

Con motivo de la primera entrevista pública del ciclo denominado **El Nuevo Cine Argentino** -coordinada en nuestro auditorio por el programa Cortos I-Sat- **Lucrecia Martel**, la multipremiada autora del excelente filme nacional "La Ciénaga", fue consultada por una platea sumamente inquieta acerca de cómo veía -en sus giras internacionales- el estado de otras cinematografías. Luego de describir la grata sorpresa que sufriera recientemente al visitar un moderno y ultrasofisticado instituto de capacitación audiovisual de Europa del Este, refirió la anécdota de que las autoridades del mismo -enteradas de su geografía de origen- le rogaron que propiciara el envío de guiones por parte de nuestros realizadores y estudiantes, ya que se declaraban prácticamente huérfanos de buenas historias para llevar a la pantalla. Y concluyó -más pragmáticamente que los demás invitados- recomendando a los presentes intensificar el estudio de la narrativa y asesorarse en los nuevos mecanismos de gestión de créditos del INCAA, cada vez más exigentes. Un mes después de aquella visita, en el mismo espacio, se produjo un hecho sin precedentes en nuestra universidad, que deja el camino expedito para otras iniciativas de cuño similar: Los estudiantes de la carrera de Comunicación Audiovisual Luis Garbato, Noelia Oliva, y Marcelo Politano invitaron a todos los claustros de la institución -y a su propio público- al estreno del cortometraje "La Ventana" (realizado por afuera del marco académico) y el documental "29.270 días de radio en el aire" (trabajo práctico expandido sobre una consigna de la cursada).

En los últimos horarios de consulta del ciclo lectivo 2001, a su vez, quien escribe estas líneas tuvo la grata sorpresa de recibir la primera solicitud de asesoramiento para la presentación de un proyecto de largometraje ante el INCAA por parte de un ex alumno, inminente graduado de la carrera de Publicidad.

En las actuales circunstancias, multiplicado el acceso de los estudiantes a variadas tecnologías que abaratan costos y simplifican su utilización, sería de esperar que tales emprendimientos tendieran a crecer. Se trata pues de hacer un seguimiento atento del proceso descrito, y arbitrar los medios para tener listas las respuestas más adecuadas.

Prepotencia de trabajo

Quien así describe el panorama inmediato de la disciplina, vuelve a sostener que sobran los ejemplos para concluir que un sólido y competitivo posicionamiento de nuestras carreras audiovisuales pasa hoy por hacerse fuertes en el terreno de la narrativa. Está probado que en nuestro medio no hay semillero de guionistas: No abunda quien domine el ejercicio de las voces del relato, el desarrollo de un conflicto planteado con originalidad, o el buen diseño de los personajes (en su reciente seminario dictado en el MALBA Kusturica señalaba -generando perplejidad en la audiencia- "los mejores personajes preexisten a la situación ficcional"). Curiosamente, pese a la adversidad del contexto que nos aqueja, la solución en este terreno no parece pasar por una gran inversión de divisas sino de neuronas.

El otro punto que deseo dejar planteado remite a la necesidad de crear a la brevedad una **Comisión Asesora Interdisciplinaria** a cargo de docentes de la casa (guión, producción, y asesoramiento legal) para la gestión de proyectos audiovisuales extraacadémicos de mediana y gran escala. Recuérdese que una de las entidades del quehacer que goza de mayor prestigio entre los/las aspirantes a realizadores/as cinematográficos/as no invierte un peso en publicidad. Sólo produce uno o dos buenos filmes por año (y no con equipamiento propio). Ese es su máximo crédito.

La anécdota traída por Lucrecia Martel me permite arriesgar un par de reflexiones más, que resultan alentadoras en medio de un panorama sombrío: Difícilmente la imaginación hollywoodense pueda superar el espectáculo inconcebible del derrumbe de las torres gemelas. Pero es problema de ellos. Todo indica, mientras tanto, que el cine que habrá de oxigenarnos vendrá de la periferia. Y allí estamos nosotros.

Cine: un arte industrial

Alberto Farina

En el dictado de materias teóricas relacionadas con la historia, la estética y el lenguaje audiovisual ha prevalecido durante décadas en la actividad académica local, una suerte de antinomia entre arte versus industria, cine de autor contra cine espectáculo, cine de ideas versus entretenimiento, pero tanto el cine como el relato electrónico y la nueva telecultura acumulan ejemplos de síntesis, es decir de "arte industrial", un concepto que las cinematografías más desarrolladas aplican sin complejos, pero que en la producción

audiovisual argentina choca con resistencias diversas.

