

Transcripción en español.

La alfombra indiscreta

Señor:

Buenas noches. Vuelve a estar a punto de levantarse el telón de la temporada de festivales internacionales de cine. Dentro de tres semanas arranca la Berlinale y con ella la gran rueda de alfombras rojas, flashes, estrellas, presentaciones a la prensa, estrenos de películas.

Habitualmente contemplamos este espectáculo desde un único punto de vista: el del espectador, al otro lado del glamour, el del aficionado que trata a golpe de codo de situarse en frente de la misma cinta de los servicios de seguridad. En 30 minutos hacemos un giro de 180 grados y nos situamos detrás del escenario, y para ello, hemos pisado la tramoya de 4 de los festivales más importantes: Berlín, Cannes, Venecia y San Sebastián. Veremos a directores, actores y productores fuera de los focos habituales y también la parafernalia que rodea este gran circo a caballo del arte, y también, como no, del artificio y del negocio.

Chofer:

Hace 20 años que trabajo en el festival, en mi coche he llevado a Nicole Kidman, Al Pacino, Paul Newman, Clean Eastwood... He llevado a tantos que no puedo recordarlos a todos. Hoy recogeré a Maribel Verdú para acompañarla a la *croisette*.

No nos está permitido hablar con las actrices y los actores.

Maribel Verdú:

Cuidado, cuidado, cuidado.

«La alfombra indiscreta»

«Berlín»

Narradora:

Llevar una película a un festival es como un viaje, breve pero intenso.

La película de Claudia Llosa *La Teta Asustada* ha sido elegida en la Berlinale.

Comienza una jornada aún lejos de los focos, parece un rodaje con sesión de maquillaje y catering.

José Pesmanes:

¿No quieres algo caliente? ¿Un té?, ¿un café?

Gorro negro y gafas:

Una manzanilla.

Narradora:

El director de la Berlinale cumple el protocolo en la recepción interna, el prólogo antes de dar a conocer una película. Tienen por delante dos días de presentaciones, hay que prepararse para la puesta en escena; la directora se somete a la sesión de fotos. Lo que nunca falta en un festival internacional y multilingüe.

«¿Hablas inglés?»

«Un poquito»

José Pesmanes:

Dentro de 3 minutos y medio, tenemos que pasar al podio.

«José Pesmanes»

«“Guest Manager” Berlinale»

José Pesmanes:

Somos 20 acompañantes y nos repartimos en función de las lenguas que hablamos. Nos llaman los *guests managers* en la Berlinale. Yo tengo un colega que hace esto desde hace muchos años, que dice que somos un poco como pastores alemanes con nuestro rebaño. y yo creo que es cierto, porque, realmente, desde el momento que llegan, nosotros los recibimos y les contamos un poco todo el protocolo. Es un maratón, es un verdadero maratón, es un laberinto.

Narradora:

Una maratón con subidas y bajadas que ahora suma participantes y jurado. Otro grupo del cine reunido por cada festival, uno por cada sección.

En la última edición de la Berlinale, Isabel Coixet formaba parte del jurado principal que dicta sentencia, que decide los premios, la actividad más secreta.

Isabel Coixet:

Yo ya he estado en bastantes festivales. Ya me he peleado con bastantes personas, preferiría haberme ahorrado todo esto. Pero a la vez... si la gente en una escalera ya no se pone de acuerdo para cambiar las cerraduras de las puertas, pues... ¿Cómo se puede poner de acuerdo un jurado para elegir una película? Es que es imposible, ¿no?

«Pere Portabella»

«Presidente jurado de Venecia»

Pere Portabella:

Generalmente, los que tienen la idea ya clavada intentan ser rápidos para ver si lo consiguen. Los que están en minoría necesitan más tiempo. Entonces tienes que dar tiempo a todo el mundo por igual. Y el tiempo que pasa vas reconduciendo todo más o menos. Y si no hay acuerdo, no pasa nada... Forma parte tanto el disenso como el acuerdo, digamos, forman parte, del juego, es tan positiva una cosa como la otra.

