

Grandeza y decadencia del espectáculo cinematográfico

Javier PROTZEL

El siglo XX ya ha terminado e inesperadamente hemos ingresado al futuro. Por eso, los cien años del cine se nos presentan no como la conmemoración de una fecha, sino e inevitablemente como la fiesta de la nostalgia, como un tributo rendido, quizá como nunca antes, a una pasión colectiva. Pasión de la modernidad, pues la han protagonizado los hombres que la viven y no los dioses de las religiones o los héroes de la política, y porque su construcción es el fruto de la cooperación y el conflicto entre inventores, industriales, artistas y comerciantes, a los que se añade el público, actor anónimo y central.

Cien años de público, del que la crítica no se ha ocupado sino indirectamente. Habría sido más bien la intuición de la industria, vale decir de productores, distribuidores, exhibidores —a veces más que la de los artistas, encerrados en la creación— la que se ha acercado al sentimiento de los espectadores. Pero ese conocimiento ha sido interesado y fragmentario, reducido al cálculo de una oferta comercial viable, que a pesar de sofisticarse con estudios de mercado se queda en la frialdad de las cifras. No han capturado, tampoco tenían por qué, el ánimo de la platea, la verdadera materia prima que explica el destino de las películas. Si es cierto que la memoria filmica se encuentra bien conservada en cinematecas y archivos, éstos contienen sólo efigies del imaginario social, recuerdos de una vida que ya no es, pues las emociones de quienes las vivieron han quedado perdidas, aunque los historiadores recuperen su testimonio.

No pretendo decir que el cine sea el espejo de la sociedad o su testimonio; lo es más bien de lo opuesto, de sus sueños, miedos o alegrías, como distingue claramente Román Gubern.¹ El trabajo de los imaginarios filmicos sobre la conciencia no define a la realidad por la chatura y la banalidad; al contrario,

1. Cf. Gubern, Román. *Espejo de fantasmas. De John Travolta a Indiana Jones*. Madrid: Espasa Calpe, 1993. p. 10.

2. Cf. Lévi-Strauss, Claude. *La pensée sauvage*. Paris, Plon, 1962.

cataliza lo extraordinario a través de las figuras mostradas en sus relatos, que la simbolizan, pero en cualquier caso no la repiten. En otros términos, las sensibilidades cinematográficas forman parte de lo que Lévi-Strauss llamó hace años el *significante flotante*,² característico de las sociedades modernas, para referirse al desborde de lo simbólico en relación a las estructuras materiales de éstas. Corolario de este permanente desborde sería la existencia de simbólicas múltiples, desconectadas del acontecer concreto e inmediato del espectador, cuyo referente sería cualquier cosa, lugar o tiempo, siempre y cuando satisfaga sus necesidades. La historia de la subjetividad cinematográfica a lo largo de un siglo viene a ser por lo tanto la de un desenganche masivo del imaginario social con respecto a sus determinaciones locales.

Aceptar hoy en día que el cine ha sido precursor de lo que hoy se llama la desterritorialización de la cultura significa también reconocer su capacidad de inducir fabulaciones sin fronteras de espacio y tiempo, libertad muchas veces injustamente ignorada en nombre del nacionalismo. De Valentino a Schwarzenegger, de Lillian Gish a Sharon Stone, la interpelación del relato cinematográfico convoca franjas profundas de una identidad que no debe entenderse como algo inmóvil. Pese a que el público constituye un hecho cada vez más importante, es un sujeto moderno que sólo ha podido ser teorizado a mediados de este siglo, pues su condición sólo corresponde parcialmente a categorías clásicas de las ciencias sociales, como clase, edad, nación o etnia.

Pese al cosmopolitismo de los públicos a lo largo del tiempo, cada uno ha tenido una evolución singular. Los gustos, como las carteleras, no están ahí ni por accidente, ni como respuesta pasiva a la oferta comercial. Las leyes del mercado no aportan por sí mismas una explicación del comportamiento de los consumidores. Además de situarse en una dimensión externa a las razones de una preferencia o un rechazo, éstas constituyen apenas una forma de cálculo, midiendo y describiendo las oscilaciones de la demanda, pudiendo establecer puntos de equilibrio, pero permaneciendo ajenas a una interpretación que no sea económica.

A pesar de sus grandes semejanzas con los de otros países, los públicos peruanos están estructurados de un modo característico. Su evolución en Lima se asocia estrechamente a la historia cultural y a la del uso social del espacio. Una investigación realizada entre 1992 y 1993 que contó con información de campo sobre los espectadores de las salas de Lima llevó a diagnosticar aquel momento, mostrando claramente los profundos cambios en curso y permitiendo también percibir la historicidad de estos públicos. Los datos para una

historiografía están siendo recogidos prolijamente por varios estudiosos de la Universidad de Lima. Yo no pretendo hacerlo, pero sí creo que el estudio del presente facilita una mirada retrospectiva a partir de la cual se pueden proponer tentativamente unos modelos generales de estructuración del público a través del tiempo. En base a ellos, los hábitos y los gustos pueden ser situados en su contexto para ubicar algunas de las diferencias entre la lógica del presente y aquellas que probablemente rigieron el pasado.

