
CINE INFANTIL: EL NIÑO COMO ESPECTADOR

"La alegría de expresarse no está reservada - solamente para los espíritus elegidos. El arte debe ser para todos. Con o sin dotes aparentes, nuestro primer objetivo es inducir a los seres a la búsqueda de lo que hay de mejor en ellos mismos, dándole posibilidad de expresarse por medio de la poesía y el -- canto, la danza, el modelado, la dramatización y la creación en general".

M. Martenot

I. PANORAMA DE LAS SALAS COMERCIALES

El problema con el cine infantil en Venezuela es que se parte de la creencia de que, como los niños crecen, no van a volver a ver más nunca, por ejemplo, "Alicia en el País de las maravillas"; y por otra parte, da que si les gusta, son capaces de verla cuatro, cinco o más veces. De modo que la misma película da vueltas por -

todo el interior, regresa y lo vuelva a pasar, Y lo más curioso es que otra vez se va a formar la cola de los muchachitos, porque resulta que él es muy productivo para los exhibidores el cine infantil.

Las largas colas que se forman para ver -- siempre las mismas películas son una demostración de lo anterior; sólo que no se le ofrece alternativas al niño: en Venezuela se estrenan anualmente no más de 5 a 7 películas. Nos referimos a verdaderos estrenos, no a reposiciones o re-estrenos de filmes con 10 y 20 años de antigüedad. Durante el '78 fueron "EL Pandillero en apuros", "Heidi", "Bernardo y Bianca" y "Pradera Salvaje".

a.- Análisis

Haciendo un análisis de lo que se proyecta habitualmente para los niños de Caracas, descubrimos que, si bien es cierto que se estrenan películas censura "A" de reciente factura, ocurre que: primero, no son aconsejables para el público infantil (basta como ejemplo "Hooper el increíble" o "Vivo a mi manera"); segundo, no hay entradas a mitad de precio para los menores de 14 años, excepto los domingos y esto en una sola función, por lo que los niños deben pagar hasta 10 bolívares si quieren ver una de estas recientes producciones.

En un estudio realizado por el Centro Gumilla y publicado en el folleto "Los medios de comunicación" Nº 8, se lee que en Caracas hay unas 85 salas comerciales -- (ahora serán unas cuatro o cinco más), repartidas así: en --

La zona Oeste-Sur, para una población de 1.200.000 personas, hay 15 salas de cine. Para la zona centro, donde viven 300.000 personas, hay 27 salas. Y para la zona Este, con 700.000 habitantes, hay 41. Lo primero que salta a la vista es la desproporción entre población y salones de cine, como bien apunta el estudio del Centro Gumilla.

Pues bien, esta desproporción se acentúa mucho más cuando se trata de cines que proyectan películas infantiles. Un domingo escogido al azar, arroja un saldo de 26 cines con proyecciones infantiles para la zona Este, mientras que en la zona Centro Oeste (nótese -- que las estamos considerando en forma conjunta), el número es de apenas 9. Estas cifras refuerzan la tesis del folleto mencionado, en el sentido de que ".....en la zona Este es más rentable pasar películas clase "A" y "B" aptas para la familia, y por otra parte basadas en buenos repartos de actores, o "hits" musicales, que ofrecen estructuras de vida más o menos felices, lejos de planteamientos político-sociales. Reflejan el espíritu actual -- del antiguo y rosado "american way of life" con sus problemas individuales (sociológicos o conyugales pero no colectivos)". Esto último lo recordaremos, cuando veamos el índice de películas estadounidenses muy por encima del de otros países.

En lo que a desproporción de precios se refiere, hemos visto el caso de una película como "Peter Pan", proyectada en el Cinema Lago de Catia, con un precio de entrada de Bs. 10,00 a cuenta de estar ubicada en

un centro comercial; y la misma película, proyectada en cines del Este, cuesta Bs. 5.00. Nada menos que la mitad.

El promedio del costo de la entrada -los domingos- gira alrededor de los cuatro bolívares, haciendo la salvedad que son los estrenos o re-estrenos recientes - los que encarecen este promedio, pues son precisamente estos los que no tienen mitad de precio para los niños, como hemos dicho ya. Las "mitad-de precio" son películas a las que ya se les ha sacado el jugo por todo el país. Por eso, no importa cobrarlas más barato.

b.- Otros desequilibrios

El promedio de películas de Walt Disney es próximo al 30 por ciento, durante el último mes analizado.

No vamos a entrar a estudiar aquí hasta qué punto son cuestionables los filmes de la Disney Productions, pero es indudable que lo son en buena medida.

