

EL CINE PERUANO: UNA MIRADA DESDE EL PRESENTE



Luis Reynaldo Chávez Lara

Historiador de la Universidad Nacional
Mayor de San Marcos.
Columnista de la Asociación Peruana de
Ciencias Sociales (APECS)
<http://elinquisidorperpetuo.blogspot.com/>
luischavezlara@yahoo.es

Resumen

El presente artículo explora los orígenes del cine silente en el Perú hasta la aparición del sonoro. Asimismo brinda alcances de la industria cinematográfica a nivel mundial y estadísticas de su consumo en el Perú resaltando las divisiones socioeconómicas de los consumidores. Finalmente realiza un análisis de cómo se expresa la peruanidad en las producciones cinematográficas en el que se concluye que el cine peruano está orientado a lo sociológico en perjuicio de su calidad artística, y que en su elaboración se distinguen distintas manifestaciones de la identidad nacional, fuente de eterno debate en este multicultural país.

Palabras clave

Cine, Perú, Historia del cine, peruanidad, consumo, identidad nacional.

El cine peruano: una mirada desde el presente

El 7 de marzo del año 2010 fue un día histórico para el cine peruano, Magaly Solier y Claudia Llosa se encontraban sentadas en el Teatro Kodak esperando el resultado de la nominación a mejor película extranjera. El Perú entero estuvo paralizado hasta que la estatuilla finalmente le fue entregada a una extraordinaria película argentina. “La teta asustada” no pudo con “El secreto de sus ojos”, pero alimentó el optimismo experimentado por el Perú al ser la primera película peruana nominada al Oscar. Esta película encierra toda una serie de elementos simbólicos que describen una parte de la peruanidad, la del migrante que trae sus costumbres a la capital; en ella se aprecia la fusión, el sincretismo urbano y el choque cultural que se produce entre las distintas esferas socioeconómicas que conviven a tan solo minutos de distrito en distrito. Hizo que la sociedad en general se preguntara qué era lo peruano y generó un debate en algunos círculos académicos sobre si la película reflejaba fidedignamente la realidad o estaba sesgada por la perspectiva de sus creadores. Así como mostró choques también democratizó a la teleaudiencia, aquella gala la vieron en el exclusivo y elitista Jockey Plaza, al igual que en Manchay en medio del empobrecido arenal donde se rodaron algunas escenas. El cine peruano, sin embargo, no se limita solo a “La teta asustada”, hay toda una historia que contar de él y es lo que haremos en las páginas siguientes. ¡Luces, cámara, acción!

1. El cine a inicios del siglo XX

El cine silente fue el primero que se proyectó en el Perú. Corría el año de 1897 y Jorge Basadre nos relataba cómo se exhibió el vitascopio o vitascopio con la presencia del presidente Nicolás de Piérola¹. Para 1900 llegó el cinematógrafo y se inauguraron algunos cinemas que se situaron en la Plaza San Martín entre Belén y Faltriquera del Diablo y en la calle Boza, todos ellos en Lima. En 1911 se inauguró el cine peruano con el documental “Los centauros peruanos” que trató sobre los ejercicios de la caballería. Apareció la figura de Federico Blume, autor del libreto de la ópera “Ollanta” y de la zarzuela “El comisario del barrio”, quien participó también en el argumento de “Negocio en el agua”, película filmada en las pomposas residencias de las familias Osma, Aspíllaga y Sousa y en la playa La Herradura (Pinilla 11).

También se produjo “Del manicomio al matrimonio” rodado en la casona de Malambito, que incluyó la participación de varios jóvenes de la aristocracia de Lima. En 1926 se realizó la película “Páginas heroicas” sobre la Guerra del Pacífico; esta realización levantó una polémica sobre si debía proyectarse o no, ya que el conflicto bélico que involucró a Bolivia, Chile y Perú todavía permanecía como una herida abierta en dichos países. En 1927 Enrique Cornejo produjo “Luis Pardo”, película inspirada en un famoso bandolero y un año después se produjo “La Perricholi” con la participación de Carmen Montoya y Enzo Longhi cuyo estreno se hizo en el Teatro Colón teniendo muy buena acogida entre el público asistente.