Para efectos muy funcionales distingamos cuatro modelos sucesivos: de formación y consolidación, de apogeo, de lento deterioro y de posible recomposición. Me referiré brevemente a los tres primeros, para abordar al final el cuarto, después de haber presentado algunos aspectos de la investigación.

1. FORMACIÓN DE UN PÚBLICO

El primero, el de formación y consolidación, puede ser desagregado en varios períodos, como lo hace Ricardo Bedoya, pero para este caso son poco pertinentes por su lejanía. Hacia 1908, el espectáculo cinematográfico limeño había dejado de ser itinerante, asentándose en salas construidas expresamente para albergarlo y no en carpas como en los inicios. Cinco años más tarde, y gracias al crecimiento de la Empresa de Teatros y Cinemas, los públicos de la capital y de sitios remotos como Huamanga, Sicuani o Pacasmayo ya veían el *film d'art* francés y producciones italianas y escandinavas, según señala Bedoya.³ La avidez del público, a juzgar por esta rápida activación, no se debería exclusivamente a la afición a un género, sino al interés por las imágenes en movimiento que mostraban lugares exóticos en una sociedad que a pesar de su incipiente modernización era todavía cerrada y probablemente se sentía aislada. Por su abundancia, llama la atención la heterogeneidad de la audiencia, ya que no era sólo la oligarquía la que iba a las salas. Creo que esta contigüidad física inicial de las capas superiores y de un pueblo poco orgánico yendo al mismo lugar es un rasgo importante del espacio público precapitalista y señorial de esa ciudad que se recorre íntegra a pie y en donde hay caras conocidas en cada esquina. Más adelante, el público irá escindiéndose, quedando los sectores populares relegados a las salas de barrio. El espectáculo cinematográfico se ubica en un plano distinto, más popular de lo que serían otros más pretensivos como la ópera o los conciertos de música clásica que, en este caso, al margen de su naturaleza artística, servían en ese marco además para las estrategias de distinción de una clase social que quería adoptar los modos de las burguesías europeas. Habría estado más bien del lado del entretenimiento

3. Cf. Bedoya, Ricardo. *100 años de cine en el Perú: una historia crítica*. Lima: Universidad de Lima, ICI, 1992, p. 33.

4. Ya en 1916 la versión final de *Intolerance* [Intolerancia] de D.W. Griffith dura 3 horas y 40 minutos, habiéndose impresionado en su rodaje película equivalente a más de setenta horas de proyección. Cf. Gubern. Román. *Historia del cine*. Vol. I. Barcelona: Ed. Lumen, 1973, p. 148.

5. Cf. Bedoya, Ricardo. Op. cit., pp. 33-34.

6. Para utilizar los términos de Hans-Robert Jauss. Cf. *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid: Ed. Taurus, 1986, pp. 241-242.

ligero, de las diversas variedades escénicas con las que compartía la función mediante una miscelánea de cortos, muchos inspirados en el *music hall* como buena parte del *Charlot* creado por Chaplin para la Keystone. A pesar de que a partir de 1915 el formato de largo metraje aumenta ⁴ adecuándose a narraciones más sostenidas, el corto sigue siendo un elemento socorrido de la programación, alineándose junto con la diversión local en vivo –presentada incluso en salones de té– no sólo por humorismo popular, sino también por su carácter documental y especular, de informar la realidad para permitirle al público contemplarse a sí mismo. Así, películas hoy perdidas como *Reminiscencias del centenario* habrían sido emblemas colectivos, o *Las fiestas del carnaval* habrían formado parte de esas celebraciones.⁵ Mencionamos a los primeros largometrajes nacionales, *Páginas heroicas* (1926), censurada, o *Luis Pardo*, de Enrique Cornejo Villanueva (1927), ficciones cuyos temas podríamos calificar como de fondo, porque corresponden a la época de efervescencia intelectual y política que acompañó a la formidable expansión de Lima a lo largo del oncenio de Leguía.

El espacio urbano se ensancha y se jerarquiza, compartimentándose en barrios según capas sociales y niveles de consumo. No es coincidencia que el público cinematográfico se consolide en esta nueva situación, puesto que éste no se reduce a una cantidad o a un mercado, sino a una relación imaginaria con una serie de géneros inscrita dentro de un modo de vida. El imperio de Hollywood se ejerce en base a la sintonía local con el mito americano de la prosperidad y el éxito de las películas optimistas de evasión posteriores a la crisis de 1929. Obras como las de Frank Capra o von Sternberg y el *glamour* de Marlene Dietrich o Joan Crawford pueden magnetizar sólo a audiencias que, además de manejar la gramática del género, son capaces de percibirlo como modélico e incorporable a sus otras vivencias. Esta apropiación del relato en un mundo ya más permisivo equivaldría a la constitución de un público lector de la novela en la Europa del siglo XIX. El otro aspecto de la creación de lenguajes cinematográficos, sobre todo a partir del sonoro, es la progresiva masificación del *dispositivo de lectura* –la costumbre de “ir al cine” y un repertorio de conocimientos– y de un *punto de vista* del espectador, cuya experiencia está motivada por el texto que tiene en la pantalla, con el cual interactúa según diferentes modelos de identificación estética.⁶ Además de disociarse de los otros tipos de entretenimiento que lo acompañaban, el campo del consumo cinematográfico pierde su ingenuidad original hacia la magia de las imágenes en movimiento. La secularización de la sociedad la orienta más hacia lo que técnicamente simula o crea la realidad.

