laFuga

El cine chileno busca sala

Propuestas para el fortalecimiento de una red de exhibición alternativa 1

Por Raúl Camargo B.

Tags | **Cine contemporáneo | Espectador - Recepción | Técnica cinematográfica | Chile**

[Actualización del Documento *Formación de público a través de una red de xxhibición y distribución alternativa*, presentado por el autor en el marco de la Primera Convención Audiovisual de Enero del 2007.]

I. A modo de antecedente, o dos vías para un mismo camino

Al recibir *La vida me mata* (2007) su galardón como mejor largometraje ficción durante la ceremonia de los premios Pedro Sienna del 2008 el director nacional Sebastián Silva quiso compartir el honor con su colega José Luis Sepúlveda de **El pejesapo** (2007). Ambos filmes, con presupuestos y temáticas muy distintas, no sólo estaban nominados en la misma categoría sino que también los unía el hecho de ser películas que habían visto muy pocas personas. *La vida me mata* apostó por la vía tradicional, copias en 35mm distribuidas en salas de cine comercial, con pobres resultados de taquilla. *El pejesapo* tuvo una distribución más subterránea en festivales de cine, poblaciones y salas universitarias. En su discurso Silva interpeló a la cadena Cine Hoyts responsabilizándola de las pocas protecciones al cine nacional, su discurso se instalaba desde la frustración de comprobar que la considerada mejor película del año había estado pocas semanas en cartelera, y por ende había sido vista por una ínfima cantidad de espectadores.

Por su parte *El pejesapo*, película sin afanes comerciales, presupuesto ínfimo y cuyas funciones previas a la ceremonia que compartía con *La vida me mata* habían sido absolutamente gratuitas, encontró su sitio de exhibición comercial a posteriori, sin la necesidad de tener que invertir en una copia 35mm, ni en grandes campañas de marketing. Claro está que su exhibición comercial no fueron las grandes cadenas comerciales sino el Centro Arte Alameda, lugar en donde también recalaría la película de Silva en busca de una segunda oportunidad en cartelera.

El gesto de Sebastián Silva de querer compartir su premio con José Luis Sepúlveda no era gratuito, y data del momento en que ambos se conocieron durante la mesa redonda posterior a la exhibición de *El pejesapo* en la Sala <span style="font-size:7.5pt; font-family:"Verdana","sans-serif"">"Helvio Soto" . En aquel instante Silva estaba a pocos días de su anhelado estreno comercial, asistiendo gratuitamente a otro estreno de cine nacional por el cual Sepúlveda no recibía ningún tipo de retribución económica.

Claramente ninguna de estas dos vías de exhibición es la ideal.

¿Existe una tercera vía que permita al público acceder a los filmes nacionales y que otorgue a los cineastas la necesaria retribución económica?

II. Introducción

Cine chileno, cuotas de pantalla, festivales, boca a boca, MERCOSUR, identidad nacional, rol del Estado, distribución, fomento audiovisual, espectadores, espectadores, espectadores, espectadores.

Estas son las palabras que más se repiten en la larga serie de mesas redondas e instancias de reflexión con respecto al cine nacional. Son en dichas instancias en donde nuestros cineastas señalan tanto las problemáticas que aquejan a nuestro cine como las posibles formas de abordarlas y superarlas. Instancias en donde el modelo de producción y distribución cada vez toma mayor relevancia en desmedro de la discusión cinematográfica misma.

¿Por qué cuando se habla de cine y se instala el concepto arte-industria se asume este concepto como una dicotomía e invariablemente termina siendo analizado desde la perspectiva industrial en vez de otorgarle el carácter dual propio del quehacer cinematográfico?

Esta observación es sumamente fácil de inferir al momento de revisar tanto el formato del fondo audiovisual como al leer los documentos de trabajo referentes a las políticas de estado hacia el cine nacional.

Al parecer el <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"*>*saber cómo se hacen las películas*</*span*> está cada vez más ligado a estrategias y campañas de marketing y distribución más que al hecho mismo de indagar en nuestro imaginario y (re)presentarlo.

Finalmente todas estas campañas y estrategias persiguen un objetivo común: ser visto por la mayor cantidad de espectadores posibles, tanto por el reconocimiento público que el cineasta obtiene como por la necesidad de recuperar la inversión y ojalá obtener dividendos.