Narradora:

Pere Portabella ha oficiado como presidente la sección Horizonte de Venecia de nuevas tendencias. Porque todos los festivales dividen las películas en grupos, en secciones, existe la sección oficial y otras categorías.

«¿Lo firmarán todo?»

También los escenarios son variados: hay desde grandes salones, hasta sótanos. Aquí se reúnen, discuten y deciden los jurados normalmente con 5 o 7 miembros.

«¿Podemos empezar?»

Narradora:

Siempre a puerta sellada. Más de una veintena de filmes entran en cada concurso, y los tienen que ver todos.

Pere Portabella:

La posición privada que tienen normalmente los jurados para poder ir viendo las películas fuera de la programación. Ver una media de 3 o 4 películas, esto ya supone trabajo.

Voz en off:

Con un plantel excepcional de directores mundiales. Ha triunfado un español de 37 años: César Fernández Ardavin, que ha obtenido el Oso de Oro con la película *El Lazarillo de Tormes*.

Chaleco rojo:

Un poco arrugado.

Voy a cerrar las puertas.

Camiseta roja:

¿A que es chula la chaqueta?

Chaleco rojo:

Y bueno, con estos *leggings* y los zapatos y ya está. No sé si me voy a morir de frío o qué, pero es lo que hay.

Tengo que estar lista en 20 minutos.

Narradora:

Las galas y los premios quieren vistosidad. Claudia Llosa y sus actrices se preparan a fondo en la habitación que les deja el festival. Cada aparición pública pide un vestido para el momento. Y aún más si cabe la posibilidad de recibir un Oso, el premio de la Berlinale.

De hecho, todos los premios trazan un camino en la historia de los festivales, se acostumbran a las sesiones con paso incierto y más aún si ya es la gala final.

Crear una cierta intriga para dar a conocer el palmarés, secreto hasta el último momento. Del desazón a la sorpresa hay muchas fotos y pocos minutos.

Presentadora:

La teta asustada.

Claudia Llosa:

Había mucha gente que te saludaba y te felicitaba y mucha gente te abrazaba; y en un momento se cruza un señor, me mira a los ojos, conectamos y me dice: "Yo gané este premio hace mucho tiempo, hace treinta años". Yo conecté con lo que me estaba queriendo decir. O sea, descansa. No te creas la burbuja y sigue trabajando. Sentía que me estaba diciendo esto. Que esto es un momentazo; hay que disfrutarlo, pero que no es garantía de nada.

«Marco Müller»

«Director festival de Venecia»

Marco Müller:

No solo los premios, funciona el hecho de haber creado una tensión muy especial de filmes increíblemente originales, hacía filmes tan particulares que merecen algún tipo de interés.

«Mikel Olaciregui»

«Director Festival San Sebastián»

Mikel Olaciregui:

Yo creo que ese es el rol que van a jugar los festivales de cine, el servir como un *label*, una etiqueta de calidad, que va a impulsar a un determinado tipo de gente a consumir ese cine que parece que encaja con sus gustos.

Narradora:

Hay un perfil de cine determinado para llegar a un festival y todo empieza mucho antes, especialmente si es el de Cannes. El vestuario es un capítulo imprescindible.

Isabel Coixet:

«Tienen unas fotos increíbles»

Narradora:

Lo saben las firmas de moda: Isabel Coixet y Rinko Kikuchi son modelos ocasionales para promocionar *Mapa de los sonidos de Tokio*.

«Isabel Coixet»

«Directora»

Isabel Coixet:

La gente te pregunta: “¿Qué te vas a poner?” “Bueno, pues no sé”, y es un coñazo porque esto de los tacones... Quiero decir, ¿alguien realmente ha pensado cómo afecta esto a la vida de las mujeres?, ¿cómo se puede?”. Tú crees que yo voy a ir... Si es que no puedo ni subir la alfombra... Por eso he pensado que, si no puedo ni subir la alfombra con los tacones, iré gateando. Para mí lo importante es la película. La gente dice: “No, son como las guindas del pastel”. No, el pastel es el pastel.