En la Lima de 1932 hay 35 salas de exhibición, un tercio del total.⁷ Pero el crecimiento del público no se va a detener. He encontrado en *La Semana Cinematográfica*, publicación destinada a distribuidores y exhibidores, que el número de salas limeñas llegó a 66 en 1939 y a 81 en 1942, año que se aproxima al cénit de la concurrencia, pues de los apreciables 12.141.742 espectadores de 1939 se pasó a 28.144.941 tres años después,⁸ a un estimado grueso de 40 funciones por habitante al año.

2. EL ESPLENDOR DE LOS 50

Por más que las cifras de esta revista deban ser tomadas con prudencia, parece indudable que este aumento, paralelo al de la ciudad, cuya población virtualmente se duplica entre 1931 y 1940, marca el paso al modelo del apogeo. No me refiero aquí a la calidad de las obras, sino a la intensidad presunta de la fruición cinematográfica, así como a su mayor integración a la vida urbana, ya que el local de exhibición va a ser un lugar predilecto de la dramaturgia social, como escena de rituales de encuentro y de seducción, de ver y ser visto.

Es también la época de Amauta Filmes, época "de oro" para algunos de entonces, sobre la que caben dos observaciones. Por un lado, estos filmes pródigos en costumbrismo local que no hemos visto constituyen, pese a sus limitaciones, el indicio de una sensibilidad favorable a una narrativa nacional, del mismo ambiente en que la radio desarrolló expresiones propias como la música criolla o, si me lo permiten, como ha sido y es la simbólica del fútbol. Por ello, deberíamos entender esta "época de oro" no como la de un logro artístico, pero sí como la del clima social que le habría dado acogida de haberse dado. Muestra la pérdida de la unidad de los primeros tiempos: *Almas en derrota*, *Palomillas del Rímac* o *Corazón de criollo* fueron proyectadas en salas populares, sin llegar a sectores medios y altos. La trayectoria de Amauta Filmes debe entenderse como parte del proceso de segmentación de los públicos y de las carteleras que ha sido constante desde los 40 hasta entrados los 80. Se escinde un público popular y a menudo migrante, proclive a la programación mexicana que, junto con la argentina, se difunde durante esos años, del de las clases superiores, ubicadas en las corrientes de los grandes géneros, héroes y *sex-symbols* europeo-norteamericanos, separándose también las salas de barrio y las de estreno. Sin embargo, es una diferenciación más compleja, acentuada según el perfil del material surtido por las empresas distribuidoras, constituyente de sectores cautivos como el de la matinée infantil, el lunes femenino, entre otros. Las necesidades de ensoñación e identificación generadas en los problemas de una ciudad criolla que

7. Bedoya, Ricardo. Op. cit., p. 90.

8. Cf. "Limeños van con menos frecuencia al cine que por los años 40; las últimas cifras". En: *La Semana Cinematográfica* N° 110, Lima: junio 1975, p. 18.

9. Cf. Hauser, Arnold. *Historia social de la literatura y el arte*. Tomo II. Madrid: Guadarrama, 1964, p. 492.

vive más rápido dejando atrás sus mentalidades mojigatas y cuyo espacio público ya permite el anonimato sintonizan con la diversidad de géneros ofrecidos en la oscuridad de las salas. El cine es el mejor vehículo posible para esta democratización, por su consumo generalizado como hoy el de la televisión y haber constituido entonces un lugar predilecto de encuentro social, pero sobre todo por el fácil acceso a su lenguaje nivelador. Si bien resulta excesivo aquí el juicio de Arnold Hauser⁹ sobre la ubicación de los grandes públicos en una común perspectiva de clase media que desengancha la experiencia cinematográfica de la extracción sociocultural del espectador, es innegable que la evasión y la fruición de lo inconfesado y lo prohibido que esa experiencia provee son rasgos de un nuevo tipo de subjetividad que ni el teatro ni la novela de folletín pudiesen haber satisfecho.

Así, el cine logra su mayor predominio a lo largo del desarrollo urbano de los 50 con más películas estrenadas que nunca para las más vastas audiencias. Sin la competencia de la televisión, que en 1958 es apenas incipiente y aún sin las más grandes oleadas de migración andina, la cartelera limeña es hegemonizada por el cine americano. La construcción de inmensas salas de alfombras mullidas, butacas aterciopeladas y tonalidades pastel connota cierta elegancia a la americana para limeños. El Tacna, propiedad de la Paramount; el Metro, de la Metro Goldwyn Mayer; el Central, de la Warner; el Excelsior, acondicionado para el *Cinemascope* de la Fox, son los templos de un medio que se siente en su esplendor. En ellos, la fascinación de los rojos intensos del *technicolor* de la comedia musical o de la reconstitución histórica en pantalla ancha resulta tanto mayor si finalmente la sala misma con su atmósfera de pretensión hollywoodense es parte del sueño, pues implícitamente niega la banalidad del espacio exterior y patrocina la identificación total con el género dándole al espectador la ilusión de que su mirada es universal.

