

Cine, mentiras y televisión. Los largometrajes en la pantalla chica

Fernando VIVAS SABROSO

Según la pantalla original, la que educa el gusto por el cine, contemos tres generaciones de cinéfilos: los mayores de 40 (y por extensión, todos los veteranos) que empezaron viendo cine sólo en el cine: aquellos entre 25 y 40, que vimos nuestras primeras películas en las salas y a la vez en la televisión; finalmente, los menores de 25, que recurren simultáneamente a la pantalla grande, a la TV y al video.

La TV comercial arrancó en Lima el 15 de diciembre de 1958, con los acordes del "Claro de luna" de Beethoven que identificaba a Radio América y a su flamante Canal 4, con un desfile de cantantes delante de un austero cortinaje del que colgaba el logo del único auspiciador de la jornada y, como plato de fondo, la transmisión sin cortes comerciales de una copia doblada de 16mm., original b/n, de *Sólo los ángeles tienen alas* (Howard Hawks, 1939). Para entonces, los adultos tenían ya un gusto formado por el aluvión del cine norteamericano que llegaba a las salas de estreno y de barrio. Allí habían alimentado su memoria del lenguaje, de los géneros y, gracias a las "seriales", hasta de la narración fragmentada/continua que habría de imponer el flujo televisivo. Los primeros cinéfilos, entonces, no se enfrentaron a la pantalla chica para ver cine, sino por lo que ésta podría ofrecerles de original. Ver películas en TV fue para ellos un recurso de segunda instancia, empleado tras resolver el dilema entre la reticencia por las reducciones técnicas y la nostalgia por los doblados filmes del pasado que ésta insistentemente programaba.

El doblaje televisivo, para una comunidad de aficionados acostumbrada al subtítulaje aunque poco educada en purismos, ha sido un factor de atracción más que de repulsa. Ciertamente

que los filmes más antiguos, al carecer de banda internacional (banda sonora limitada exclusivamente a la música y los ambientes para facilitar el doblaje de los diálogos), eran doblados y distorsionados en su integridad sonora, incluyendo muchas veces canciones y ruidos; pero la calidad fonética y dramática de las voces era insuperable.

Los cinéfilos de generación intermedia, que si recurrimos a la TV como fuente de primera instancia para alimentar nuestro incipiente sentido de la historia del cine, descubriríamos más tarde, con el video y con algunas retrospectivas del cine-club en idioma original, que Bette Davis, Errol Flynn, John Wayne o Laurel & Hardy, no tenían ni de lejos las voces entrañables que les oímos la primera vez. Ni Humphrey Bogart, dueño de muy reputada voz nasal que soltaba frases lapidarias con matiz escéptico y distante, pudo superar al anónimo señor (un portorriqueño afincado en Hollywood, dicen) que lo suplantó con tanta propiedad en medio centenar de filmes de la Warner Bros. En los mejores tiempos del doblaje, cada estrella tenía un doble de voz; algo irrepetible hoy que no existen grandes estudios ni elencos estables. Tampoco nos molestaba demasiado oír miles de veces el *Romeo y Julieta* de Chaikovski o el *Tanhauser* de Wagner, la música que, a falta de los *soundtracks* originales de Max Steiner o Franz Waxman, sonó en casi todos los filmes yankis de los 30 y 40. Por el contrario, esa homologación forzada, ponía de manifiesto el sello de tradición, la aspiración a lo clásico, el sentido del ritmo y la lírica, que tenía el que para muchos es nuestro cine favorito.

Los jóvenes cinéfilos sí están acostumbrados a cotejar comodidades y formatos. La TV y el video les han descubierto los misterios del cine y hasta les han anticipado, gracias a la piratería que no cree en jerarquías ni "ventanas" de exhibición, la visión de sus obras más novedosas. Para ellos, las nociones de purismo, clasicismo, género o historia del cine, han sido adquiridas en su rutinaria exposición a pantallas grandes y pequeñas.