«Mapa de los sonidos de Tokio »

«Dir. Isabel Coixet»

Narradora:

Tampoco es cómodo ni relajante entrar a formar parte de los candidatos al premio de la sección oficial como Isabel Coixet en Cannes. Aquí en el papel de directora. Son días de ruedas de prensa y entrevistas. También para sus actores Sergi López y Rinko Kikuchi. Para Channel, marca para la cual la actriz fue imagen, solo hay una certeza: estar presente en el festival más deseado de todos.

Isabel Coixet

Es la primera vez que quería ir a Cannes, seleccionaron la peli entre muchas pelis y es un escaparate como hay muy pocos.

Cannes es como Benidorm, pero con muchos más caniches.

Pedro Almodóvar:

En el 99, me dieron un premio como mejor director con *Volver*. Le dieron premio a todas las actrices y al mejor guion y además también tenemos muy buena relación con la cúpula del festival.

Isabel Coixet:

Esta angustia del examen... pero es que hay tantos exámenes...

Pedro Almodóvar:

Esa incertidumbre forma parte del juego y además tienes que aceptarla como parte del juego porque si no, estás perdido.

Narradora

Almodóvar es uno de los directores de la *creme* de los cineastas prácticamente con lugar fijo en las alfombras, fiestas y salas de cine de Cannes. Y más con Pe, con *celebrities*, como se denomina a las estrellas. Curiosamente, en el festival que no tuvo mucha vista. Y en 1988 no quiso *Mujeres al borde de un ataque de nervios*.

«Agustín Almodóvar»

«Productor “El deseo”»

Agustín Almodóvar:

A un festival se puede entrar por muchas puertas. Está la entrada principal, en la que estamos ahora. Aquí se crea algo especial. Cuando hay muchos distribuidores interesados en una misma película. En general a los distribuidores no les gusta esa dinámica porque es una dinámica que a veces encarece la película, porque hay una puja y consigues que se cree esa especie de situación de subasta.

Narradora:

Ni el festival ni el mercado les dan ya la espalda a los hermanos Almodóvar. La *croisette*, el famoso paseo de Cannes, es terreno abonado, lo mejor para vender el film. Para vender cualquier película. Y todas las empresas cinematográficas están en oficinas provisionales. Aquí se abren o se cierran definitivamente las operaciones. El producto son películas. Se venden por países y el precio cambia según el territorio.

Agustín Almodóvar controla incluso la campaña de promoción de cada venta.

«Si, la canción tiene que poner el punto final, porque ahora, tal como está parece que se para y se mezcla con el título. Realmente no funciona. Estoy de acuerdo»

Agustín Almodóvar:

La lista puede ser cerca de 30 países, es el rango desde 40 o 50 mil dólares que puede ser un territorio pequeño; hasta más de un millón de euros, que pueden ser territorios como Francia o Italia o Alemania también.

Entonces, después de ese día ajetreadísimo, te pones tu esmoquin, me pongo vestidos largos, y suelo ir a la película de las 7 o de las 10. Que luego, por su puesto, continúa con una fiesta acabando a las 2 o las 3 de la madrugada; para el día siguiente de nuevo empezar a las 8:30. Y, de hecho, cuando vuelvo a casa, mi mujer me dice: "Oye, ¿qué has estado haciendo?". "Pues no te lo vas a creer, así que no te lo voy a contar".

«Los abrazos rotos»

«Dir. Pedro Almodóvar»

He tenido un fin de semana espantoso, pero no hemos ensayado para que pudieras descansar. ¿Descansar? He tenido al hijo de puta ese encima las 48 horas. Ese melón mejor no abrirlo.

Narradora:

Cada sesión, cada película de la sección oficial tiene su gala son las famosas alfombras rojas que en Francia marcan diferencias. Se conocen como *Montée de marches*. Es el gran momento, el gran *spot*, el gran tráiler. Donde se hace y se vende imagen.