El predominio del cine americano no es óbice para el éxito del mexicano, sobre todo en las salas populares de barrio. Se sigue afirmando el viejo gusto por el melodrama, como lo mostró la acogida unánime a *Locura de Amor* y a *El último cuplé*, ambas del español Juan de Orduña, al musical de charros, o por las comedias populistas de Cantinflas. Esto no impide una diversidad que 30 años después parecería insólita. El auge de los años 50 y lo que continuará con más fuerza en los 60 también puede explicarse por la aparición de públicos específicamente juveniles de los sectores medios y altos, convocados por el imaginario americano de post-guerra. La generación de los "rocanroleros" —de Lima o de Chiclayo— encuentra nuevos arquetipos que inician lentamente el eclipse de la vieja cultura criolla. James Dean con el cigarrillo que pende del labio estará

entre los más grandes. La cinematografía italiana ocupa hasta los años 70 un lugar destacado, introduciendo el humor venenoso de Dino Risi o Mario Monicelli en el que los personajes interpretados por Totó, Ugo Tognazzi o Vittorio Gassman atraen a las clases medias tanto o más que los americanos. Incluso una película soviética, *La balada del soldado* (*Ballada o Soldate*, 1959) de Grigori Chujral, se mantiene varios meses en cartelera.

3. EL DETERIORO DEL ESPECTACULO

Con el aumento de las salas fuera del centro, éstas llegan a totalizar más de 120 en toda la ciudad a mediados de los 60,¹⁰ aunque con una asistencia promedio relativamente inferior. Pese al aumento del boletaje vendido, éste no se equipara al de la oferta de butacas, haciéndose esta brecha más manifiesta durante los 60, en la cual prácticamente cesa la construcción de salas pese al acelerado crecimiento de la población, iniciándose un lento proceso de deterioro. Este debe ser enfocado ante todo en el marco general de transformación de la vida cotidiana inducido por una intensa migración del interior del país que, al alcanzar cierta masa crítica, debe autogenerar su empleo. La refuncionalización de las culturas de origen y la apropiación del espacio urbano por la población informal son en esa medida elementos determinantes. Estos sectores mayoritariamente andinos no habrían respondido en sus dos primeras generaciones a la interpelación del cine del mismo modo o con igual intensidad que los criollos, menos en lo referente al gusto por los géneros que en lo relacionado con sus hábitos de consumo, pues la precariedad de sus condiciones de vida y la invención de formas alternas de ocio —como los coliseos de música y danzas serranas, los parques y el deporte— llenaban mejor la limitada cuota de tiempo libre destinada a evocar el lugar de origen o a la frecuentación dominical de los paisanos. La baja oferta de butacas de los asentamientos populares posteriores a 1960 es un indicador. Por otro lado, al transformarse la población del centro de Lima, carteleras y espectadores cambian, aunque las salas estén aún entre las más concurridas.

Por cierto, el desarrollo de la televisión explica mucho, aunque la pantalla chica sea menos una alternativa para ver largometrajes que una señal del repliegue común en muchos países hacia el espacio privado del hogar. El auge del cine en casa es un fenómeno más reciente. Según lo percibió hace unos años Octavio Getino,¹¹ la exhibición cinematográfica en el Tercer Mundo habría sido preservada a lo largo de los 70 por la exigüidad del equipamiento televisivo y el uso más intensivo del

10. Cf. *La Semana Cinematográfica*. Op. cit., p. 18.

11. "A mayor industrialización, menor concurrencia (al cine) y viceversa". En: Getino, Octavio. *Cine latinoamericano. Economía y nuevas tecnologías audiovisuales*. México: Trillas-FELAFACS, 1990. p.165.

espacio público, a diferencia de la aspiración a la autonomía de los hogares prósperos del Primer Mundo.

El declive es prácticamente imperceptible en los 60, pues el boletaje permanece en unos 26 millones anuales entre 1966 y 1971, algo menos que el pico de 1943 ya mencionado. Pero la población de Lima sobrepasa los tres millones de habitantes en el censo de 1972, alrededor de cinco veces la ciudad que veía las últimas películas de Amauta Filmes. En lugar de puntos de ruptura con la época de auge hay una mutación de los géneros, tributaria de los cambios en la producción americana, afectada por la televisión.

Los títulos exhibidos descienden de los 663 de 1959 a 576 en 1968, de los que el 20% está integrado por reposiciones. Durante la década siguiente, este proceso se hace tangible en la fragmentación y concentración de las audiencias. Veamos aún algunas estadísticas. Si bien el boletaje alcanza sus más altas magnitudes, casi 35 millones en 1973 y más de 39 en 1974, la cifra de películas estrenadas se reduce a 444 en 1974, incluso menor que la de 1942.¹² Son los años de *El Exorcista*-*The Exorcist* (1973), de William Friedkin; de *La aventura del Poseidón*-*The Poseidon Adventure* (1972), de Ronald Neame; *Infierno en la torre*-*The towering Inferno* (1974), de John Guillermin; de *Terremoto*-*Earthquake* (1974), de Mark Robson, entre otros grandes espectáculos que convocan al temor colectivo del Norte industrializado de ver amenazada la prosperidad y el orden establecido por una súbita catástrofe. El eco de estos fantasmas del desorden resuena fuertemente en el Sur, concentrando las declinantes utilidades del negocio en Lima. Es también el momento del drama hindú de héroes modestos y sufrimientos exacerbados, del abandono y del ascenso social en la urbe caótica, con cuyo particularismo étnico sintonizan las capas populares emergentes precisamente en una ciudad en vías de calcuitización.