LO NUEVO Y LO DIVERSO

Si el cine de estreno nos garantiza el acceso a la *novedad*, la TV, en cambio, nos ofrece la *variedad*. ¿Qué nos haríamos, ante cartelera tan escueta como la nuestra, si la TV nos programara semanalmente filmes mexicanos, franceses, italianos, del pasado reciente o de décadas más remotas? La oferta de cine en casa no es satisfactoria ni mucho menos, pero tiene la virtud de lucir la suficiente diversidad como para que el público fiel a los taquillazos norteamericanos se acuerden viendo TV que la historia del cine no empezó con Jean-Claude Van Damme.

Tendremos tal vez que lamentar que las funciones estelares (de lunes a viernes a las 9 p.m. en Canal 2 y domingos por la noche en otros canales) se cñan a la taquilla del pasado más cercano; pero hay multiplicidad de otros espacios (cine adulto en Canal 13 con títulos europeos de los 70; cine mexicano clásico en Canal 5; cine norteamericano de los 80 y de diversos géneros en Canal 9 y en Uranto 15; películas europeas de los 80 en las trasnoches del 2; serie B de los 50 en Canal 7) que animan la oferta hasta estimular en el espectador las ansias de referentes como no las estimula el comercio cinematográfico. El azar de los títulos de la TV ha obligado, más que la importancia de los filmes de estreno, a que la prensa diaria se preocupe por dar a sus lectores señas básicas de nacionalidad, año, *casty* reseña argumental. El cine de estreno, amparado en su promoción de lugares comunes, no necesita tanto de esa urgente divulgación enciclopédica. La hoy popularísima *Movie and video guide* de Leonard Maltin nació hace 25 años como una guía de filmes en TV.

La variedad no incluye al cine mudo ni al de arte y ensayo, ni clásicos europeos o cine independiente yanqui; pero sí ofrece profusas muestras de la edad de oro del cine mexicano, el que tres décadas atrás todavía disputaba la taquilla con los éxitos de Hollywood. La programación lo relega a horarios diurnos o trasnochados, para consumo exclusivo de mayores de 40, pero despierta la curiosidad general por un cine idiosincrático y clásico a su chirriante manera. El 2 y el 13, al incluir peliculillas sin bandera, spaghettis italo-españoles, dramas eróticos italianos, terror yanqui de los 70 o policiales franceses, pone al desnudo el esquematismo de géneros y fórmulas, de su mimetismo internacional y sus disímiles estándares de producción.

Los días de cine en la TV sustituyen para muchos peruanos las visitas a las videotiendas. La calidad de la transmisión es por lo general mejor que las copias piratas; aunque la sobresaturación publicitaria que rebasa ampliamente el promedio internacional (12 min/hora es un máximo razonable que establecía una ley derogada; en el Perú, hoy se llega a extremos de 20 min/hora agravados cuando los cortes son ciegos, sin un pauteo que respete la estructura dramática del filme) resta competitividad a la filмотeca televisiva frente a la videoteca de alquiler. El año 96 debe trastocar esta correlación del subdesarrollo, pues las grandes empresas de distribución y alquiler de cintas (incluyendo a Blockbuster, el MacDonalD del video) inauguradas en el 95, pelearon por la limpieza del mercado.

Lamentamos, y mucho, que ningún canal haya establecido un ciclo de cine selecto en horarios próximos al *prime-time*.

Lejos de parecernos a la TV brasileña que, por tradición, lanza los domingos a las 11 p.m. filmes cultos con subtítulos, aquí las "funciones estelares", "peliculón de la semana", "cine adulto" o "trasnoche" alternan Woody Allen y Francis Coppola con Chuck Norris y con las pseudo-secuelas de *Retroceder nunca, rendirse jamás*, ese indistinguido "sub-Karate Kid" yanqui que pasó desapercibido en el Norte y en el Perú fue el *box-office hit* de su año de estreno. Excepción que confirma la regla: la "función de gala" de la madrugada de los viernes en canal 2, con algunos recientes Lee, Scorsese, Kurosawa o Kauffman que no se asomaron por los cines. Pero nada, ¡qué rabia!, de clásicos del pasado.

