



BRANDONI

Son macanas de la gente

El popular actor analiza la película *Made in Argentina* y advierte que no podemos presentar cada película como un hecho que va a cambiar la vida de la gente.

NO dudo que cuando esté en pleno vuelo hacia mi país, me salga un periodista cubano por la ventanilla del avión y me pida una entrevista. Con esta broma —una de sus habituales— comenzó mi conversación con Luis Brandoni, minutos antes de su regreso a la Argentina, y tras haber participado

en el IX Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano...

—...al que sólo le falta un ingrediente, y tenés que ver esto con los organizadores de esta inolvidable fiesta del cine. Debés hacer ver la necesidad de que se instaure un premio del público. En otros muchos festivales se hace, con un público que no se le puede ni siquiera acercar al cubano, en cuanto a conocimientos cinematográficos y calor humano. Esto es algo que no debe faltar en el X Festival, al que espero regresar... si me invitan.

Y soltó un joia! como si fuera un chico travieso. Realmente, se fue agradecido y feliz.

—Y me contó que los premios del jurado del festival, de Patricio Contreras por su actuación, y el de *Radio Habana Cuba*, sino porque la película *Made in Argentina* logró aquí en La Habana el mejor premio del mundo: el reconocimiento popular. Además, es muy lindo eso de caminar por las ciudades de otro país y sentirse como en su casa, porque todo el mundo lo llama a uno por su nombre. Ni extrañé Buenos Aires, con eso te lo digo todo.

La pertenencia a un país

Según Brandoni, muchos creen, erróneamente, que el tema de *Made in Argentina* es el exilio.

—Y no. Es la pertenencia a un país. Y es una película que habla también del futuro, a diferencia de muchas otras argentinas que se han filmado en los últimos cuatro o cinco años. El exilio es una cosa que pasó. Hay un contexto, una situación política que está presente en la película; pero el filme realmente apunta a la identidad, a la pertenencia a un país. Y te digo esto, porque cualquiera de los cuatro personajes de la cinta vive en ese país, en el suyo, aunque físicamente no esté en él.

—¿Incluso la Mabel? (Interpretado por su esposa en la vida real, Marta Bianchi).

—Claro. Ella rechaza a la Argentina, es un hecho, pero no es que esté desarraigada; es que está rencorosa, dolida, con lo que le pasó en su país. Hay una escena en que ella queda sola en ese patio de Lanús, escuchando la campana de la Iglesia de su barrio. Y, bueno... uno pertenece a eso. Además, te repito, la película apunta al futuro, por eso el personaje de la Yoli dice "esto tiene que durar". Y bien se sabe lo que es "esto".

Brandoni piensa —con toa razón— que la obra teatral que dio orloen a la cinta (*Made in Lanús*)

va a quedar como un clásico del teatro argentino, porque pinta muy bien un momento de la patria de José de San Martín.

—Yo supongo que dentro de treinta o cuarenta años, cuando esta pieza se reponga, los argentinos de entonces van a saber cómo vivíamos y qué nos pasaba a los de ahora. Y, además, es una obra que se pudo pensar, escribir y representar, sólo en democracia.

Recuerdos del exilio

¿Qué significará, efectivamente, para Luis Brandoni el exilio? ¿Qué sintió, al matarse en la piel de su personaje, Osvaldo, y tuvo que decir que "allá, en Estados Unidos, nunca nos vamos a reír de lo mismo los norteamericanos y nosotros"?

—Eso le sucede a cualquiera afectado por esa enfermedad llamada exilio. Yo tuve que irme de Argentina en 1974, amenazado. Me aguanté muy poco tiempo y regresé porque no podía vivir afuera y no porque estuviera mal en el país que me acogió, que fue México, para el que guardo un entrañable recuerdo. Es que uno es de un lugar y quiere estar en su sitio. Y creo que el personaje de Osvaldo representa a muchos argentinos que se han desajado de su tronco.

Le recordé que en Argentina debe haber una soberana carga de experiencia en cuanto a la inmigración también y no sólo a la emigración.

