

De venta en Tepito

Ni vivos ni muertos hace de la piratería una alternativa para llegar al público

ROSARIO REYES

rreyes@elfinanciero.com.mx

El periodista Federico Mastrogiovanni y el realizador Luis Ramírez trabajaron durante tres años en este documental sobre las desapariciones forzadas en México, tema que en 2011 no figuraba en la agenda pública y que hoy es el centro de un reclamo social.

En un inicio no hubo productores interesados en financiar el proyecto. Las cosas no mejoraron cuando quedó terminado. Faltó entonces un distribuidor que asumiera los riesgos. Al cabo de varias elucubraciones, ambos dieron forma a una estrategia inédita en este país: *Ni vivos ni muertos* se vende exclusivamente en Tepito, en el centro de Ciudad de México.

“Hay otras opciones: la posibilidad de participar en festivales internacionales de cine o intentar que se proyecte en alguna sala comercial”, dice Mastrogiovanni. Pero, al concluir el trabajo, del cual se editó previamente un libro bajo el sello Random House, decidieron otorgarlo para su venta a los comerciantes del llamado *barrio bravo*, sin obtener ganancias. “Creemos que es más importante llegar a la gente”, advierte.

Hace unos 20 años, un comerciante y cinéfilo llamado Jesús

abrió un nicho de mercado en Tepito: el cine de arte. Ya es el distribuidor exclusivo de *Ni vivos ni muertos*.

Su puesto, ubicado en Jesús Carranza, frente al número 50 y con un acervo aproximado de 8 mil títulos en el que en un día “malo” vende unas 100 copias, no está ya a su cargo. Ahora Berenice, su ex compañera, vende allí películas de Alemania, Japón, China, Italia, cine mexicano independiente o clásicas como las cintas de *El Santo*. Entre esa oferta exhibe y vende el documental de Mastrogiovanni y Ramírez. Ella se jacta, además, de ofrecer toda la filmografía de Theo Angelopoulos.

LA COPIA ASPIRACIONAL

En un puesto de cine comercial, Jesús llega a vender hasta 20 mil piezas al día, a 2.50 pesos. Con tales ganancias pudo darse el lujo de incursionar en la venta de un género que, incluso para la piratería, es de *nicho*. Empezó a vender cine de arte porque, dice, quería ponerlo al alcance de un gran sector de la población que de otra forma, no tendría acceso a él.

“Sí tenía clientes mayoristas, pero hay quienes vienen a comprar de tres a cinco películas”, cuenta quien tiene además un laboratorio

de producción que trabaja 24 horas al día; un lote de 10 copias se produce en apenas ocho minutos.

Los laboratorios son los objetivos de los actuales operativos contra la piratería y su desmantelamiento puede significar pérdidas de alrededor de 50 mil pesos.

En el puesto de cine de arte se ofrecen unos 250 títulos nuevos cada semana, a 9 pesos por pieza o 7 si es al mayoreo, considerado a partir de 10 copias.

EN BUSCA DEL OBJETO PERDIDO

Para Alfonso López, director fundador de Alphaville Cinema, distribuidora de cine, el acceso a las plataformas digitales ha provocado el declive del DVD, y sin embargo, afirma, “sigue habiendo venta, por el apego del usuario a tener algo físico”.

Es, aclara, un asunto generacional. Para los jóvenes es común archivar digitalmente música o películas, mientras que los mayores sienten la necesidad de tener el objeto, que, cada vez más proviene de la piratería.

Para Sandra Alarcón, catedrática de la Universidad Iberoamericana, la compra y venta de productos pirata revela la actitud que tiene una sociedad frente a la legalidad y el sistema jurídico.



“En México no tenemos la cultura de la legalidad que tienen Alemania, Inglaterra o Noruega, porque hay leyes que son rígidas y que implican castigo a todo aquel que las viole. Aquí todo se puede copiar y comercializar a la vista de la policía, del gobierno. Las estructuras permiten que se produzca, se distribuya y se consuma la copia”, declara.

Más que hablar de una “democratización de la cultura”, argumento que con frecuencia se esgrime a favor de la piratería, lo que se ha democratizado es el consumo, advierte Alarcón. “Sí se ha perdido el valor y el costo de producción de los productos, pero no es necesariamente una actitud o una cultura o un resultado de una práctica de un país. México, pero también Centroamérica, China, la costa del Pacífico, están invadidos de copias; no es un rasgo cultural mexicano, es un rasgo cultural del consumo de las sociedades globalizadas”.