«Frédéric Nebinger»

«Fotógrafo Abaca Press»

Frédéric Nebinger:

Hacemos unas 800 mil fotos para la alfombra roja, todo depende de quién sube, si es Brad Pitt o Angelina Jolie o Eva Longoria. Entonces, se hacen más.

Buscamos, de hecho, llamar la atención, buscamos muchas cosas: la mirada, que centren la atención hacia ti, ya que somos muchos fotógrafos. ¿Ves? Ya no tengo voz. Y eso que solo estamos en el tercer día. Es como una carrera de Fórmula 1; algunos pierden, otros ganan.

Frédéric Nebinger:

Esta es la imagen del festival. Diría que sin flashes ni fotógrafos que griten no se crearía este ambiente.

Las fotos se envían, son otros los que las trabajan, las centran en el ordenador y otros en la oficina las reciben y se preocupan. Yo no hago nada más, solo las fotografías. Pronto habrá alguien, tal vez un robot que las hará por mí.

Narradora:

Ya ha pasado la época en la que una foto conseguía un gran precio. Cada vez es más difícil conseguir una exclusiva. El mercado de fotos o de filmes es global y va lentamente a la baja. También en el gran mercado de películas que se lleva a cabo de modo paralelo al festival desde el año 59.

«Lluís del val»

«Distribuidor Wide Pictures»

Lluís del val:

Venimos a buscar 3 o 4 películas para el próximo año, el 2010. Normalmente, en una semana, todo nuestro equipo, que somos 4 personas, podemos visitar 50 o 60 compañías y ya venimos con los deberes hechos. Ya hemos leído antes los guiones. Hemos hablado con ellos por teléfono, nos hemos mandado e-mails, nos han enviado información de las películas y aquí ya venimos casi, casi, a tiro fijo. Marcamos una lista de películas que nos interesan y vamos a por ellas.

Narradora:

Hay festivales con mercado donde se abrazan cine y economía. Aquí se mueve un negocio de cerca de un billón con *b* de euros. Unos 10.000 participantes recorren esta plataforma de intercambio profesional como cualquier feria.

Unos 4.000 proyectos y películas, un 70% nunca estrenadas, circulan en la compra-venta.

«Para que tengáis una idea del precio...»

«Lo hemos cerrado en Alemania por un millón y medio»

«Esto en privado, confidencialmente»

«Es confidencial»

Lluís de Val:

A principios de los 80, lo que no hubieras hecho el primer o segundo día, ya no eras capaz de hacerlo, porque había mucha competencia. Todos íbamos con los mismos proyectos y todo iba muy rápido. Ahora ya no, ahora no solo es la crisis económica, sino también el tema de la piratería. Entonces, las decisiones se toman con más calma.

Todo Cannes es, durante el festival, un centro mercantil y mundano que se abre al mundo, que encabeza con cifras y resuelve con lista de festivales de clase A. La mayoría nacidos hace más de medio siglo para alargar la temporada turística.

«Michel Chevillon»

«Presidente del Sindicato Hotelero de Canes»

Michel Chevillon:

Es el segundo evento más mediático del mundo después de los juegos olímpicos. La riqueza económica que lleva el festival se sitúa alrededor del 8 al 10% del conjunto de actividades de la población durante un año. Es enorme, cerca de 150 barcos están presentes durante el certamen. Se alquilan en sociedades, empresas que hacen a la vez relaciones públicas y veladas, para celebrar cócteles o sencillamente como alojamiento.

Hace años, cuando el festival de cine nació, podías ver los grandes artistas por la *croisette* a la salida de los hoteles, el puerto, los barcos: Sofía Lauren, Gregory Peck, Gary Cooper, Brigitte Bardot... comenzó así. Se veían, ahora ya no se les ve por cuestiones de seguridad, es una cuestión de imagen, una imagen ahora muy cara, es una gran inversión.