Si bien se detectan valores artísticos incuestionables en el cine argentino popular de la tan invocada "época de oro", como asimismo se admite que pueden existir autores dentro de los géneros clásicos (los policiales de Adolfo Aristarain, por ejemplo), poco se ha reflexionado acerca de la condición de arte y de vanguardia que desde hace lustros merece ser aplicada a algunas expresiones audiovisuales, como el cine publicitario, el videoclip (que en su condición multimediática también es parte de la publicidad), o el videogame, subestimadas por la cultura académica, la crítica y los estímulos oficiales con créditos y subsidios a proyectos "no comerciales".

Además de recorrer algunas colaboraciones explícitas entre arte e industria (desde Salvador Dalí como escenógrafo de Hitchcock, inspirador de varias secuencias de la factoría Disney y protagonista de publicidad, a la recreación de la estética del pionero del cine de ficción Georges Melies en un videoclip del grupo Smashing Pumpkins), las aplicaciones de estéticas y contenidos clásicos pueden reformularse con nueva tecnología y eficacia dentro de la producción audiovisual del siglo XXI.

El cine argentino aprovecha la herramienta digital pero por ahora solamente como coartada para bajar presupuestos mediante un formato cuya calidad permite ampliar esa imagen a 35 mm., sin asimilar todavía las posibilidades expresivas de esa técnica, ni adaptarse a los cambios producidos en la demanda, es decir, en el ojo del espectador ya transformado en su percepción por la telecultura y el consumo de imágenes virtuales generadas por ordenador.

Un tema insoslayable en este análisis de la problemática "crear y trabajar" es la condición de arte industrial que tienen el cine y gran parte de la producción audiovisual, como asimismo la decisiva relación que en el mercado local tienen la producción fílmica y videográfica con los aspectos presupuestarios, obtención de fondos, apoyos económicos privados y estatales, marketing y estrategias de promoción y venta.

La resurrección de la desaparecida figura del productor y la reconstrucción del vínculo entre empresa y arte es el desafío en el que las nuevas generaciones de productores audiovisuales se juegan su supervivencia como tales.

El estigma de "arte plebeyo" y de "espectáculo de feria" con que la cultura académica francesa de fines del siglo XIX recibió las pioneras fantasías fílmicas del mago Georges Melies (atravesadas por la imaginaria visual del "aduanero" Rosseau), parece acompañar al "séptimo arte" hasta hoy, cuando aún se sigue ubicando al cine en el puesto séptimo y la televisión ni siquiera figura en ese "ranking".

La supremacía del cine estadounidense no sólo fue provocada por el acusado "monopolio" o por el "expansionismo" de Hollywood, sino porque para esa cultura el cine fue la "primera de las artes". La "nueva nación" resultó el terreno más fértil para un "nuevo lenguaje", y aún los cineastas cultos que cimentaron el prestigio de "la Meca", como Griffith, Welles o Hitchcock, entendieron que antes que ilustrar a Shakespeare o cobijarse en los movimientos europeos de vanguardias como el expresionismo o el surrealismo, debían cumplir mandatos supremos de los productores: entretener (algo que otras cinematografías han despreciado riesgosamente) y permitirse búsquedas expresivas dentro de la funcionalidad narrativa y del modelo de representación (algo que en otras cinematografías se resuelve a menudo en un sacrificio del espectáculo por parte de la experimentación).

Basta ver los musicales surrealistas de Busby Berkeley en los 30, la secuencia de la borrachera del elefantito Dumbo a comienzos de los 40, o revisar las escenas oníricas de "Cuéntame tu vida" de Hitchcock, para reconocer que Hollywood prescindió de certificados movimientistas europeos para practicar arte de vanguardia dentro de la industria. Aún hoy se disparan fenómenos del viejo continente como el "Dogma 95", del que recibió su certificado la producción local "Fuckland", mientras David Lynch, los hermanos Coen, Scorsese o Tim Burton prefieren invocar la frase de Hitchcock: "el cine es un arte y también un montón de butacas que hay que llenar" o "el cine con mensaje es para los carteros".

No se trata solamente de la libertad y la ausencia de complejos con que el cine norteamericano se desarrolla como arte industrial sino de la facilidad con que los cineastas hablan de su actividad como "negocio" y en muchos de ellos conviven en armonía el artista y el empresario.

La supremacía de Hollywood no tiene tanto que ver con una vocación por el monopolio o por la agresión "imperialista" para imponer sus productos en mercados ajenos, sino que esa fortaleza surge de una situación cultural: en el "nuevo" continente pronto se aceptó, se desarrolló y se invirtió en un lenguaje específico para el "nuevo" arte. Mientras Europa necesitó justificar la categoría de arte para su cine con prestigios prestados de la literatura, el teatro y la pintura, o Latinoamérica se encadenó al realismo –no es casual que nuestras películas pioneras fueran documentales sobre la bandera o ficciones sobre acontecimientos históricos como la Revolución de Mayo y el Fusilamiento de Dorrego–, Hollywood se fundó con independientes de espíritu intrépido que escapan del monopolio de Edison en el Este y arriesgaban

sus fortunas en una incipiente manera de producir fábulas.