Detrás de los grandes "taquillazos" hay una multitud de películas que quedan en cartelera penosamente un tiempo mínimo, con públicos en tendencial disminución, germen de lo que pocos años después será un sector cautivo, el de "la gente que aún va al cine", calculado a inicios de los 80 en unas 700 mil personas. Las huellas de los 50 como la diversidad de las cinematografías, va diluyéndose como ocurre con las producciones francesas, italianas y mexicanas.

El atractivo de la televisión se fue haciendo inversamente proporcional al de un parque cinematográfico mal equipado, sin mantenimiento, atezado por el bajo poder adquisitivo del espectador y el escaso valor en divisas del boleto de una economía en inflación. El círculo vicioso de la deserción de las salas, acrecentado por atentados terroristas y sucesivos toques

12. Cf. *La Semana Cinematográfica*. Op. cit., p. 18.

de queda, adelgazó las carteleras y condujo al negocio cinematográfico hacia nuevas salidas, cuando no a cerrar. Para algunas salas, la introducción del cine porno y de artes marciales era una tabla de salvación, pero en realidad fue su etapa terminal.

Si bien es cierto que el extendido gusto por estos géneros se explica a partir de las vicisitudes de la oferta comercial y de la virtual supresión de la censura en 1980, hay que tomar en cuenta el contexto de permisividad y anomia en el que aparece otro tipo de espectador. A diferencia de los otros géneros, la vivencia de la platea porno es intensamente dlegética, como el deseo en el sueño, porque trabaja con un imaginario más desocializado y en cierto modo más puro, liberado de la máscara del lenguaje y de la puesta en escena. Los artificios de la escritura cinematográfica constituyentes de la ficción dejan de ser una mediación necesaria para conectarlo con el referente narrado y al contrario, deben banalizarse, desvanecerse, para ofrecer un significativo visual y sonoro *puramente* referencial que le permita al espectador la inmersión menos en la ilusión de la pantalla que en la realidad de su propia excitación.¹³ Por ello muchas salas se tornan en lugares privados de voyerismo vergonzante, privatizándose después de haber sido lugares de encuentro público, pasando a formar parte de lo que con propiedad podría llamarse los bajos fondos de la vida social, o se mantienen como lugares de gregariedad agresiva en el caso de las artes marciales.

Fuera de cualquier moralismo, un exdistribuidor con mucha experiencia me dijo hace años que el error del negocio cinematográfico con relación al auge del porno consistía en "no haber sembrado", en haber sacrificado la afición en las nuevas hornadas, que a largo plazo perderían la costumbre de las generaciones anteriores. Más aún, le daba razón a quienes exigíamos una cartelera de mayor calidad. Constatemos que esas preocupaciones aparecen sólo en épocas de crisis, mientras que en las de éxito el veredicto del mercado es incuestionable, al extremo de que durante décadas ha resultado difícil legitimar al cine como arte o expresión de un pensamiento crítico. El desarrollo de la crítica no importa aquí en sí mismo, sino porque permea un discurso propio del público, cierta sensibilidad que no es una mera respuesta refleja del mercado. No es de por sí la cantidad de texto producida la que interesa, sino su capacidad de conectarse con ciertas franjas del público y expresar una época. Por ello, excluyendo el interés de los intelectuales de la generación del Centenario por el cine -Mariátegui, Vallejo, Luis Alberto Sánchez- y los intentos de los años 50, la crítica realmente existe sólo desde los 60, asociada al crecimiento del cineclubismo y a publicaciones como *Hablemos de Cine*, es decir a un público cinéfilo y lector.

13. En esa óptica podemos afirmar con Christian Metz que (...) "lo propio del cine no es lo imaginario que eventualmente pueda representar, sino lo real que éste es" (...) para el espectador. En: Metz, Christian. *Le signifiant imaginaire. Psychanalyse et cinéma*. Paris: 10/18, 1977, p. 64.

Esto se vincula también con la voluntad de expresarse, de crear una cinematografía nacional. Pero tal como el discurso de la crítica y la cultura cinematográfica aparecieron comparativamente tarde en el Perú, la producción nacional hizo su entrada a destiempo. En los años 30 la dificultad de construir una dramaturgia cinematográfica local vertida con lenguajes adecuados encerró a las narraciones de Amauta Filmes en un populismo ingenuo, cuando esa encrucijada histórica de los años 30 debió ser la de un despegue, pues no faltó conciencia de lo que esto significaba. Amauta, como señala Bedoya, no dejó clásicos; no hubo entonces ni un Emilio Fernández peruano, ni un Renoir.

