

# POLVOS AZULES:

## Una entrevista anónima

Convertido en una especie de parada turística obligatoria, el centro comercial Polvos Azules engendró hace más de una década un pasaje en el que distintos *stands* venden copias informales en DVD de los títulos cinematográficos más rebuscados, pertenecientes a filmografías *indies*, europeas, asiáticas o clásicas. Respaldados por una popularidad creciente, sus vendedores aseguran ser difusores de cultura antes que piratas. Conversamos con dos representantes de este negocio (uno se hará llamar “C” y el otro “S”). He aquí su posición ante el fenómeno, como aporte de la revista a la investigación sobre la piratería en nuestro país.

*Ricardo Bedoya, José Carlos Cabrejo y Luciana Masías*



**¿Cuál es la historia de este pasaje en el que se empezaron a vender películas que antes eran imposibles de conseguir en el medio?**

**C:** En 1998 conocí a un suizo que me dijo que sabía copiar DVD originales y pasarlos al formato VCD. Me enseñó todo ese proceso que me demoraba alrededor de treinta horas. En esos tiempos solo se vendían VHS y VCD para música. Sabiendo esto, ingresé a Polvos Azules en el 2000 para vender películas hollywoodenses en VCD cuando todo el mundo vendía VHS. Cuando se dieron cuenta de que yo era el único que lo hacía, todos comenzaron a imitarme. Después decidí comenzar a copiar de una película original a un DVD en blanco y me contacté con un importador para que me trajera discos en blanco de dicho formato. Fue complicado porque los procesos eran muy largos. Hoy sí puedes copiar un original en menos de una hora.

**Hay toda una generación de aficionados al cine que ya se acostumbraron a no ver películas en pantalla grande, sino en pantallas más pequeñas (computadoras, televisores, etcétera). El sustento de ello ha sido el DVD. ¿Cómo es que han ido formando un público?**

**C:** Empecé con el cine hollywoodense, o comercial, como lo llamamos. A medida que pasó el tiempo la competencia creció y se abrieron muchas más tiendas. Dado que ya no era tan rentable, me enfoqué en el cine europeo e independiente y el americano clásico. Me di cuenta de que había un público que no había sido satisfecho.

**¿Cómo detectaste eso?**

**C:** Gracias a un cliente. Me acuerdo que tenía en mis manos la película *Ginger y Fred* de Fellini y me dijo algo como “Consíguete más de este director. Desde aquí puedes empezar para explorar otro mercado. Esto es muy interesante, hay mucha gente que busca eso”. Ese fue el inicio.



### Y poco a poco llegó la gente...

**C:** Claro, poco a poco. Sabían que había un sitio donde podían adquirir cine arte.

**Otros de los stands que también se han especializado en ese tipo de cine comparten contigo la ubicación en el mismo pasaje de Polvos Azules. ¿Cómo se dio eso? ¿Hubo una coordinación previa para ponerse en el mismo sitio o fue una simple coincidencia?**

**C:** No hubo una coordinación. Fue una copia, por las novedades que yo sacaba. Quienes trabajan en aquellos stands se dieron cuenta de que me estaba yendo mejor al vender cine no comercial.

**¿Cuál es la reacción del resto de comerciantes cuando hay intervenciones? ¿Existe algún tipo de presión para que ustedes no estén ahí?**

**C:** De las 2.070 tiendas del Centro Comercial, me atrevería a decir que el 80 por ciento vende piratería. Lo que nos diferencia es que, por más que sea

cierto que vendemos piratería, también vendemos cultura.

**¿Se consideran los principales en este rubro?**

**C:** Honestamente, no me puedo considerar el principal, el mejor o el peor. Simplemente intentamos dar la pauta, pero si tengo que poner todo en una balanza, creo que estamos dando la hora en este momento. A veces conversamos con nuestra competencia y preguntamos "¿cuánto has vendido?". El cálculo de las cifras de venta nos favorece. Además, la competencia viene a preguntarnos por títulos que les han pedido sus clientes y ellos no conocen.

**¿Son muy celosos con su material o hay un intercambio entre distintos puestos?**

**S:** Hay que ser bien celoso. Abastecemos y tener conocimiento sobre lo que nuestros clientes buscan cuesta mucho, entonces no podemos estar soltando los títulos deliberadamente. Pero si de repente nos piden una película que ya sabemos que todos tienen sí la prestamos. Sabemos lo que los otros tienen y no tienen. Si vienen a pedirnos películas de un director como Sergei Parad-

janov, de esos difíciles de hallar, no las prestamos.

**Hay otro puesto en Polvos que posee copias que no se encuentran en otros stands, como por ejemplo toda la colección Criterion, además subtitulada al español.**

**C:** Ese puesto es abastecido por una persona que se ha dedicado exclusivamente a buscar la colección Criterion. Subtitular un DVD, que originalmente no lo está, implica desarmarlo y volverlo a armar, lo cual es muy trabajoso.