MARGINALES EN EL TIEMPO

La cartelera cinematográfica peruana es fanáticamente sectaria; lo que no trae la UIP o la Warner se margina en el espacio o no viene nunca. Estas empresas sólo traen lo mejor y lo peor de las *majors* y nada de los *indies* o de los *foreign films* que, por ejemplo, distribuye con grandes promociones en EE.UU. el sello Miramax, sin representación en el Perú. Recién en el último par de años, los llamados "distribuidores independientes" están aprovechando la multidivisión de algunas salas para arriesgarse con títulos de arte y ensayo. No vemos a Kiarostami o Kaurismaki, ni siquiera a Moretti o Kieslowski, pero sí a Ang Lee, Almodóvar, Robert Altman y las irregulares nominadas al Oscar de mejor filme en idioma extranjero.

El cine de TV reproduce los polos de ese sectarismo aunque sobre una base bastante más amplia. Lo que no tiene pedigríe taquillero se margina del *prime-time*, pero puede aspirar a otros nichos, matinales o trasnochados. Si los rígidos circuitos de estreno marginan el cine *mid-cult* y lo dejan en un espacio inalcanzable (las metrópolis extranjeras) o en los contados cine-clubes que programan los ciclos de "valija diplomática"; la TV margina en otra dimensión, en el tiempo, y saca al cine no comercial de las franjas de nuestras horas de ocio para enfrentarlo con el trabajo y con el sueño. El video, cuando el usuario es dueño de su pantalla y tiene acceso rápido a videotiendas surtidas, entraña la abolición de esta forma de marginación.

Pero la dimensión temporal de la programación televisiva, dependiendo de las jerarquías y hábitos familiares, redundará en otra marginalidad, grave y dolorosa porque no la sufren sólo las películas, sino el propio cinemero. Sucede que dos horas son bastante para que él pueda resistir, aún cuando sea el jefe de familia, las presiones de otros agentes de zapeo. En otros horarios se reduce la pelea por el *rating* y por el manejo del dial

y es entonces cuando el cinéfilo de pantalla chica adquiere un aura de fan incomprendido y solitario dentro de su marginalidad, el que sacrifica horas de sueño en la madrugada y pierde compromisos sociales por quedarse en casa en espera de un filme dobiado y desvaído, pero largamente ansiado. Bien planificado, el video también puede reivindicar a este cinéfilo marginal.

EL OJO LIBRE

Las reducciones técnicas de la TV frente a la pantalla ancha son hartamente conocidas. En el fondo de la discusión topamos con dos enormes verdades: el cine luce mejor en el écran y en la TV no es en absoluto desdeñable. En lugar de hacer molestosas comparaciones de formato, apostemos por la generalización de algunas condiciones óptimas para ver cine en casa: el subtítulo electrónico (y si el cable permite la abundancia de canales a bajo costo, la existencia de versiones simultáneas en idioma local y original); la disminución y pauteo dramáticamente adecuado de los cortes comerciales; la presentación en formato *letter-box* (rectángulo dentro del "cuadrado" televisivo) de los filmes panorámicos; la consolidación de un sistema de advertencias a los padres de familia y horarios de protección al menor para evitar tentaciones de censura y autocensura. El coloreado artificial será una bronca superada cuando todos los canales adviertan al televidente que va a visionar un filme pintado. Al menos Ted Turner, el inventor del pastiche, siempre lo hace y da tiempo a que el cinéfilo purista pulse los botones de "color" y de "tint".

El cable y sus canales pelicularos (TNT, FOX, HBO y sus aliados Cinecanal o Cinemax) aumentan la cantidad de películas, pero no su variedad. Rebuscan en el cine norteamericano contemporáneo y en algunos archivos de los grandes estudios del pasado (es especial la MGM pillada por Turner), pero se extienden muy poco al cine de otras latitudes. El sistema *pay-per-view*, aún no inaugurado en el Perú, corregirá estas estrecheces de panorama y saturación de baratijas. Proliferando entre estas últimas, un mal que dura ya tres décadas: el "telefilme" y, más recientemente, el filme hecho por el cable.