Precisamente, los años 70, de la producción ya madura que la ley de 1972 protegió, y de un cineclubismo expandido, al que se añade la contribución de algunas embajadas, coinciden con el deterioro y las cifras decrecientes. En ese contexto de lucha por el mercado se sitúan los conflictos entre productores y exhibidores, exhibidores y distribuidores, y entre productores y productores, así como el reclamo de los críticos.

Como bien recordamos, durante los 80 los síntomas se transforman en enfermedad. Según la Corporación Nacional de Exhibidores, la oferta total de butacas cinematográficas llegaba a 127.000 en 1970, disminuyendo a 98.000 en 1980, y a unas exiguas 43.200 en 1993! Estas cifras se potencian con el aumento poblacional, pues entre 1970 y 1993 la población de Lima pasa de poco menos de tres millones de habitantes a unos seis millones y medio, es decir de una butaca por 23 habitantes a una por 150. Así que el período de mayor y mejor producción nacional, así como el de la más firme defensa de la cultura cinematográfica, es trónicamente el de la amenaza de extinción. Salvo por el cine americano o de aquellas obras con derechos adquiridos por grandes distribuidoras, la filmografía de cineastas notables de la que han sido privadas las salas comerciales es grande. *E la nave va* (1983) y *Ginger e Fred* (1985) de Fellini, *Vincent et Théo* (1990) de Robert Altman, y *Van Gogh* (1991) de Maurice Pialat, las obras de Tavernier, de Kieslowski, de Daniel Schmid, de Arturo Ripstein, figurarían entre muchísimas otras en una lista interminable de títulos que el público casi no conoce, o que son mostradas gracias a las embajadas y al esfuerzo de la Filмотeca de Lima.

Si no cabe duda acerca de la competencia de la televisión o incluso de la crisis del espacio público en buena parte del mundo para explicar este fenómeno, no es menos cierto que sus perfiles locales son singulares. A diferencia de la situación peruana, los problemas generados por la competencia televisiva o videográfica a la exhibición en los países desarrollados del Norte pertenecen desde hace años al pasado. Incluso la cinefilia

ha podido encontrar su propio espacio como subproducto de una nueva realidad, la de una nueva lógica global de la industria y comercio filmicos en la cual el cosmopolitismo de la producción no borra la impronta americana. Precisamente alcanzar a los públicos más vastos requiere de realizaciones *global-oriented*, de orientación global, sobre temáticas de común convocatoria y que no planteen mayores problemas de traducción.¹⁴ La gran industria mundial se dirige a la franja juvenil, la más asidua en salas y calles, pues los mayores las dejaron por el televisor de casa. Por ello, se trata de productos siempre en inglés, pero con poco diálogo y mucha acción que explota y renueva la magia lúdico-kinética del medio. Su universalidad se puede apoyar en el substrato mítico de las narraciones, indicado además para desplegar efectos ópticos especiales que sólo se logran plenamente en la pantalla grande, inaugurando nuevas sagas de héroes épicos. La concepción de estas películas implica ciertas modificaciones en el régimen de constitución de los personajes protagónicos y en el de los géneros que se mezclan o se citan. Son las diferentes entregas de *Rambo*, de *Terminator*, de *Conan* o de *Hard to Kill*, pero también de *Batman*, con las que Sylvester Stallone, Bruce Willis, Schwarzenegger o Van Damme han reforzado la economía de Hollywood y mantenido vivas las salas de Lima. Igual función tienen, por el realce de lo maravilloso por efectos especiales insuperables, películas como *Jurassic Park* (1993) de Steven Spielberg, que en 1993 superó la bicoca de 704 millones de dólares de taquilla, o bien la creciente proliferación de androides, *cyborgs*, clones y otros híbridos de hombre y máquina que vemos en la ciencia-ficción y en el bestiario del horror.

4. MIRADA MINUCIOSA A LAS SALAS

Los públicos de las salas comerciales peruanas se han alimentado principalmente de esa producción sin alcanzar una masa crítica que permitiese mejorar la cartelera y la infraestructura. En 1982 todavía funcionaban 119 salas en Lima, que pasaron a ser sólo 97 en 1987, quedando en septiembre de 1992 apenas 72 al aplicarse nuestra encuesta, poco después del atentado de la calle Tarata.¹⁵ El cuestionario fue sometido a quienes entonces asistían a las salas, es decir a una población diferenciada de la mayoría que no las frecuentaba. Esta muestra estadística estrictamente, lo más minuciosamente representativa, estableció que el 41% asistía a funciones de cine porno y el 59% a la suma de todo el resto de la cartelera. El predominio masculino era total pues tres cuartas partes de los entrevistados eran varones, sin que las películas pornográficas diesen una expli-

14. Sobre la dimensión económica de la reestructuración de la industria cinematográfica mundial, ver Armand Mattelart, *La internacional publicitaria*, Madrid: FUNDESCO, 1989, Capítulo 4.

15. Informaciones obtenidas de la cartelera de *El Comercio*.

cación suficiente, pues había un 65% masculino para todos los otros géneros.

