

# LOS ESTRENOS Y EL MERCADO

## Algunos apuntes sobre el cine peruano contemporáneo

Christian Wiener

La seguidilla de estrenos de películas nacionales en el último trimestre del año pasado, un hecho inédito en nuestra precaria producción cinematográfica, permite replantearse muchos asuntos e interrogantes no resueltos sobre el presente y el futuro del cine peruano en todos sus aspectos y alcances. Es el caso de la interesante recopilación de opiniones que hizo Ricardo Bedoya en su blog<sup>1</sup> sobre las posibles razones y sinrazones del fracaso económico de por lo menos tres películas del quinteto (es materia de más larga discusión si poco más de cien mil espectadores de las otras dos pueden considerarse efectivamente un “éxito”).

En estos temas siempre pueden haber diversas ópticas, mirando el vaso medio lleno antes que medio vacío, como ensaya la presidenta de Conacine al revelar la cantidad de estrenos del año pasado (ocho, contando los tres títulos estrenados en el circuito comercial en el primer semestre del 2008) antes que incidir en sus resultados, tanto a nivel de público como estético, magros en la mayoría de los casos.

Hace algunos años advertía en un estudio sobre el cine peruano en los años noventa,<sup>2</sup> que la ampliación de la oferta audiovisual implicaba cambios profundos en los sistemas de exhibición comercial y en la composición social del público, planteando nuevos desafíos a la cinematografía nacional en su relación con su espectador natural, lo que ha generado una brecha que solo se acrecentó en esta última década.

Por razones de costo y hábitos, la asistencia al cine hace un buen tiempo ya no es el espectáculo popular por excelencia, siendo la televisión de señal abierta la que ocupa hoy ese espacio.<sup>3</sup> Aunque no hay estadísticas definitivas al respecto,<sup>4</sup> el perfil del espectador promedio actual es joven, de sectores medios (altos, tradicionales y emergentes), y cursando estudios superiores. Es un público con poca frecuentación a salas, cuyos modelos de representación son los videojuegos, el



*El destino no tiene favoritos* de Álvaro Velarde.

clip y un cine de Hollywood cada vez más infantil y formulario, solo amparado en los efectos especiales y el despliegue tecnológico. El gigantesco monopolio norteamericano de nuestras pantallas nace de prácticas restrictivas del libre mercado (precios *dumping*, dominio de las salas en las mejores fechas, abrumador apoyo publicitario) pero se retroalimenta de un público formado con ese único referente cultural, pues a diferencia de otras latitudes, en el Perú no hay una política de formación de público, más allá de iniciativas aisladas y eventuales (como cineclubes, salas de arte y ensayo, festivales y muestras).

Sin embargo, sería un gran equívoco juzgar el cine nacional solo con el barómetro de la taquilla, pues salvo en Hollywood y algunos países asiáticos (India, China, Corea) el cine está lejos de ser un gran negocio, y buena parte de lo mejor de la producción mundial, celebrada por la crítica y en festivales, muchas veces no logra ni siquiera recuperar su inversión. Es por eso la importancia y necesidad de leyes y normas que fomenten la producción y difusión de su cine, más allá de los puros avatares del mercado.

El peor error que podrían cometer los cineastas peruanos es ir en carrera loca detrás de la supuesta preferen-

cia de un público voluble y enfeudado al cine norteamericano, pues –como se ha dicho más de una vez– solo se terminará viendo el trasero de la gente. Eso no significa divorciarse de su entorno, sino propiciar una relación madura con un cine de calidad y con identidad, sea en la propuesta de autor o de género, sin complejos ni imitaciones (fíjense, guardando las distancias, en ejemplos como cierto cine asiático, o lo hecho recientemente en Chile y Colombia). Tal vez como en el *boom* de la cocina nacional, el asunto es encontrar el guiso propio, hecho de lo local y lo importado, buscando ante todo ser honestos con nosotros mismos, además de creativos y exigentes, como en toda expresión artística y comunicativa. ◻

<sup>1</sup> Bedoya, Ricardo. “Cine peruano: ‘razones’ de los últimos fracasos”. Domingo, 7 de diciembre de 2008 <<http://paginasdelidiariodesatan.blogspot.com/2008/12/cine-peruano-opiniones-sobre-los-ltimos.html>>.

<sup>2</sup> Wiener Christian. “Cine peruano en los 90: La historia sin fin”. *La Gran Ilusión* 6. Lima: Universidad de Lima, 1996.

<sup>3</sup> Las cifras de *rating* de las miniserias y otras producciones nacionales nos revelan que lo “peruano” no ha dejado de ser atractivo para el gran público.

<sup>4</sup> Los datos más recientes se pueden encontrar en *El impacto económico de la cultura en el Perú* (Bogotá, 2006), libro informe elaborado por el Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad San Martín de Porres, con el auspicio del Convenio Andrés Bello.