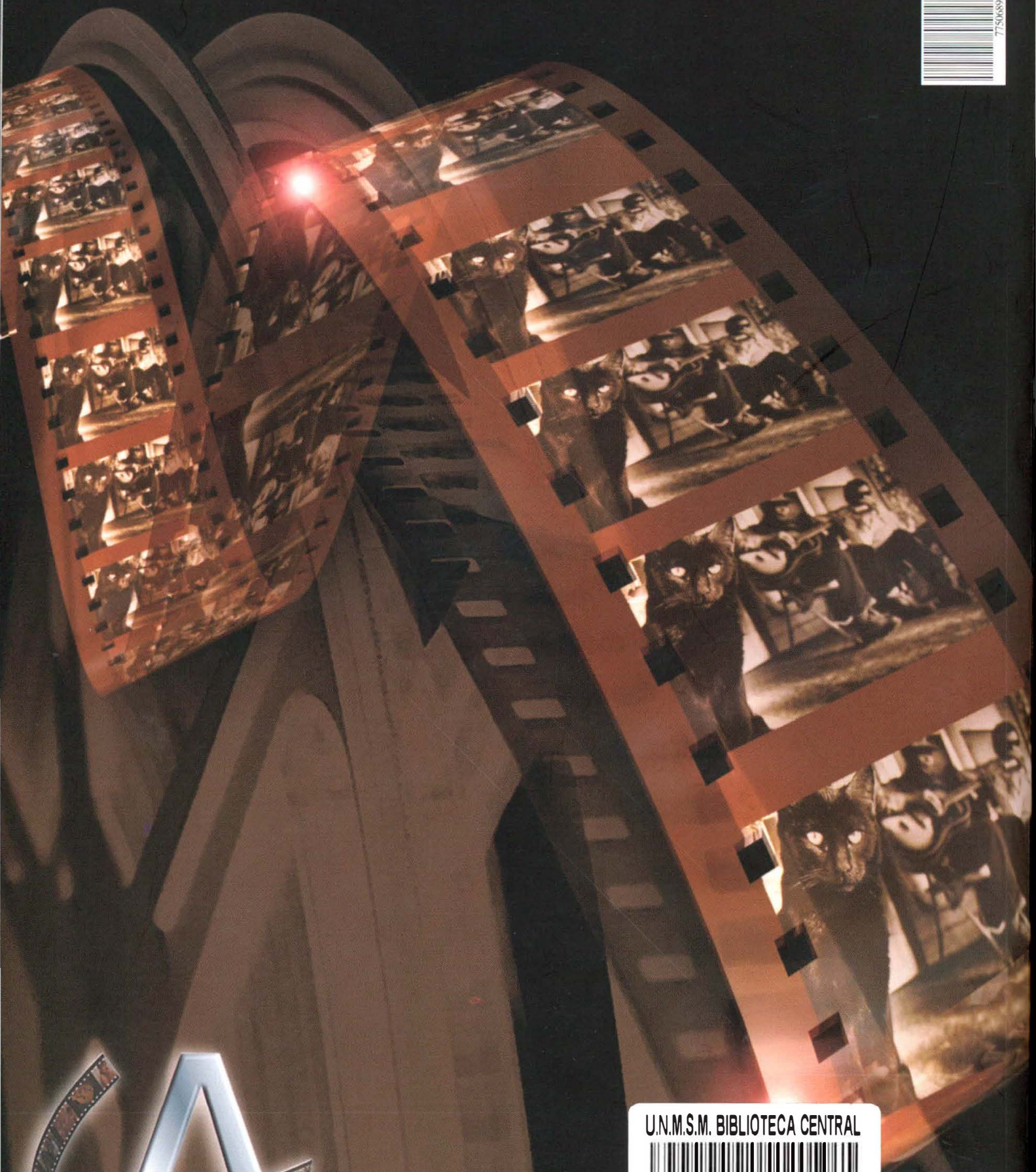
257-2203

257-2941

UNMSM-CEDOC



7750689178455



Cine Arte de San Marcos

U.N.M.S.M. BIBLIOTECA CENTRAL



00000241297

UNMSM-CEDOC