«Helena Bermúdez»

«Directora comunicación Chopard»

Helena Bermúdez:

Bienvenidos al espacio Chopard en Cannes. Durante el festival de cine, aquí es donde nosotros recibimos a todos nuestros periodistas invitados, clientes, y donde Caroline Gruosischeufel, la copresidenta de la firma, recibe a todo el mundo que quiera pasarse por el lounge a tomar una copa, a ver las colecciones. Hemos traído casi 2.000 piezas desplazadas aquí. No solamente las 63 piezas de la *red carpet*, porque también se venden joyas aquí.

Narradora

La empresa suiza de alta joyería Chopard es una de las empresas patrocinadoras junto con otros de coches o cosmética, que aprovechan, en un intercambio de intereses, la plataforma del festival. Cannes abre la firma a un mercado que brilla reflejado en el cine y la ficción.

«Jady Mitchel»

«Modelo»

Jady Michel:

Te sientes como una princesa porque son joyas realmente espectaculares y que obviamente no te pones todos los días.

Narradora:

En el séptimo piso del hotel Martínez, la firma monta su propio festival durante el certamen. Aquí se venden joyas y se dejan joyas por promoción, ahora amplificadas en un set que parece de película.

«Caroline Gruosischeufel»
«Copresidenta y diseñadora Chopard»

Caroline Gruosischeufel:

Nos inspiramos realmente en las mujeres que vienen aquí de todo el mundo, de todas las culturas, de todas las religiones, de todos los colores, jóvenes, menos jóvenes... La inspiración es totalmente libre y para eso es la alfombra roja.

Narradora:

Pero la joya más famosa de la colección es la Palma de Oro. Objeto de deseo, este plenamente cinematográfico, el premio que también ha diseñado, la firma lo guarda y lo vigila cada año, como todas sus piezas.

Helena Bermúdez:

Cada vez que se presta una joya grande o pequeña sale con este guardia de seguridad, un *body guard* que acompaña a la *celebrity* para hacer lo que llaman aquí la *montée des marches*, e ir a las fiestas, a una cena... Hasta el momento en el que la *celebrity* decide que ya no quiere llevar más la joya.

Narradora:

Para algunos entre el público, el deseo de ver a los famosos es irrefrenables. Como los extras de una superproducción, esperan su momento armados con escaleras.

Patrice:

Aquí venimos equipados porque nos cansamos mucho en el festival de Cannes. Todo el mundo termina muerto, es muy cansado. Al final uno no puede más, pasamos horas y horas aquí. Es muy difícil, hacemos una media de 10 horas cada día.

Narradora:

Es otra de las sesiones largas de un festival. Son formas diferentes de participar en la fiesta.

«The Reader (el lector)»
«Dir. Stephen Daldry »

Narradora:

La auténtica maratón contra el tiempo en el festival son las entrevistas. En especial, las de las películas más mediáticas. Normalmente se prepara un único set para televisiones.

«Si te pusieras algo más frontal. Mirando hacia mí... »
«Un poco torcido siempre quedará»
«¿Quieres que lo ponga un poco así?»
«Sí»

«Sabía que me lo dirías»

Narradora:

Aquí vivirá metafóricamente Kate Winslet, la actriz británica ganadora de un Óscar, en la última edición por *The Reader*. El film del que se habló y habló entre estas cuatro paredes decoradas para la ocasión, sin moverse de la silla. Una lista interminable de medios internacionales ha pedido una entrevista. Hará unas 10 por hora; son los conocidos *junkets*.

«Ginger Corbett»

«Publicista Premier»

Ginger Corbett:

Un *junket* es cuando un director o un actor te concede un par de días. Nosotros organizamos el *planning* de entrevistas; para las televisiones contratamos un equipo de grabación fija normalmente. Después, otorgamos a cada periodista 5 minutos de entrevista uno tras otro, uno tras otro, solo te queda un minuto para cambiar de una persona a la siguiente. También preparamos mesas redondas para la prensa escrita. Supervisamos las entrevistas. La gente trabaja mucho y los horarios son muy ajustados y los actores además tienen que promocionar diferentes películas. Solamente queda, por tanto, un tiempo muy reducido.