Cuando la industria de la TV norteamericana, a comienzos de los 70 sintió que podía emplear su capacidad instalada ociosa en hacer películas unitarias que reemplazaran en la programación a los filmes de archivo, nos endilgó un gigantesco bloque de horas repetitivas e indistinguibles, sosas y reprimidas, sin solución de originalidad ni continuidad. Salvo excepciones de rigor, el telefilme ha tenido un florecimiento en gran parte parasitario, rasgo agudizado cuando las "ventanas" de

exhibición se fueron estrechando y los canales pudieron programar películas del pasado reciente. Si hoy subsiste la industria del telefilme es porque buena parte de sus recursos y sus *know how* ha sido transferido convenientemente a la industria de la miniserie y porque hay algunos tópicos, filones temáticos y hasta asomos de géneros (el *bio-pic* de deportistas famosos, las historias positivas de minusválidos triunfadores, la jurisprudencia con moralina, la adaptación de filmes clásicos, etc.) que se reproducen sólo en la pequeña pantalla para un público cada vez más apartado del cine de estreno.

El espectador está apto para elegir telefilmes, taquillazos contemporáneos o clásicos yankis y europeos. También de elegir, y hasta ahora lo ha hecho con considerable sintonía, los filmes nacionales que son programados en virtud de los canjes publicitarios que sus productores establecen con los canales para ahorrarse gastos de lanzamiento. Por supuesto, la marginación del cine más exigente de las horas de ocio, y la saturación de efectismos comerciales en el *prime-time*, pueden atontar a ese ojo que creemos libre.

Taquilla casera

Los azares y vacíos de información que acusa la programación de cine en TV escandalizarían a muchos cinéfilos. Los programadores —función que no cuenta con un departamento específico en todos los canales, siendo a veces asumida por ejecutivos polivalentes— se dejan llevar por el golpe de los títulos, el aura de las estrellas (sin saber que entonces no eran nadie), la cantidad de secuelas de un filme (el original llevará por añadidura, un arbitrario 1) o el simple método aleatorio. Cuando se trata del *prime-time* y, en especial, de los estrenos televisivos de fin de semana, la selección es más reflexiva aunque a menudo equivocada. El ejecutivo desinformado se entera de los atractivos potenciales de la película por su papelería promocional y no porque la haya visto o tenga referentes de su impacto comercial. La TV compra y lanza cualquier cosa.

Sin embargo, los espacios peliculeros de más sintonía (de lunes a viernes a las 9 p.m. en Canal 2, domingos por la noche en ese canal y en el 9, sábados en el 13) sí se basan en un principio comercial: si hubo gran taquilla habrá gran *rating*, cuidando por cierto de resaltar más en TV que en cine los atractivos familiares del producto. Estamos ante la "taquilla en casa" (*home box-office*), el mismo leña que impulsa a la cadena de cable más popular del mundo, HBO.

El Canal 2, el único que tiene al cine como uno de sus puntales de expansión comercial (acaba de lanzar además Televideo, primera gran distribuidora videográfica nacional), sí sabe de referencias taquilleras y gustos populares. El *top ten* del cine en TV para 1995 está dominado por esta frecuencia y su habilidoso manejo de taquillazos y secuelas. Aunque el costo de estos filmes es sin duda elevado, el canal ha conseguido generosas ventajas de exhibición que se estrecharán aún más en sus lanzamientos de video. Tal es su entusiasmo peliculero que alguna vez su departamento de programación planeó una operación de veras audaz: quemar sus mejores filmes los sábados por la noche —sacrificando el inestable *prime-time* dominical— para destronar al sabatino *Risas y Salsa*, el espectáculo más atendido del Perú y que por 15 años pauta el *timing* de la TV. Si el plan se hubiese ejecutado con éxito, el cine —aunque sea a través de Schwarzenegger, Macaulay Culkin, Stallone, Van Damme o un aventajado Patrick Swayze ubicado en dos puestos con *El duro* y *Punto de quiebre*— estaría ajustando cuentas con la pequeña pantalla y poniendo en serios aprietos a sus géneros nativos.

**RANKING DE PELÍCULAS DE CINE DE ENERO A JULIO
1995**

Canal		Miles de televidentes	Rating
02	Terminator II	1.008	19.5
09	Salvado por la campana, al estilo Hawaian	859	16.4
02	Mi pobre angelito II	844	16.1
02	Robocop II	783	14.9
02	El duro	760	14.5
02	Punto de quiebre	755	14.4
02	Rocky IV	743	14.2
02	Retroceder nunca, rendirse jamás III	740	14.1
02	Retroceder nunca, rendirse jamás I	735	14.0
02	Soldado universal	719	13.7

Fuente: CPI.