El verdadero rostro del consumo cinematográfico es probablemente distinto del estereotipo que las clases medias tienen de él. Clasificados por su lugar de residencia, los cuatro distritos que más espectadores aportaban son pobres: el Cercado de Lima, San Martín de Porras, Comas y San Juan de Lurigancho. Los de las zonas de mayor ingreso quedan atrás. Población móvil que transita por el centro de la ciudad llenando sus salas, el Tacna y el Metro, explícitamente las preferidas, aunque también acuden a otras. La audiencia es joven, de un nivel educativo superior al promedio, pues sólo uno de cinco espectadores tiene más de cuarenta años y casi la mitad cursó o cursa estudios superiores. Predominan, por lo tanto, los asalariados de bajos ingresos y los estudiantes. Sólo el 7% declara una ocupación informal o equivalente. En general, el público es aficionado, constante, con un tercio que asiste tres o más veces al mes y casi dos tercios al menos una.

La epopeya tiene mucho peso. El género denominado por el cuestionario "acción/guerra" resultó el preferido con 37%, seguido de "comedia" con 16% y "drama" con 12%. Cifras que deben leerse con cautela, ya que sólo el 5% declaró su favoritismo respecto a los *adult movies*. Aunque la elección de películas de artes marciales era baja, el 72% de quienes lo hicieron pertenecían al bloque pornográfico. Interesa aquí este público porque no es marginal, sino más bien indicador de diferencias de contexto de recepción. Así, el 54% de este último está constituido por espectadores solitarios, categoría dentro de la que habría que incluir al 41% de los amantes de las obras de "acción/guerra", contra sólo 17% de quienes prefieren el drama y menos aún en la comedia.

Es el retrato de un medio cuya base es siempre la cultura popular-masiva, sin cabida para el cine de autor. Los entrevistados no dieron importancia a las vedettes del drama o del realismo, o incluso a filmes ubicados en la frontera de la épica. Michael Douglas, Jack Nicholson, Dustin Hoffman o Kevin Costner, actores cuyo trabajo, a diferencia de los que encabezan la lista, los destaca por la densidad de sus personajes, aparecen relegados en lugares posteriores y mínimos. Predominan los héroes de la epopeya americana, encabezados por Stallone (9%) y Schwarzenegger (8%). Los divos desfilan a lo largo de un disperso abanico de menciones demostrándose que el cine ya no fabrica sentimientos unánimes hacia uno o pocos grandes ídolos, como pudo haber sido en otras épocas. Preferencia además machista, que "olvida" a las casi inexistentes figuras femeninas (sólo Kim Basinger supera el 1%).

Los títulos de las películas favoritas recientes y de las mejores jamás vistas, requeridos por separado, se confunden, denotando una memoria fílmica corta. El 20% no recordaba un solo título en contraste con la capacidad para escoger un género o un actor como si se recordase más bien rostros, climas o argumentos. Las películas recientes (a septiembre de 1992) más mencionadas fueron *Bajos instintos - Basic Instinct* (1991), de Paul Verhoeven y *Soldado universal - Universal Soldier* (1992), de Roland Emmerich, ambas con porcentajes casi idénticos, seguidas de *Batman regresa - Batman 2* (1992), de Tim Burton, tras las cuales figuraban *Exterminador II - Terminator II* (1991) de James Cameron, *Penal capital - Deadlock* (1991), de Lewis Teague y *Retroceder nunca, rendirse jamás 5 - King of the Ring Boxers* (1991), de Laurent A. Verdon. Más allá de esos títulos, ningún otro sobrepasaba el 1%. Junto a *Rambo III* (1988) de Peter MacDonald, volviamos a encontrar entre las mejores de todos los tiempos a *Exterminador II* y a *Retroceder nunca, rendirse jamás*, a *Ghost, la sombra del amor - Ghost* (1992), de Bob Zemeckis y un sorprendente *Lo que el viento se llevó - Gone with the Wind* (1939), de Victor Fleming. Ambos listados son también carentes de unanimismo, sobre todo el segundo, en el que las menciones a las dos mejores se sitúan entre el 3% y el 5%.

5. NUEVAS PERSPECTIVAS

Sin embargo, sabemos bien que la deserción de las salas en aquel momento no significaba falta de apetito por el largometraje. Este constituye el género más frecuentado de la televisión después de los noticiarios, y el preferido entre los jóvenes, marcadamente entre los de menor ingreso,¹⁶ por lo que los canales han aumentado su programación. De unos 29 largometrajes semanales en 1981 se ha pasado a 56 en 1991 y a 66 en 1995, excluyendo la enorme oferta del cable, que sólo alcanza a unos 40.000 hogares en 1995. Si bien el video alquilado se ha desarrollado como una alternativa a las salas, su consumo no parece serle antagónico a largo plazo, sino complementario. El 46% de la muestra de 1992 declaró disponer de una videograbadora, encima del promedio local, lo que significa que esa posibilidad no necesariamente aleja a la gente de los cines. El 70% de los entrevistados que veían la mayoría de sus películas en video se contaban entre quienes asisten al cine por lo menos una vez al mes. Esta proporción llegaba a casi 80% entre los más cinéfilos. La videograbadora podría ser incluso una nueva vía de adquisición de cultura cinematográfica.