Solo allí podían crecer simultáneamente las bases de una industria que llegaría a ubicarse como la segunda de esa nación, después de la automotriz, para cuyo éxito funcionó el control de la cadena producción-distribución-exhibición, el star system, o los códigos constitutivos de los géneros, y al mismo tiempo la posibilidad de explorar recursos expresivos y narrativos novedosos. Al vigente cuestionamiento de "efectismo", Hollywood responde que el cine es esencialmente un "efecto especial".

No cabe duda que la industria vomita muchos productos de baja calidad y que otras cinematografías "no comerciales", del "cine de ideas" y "cine arte", han realizado aportes mayúsculos de forma y contenido, pero no todos los europeos son Bergman ni Fellini, ni lo único que exporta Hollywood son karatecas o rompecoches, aunque también en esos "subgéneros" puedan encontrarse "autores", independientemente de la legitimación que reciban del revisionismo "pop" o del snobismo y sus lanzamientos de piezas "de culto" (fenómenos que también sirven a cierta comercialización de demostrada eficacia en la venta del "bizarro" o del "cine z" para mercados cinematográficos y televisivos).

La falsa dicotomía entre arte e industria que todavía afecta a cinematografías como la argentina es la que ha determinado que aquí se legisle y se subsidie una actividad para cuya existencia se invoca una condición de "industria" que luego el "arte" se empeñará en desatender. Para sancionar la actual ley de fomento a las artes audiovisuales se invocó el carácter industrial y de cultura popular que conquistó el cine argentino de la llamada "época de oro", es decir el que fue realizado en los años 30 y 40 por los sellos privados locales, donde importaba la figura –hoy desaparecida- del productor, dentro de los códigos del sistema de estrellas y de los géneros. Que allí deslizaran sus estilos personales "autores" como Manuel Romero en sus películas tangueras o que Mario Soffici aplicara una estética expresionista en su "Extraño caso del hombre y la bestia", no generaba mayores conflictos ni traumas entre "arte" y "negocio", pero ya entonces la elite de críticos e historiadores que privilegiaban la "qualité" o "las ideas" del cine europeo por encima del "espíritu de matinée" norteamericano se ocupaban de exaltar todo producto vernáculo que antepusiera la jerarquía de "artes más nobles" o "contenido social" al "simple espectáculo de entretenimiento".

Tampoco el cine nacional alcanzó a metabolizar el advenimiento de la televisión y en vez de apostar a una renovación industrial competitiva se refugió en una mayor y más severa disyuntiva entre cine comercial (éxitos televisivos ampliados a pantalla grande y color, vehículos promocionales de cantantes y cenit del kitsch criollo hoy reivindicado con éxtasis ante el erotismo naive de Bo-Sarli, el terror clase B de Vieyra y las estudiantinas musicales pacatas de Enrique Carreras) y, en las antípodas, el cine "serio", más intelectual, ya sea del realismo psicológico (Torre Nilsson y sus discípulos de la "generación del 60") o del realismo social (Grupo Cine Liberación y sus herederos en los actuales afanes de "testimonio" y "denuncia").

El avance del intervencionismo estatal desde los 50, consagrado con la Ley de Cine del 57 y sus política de apoyos y premios a la producción local, eclosionó en los 60 con la pérdida de la inocencia en una guerra entre "arte" subsidiado versus "industria" en retirada, que derivó en la hegemonía del cine argentino no comercial que se prolonga hasta hoy.

Al ser sustituida la figura y la función del productor por la del funcionario y el organismo estatal que otorga el crédito (y luego el subsidio para saldar ese crédito), desapareció el compromiso entre el cine y el público, aunque en ese "canje" mucho se levantó el slogan de "cine comprometido".

Clave: La vocación del artista latinoamericano por conferirle a su obra un rol justiciero en lo social y de valor terapéutico parece proceder de un complejo de clase y de situación de privilegio en sociedades emergentes. Ese pueblo que lo sostiene no demanda del artista un reflejo supuestamente "transformador" o "concientizador" de su realidad sino que le reinvente su universo y lo "libere" como público. ("¿Qué sentido tiene pagar una entrada a un cine de la calle Lavalle para ver en la pantalla a la misma calle Lavalle?", advirtió Jorge Luis Borges). Y es que aún los éxitos "costumbristas" de Pol-ka no omiten las estructuras del folletín y del cuento de hadas, aunque ejecutadas por soderos, mecánicos o cocineros en barrios porteños con mucho mate y PNT de marcas cotidianas. Algo así como Romeo y Julieta en Villa Urquiza auspiciados por Ives y Poxipol. Allí hay arte industrial en mayor armonía porque la televisión, el canal, la productora, podrán estar sometidas al rating pero no a los patrones oficiales de cultura ni a sus políticas de fomento.