Narradora:

Alquilar espacios en hoteles, organizar cada uno de los *slots*, los minutos que tocan a cada uno, para cada película, es trabajo de los publicistas. Son también los encargados de hacer grupos seriados de periodistas de prensa escrita.

«Empezaremos con Michelle Pfeiffer»

Narradora:

De 10 en 10 tendrán unos 20 minutos de mesa redonda. En los festivales difícilmente hay ninguna exclusividad, se impone el trabajo colectivo. También los organizadores se mueven en grupos más o menos grandes según los festivales y películas que han de controlar.

«San Sebastián»

Como todo el mundo, los publicistas de un film a otro, de un escenario a otro, de unos actores y unos directores a otros. Aquí están Naomi Watts y Ginger Corbett, una de las 60 publicistas de primera con sede en Londres y en los Ángeles que recorre los principales festivales.

«Ginger Corbett»

«Publicista Premier»

Ginger Corbett:

Algunas veces, para las distribuidoras es muy caro ir a festivales, no precisamente el de San Sebastián, pero sí otros como Cannes o Berlín. Cuesta mucho dinero porque se tienen que pagar hoteles, contratar *suits*, alquilar equipos de televisión. Así que cuando se hace la suma de todo ello, se reparten costes y se dice: "Este es el precio que cobraremos a cada distribuidor".

Son los distribuidores de cada país los que se encargan de ello, pero para tener una entrevista, es necesario que otra agente de prensa elija. Se conoce como *denominar* los medios que podrán acceder.

«¿Eres Ginger? Soy Nuria, de España, de Barcelona, de *On Pictures*. Trabajamos juntas para la película *The Reader*, en Berlín»

Narradora:

Ella repartió las 3 entrevistas que tocaron a toda España.

«Núria Costa»

«Agente de prensa»

Núria Costa:

Una entrevista de televisión podría costar entre unos 2.000 y unos 6.000 euros por 4 o 5 minutos de entrevista, o incluso, en algún festival tipo Venecia o tipo Cannes podría ser mucho más. Después, la prensa escrita tiene un coste de unos 1.500 o unos 3.000 euros y *round tables* alrededor de 500 y 1.500 euros.

«Capitalism: a Love story»

Dir. Michael Moore»

«Y ahora, el cineasta más temido del mundo...»

«Queremos nuestro dinero»

«Revela lo que pasa cuando la economía se estrella...»

«Las bolsas se hunden...»

«Bancarrotas...»

«Embargos»

«Una derrota global...»

«...y los gobiernos de todo el mundo pagan la fianza...»

«A Wall Street le dieron miles de millones...»

Narradora

Michel Moore no solo pedía dinero irónicamente en la pantalla. Para tener una entrevista con él, para hablar de su alegato anticapitalista en Venecia, las distribuidoras de cada país tenían que pagar 2.000 euros por cabeza.

«Michael no seas capitalista»

«Marco Müller»

«Director Festival Venecia»

Marco Müller:

Michael Moore ha decidido ser al mismo tiempo un cineasta inquieto y poco ortodoxo, pero también un divo. Es la lógica de los jefes de redacción de los responsables de las secciones de cine de radios y televisiones. Son los que dicen: "Tienes que volver con una entrevista a George Clooney, Leonardo DiCaprio o Kate Blanchet". Esto es un chantaje.

Narradora:

Como todo rodaje, cada festival debe tener un casting de actores. Los principales son perseguidos y deseados, y los secundarios actuando de perseguidores. Frédéric Nedinger, de una agencia especializada en fotografía y fama, recorre los principales certámenes, como todo el mundo; cada uno su papel.

«Lluís del Val»

«Distribuidor Wilde Pictures»

Lluís del Val:

Venecia es un festival, no es un mercado. Lo que venimos a hacer aquí, aparte de ver las películas a ver si me gustan, es intentar convencer a las actrices y actores para que vengan al estreno en España y vengan a la promoción, que también es muy importante para nosotros.

Narradora:

Aquí, en este hotel escenográfico de 5 estrellas del Lido, comenzó todo.