Posteriormente se filmó “Como Chaplin” de la productora Patria Films, proyecto que fracasó en su intento de imitar al género cómico inglés, y paralelamente, la película “Los abismos de la vida” escrita por Julio y Alfonso Hernández. A su vez, Alberto Santana dirigió “Las chicas de Jirón de la Unión” (León Frías 20). En 1928 llegó al Perú Manuel Trullen, camarógrafo que filmó la mayoría de las películas

¹ Para mayor información sobre este interesante aparato, véase: Bedoya, 2009, Págs. 21 – 29.

peruanas entre 1931 y 1943. Comenzó filmando documentales como "Aves guaneras del Perú" y "Cómo serán vuestros hijos", trabajó junto con Alberto Santana en la película "Yo perdí el corazón en Lima" en la que actuaron Rosa Elvira Figueroa, Angélica Miró Quesada, Villanueva Valcárcel y Enrique Bezada.

En el año de 1934 nació el cine sonoro con la película "Resaca" que tuvo como director a Alberto Santana y como productor y camarógrafo a Manuel Trullen. Luego de la etapa de cine silente o "mudo", como algunos lo identificaron, se comenzaron a producir películas que incluyeron sonido óptico, es decir, grabado en el mismo celuloide. Algunas productoras que pasaron sus nombres durante estos años fueron:

- Patria Films
- Huascarán Films
- Amauta Films
- Nacional Films
- Pachacamac Films

Los años posteriores tuvieron una importante cantidad de producciones nacionales: algunos autores creen que hubo un cierto apogeo del cine peruano aunque otros son menos optimistas. El hecho es que la historia del cine sonoro en el Perú excedería las páginas que aquí se presentan² pero no por ello estará exenta del análisis que se planteará posteriormente y que comienza con el siguiente acápite.

2. El negocio del cine

El cine es un negocio que mueve millones de dólares a nivel global, si vamos a las estadísticas encontramos, por ejemplo, que el número de pantallas en el mundo es abrumador: Estados Unidos tiene 39000, la Unión Europea 29000, sin embargo la región latinoamericana (Perú, Brasil, México, Argentina, Venezuela, Chile, Uruguay, Bolivia, Colombia y Puerto Rico) llega solo a las 9500. En relación al número de espectadores contabilizados en millones al año, tenemos: India 3700, Estados Unidos 1470, la Unión Europea 960, Japón 164 y Latinoamérica 390 (entre 15 países). Resulta curioso que a pesar de que tenemos las entradas más baratas en promedio, no somos una cultura tan consumidora de los productos cinematográficos aunque la tendencia es al crecimiento. Por ejemplo, en la India el promedio del valor de las entradas es de 12 dólares, en Suiza 12.5, en Noruega 11.3, en Francia 10, en Estados Unidos 8 y en Perú 2.17 (Tamayo y Hendrickx 56).

En el Perú durante muchos años se vivió una suerte de centralismo cinematográfico debido a que Lima era la poseedora del grueso de salas existentes en el país. Hasta el año 2008, Lima tenía el 79% de las salas mientras que las provincias en conjunto el 21%. El número total de salas es de 38, Lima cuenta con 30 y las provincias con 8. En Lima las salas se ubican en distritos como Lince, Surco, Chorrillos, San Miguel, San Isidro, San Borja, Jesús María, Miraflores, Rímac, La Molina, La Victoria, Cercado de Lima, cono norte y cono sur, y el Callao. Las ocho salas ubicadas en provincia están en Arequipa, Cajamarca, Ica, Iquitos, Piura, Trujillo y Chiclayo. Es también notorio que la variedad de salas, en cuanto a formato de proyección, tamaño y programación, aumentará con los años creando alternativas diferentes para los espectadores y competencia entre las diferentes empresas, lo que sumado a la diversidad de títulos es un síntoma positivo de renovación y novedad (Bedoya 2009 233).

² Para explorar más profundamente sobre la historia del cine, véase Bedoya 1995 y Carbone 1991,

Las películas se agrupan de acuerdo a rasgos temáticos o estilísticos. Por convención comercial estas se clasifican en drama, acción, romance, ciencia ficción, comedia, suspenso, terror, aventura, animación e infantil. Igualmente se pueden clasificar por la expectativa de su resultado comercial. Las empresas de distribución que traen las películas que se estrenan en distintas partes del mundo dividen las películas en:

- **Blockbuster:** gran presupuesto, con actores conocidos internacionalmente, gran expectativa en los medios, campaña publicitaria muy fuerte, dirigida a un público amplio. En el Perú una película de esta naturaleza tiene en promedio una asistencia de 150000 espectadores.
- **Medium:** presupuesto medio, trama comercial y atractiva, generalmente son dramas o comedias, dirigidas a un público no tan masivo. Se estima una asistencia de unos 50000 espectadores.
- **Art House:** son las películas de arte, con temática poco comercial, diseñada para un público reducido y selecto. Se calcula una asistencia de más o menos 20000 espectadores.