LAS PÉRDIDAS

Los derechos de una película para su exhibición en cine y una posterior edición en DVD cuestan entre 5 mil y 100 mil dólares, de acuerdo con Alfonso López. Hace apenas cinco años, el DVD de una producción comercial alcanzaba ventas de hasta 150 mil copias en su versión original. “Ahora si venden 30 mil es mucho”, matiza el directivo de la distribuidora de la última película de Atom Egoyan, *El nudo del diablo*, y de la cinta de Luis Estrada, *La dictadura perfecta*. Alphaville editó junto con la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas una colección de cintas ganadoras del Ariel y antes de finalizar el año lanzará en DVD el multipremiado documental de Roberto Fiesco, *Quebranto*.

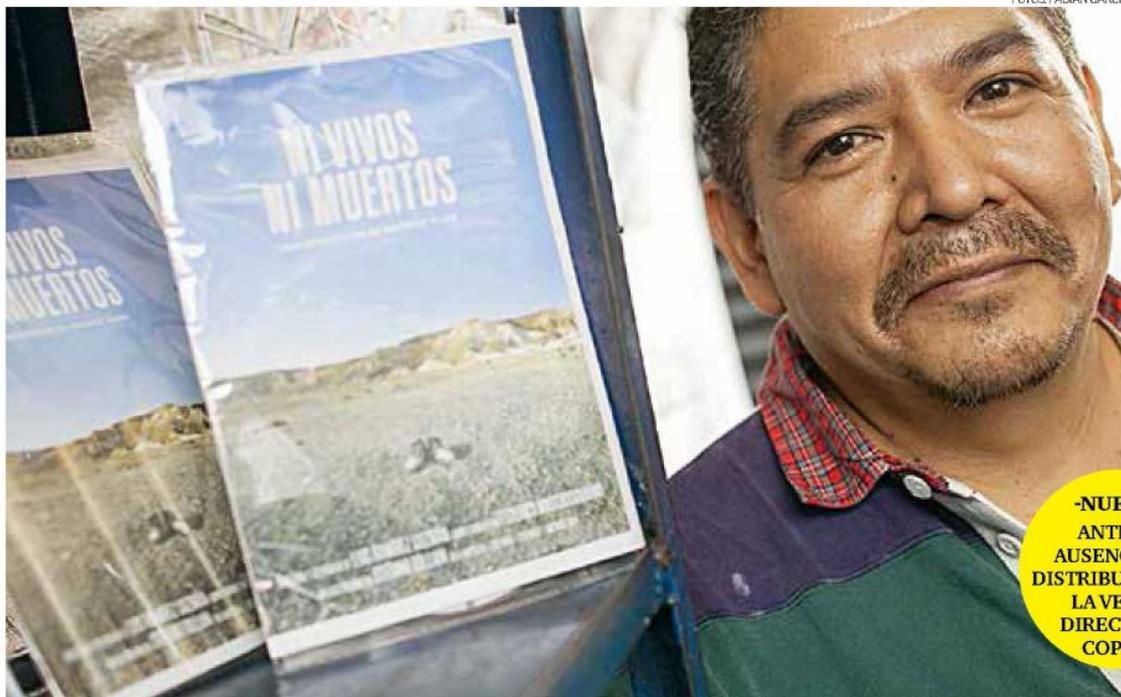
“Lo curioso de todo esto es que ya aprendimos a convivir con la piratería, ya lo vemos como una cosa natural, lo cual es terrible porque así vemos también otras atrocidades que están sucediendo en el país, de manera natural. La corrupción puede comenzar ahí porque estamos conscientes

de que estamos ejerciendo mal”, reflexiona López.

Lo cierto es que el de la piratería es un circuito importante. Mastrogiovanni la considera una alternativa real para distribuir películas independientes, como lo hizo con la suya, trastocando los conflictos de legalidad y legitimidad que están en juego en ese territorio.

“Hay personas en Tepito y otros contextos informales que hacen un trabajo muy importante de difusión. ¿Por qué no acercarse a este mundo y permitir la venta de un producto que ya no es pirata? Con nuestro producto no están vendiendo piratería, porque son los únicos que tienen la autorización de hacerlo; ellos tienen el máster, ni yo lo tengo. Yo tengo una copia pirata”, apunta.

FOTOS: FABIAN GARCÍA



Fecha 15.12.2014	Sección Culturas	Página 56
---------------------	---------------------	--------------



CULTURA.
"Aquí todo se puede copiar y comercializar a la vista de la policía, del gobierno. Las estructuras permiten que se produzca, se distribuya y se consuma la copia", sostiene Sandra Alarcón de la UIA.