## EL PÚBLICO

**¿Cuál es el perfil del cliente?**

**S:** La tienda está llegando a gente muy joven con ganas de conocer. No se remiten tanto a referentes antiguos, como el cine clásico americano. No quieren ese cine, a menos que sea lo más *indie* que se pueda. Yo les doy referentes de películas desconocidas de Europa, títulos que nunca habían visto en su vida y que les termina gustando mucho.

Por eso, nos hemos especializado en cine europeo e independiente.

**C:** Claro, aparte del latinoamericano. Procuramos tener lo que no tiene el resto, marcar la pauta porque la voz se corre muy rápido. La gente llega al pasaje donde nos encontramos y pregunta por una u otra película que nosotros sí la tenemos, con eso ya nos diferenciamos.

**¿Cómo podrías clasificar tu público?**

**S:** A veces llega un cliente con cero conocimientos, pero trato de no apabullarlo. Lo que hago es preguntarle qué tipo de película quiere ver, o cuál película comercial le gustó. Hay clientes a los que les gustan las películas con imágenes bien compuestas, y a partir de ello les recomiendo cintas con excelente fotografía. También están quienes prefieren las películas con bajo presupuesto. Algunos me piden películas parecidas a *Antes del atardecer* de Richard Linklater, con personajes que caminan y hablan mucho. El otro día se acercó una chica y me dijo "¡Dame sangre!", entonces le mostré películas



gore. Recomiendo cintas que a mí me gustan y doy las alternativas correspondientes.

**C:** Hay de todo. El promedio de edad del público puede ser de 25 años, pero también hay escolares. Tengo un cliente de alrededor de 12 años que va con su papá. Él es el que elige las películas y me sorprende porque lleva cintas de Fellini, Truffaut o Godard. Hay clientes que llegan con apariencia de “pastrulos” y me piden películas tipo *Trainspotting*.

**¿Y cuando la gente va a comprar una película específica, ustedes saben cómo se han enterado de su existencia?**

**S:** Creo que es de boca a boca. Por ejemplo, lo que ocurrió con una película basada en una matanza escolar. Nosotros la pusimos y comenzó a venderse un montón, varios clientes se pasaron la voz.

**Hay gente que hace compras mensuales de películas ¿Cuál es el máximo número de películas que han vendido en una sola oportunidad?**

**C:** Hace cinco años atendí a un señor español. Tenía apariencia de director. Conocía bastante de cine y llegué a venderle 483 títulos en dos días. También hay muchos clientes que llevan 40 o 50 títulos para un mes. Hay estudiantes que vienen con una lista de películas que requieren ver para trabajos.

## LOS PROVEEDORES

**Lo que a un aficionado del cine le llama la atención cuando va a Polvos Azules es la posibilidad que tienen de conseguir copias de ediciones rusas o norteamericanas pero con subtítulos en español. ¿Cómo es que existe esa especie de suministro internacional exclusivo?**

**C:** Durante todo el tiempo en el que he estado en este negocio, he adquirido muchos clientes, directores, actores, alumnos, que cuando viajan se compran un original y nos lo prestan. Tenemos apoyo de coleccionistas. Gracias a estas personas he podido obtener más conocimiento.

**Aparte de esas fuentes, ¿tienen algún suministro fijo o se ven en la necesidad de adquirir las películas en viajes o por encargo?**

**C:** Tengo un suministro fijo, alguien que me abastece de películas. No te puedo dar el nombre, pero es un coleccionista que se dedica a comprar originales. Aparte tengo otros abastecedores que me brindan cine de animación, de terror, independiente. Así se van armando las novedades. Además, siempre aparece algún cliente que viene y me dice “me fui de viaje y me compré esto, toma”.

**¿Nos pueden decir cinco títulos de películas “calientes”, que se estén vendiendo mucho por ahora o en los últimos meses?**

**S:** En los últimos meses se ha vendido mucho un falso documental llamado *Corazón de papel*, protagonizado por el chico de *Juno*, Michael Cera. Lo mismo ocurre con *Una película serbia*, que es fuerte y grotesca, pero cumple su cometido. También *Cashback*, un corto llevado al largo muy interesante.



### ¿Y cuántas copias vendes de una de estas películas?

**C:** Depende. A la semana podemos sacar hasta tres juegos. En cada juego vienen cinco discos. Es decir, podemos vender 15 copias de una sola película en una semana.

### ¿Cuántas películas tienes en stock en este momento?

**C:** Hemos hecho un cálculo del total de matrices, que llega aproximadamente a los seis mil títulos. En *stock*, es imposible tener ese total por cuestión de espacio, pero manejamos casi el 50 por ciento en nuestro *stand*. En la tienda debemos tener unos 2.500 títulos, en un total de cinco mil o cuatro mil discos grabados.