16. Apoyo S.A. Informe general de medios. Actitudes hacia la televisión. Lima: agosto de 1994, pp. 24 y 30.

17. IMASEN. *Imasen confidencial*, 33, Junio 1995.

Si asociamos esta aparición poco estudiada de una cultura del video con la recuperación de la tranquilidad y el control de la inflación, no parece imposible que estemos ingresando a otro momento. En junio de 1995, un estudio de IMASEN¹⁷ mostró que el cine era el pasatiempo menos frecuentado. Sin embargo, algo más del 10% de los entrevistados había ido al cine durante el último mes, lo que en mi opinión no es desalentador. Mientras el boletaje empieza a aumentar muy lentamente desde 1993, los locales cerrados parecen anunciar no la muerte del espectáculo, sino la de un sistema que se reconvierte brutal y selectivamente al de los complejos multisalas o *multiplex* con menos butacas por unidad de proyección y facilidades como sonido *dolby* y digital. Con este último se beneficiarían principalmente audiencias juveniles y educadas, ubicables en sectores medios y franjas adecuadamente empleadas de los bajos que frecuentan estas salas, ubicadas en los centros comerciales o *malls* de distinta categoría o lugares equivalentes. ¿A cuánta gente afectaría esta tendencia y en qué plazos? Por el momento se trata de conjeturas y de la encomiable reconversión de algunas salas. Hoy por hoy, la realidad, irrefutable por los resultados del *box office*, está en los viejos locales del centro o en el inmenso Túpac Amaru del cono norte cuyas pantallas albergan a una audiencia popular de nuevo cuño, que siendo moderna difiere en mucho del modelo que se propone. Así, el precio de la sobrevivencia de la exhibición sería la consolidación de una nueva estratificación del consumo que reserva las salas a una minoría y confina a las mayorías pobres al video hogareño o al cable. El sitio del cine nacional o latinoamericano en este proceso de fragmentación cultural es un enigma.

Al cumplirse este centenario, el Perú no tiene la capacidad para plasmar esos cambios. Este nuevo espacio público no constituye una tendencia dominante, mientras en países ricos los *megaplexes* de hasta 24 pantallas por sala se están generalizando. *Variety* informa que el aumento del parque de exhibición americano se ha incrementado con más de *tres mil salas nuevas en nueve años* en base a estos locales,¹⁸ equipados con otras formas de entretenimiento y novedades como la realidad virtual. En el nuevo modo de ver cine, éste ya no compete, sino interactúa como pivot con otros medios como emisiones televisivas sobre cine, revistas especializadas, discos con la música y videos. Los hábitos de consumo se transformarían no sólo por la mayor iconicidad lograda por la tecnología, sino por el dispositivo sobreabundante en títulos y múltiple en formas de acceso. Los tipos de exposición al relato audiovisual se vinculan rejerarquizándose entre sí (la platea es mejor que el *cassette* o el cable, así como un mega-recital vale más que un

18. Cf. *Variety*, *The International Entertainment Weekly*, August 22-28, 1994, pp. 1 y 65.

disco) y la erudición filmica se capilariza en un público mucho más vasto, reubicando el discurso de la crítica.

Así, dada la cantidad de títulos facilitados en la nueva oferta multimedios, que llega a los 80.000 en un solo caso, podría satisfacerse casi cualquier pedido, si se añade el servicio *pay per view*. Ante esa nebulosa filmica aparecería un usuario atemporal y desterritorializado, que salta fácilmente entre periodos o países productores al recorrer ese inmenso listado. La voracidad de la cinefilia por ver lo inaccesible, lo marginal o lo antiguo, quedaría aplacada con ese menú prácticamente ilimitado. Pero, en contrapartida, la diversificación creciente del entretenimiento industrializado le ha creado competidores de todo tipo al relato audiovisual, desde la discoteca hasta la Copa América. Esto disminuye su cuota de participación dentro de la ensoñación cotidiana, lo cual en un mundo veloz y productivista lleva a una satisfacción programada de la necesidad de ficción que asegura su indefinido porvenir, pero menosprecia la ensoñación libre y gratuita que la nutre.

La utopía tecnológica enfatiza la variedad, pero no sé si por sí misma garantice el gusto por el cine. Lo esencial está dentro de nosotros. Tamaño, textura, definición de la imagen funcionan en el recinto oscuro sólo en la medida del paso ritual y colectivo a una realidad segunda. La fantasía de la película descada, el placer de encontrarse con ella, forman parte de una búsqueda diferente, intersubjetiva, basada en el sentimiento de irrepetibilidad de la experiencia, que caracteriza a la pasión. La gran pregunta a los cien años de cine es, por lo tanto, ¿cuánto queda de esa pasión, cómo es ella ahora en medio de esta proliferación de títulos, ante un banquete de imágenes al que muchos llegan apurados y sin hambre?

La respuesta más honesta sólo puede ser personal. Con tantas películas en nuestro haber, el cine fluye en nosotros como un ancho río. Haciendo la autobiografía de nuestras complicidades y desencantos cinematográficos, redescubrimos nuestras emociones y obtenemos otro tipo de certeza.

Lima, septiembre de 1995