Asimismo, las salas se dividen en tres circuitos:

- **Circuito A:** está conformado por un número reducido de pantallas de cine ubicadas en zonas como San Isidro, Miraflores, Surco, La Molina y San Miguel. Este circuito es el preferido para exhibir películas consideradas Art House.
- **Circuito B:** se compone entre 7 y 11 salas. Incluye las ubicadas en el circuito A más las salas de los distritos de Jesús María, San Miguel, el centro de Lima y Lince. Aquí las películas Medium se exhiben y tienen buena acogida.
- **Circuito C:** contiene un número mayor de salas, entre 12 y 27. A los circuitos A y B se le suman los cines de los conos de la capital. Aquí se exhiben los Blockbuster.

En el Perú para el año 2006 había alrededor de 260 pantallas para 27 millones de peruanos lo que da un promedio de una pantalla por cada 100.000 habitantes. Otro dato interesante es que hasta el 2007 la mayoría de los asistentes –92.5%– acudieron a los cines a ver películas extranjeras (Tamayo y Hendrickx 40–41).

El mercado del cine se constituye por las empresas de distribución divididas en extranjeras y nacionales. Las extranjeras pertenecen a las majors (conglomerados empresariales) de Hollywood, por ejemplo la United International Pictures, Paramount, Universal, Andes Films, Buena Vista Internacional, Columbia, Twenty Century Fox, Warner Bros. y Fox Searchlight. Estas empresas tienen un amplio conocimiento de los mercados cinematográficos a nivel mundial, cuentan con una gran capacidad de distribución y negociación, una oferta alta de películas y el respaldo del gobierno de Estados Unidos en las negociaciones internacionales. Las distribuidoras nacionales independientes comercializan cine nacional y extranjero proveniente de todo el mundo. Su poder de mercadeo depende de que la distribuidora nacional funcione bien como empresa de exhibición, es decir, que sea dueña de las cadenas de cine. Entre las principales empresas nacionales de distribución tenemos a Delta, Roman Films, Venus Films, El Cine PUCP y Eurofilms. Las personas e instituciones involucradas en la producción cinematográfica en el Perú se reúnen en torno al Consejo Nacional de Cinematografía. Las principales instituciones son la Asociación de Productores Cinematográficos del Perú (APCP), La Unión de Cineastas Peruanos (UCP) y la Asociación de Distribuidores de Cine y Video.

La industria cinematográfica cuenta con agentes de venta internacionales, profesionales o empresas especializadas en la venta de material para los distintos mercados de cine que asumen las gestiones de la venta del producto a distribuidores o exhibidores potenciales. Los más conocidos en la actualidad son Fortissimo Films, Funny Balloons, Latido Films, The Match Factory y Patagonik Film Group. En ocasiones se involucran en la producción para darle mayor valor comercial al producto, intervienen en muchas decisiones, conocen las estrategias del marketing y los valores culturales del grupo humano que consume el producto terminado y, de acuerdo a ello, aplican estrategias diferentes de venta aunque siempre deben tener en cuenta que los cinéfilos fueron una minoría y que su reto está en llevar el cine al mayor número de espectadores posibles (Cabrejos y Masías 17).

3. El consumo del cine en el Perú

De acuerdo a las estadísticas no cabe duda que el peruano no posee características que lo describan, con respecto a otros países, como consumidor de la producción cinematográfica.³ El cine está considerado como una necesidad terciaria y por los estadistas como diversión o entretenimiento. Por ejemplo, cuando se hace la consulta sobre los principales gastos de los adultos jóvenes para divertirse o entretenerse el cuadro queda de la siguiente manera:

- Salir a comer..... 45%
- Salir a bailar..... 27%
- Ir al cine..... 19%
- Salir a tomar tragos..... 16%
- Ir a cabinas de Internet..... 8%
- Ir a espectáculos deportivos..... 6%