El género favorito de las salas comerciales es el de aventuras. De las que últimamente se han estrenado en cartelera "Naufragio", "Hooper el increíble" y "Regreso de la montaña embrujada", ésta por cierto de Walt Disney, son las que encierran mayor violencia. Luego están las de - dibujos animados, las comedias ("Esta loca loca gente", "La Pantera Rosa", "Por mis pistolas"); las de ciencia-ficción (lanzadas al "estrellato" a raíz del éxito de "La guerra de las Galaxias"); las versiones de cuentos de hadas y libros clásicos, las musicales (ya hablaremos más extensamente de estas); y hasta las dramáticas ("Vivo a mi manera"). Durante

el tiempo que se hizo este análisis, no se proyectó ningún film documental sobre animales. Al menos, no en funciones regulares.

Se puede decir que las salas son llenadas principalmente con los dos primeros renglones. Walt Disney invade todos los géneros, pero sobre todo el de los dibujos animados (Pato Donald y Cía., cuentos de hadas, insípidos viajes a la "Tierra de las Aventuras").

En cuanto al lugar de procedencia, prácticamente todas las películas que se exhiben son norteamericanas. Durante el período estudiado, solamente se encontraron dos películas censura "A", realizadas en Venezuela: "Pa' mi tu estas loco", de César Cortés con la actuación de Joselo, y "El reportero", de Amador Bendayán. De la primera, la crítica dijo que era "una comedia ligera, de humor irregular; una aventura comercial que -- aprovecha la imagen del comediante Joselo". De la segunda, nosotros podemos decir que no hace falta ver la película para suponer lo que es, dada la trayectoria de Bendayán dentro de nuestra televisión ("Sábado sensacional" etc.).

Llegados a este punto, aflora el problema de que no hay una política gubernamental para incentivar el cine nacional infantil; además, los realizadores venezolanos han preferido tocar temas "más serios" en este relativo boom que ha sufrido nuestro cine. Esto ha

provocado una hipertrofia del cine denuncia, y una atrofia en otros géneros, como el infantil. "Simplicio" sería la única excepción.

De modo que no es de extrañar que nuestros niños aprendan antes dónde queda el Gran Cañón del Colorado que la Cueva del Gúacharo, o que prefieran ir a un concurso de baile Travolta antes que aprender joropo.

Y a propósito, un fenómeno que sería digno de estudio es el de las nuevas películas musicales: "Abba, el gran show", "Fiebre del Sábado por la noche" (aún siendo ésta censura "B"), "Gracias a Dios es viernes", y sobre todo, "Vaselina", que parecen tender a captar el mercado infantil, y a no conformarse ya nada más con los teenagers. Ahora también los niños compran discos, ropa, folletines, afiches y van al cine a ver bailar a Travolta. En suma: se han convertido en un público digno de explotar a través de la moda. Al menos ésta parece haber sido la conclusión del trust que está detrás de toda esa parafernalia que rodea al nuevo "ídolo" norteamericano. Aunque, visto en perspectiva, este nuevo filón descubierto por la Robert Stigwood Organization no es sino un eslabón más de una cadena que viene de muy atrás. Podría decirse que nace cuando el cine no es considerado como un valor de arte, sino como una mercancía que produce dividendos económicos. Comparar a John Travolta con la Coca-Cola puede parecer absurdo, pero bien mirados son, en el fondo, la misma cosa: un producto Made in USA para exportar, debidamente engalanado por la publicidad, la cual -

".....nos trata como espectadores neutros sin identidad cultural o antropológica; o como auténticos estúpidos" - (Los Medios de Comunicación, Nº 8, pág. 19).

El próximo de estos productos que consumiremos es "Superman", seguramente con censura "A"; prueba de que la arremetida contra los niños va en serio. (Véase en INFORMACIONES de este mismo número un informe más detallado sobre este film, el cual pronto empezará a ser publicitado.

Por último, queríamos sacar el promedio de semanas en que las películas infantiles permanecen en cartelera, pero nos fue imposible: los filmes, después de estar un número muy variable de semanas a 10 y 8 bolívares -dependiendo de su éxito-, desaparecen durante una temporada, para reaparecer al cabo de un tiempo prudencial -varias semanas-, a mitad de precio en otros cines. La película se vuelve intermitente, apareciendo y desapareciendo según sea la voluntad del exhibidor, sin que tales apariciones obedezcan, ni por asomo, a una programación fijada de antemano, o a una política de servicio al público infantil.

II. LA PRODUCCION CRIOLLA Y LOS CINE-CLUBES INFANTILES COMO ALTERNATIVA

Ante el panorama que acabamos de esbozar, surge como alternativa el esfuerzo de un grupo de cineastas criollos que han hecho una serie de cortos dedicados -