Pero en el cine ya no se trata solamente de confirmar que la excepción confirma la regla (a un suceso de taquilla como "Nueve Reinas", como antes fueron las genuinas películas policiales de Aristarain, se contraponen un 90 por ciento de producción local sin público, algo que no se permite Hollywood ni la mayoría de los mercados desarrollados del mundo), sino que se evidencia un "atraso" cada vez más pronunciado entre la oferta de cineastas anclados en estilos narrativos equivalentes al "registro" de Lumiere,

el "film d'art" francés de los años 10, y temáticas periclitadas –al menos por su tratamiento-. Hasta el emblema del cine cubano posrevolucionario, Tomás Gutiérrez Alea ("Fresa y chocolate"), reconoció que "para ser eficaces en lo ideológico, debemos tener eficacia como cine, ser eficaces en lo estético".

En los últimos años se incorporó al cine argentino la novedad tecnológica que ofrece el video digital y provocó una suerte de revolución en cuanto a la producción, por las posibilidades que brinda como herramienta, por la reducción de costos que involucra su utilización en el registro de imágenes con una definición que permiten su ampliación al formato cinematográfico de 35 milímetros. Pero esa transformación económica provocada por el empleo de un nuevo dispositivo no se ha traducido todavía en un aprovechamiento estético y funcional de las posibilidades expresivas de esa tecnología dentro del relato cinematográfico.

Así como la mayor parte del cine argentino no acusó aún en sus métodos narrativos las transformaciones operadas en la cultura audiovisual de su público, con un ojo ya atravesado por la telecultura, el clip y la PC, mientras la televisión vernácula elabora publicidades que asimilan los efectos de Matrix, los largometrajes cinematográficos navegan entre el naturalismo del siglo XIX o la experimentación formalista que ignora las reglas básicas del MRI (modelo de representación institucional).

En las nuevas generaciones de cineastas y videastas, acaso formados con menos prejuicios y con otra valoración del arte industrial, queda depositada la expectativa de superar la antinomia entre arte e industria. En la búsqueda de una síntesis o reencuentro (entre lo que nunca debió ser separado) queda por trabajar sobre dos frentes que hace décadas perdieron su diálogo y su dialéctica: los artistas abrazados al abrigo del cada vez más esquivo subsidio que han amputado de su vocabulario profesional conceptos como empresa, marketing, eficacia o rentabilidad; y, por otro lado, las empresas, sponsor, inversionistas, y hasta los mismos técnicos que se desempeñan en la producción audiovisual, que ganados por el recelo y la desconfianza hacia los "creativos" se encuentran propensos a caer paranoias tan desdichadas, estériles y peligrosas como las que inspiraron al funcionario nazi Goebbels a acuñar la frase "cada vez que escucho la palabra cultura me llevo la mano a la cintura para empuñar mi revólver".

Junto con otras reconstrucciones que la Argentina exige con urgencia, para quienes estamos involucrados en la cultura audiovisual el desafío de reestablecer el lazo entre arte e industria, que parece pertinente plantearlo en estas jornadas de título elocuente: "crear y trabajar", resulta en consonancia con el espíritu de época ya que puede exigirnos un esfuerzo casi épico pero en el que nos jugamos la supervivencia.

El diseñador y el modelista interpretador

Marta Fernández

La implementación de una asignatura "Taller de Moldería" en la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria, me ha impuesto como docente, el deber y la delicada misión de proveer a la preparación y al desarrollo teórico y práctico del alumnado.

Contemplando además las necesidades de la vida actual en lo concerniente a la indumentaria y elevando al mismo tiempo la técnica profesional despojada de toda estructura antigua con miras a la completa y efectiva capacitación del futuro profesional.

El programa de las cursadas del Taller de Moldería de los diferentes niveles de la carrera, es vasto y de singular importancia y trascendencia; tiene como fin suministrar a todo el alumnado el caudal de conocimientos necesarios para poder cumplir con la formación íntegra del diseñador de indumentaria, tanto sea en el campo industrial como así también en la alta costura. En sí misma esta asignatura prepara a los alumnos como verdaderos "modelistas interpretadores", de sus propias creaciones, volcadas en los figurines.

Como el trazado de los moldes es un sin fin de resoluciones matemáticas, a veces tediosas para los alumnos, es indudable que una cultura técnica consciente y profunda les permitirá alcanzar altos índices de progreso.

El futuro diseñador de indumentaria es un ser creativo que imagina una prenda y la "ve" en una pasarela, en un desfile, en un salón, en una obra musical, en una noche de gala; la moldería es la herramienta que le permitirá bajar al papel esta "obra" para poder construirla en las telas que imaginó, después de un cuidadoso proceso de interpretación y confección.