

12

OCTUBRE-DICIEMBRE 1984



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION



cine
latin ● americano





CARTA DE LOS EDITORES

A nuestros lectores:

El nuevo cine latinoamericano lucha entre la identidad y la dependencia. Sus esfuerzos han sido muy grandes, pese a la falta de estímulos y de una infraestructura para la producción, exhibición y difusión de sus películas.

El nuevo cine latinoamericano busca un mejor desarrollo, para presentar a su pueblo sus propios contenidos nacionales, a través del cine alternativo que contenga las verdaderas imágenes de cada pueblo.

Por ello, Jorge Sanjinés clama por un cine que sea parte de la lucha heroica que libran nuestros pueblos, que sea parte de la construcción de nuestra propia cultura, que haga de nuestro pueblo su principal destinatario, y que desarrollemos una dramaturgia liberadora y liberada.

En el presente número, CHASQUI publica una entrevista a dos cineastas ecuatorianos, Gustavo Corral del Grupo Kino y Camilo Luzuriaga del Grupo Quinde, cuyas opiniones sinceras, sus respuestas claras y honestas, establecen el nacimiento y desarrollo del cine nacional, así como los problemas que dicha manifestación cultural conlleva. Cuentan sus experiencias y la necesidad de que se expida una Ley Nacional de Cine.

En las secciones ensayos y actualidad, presentamos valiosos aportes de personalidades latinoamericanas que tratan, desde diferentes puntos de vista, el desarrollo del nuevo cine en América Latina, así como las experiencias obtenidas en cada uno de sus países.

En la sección bibliografía, se han recogido lo últimamente publicado sobre esta interesante temática, de singular beneficio para quienes desean conocer a fondo lo concerniente al cine latinoamericano. Así mismo, presentamos en la sección hemerografía, las revistas especializadas en el tema.

En la sección noticias consta la información referente a seminarios, cursos, medios de comunicación, gremios periodísticos, congresos, etc., de interés para estudiantes, periodistas e investigadores. Tenemos también secciones sobre nuevas tecnología, investigación y enseñanza, con temas de actualidad sobre el futuro de las comunicaciones, la integración y la formación profesional.

Debemos dejar constancia de nuestro agradecimiento a Ulises Estrella, Director de la Cinemateca Nacional de la Casa de la Cultura Benjamín Carrón, por su valiosa colaboración para la edición del presente número.

Cordialmente,

Lincoln Larrea Benalcázar Jorge Mantilla Jarrín

EN ESTE NUMERO

2 EDITORIAL

El futuro del cine

Luis E. Proaño

4 ENTREVISTA

4 Nacionalizamos los cines, pero no las pantallas.

Ambrosio Fornet

10 ENSAYOS

10 Reflexiones sobre el cine ecuatoriano

Ulises Estrella

13 Cine, historia y memoria popular

Alfonso Gumucio

16 Apuntes sobre el cine latinoamericano

Octavio Getino

24 Cine latinoamericano o el lugar de la memoria

Jorge Sanjinés

28 CONTROVERSIA

28 El cine ecuatoriano

42 ACTUALIDAD

42 Identidad y dependencia del cine colombiano

Gilberto Bello

47 Iniciativa privada mexicana y política estatal

Javier Aranda

48 Perspectiva actual del cine boliviano

Julio C. Peñaloza Bretel

50 Cursos y Seminarios de CIESPAL, 1985

53 Filmes nacionales, éxito de taquilla en Brasil

Patricia Vega

54 De cómo aprender amar y odiar al cine venezolano

Rodolfo Izaguirre

58 Cine minero boliviano

María Luisa Mercado y Gabriela Avila

61 De lo coyuntural a lo universal en cine argentino

Bebe Kamin

62 Cine para niños

Haro Serft

64 Ensayo de producción colectiva en cine peruano

65 NUEVAS TECNOLOGIAS

70 INVESTIGACION

73 ENSEÑANZA

76 ACTIVIDADES CIESPAL

82 NOTICIAS

88 DOCUMENTOS

94 BIBLIOGRAFIA

96 HEMEROGRAFIA

98 FICHAS Y RESEÑAS

100 SECCION EN INGLES Y PORTUGUES



DR. LUIS E. PROAÑO

Los cineastas y el público se encuentran en una coyuntura que podría conducir, a través de sus películas, al aceleramiento de un cambio cada vez más deseado y cercano.

En 1968 Jack Valenti, Presidente de la Motion Picture Association, contrató a la firma de Daniel Yankelovich para la realización de un estudio sobre preferencias de las audiencias de cine. Los resultados fueron ilustrativos.

De acuerdo al sondeo de Yankelovich 50% de los norteamericanos que pasaban la edad de 16 años nunca o casi nunca iban al cine. De aquellos que confesaban ir al cine, 50% se encontraban entre los 16 y 24 años. Lo peor de todo fue el descubrir que si bien la mayoría de los encuestados indicó que las películas constituían su programa favorito de lo que se exhibía en televisión y prefería las películas de los teatros a las de la pantalla chica, sin embargo no se tomaban el trabajo de frecuentarlos.