Sin embargo, cuando se habla de espectadores también se termina invariablemente analizando desde la perspectiva industrial, ya que se ve a este como un posible cliente-consumidor al realizarse la siguiente operación:

Espectador = Entrada = Dinero

Cuando se analiza el fenómeno cinematográfico desde este enfoque y en base a ese mismo enfoque se articulan las políticas para el cine nacional, hay un participante que queda excluido, participante que todos nombran como objetivo pero que pocas veces es tomado en cuenta: <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"; font-weight:normal;mso-bidi-font-weight:bold"*>*el espectador*</*span*>**<span style="font-family:"Verdana","sans-serif";font-weight:normal;mso-bidi-font-weight:bold">.**

Porque:

¿Es dable querer <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"*>*irrumpir con nuestro cine en el mundo*</*span*> si nuestras películas a veces ni siquiera logran ser vistas por nuestros compatriotas debido a que no alcanzan a cumplir con la cantidad de espectadores necesarios para <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"*>*sobrevivir*</*span*> una semana más en cartelera?

¿Es dable que un fondo audiovisual solicite a los cineastas señalar cuál es su público objetivo, si gran parte de las veces dicho público

termina prefiriendo otras alternativas de consumo cultural o no tiene los medios económicos para asistir a las salas de cine?

¿Es dable insistir con la validación de un sistema en donde la distribución comercial y la retribución económica de las películas sea un factor preponderante a la hora de otorgar recursos de todos los chilenos?

¿Es dable insistir con las ventanas de exhibición y distribución existentes cuando estas no son capaces de garantizar que el objetivo final, es decir, que la película sea vista por la mayor cantidad de gente posible, pueda ser llevado a cabo?

¿Acaso no es hora de buscar otras alternativas de exhibición y distribución?

III. Sobre el Consejo del Arte y** ****la Industria Audiovisual**

El documento *Política nacional del cine y el audiovisual* [Lamentablemente tanto este documento como los otros que participaron de la Primera Convención Audiovisual ya no están disponibles en la página de Internet creada para dichos fines, lo que habla a las claras de la poca relevancia que el Consejo Audiovisual confiere a los trabajos que emanan tanto desde su propio seno como desde los integrantes del sector audiovisual.]elaborado por el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual realiza un completo análisis de la actividad cinematográfica nacional en el cual detalla los logros, desnuda las falencias y propone los caminos a seguir.

Sin duda alguna la creación de una institucionalidad cultural es motivo de satisfacción, asimismo, la instalación de las líneas de investigación y capacitación; difusión y exhibición de obras; e implementación de salas culturales van de la mano de los objetivos planteados por el mismo Consejo.

Además la cláusula que establece que para quienes quieran postular a la implementación o mejoramiento de salas de exhibición deben tener al menos una programación de 40% de cine chileno asegura el aumentar las ventanas de exhibición y, por ende, la posibilidad que nuestros compatriotas accedan a conocer su propia cinematografía.

Sin embargo se hace necesario e incluso saludable que la asignación directa que otorga la línea de formación de público sea a través de concurso y que vaya de la mano tanto con la creación de nuevas salas culturales como con el fortalecimiento de las ya existentes.

Además dicho fortalecimiento pude ir de la mano de la generación de seminarios y diplomados sobre cine en los cuales el Estado en conjunto con las universidades otorguen gratuitamente o a bajo costo la posibilidad de entregar herramientas de estudio a la población.

El documento elaborado por el Consejo establece dos grandes objetivos:

1-. Insertar el cine y el audiovisual chileno en el mercado internacional

2-. Aumentar sustantivamente la presencia de cine chileno y latinoamericano en las distintas ventanas nacionales.

Tanto el diagnóstico, como los objetivos y medidas son sumamente plausibles pero ¿acaso no debiese estar en primer término el segundo objetivo? Parafraseando a Tolstoi <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"">primero se conocido en tu aldea y luego busca ser universal<span style="font-family:"Verdana","sans-serif";font-style:normal;mso-bidi-font-style: italic">.

Y aunque se señala que la clave es la <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"">diversificación de las ventanas<span style="font-family:"Verdana","sans-serif";font-style:normal;mso-bidi-font-style: italic">, ¿qué medidas apuntan a dicho objetivo?

Es justamente en este punto que quisiera desarrollar una propuesta.