«Bienvenido al hotel, bienvenido al Excelsior. Es un placer»

Narradora:

El año 32 el primer festival del mundo abrió una fórmula que, con altibajos, acabaría siendo un éxito.

«La habitación está en esta planta»

«A la derecha, al fondo del pasillo»

Narradora:

Desde siempre, el hotel abre las puertas a un mundo especial muy diverso, de glamour, de fiestas, de eventos donde tantas celebridades llegan, se alojan, trabajan y se van.

«Leone Jannuzzi»

«Director Hotel Excelsior»

Leone Jannuzzi:

En nuestros archivos, que se remontan a principios de 1900, se puede ver que hemos acogido desde Winston Churchill al rey Eduardo o Anna Magnani, hablando del cine; también a Clark Gable, Kirk Douglas... hasta los divos de hoy: Harrison Ford, Banderas, Charlize Theron... todos han pasado por estas habitaciones.

Narradora:

Habitaciones de 2.500 y 3.000 euros la noche. Patios, terrazas, playas, salones, algunos captados en la pantalla. Aquí se rodó *Era una vez América*, con Robert de Niro.

El Excelsior vive cada año un *boom* cinematográfico donde cada rincón es alquilable. Más que un hotel se convierte en un centro de operaciones donde cocinar todo tipo de platos.

«Un mínimo de la preparación que tenemos»

«Es momento del frenesí»

«Es el momento de la adrenalina, porque todo debe hacerse a tiempo»

«Y absolutamente perfecto»

Narradora:

No hay festival que se abra y se cierre sin sentar en la mesa a sus invitados. Aquí la cena de gala recoge a 1.400 comensales con un centenar de camareros, cristal y candelabros.

Una puesta en escena que se alarga cada gala, una hora antes de llegar al cine, en los alrededores del palacio, donde se hace el estreno público con alfombra roja. Se reúnen de manera espontánea todo tipo de profesionales, o sencillamente curiosos.

«Lluís del Val»

«Distribuidor Wide Pictures»

Lluís del Val:

Ahora vamos a la presentación de una película del Nicolas Cage que se llama *Bad Lieutenant*. Se presenta hoy en Venecia, esta tarde. Es una película que compramos ya sobre el guion mucho antes de que la película se produjera y se rodara, y hoy la veremos por primera vez.

Narradora:

Como con *El Doctor Jekyll y Mister Hyde*, la primera película con la que se abrió el festival de Venecia, todo tiene dos caras. Para hacer 100 metros hay un coche oficial con guardaespaldas para velar por las *celebrities*. Son escenas que parecen sacadas de una comedia. Es el tramo más corto y vigilado por metro cuadrado. Largo, en cambio, para quien trabaja.

«Frédéric Nebinger»

«Fotógrafo Abaca Press»

Frédéric Nebinger:

Hay que esperar, entrar, volver a esperar una hora más, coger sitio. Ahora no se habla de temas como la calidad. Ahora es una cuestión de dinero. Antes, las fotos tenían un buen precio, por lo tanto, había una auténtica competencia. No quiero ser fatalista, pero este tipo de fotografía está a punto de desaparecer. Seguramente se transformará, pero ahora estamos desapareciendo.

Narradora:

Algunos festivales han estado a punto de despedirse atrapados en el difícil equilibrio entre gastos monumentales y gran escaparate. Cuestan de 7 a 20 millones de euros declarados.

Pero el público, que a menudo da la espalda a las salas, parece hacerlos caminar.

Se venden hasta 300.000 entradas en 10 días. La mayoría roza el límite de ocupación.

«No entréis con la cámara, por favor»

«Marco Müller»

«Director Festival Venecia»

Marco Müller:

Es importante tener una base de espectadores, conocer a los espectadores, saber por quién realmente se hace el festival, provocar ganas de ver algo diferente.