### ¿Cómo se desarrollan las ventas en una semana?

**C:** De lunes a viernes, ingresa un aproximado de 300 soles diarios, y los sábados, que por lo general son muy buenos, superamos los mil. Sería como alrededor de 1.500 soles a la semana, una cantidad a la que hay que reducir costos: discos, mantenimiento, luz, etcétera.

### ¿Venden películas de temática gay? ¿Cómo se comercializa este tipo de cine?

**S:** Es un mercado que no está satisfecho. Quienes buscan este tipo de filmes recorren todo Polvos Azules insatisfactoriamente, hasta que se encuentran con nosotros, que les sacamos el catálogo especializado, con infinidad de títulos. Me he dado cuenta de que la mayoría de este público busca que en la portada haya un hombre con el torso desnudo, y llevan la copia así la calidad no sea óptima. Normalmente no les interesa mucho la historia, pero algunos sí me piden películas melodramáticas. Es algo que se fue descubriendo en el camino, cuando un cliente seleccionaba ciertos títulos de los catálogos. Hay gente que se cohíbe mucho y hay que tratarla con tacto. Por ejemplo, una vez se acercó una pareja y la esposa se fue a comprar a otro puesto. El señor aprovechó eso para pedirme películas con el tema gay. Es un mercado

muyl buscado, incluso el día en el que las ventas están bajas, el catálogo que nos salva es el gay.

### ¿Cómo es la relación con los consumidores extranjeros? ¿Qué tipo de reacciones tienen?

**C:** Siempre decimos “no necesitamos ir a los festivales, los festivales vienen a nosotros”. Es un honor que nos busquen directores o actores extranjeros. El año pasado visitó nuestra tienda Lucrecia Martel. Creo que los directores y actores que vienen saben que apenas pisan Lima tienen que conocer Polvos Azules. Lo dijo el mismo Ricardo Darín cuando vino hace poco. Nos hemos hecho conocidos a nivel internacional.

### ¿Y alguna vez han tenido algún problema serio con un cliente que haya visto su película en la tienda?

**S:** Nunca. Cuando vino Lucrecia Martel no la reconocí porque nunca había visto una foto suya. Estaba con un grupo de personas y les mostré cine latinoamericano. De pronto, ella levantó una caja y me dijo “¿Qué hace esta firma aquí?” Era la del actor de *La niña santa*, Carlos Bellosó. Le expliqué y me dijo “Ah, entonces te falta la mía, yo soy la directora”. Todos los directores o actores que vienen nos han dicho que es un honor firmar sus películas en nuestro *stand*. Ocurre mucho también que viene gente del extranjero que nunca pudo encontrar ciertas películas en sus países y aquí sí están.

## POR ENCIMA DE LA LEY

### ¿Cómo son sus relaciones con lo legal? ¿Con la municipalidad y la obtención de licencias, con Apdayc y los derechos de autor?

**C:** Es algo bien chistoso, en realidad. Nos exigen la licencia municipal, pero para obtenerla evidentemente tiene que ir una persona a registrar el puesto y ver lo que vas a vender. Dicha licencia la tenemos, y también pagamos a Apdayc por el audio, por

la música que se reproduce al probar las películas.

### ¿Cómo funciona el otro mercado de discos de DVD en Polvos Azules? ¿El mercado comercial “hollywoodense”?

**C:** Hoy en día hay una nueva tendencia que es el Blu-ray. El DVD va a pasar a la historia como en su momento ocurrió con el VHS. Se abre un segundo nicho para nosotros, porque en Blu-ray no se va a encontrar el 90 por ciento de títulos que nosotros sí vendemos.

### ¿Sabes si parte de su público también se dedica a bajar películas por internet?

**S:** Muchos dejan de comprar las películas porque ya las bajaron, pero también hay varios que prefieren comprarlas. La mayoría las baja, las ve y las borra y quieren tener una copia también. Pienso que para un consumidor bajar películas tiene sus ventajas y sus desventajas. A veces ocurre que alguien baja una película con su audio original alemán, y las traen donde nosotros para que las subtitulemos.

### ¿Cómo se enteran de nombres de películas o directores importantes? ¿Solo a través de las personas que les dan películas?

**C:** No, principalmente a través de internet. Gracias a ella estoy casi al día con todo lo que sale en cuanto a películas. Incluso en Polvos Azules me pongo a ver los catálogos o cajas que botan los mayoristas o los que venden cine comercial porque ahí encuentras alguna cinta rara que sí termina siendo atractiva para nuestro público.

### ¿Cuál es la relación con el cine peruano? ¿Venden películas peruanas?

**C:** Cuando sabemos que una película peruana se estrena no la vendemos. Somos piratas, pero no de lo nacional. Incluso a los que van a comprar los incitamos a que vayan al cine y la vean antes de comprarla en una copia informal. □