Desagregado por niveles socioeconómicos (A, B, C, D, E) vemos una clara tendencia en la que A es el gran consumidor y el ciudadano que está en el sector D y E casi no acude a espectáculos cinematográficos. El cuadro es el siguiente:

- NSE A..... 44%
- NSE B..... 31%
- NSE C..... 27%
- NSE D..... 6%
- NSE E..... 6%

Es comprensible esta tendencia ya que los niveles socioeconómicos D y E son los que se encuentran en extrema pobreza. En relación a la frecuencia del consumo cinematográfico por género vemos que la mayoría de consumidores son los varones:

- Masculino..... 21%
- Femenino..... 16%

³ Utilizaremos como fuente de análisis el estudio "Perfil del Adulto Joven 2011. Informe Gerencial de Marketing" realizado por IPSOS APOYO Opinión y Mercado.

Por último, el mismo estudio nos ilustra sobre las actividades que estos realizan en el tiempo libre. El cuadro del ocio, de acuerdo al número de veces por mes en promedio, queda configurado de la siguiente manera:

ACTIVIDAD	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO				
		A	B	C	D	E
Jugar videojuegos	4.4	8.5	5.1	3.8	3.8	2.9
Reunir / salir con amigos	3.1	7.6	4.3	2.6	2.8	1.9
Ir a un espectáculo deportivo / partido	1.6	1.3	1.3	1.5	2.0	1.7
Ir a una discoteca / bar / pub	1.5	2.5	1.8	1.4	1.3	1.3
Ir al cine	1.4	2.8	1.6	1.5	0.9	0.8
Ir a una peluquería	1.1	1.7	1.4	1.0	1.0	0.9
Ir a un concierto / espectáculo musical / teatro	0.8	1.0	0.9	0.8	0.6	0.8

Ir al cine es la quinta actividad en orden de preferencia, una constante que los creativos del cine deben cambiar para que la industria florezca y llegue a buen puerto. Las proyecciones para el futuro son positivas ya que el crecimiento económico que experimenta el Perú está produciendo que se construyan varios complejos comerciales en todo el territorio nacional y las salas de cine siempre hacen parte de dichos proyectos. En la medida que se construyan más se generará un mercado competitivo que repercutirá en la disminución de los precios de las entradas, efecto que inevitablemente atraerá más visitantes.

4. Los rostros de un mismo país

La peruanidad es una abstracción, es un sentir que une a los habitantes de la jurisdicción territorial llamada Perú. La peruanidad se expresa de muchas formas, ya sea en los símbolos oficiales decretados por el Estado, las danzas, la música, las festividades, la comida o los paisajes. El cine ha logrado extraer todas estas expresiones y las ha llevado a la pantalla grande. La sociedad peruana requiere arraigar un sentido de identidad, de pertenencia y un espíritu de orgullo hacia lo suyo, reconocer el carácter pluricultural y multiétnico del país debido a que en él coexisten diversos tonos de piel, razas y culturas, cada cual con iguales derechos, sean andinos, amazónicos, blancos, afro peruanos o chinos. El cine ha rescatado en sus diferentes producciones a los miembros de esa heterogénea colectividad pero con puntos de encuentro como un mismo territorio, una misma problemática y una misma experiencia histórica y económica. Vale la pena preguntarse si las películas peruanas son el rostro del Perú; de acuerdo a lo que dicen distintos analistas, el cine en el Perú está orientado a lo sociológico en desmedro, muchas veces, de lo artístico.

El cine en el Perú refleja o intenta reflejar sucesos o situaciones de las distintas esferas socioeconómicas, tomemos como ejemplo la película "Mañana te cuento" que narra la celebración de una noche de Halloween y el Día de la Canción Criolla en Lima en la que cuatro jóvenes de 17 años (Manuel, Juan Diego, el Gordo y Efraín) deciden salir de juerga. Tras una serie de sucesos desafortunados regresan a la casa de Juan Diego (Jason Day) y aprovechando la ausencia de sus padres surge la idea de contratar a unas prostitutas para iniciar sexualmente a Manuel (Bruno Ascenzo). Esta película nos muestra cómo se

divierten algunos jóvenes que tienen el poder adquisitivo para contratar meretrices.