«Mikel Olaciregui»

«Director Festival San Sebastián»

Mikel Olaciregui:

Debe estar acompañado de una transversalidad, de una amplitud, vamos a decir, de criterios a la hora de seleccionar, a la hora de programar, que den respuesta a distintos tipos de público, distintos tipos de medios de comunicación y distintos tipos de industria.

Marco Müller:

Los festivales son para quien todavía puede creer que el cine y, sobre todo el cine, nos ayuda a orientarnos entre las imágenes del presente, que nos llegan de pantallas cada vez más pequeñas.

Mikel Olaciregui:

La magia de una sala de cine tendrá ese atractivo, pero quizás sea puro romanticismo. Pero es verdad que la forma de consumir cine está cambiando y va a cambiar drásticamente en los próximos años.

Marco Müller:

Hay un flujo continuo de imágenes. El cine, si todavía sirve para algo, debe servir para enseñar a nadar a contracorriente.

Señor pelo blanco:

Porque en los festivales lo que hacen es poner películas que jamás se estrenaran.

Narradora:

Cada vez que el proyector se pone en marcha, en cada estreno en los festivales de clase A donde la mayoría de filmes son inéditos, otro dispositivo pesado para muchos arranca en paralelo.

«El secreto de sus ojos»

«Dir. Juan José Campanella»

Los actores y los directores invitados a festivales entran en acción quizás en los *junkets* de pago, pero la secuencia aquí con Ricardo Darín y el agente de prensa del *Secreto de sus ojos*, Trini Soriano, es la misma: hablar, controlar, terminar. A menudo, con las mismas preguntas y respuestas.

«Ricardo Darín»

«Actor»

—Y yo solo quedo aferrado a una farola; ella, a un micrófono. Pero bueno, así es el trabajo. La vida es una dura batalla.

—¿Es la parte más dura de ser actor?

—No, la parte más dura de ser actor es no conseguir trabajo. Te gustó, eso te gustó.

—Esa frase la tenías preparada desde Buenos Aires.

—No, no tenía nada preparado, lo único que tengo preparado es este micrófono que me sigue a todas partes.

Narradora:

Para cerrar su presentación en sociedad, cada producción lleva incorporada una fiesta.

Es una manera de agradecer el trabajo realizado, es el momento para relajarse. Suelen quedarse hasta altas horas, pero están en horas bajas.

«Trini Soriano»

«Agente de prensa»

Trini Soriano:

Cada vez hay menos fiestas, duran menos tiempo. Una fiesta como hoy, con barra libre, no puedes contratarla 7 horas. Entonces, cada vez dura menos. Y ahora todos a beber, por favor.

Policía:

Perdona, una vez que llegue él, alcachofas no, por favor.

Señora:

He venido por mi hija para dejarle el sitio a ella, y me he puesto la primera.

Señora:

Ha estado ahí a dos metros y no ha venido hasta aquí.

Narradora:

En todo festival, en el que, por cierto, reúnen de 3.000 a 5.000 acreditados, siempre existe la gran escena: la o las grandes citas multitudinarias, la imagen que queda en la retina de todos, que vista desde atrás es así de rápida, intensa o ridícula. En todo caso, es de cine, por el cine y con el cine.

«Mikel Olaciregui»

«Director Festival San Sebastián»

Mikel Olaciregui:

El festival tiene que servir como plataforma para la promoción de las películas que se presentan, para lo que tienes que tener en su vez la capacidad de convocar a unos medios de comunicación. Pero luego ya hay otro público que demanda algo que no es ni cine ni directores, sino que demanda calle y demanda que haya un ambiente y que haya glamour, lo que llaman glamour. Que cada vez es algo, para mí, más local.

«Brad, un regalo para ti»

Marco Müller:

Ahora cada cineasta es una entidad aislada. Llega a Venecia, a Cannes o a Berlín con una agenda exacta, un encargado de prensa, un vendedor, que le dicen exactamente qué hacer.

«Marco Müller»

«Director festival Venecia»

Marco Müller:

Hace tiempo, un cineasta iba a un festival con una copia en la maleta y tenía tiempo para hablar con los demás. Tenías la sensación de pertenecer a una tribu.