IV. Formación de público a través de una red de exhibición y distribución alternativa gratuita para el espectador

Dentro de las medidas propuestas en el documento *Política nacional del cine y el audiovisual* ninguna hace mención a la creación de ventanas alternativas, sino más bien apuntan al fortalecimiento de las ya existentes dentro del concepto de distribución comercial. Aunque se hace la distinción y se señala la existencia de las salas de cine arte y embajadas, en ninguna de las medidas se hace hincapié en las salas de cine pertenecientes a centros culturales, universidades y municipalidades, las cuales constantemente desarrollan ciclos de cine de carácter gratuito y abierto a toda la comunidad.

¿Es acaso su gratuidad y carácter masivo el que las deja fuera de las medidas?

Señalé anteriormente la necesidad que la línea de formación de público fuese concursable, ya que es necesario abrir esta línea para incentivar tanto la aparición de nuevas salas como fortalecer las ya existentes. Pero aquí debiese realizarse una salvedad y separar a las salas que siendo de cine arte pertenecen al circuito de distribución comercial cobrando entradas, de las salas cuya principal característica es la gratuidad. Porque si pretendemos <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"">generar una campaña nacional de desarrollo de <*span style="font-family: "Verdana","sans-serif"">audiencias es indispensable fortalecer las ventanas de exhibición que no cobran entrada por asistir a las distintas mesas redondas y cine clubes que se desarrollan bajo esta modalidad y que difunden tanto cine nacional como <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"">cine del mundo.

Es por esto que llamo red de exhibición y distribución alternativa a estas salas, ya que primero no son señaladas en el informe <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"">oficial y, segundo, desde su propia constitución y desarrollo están más cerca del que debiese ser el objetivo primordial de toda política de estado: <*span style="font-family:"Verdana","sans-serif"; font-weight:normal;mso-bidi-font-weight:bold">acercar la cinematografía a la población, sin importar su condición socioeconómica**<span style="font-family:"Verdana","sans-serif";font-weight:normal;mso-bidi-font-weight: bold">.**

Ahora ¿de qué manera podemos acoger tanto este objetivo primordial como el carácter de arte e industria del cine?

V. Formación de público a través de una red de exhibición y distribución alternativa de bajo costo para el espectador

Son muchas las veces que he escuchado de parte de los cineastas dos puntos sumamente importantes:

1-. Que sus películas muchas veces no alcanzan a generar el boca a boca necesario y son sacadas de cartelera.

2-. Que el porcentaje que poseen tanto el distribuidor como el exhibidor por cada entrada vendida es altísimo.

Por lo mismo se propone esta tercera vía: la apertura de estas ventanas de exhibición y distribución alternativas a los estrenos del cine chileno y (si la legislación lo permite) al cine ibero y luso americano.

¿Cómo realizar dicha empresa?

Primero que nada, tanto el Estado como los privados deben generar las instancias que permitan contar y fomentar una red de salas y centros culturales pertenecientes a las municipalidades, universidades, empresas y/o sindicatos y organizaciones sociales.

Segundo, estas deben contener dentro de su programación anual un porcentaje a determinar de actividades gratuitas que se equilibre con el porcentaje de actividades de bajo costo correspondiente a los estrenos.

Tercero, estas salas deben estar disponibles para ocupar su otro porcentaje de pantalla en la exhibición de los estrenos del cine chileno e ibero y luso americano, debiéndose determinar si dicha proyección se realiza antes, durante o después del estreno comercial.

Lo que se busca es encontrar el necesario equilibrio con las salas de cine comercial y que tanto nuestros espectadores como nuestros cineastas sean vistos por más personas además de que el 100% del valor de la entrada quede en poder de los cineastas.

Estas exhibiciones no se realizarían en 35 milímetros, sino que en el soporte digital que la sala disponga (DVD, MINIDV, DVCAM, HD).

Esto implica que al ahorrar los costos de las numerosas copias en cine 35mm (dejándose sólo pocas copias para festivales y circuito comercial previo) y eliminando el porcentaje del exhibidor, la entrada a estas exhibiciones bajo esta modalidad bajaría considerablemente, pudiéndose establecer como precio un valor que debiese rondar en un tercio o un cuarto del valor en salas comerciales, cumpliéndose con la máxima de acercar el cine a la población generando al mismo tiempo ingresos a quienes son parte del cine chileno.

Sólo quedaría por definir qué es Cine Chileno...

Como citar: Camargo, R. (2008). El cine chileno busca sala, *laFuga*, 8. [Fecha de consulta: 2026-11-25] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/el-cine-chileno-busca-sala/333