Estos datos venían en parte a explicar el dramático descenso de las audiencias de cine que de 75 millones de asistentes, durante el auge de postguerra, apenas llegaban a 15 millones a finales de la década del 60.

Este fenómeno de decrecimiento fue registrado en Europa y se lo notó más tarde en América Latina, a medida de la popularización de la televisión, en especial en la década del 70.

Ante hechos contundentes como los anotados, muchos críticos se preguntaron si el cine estaba llamado a desaparecer. Semejante pregunta apunta a la solución de un falso problema. La televisión no es un medio diferente al cine. La televisión es cine proyectado en la casa. Las diferencias no son esenciales sino circunstanciales. El cine de los teatros exige una audiencia pública, el de la televisión una audiencia doméstica; el uno se financia con la venta de boletos, el otro con cortes comerciales o una tarifa

mensual en el caso de la televisión por cable.

El medio de proyección es diferente y también lo son los productores y los artistas cuando se trata de estrenos fílmicos destinados a la audiencia de la pantalla chica o a la de la grande. Pero los contenidos y la técnica son, en esencia, los mismos. Por eso las películas de los teatros se pueden proyectar por la televisión y las seriales exitosas de la pantalla chica pueden pasar a la pantalla grande convertida en largometrajes.

El desarrollo del cine norteamericano fue caracterizado magistralmente por Bosley Crowther en tres palabras: Magia, mito y monotonía. Iguales términos podrían aplicarse al cine latinoamericano.

Cuando por primera vez se proyectó el cine mudo, poco o nada interesó su contenido. La gente miraba fascinada el mundo irreal de una pantalla inerte que cobraba vida reflejando la realidad de personas y objetos en continuo movimiento. La hazaña del ingenio humano y lo extraño del invento parecían ser un reflejo incuestionable de lo mágico.

Pronto el efecto mágico se desvaneció a manos de la rutina y los cinevidentes se cansaron de mirar, una y otra vez, idénticas escenas de multitudes trabajando, saliendo de las fábricas, acudiendo a escuelas y espectáculos públicos. Quedó al descubierto así el peligro que siempre acecharía al cine, el de la monotonía y su consecuente necesidad de cambio y novedad.

Para romper el anillo constrictor de la monotonía, los cineastas incursionaron en el ámbito, que instintivamente les pareció provocativo, de leyendas e historias que encarnan los más queridos mitos populares.

EL FUTURO DEL CINE

El mundo cinematográfico se vio poblado de mitos románticos y heroicos en los que la trama remataba siempre en un final feliz con el triunfo del bien sobre el mal, del hombre recto recobrando el amor de la mujer transitoriamente engañada por un villano.

La mitología fílmica reinó plácidamente por largos años, hasta la aparición de la radio, cuya nueva magia puso al descubierto la monotonía del cine mítico que para recuperar su poder tuvo que reencarnarse en la magia del cine parlante.

La presencia de la televisión no amenazó al cine. Eran instancias diferentes que competían por lograr una mayor audiencia para cine que se exhibía en un teatro o cine que se exhibía en casa. El cine televisivo sirvió para popularizar al cine parlante y arrancarle los últimos vestigios de lo mágico, tornándolo familiar o cotidiano y haciendo palpable su monotonía.

El cine de televisión o de teatro es utilizado por el individuo o los grupos humanos de acuerdo a necesidades diferentes de clase social, educación y edad.

Gans y otros investigadores están de acuerdo en señalar que para los pobres las películas funcionan como una aspiración, al observar que personas de relativa riqueza se comportan en forma común, lo que motiva la creencia que la gente común también puede aspirar a la riqueza. Un público de clase media, con cierta sofisticación, interpreta las mismas películas en forma diferente: La posibilidad de una marea social ascendente puede parecerle amenazadora y confirmar su inseguridad.

Los adolescentes en proceso de explorar y probar los beneficios de la madurez, recurren a películas y astros com-

pletamente diferentes de los que agradan a sus mayores que buscan la confirmación de la tradición y el aprendizaje en la solución de problemas concretos. Las personas más allá de la madurez pueden ser particularmente aficionados a volver a ver películas que disfrutaron en su juventud.

Si las películas se miran en función de las necesidades individuales o grupales ¿cuál es el futuro del cine en América Latina?.

Seguirá habiendo el cine de entretenimiento y mera distracción como vehículo de evasión y escapismo de la realidad. No se necesita ser vidente para predecirlo. Importa, sin embargo, recalcar que el hecho que en la actualidad se permiten grados de violencia y expresión sexual que jamás se hubieran tolerado hace 20 años, refleja una tonalidad colectiva en la que en gran parte se afincará el futuro de nuestro cine latinoamericano.

No se puede negar, en efecto, que América Latina está atravesando un período de cambios sin precedentes en el cual gran parte de sus instituciones, tradiciones y valores han caído bajo un riguroso escrutinio crítico. Si notamos que el cine atrae preponderantemente a los menores de 25 años, se puede fácilmente anticipar que se convertirá aún más en vehículo de expresión de esta tendencia crítica que entre nosotros es eminentemente social. Por tanto, los cineastas y el público se encuentran en una coyuntura que podría conducir, a través de sus películas, al aceleramiento de un cambio cada vez más deseado y cercano.