—Tenés razón. Muchísimos de nosotros somos hijos o nietos de inmigrantes. Yo mismo desciendo de una familia de italianos; y recuerdo que me daba mucha rabia que mi abuelo y sus amigos hablaran siempre en italiano, a pesar de que hacía cincuenta años que estaban en Argentina. Pero después yo entendí esto, cuando me fui a México y había que "hablar en mexicano" para trabajar, pero en mi vida personal yo hablaba en argentino, como si fuera otro idioma. Y es que la lengua materna, el idioma de uno, es la primera y la última señal de identidad que le queda al hombre. Para reconocerse frente al espejo yo tengo que hablar mi idioma. De lo contrario, sería como extrañarme, como desconocerme.

El cine cubano

Como para aliviar tensiones, nuestro entrevistado creyó conveniente lanzar otra de sus bromas, y ni corto ni perezoso...

—Quiero saber si mi película *Seré cualquier cosa pero te quie-*

...vio aquí en Cuba como al no obligatorio, porque no encontré ni una sola persona que la desconociera. Incluso, ya desde que venía en el avión un comisario de a bordo me habló de ella.

—Y yo quiero saber otra cosa, Brandoni, ¿qué piensa del cine cubano?

—Creo que está en un punto de inflexión. El cine cubano tuvo un momento de esplendor muy grande, pero parece que se ha detenido en un punto. Claro, no se puede vivir permanentemente en un estado de brillantez. Por ejemplo, cuando los argentinos no hacemos goles es que jugamos mal, a los ojos de la gente. Y no siempre es así. No es que el cine cubano haya decaído ni nada por el estilo. Lo que ocurre es que nuestro cine apareció, así de pronto, con una fuerza tremenda y creó una expectativa internacional muy grande de que seguiría siempre así. Pero en el mundo del cine nadie ha logrado eso. Y, personalmente, tengo fe en que el cine cubano logrará encaminarse.

Mi última interrogante estuvo dirigida a la situación del cine latinoamericano y la importancia del festival habanero.

—Lo principal de estos encuentros es que nos permite acuerdos sobre cómo colocar el cine latinoamericano en nuevos mercados, o, por lo menos, en nuestros propios mercados, pues, como se sabe, nuestra cinematografía, es decir, la latinoamericana, no entra en todos los países del área. Por cierto que quiero aprovechar esta oportunidad que me brinda *Bohemia* para exponer una idea que tengo en cuanto a este asunto de

"Es muy lindo eso de caminar por las ciudades de otro país y sentirse como en su casa".



los mercados cinematográficos. Personalmente opino que los mercados se ganan con lo que le da continuidad a una cinematografía, y esto último está fundamentalmente vinculado con los nombres de los artistas, sin echar a un lado las temáticas. Así fue durante muchos años con el cine de Argentina y México, que marcó huellas profundas en la gente.

El cine de Estados Unidos tuvo continuidad durante decenios a través de figuras que la gente reconocía. Así mismo ocurrió en Europa. Y creo que nosotros tenemos de alguna manera que entender que al público de ningún país del mundo se le puede obligar a ir al cine; y la gente va curiosa por alguien, atraída por alguien principalmente, o incentivada por la temática, en otras ocasiones. Y me parece que debemos pensar cómo estamos haciendo las cosas actualmente, porque resulta ser que, como me dijo hace unos días un amigo cubano, todo parece indicar que existe en el mundo el convencimiento de que los europeos hacen el cine de arte; los norteamericanos, el de diversión; y los latinoamericanos, el testimonial. De modo que pareciera que se han dividido las tareas, lo cual, evidentemente, nos perjudica, porque a lo mejor la gente da por hecho que nosotros no podemos hacer películas que puedan entretejer al público, divertirlo e interesarlo, y, al propio tiempo darle productos que le pertenezcan, con una identidad concreta.

—¿Entonces eso de que al público latinoamericano no le interesa su cine...?

—Eso es mentira. Son macanas de la gente. Al público, a todo público, le interesan las cosas que le puedan atraer. Ahora bien, si nosotros no promocionamos debidamente esas cosas, si nosotros cada película latinoamericana la presentamos al público como un hecho que le va a cambiar la vida, de tal trascendencia, de tal solemnidad, pues la gente le va a tomar un poco de miedo. Hay que vender el cine como un producto con el que la gente pueda soñar, disfrutar, divertirse; y saber lograr que la gente reflexione sobre algunas cosas, pero siempre mediante la premisa de que primero deben establecer una comunicación con algo que les agrade.

El cine hay que venderlo como cine. Eso es lo que algunos saben hacer y nosotros tenemos que volver a aprender.

EZEQUIEL PEREZ MARTIN
Foto: K. Barrero