El tema idiomático también es importante. Por ejemplo, la película "Kukuli" fue la primera hecha en quechua, recordemos que millones de peruanos aún lo hablan y que muchos otros no hablan castellano, para los cuales el acceso a una sala se ve limitado por la falta de traducciones (Figueroa 119). El cine andino expresa los valores de la cultura andina, la cual viene adquiriendo una presencia internacional importante debido al turismo y a los reconocimientos que el Perú viene recibiendo en los últimos años. Este se produce en las provincias y aunque la calidad sea aún muy baja expresa esa parte del Perú que muchas veces sufre por la exclusión social. Es un camino difícil el que le toca recorrer a la cinematografía, sin embargo logra reflejar los cambios que los ciudadanos percibimos en la cotidianidad y quizá allí radique su principal aporte.

El Perú es un Estado multicultural, es por eso que hablar de una sola identidad significaría caer en el centralismo analítico ya que se estaría negando a decenas de pueblos que, si bien son peruanos, pertenecen a tradiciones diferentes. Sin embargo hay elementos en torno a los cuales el imaginario social ubica su peruanidad como Machu Picchu –antiguo poblado inca- y la especialidad de la gastronomía nacional, entre muchos otros. Esta situación se acentúa debido al boom de optimismo que se produce y se expresa en elementos como el documental realizado para fomentar la Marca Perú a nivel mundial. El cine, no ajeno a ello, a través de la reciente nominación del film "La teta asustada" a los premios Oscar abrió las puertas del Perú a los grandes eventos mediáticos internacionales. No obstante sin embargo hay una clara preferencia de la sociedad peruana por ver en el cine una realidad extranjera así como un afán de retratar en las películas nacionales la idiosincrasia local centrandose su atención en temas como el terrorismo y la discriminación por sexo, etnia, religión, etc.

El cine en el Perú empezó como documental y, en cierta medida, noticioso. Ello da cuenta de la necesidad que, por la falta de comunicaciones, tenía el pueblo de conocer lo que ocurría en el país y fuera de él. Asimismo se perfila de manera más optimista en comparación del cine de fines de los ochenta y comienzos de los noventa. El día de hoy se pueden hacer producciones de una mayor calidad técnica y argumentativa, con elementos simbólicos más acordes con la realidad y como parte de un sistema de mercado creciente tanto en las provincias como en Lima. Esperemos que las salas de cine proyecten más producción nacional y que los espectadores acudan masivamente para que la industria sea cada día más atractiva, no solo en beneficio de los productores y de las empresas encargadas de su difusión sino también de los ciudadanos que asisten. En última instancia dependerá de los consumidores del producto cultural que se consolide la cinematografía nacional.

BIBLIOGRAFIA

Bedoya, Ricardo. 100 años de cine en el Perú: una historia crítica. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima, 1995. Impreso.

Bedoya, Ricardo. El cine silente en el Perú. Lima. Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2009. Impreso.

Bedoya, Ricardo. El cine sonoro en el Perú. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2009. Impreso.

Cabrejos, José y Masías, Luciana. "¿Una nueva cinefilia? Entrevista con Eduardo Villanueva". En: Ventana Indiscreta N° 5. Lima: Universidad de Lima, 2011. Impreso.

Carbone, Giancarlo. El cine en el Perú: 1897 – 1950, Lima. Centro de Investigaciones en Comunicación Social de la Universidad de Lima: 1991. Impreso.

Carbone, Giancarlo. El cine en el Perú. El cortometraje: 1972 – 1992. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2007. Impreso.

Figueroa, Luis. "La gran película andina tiene que hacerse en Lima". En: Coloquio Lo Cholo en el Perú. Lima: Biblioteca Nacional del Perú, 2009. Impreso.

IPSOS APOYO Opinión y Mercado. Perfil del Adulto Joven 2011. Informe Gerencial de Marketing. Lima: Marzo 2011.

León Frías, Isaac. "Hacia una historia del cine peruano". En: El cine peruano visto por críticos y realizadores. Lima: Cinemateca de Lima, 1989. Impreso.

Pinilla, Enrique. "Panorama del cine peruano". En: El cine peruano visto por críticos y realizadores. Lima: Cinemateca de Lima, 1989. Impreso.

Protzel, Javier. Imaginarios sociales e imaginarios cinematográficos. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2009. Impreso.

Tamayo, Augusto y Hendrickx, Nathalie. Financiamiento, distribución y marketing del cine peruano. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2008. Impreso.