

PROCINE

Festival Cinema – 1ª Jornada: cineastas, cineclubes y formación de públicos

Entrevista documental # 4

Miércoles 2 de octubre de 2019, 12:30 horas

Participantes:

Nicolás Celis, Pimienta Films, productor

Paulina Suárez, Gira Ambulante

Miguel González, IEMS plantel Miravalle

Jessica Itzael Rito Aguilar (Moderadora)

Gabriel Rodríguez (Introducción)

Gabriel Rodríguez:

Buenas tardes, bienvenidas, bienvenidos. Agradecemos a la Cineteca Nacional las facilidades y el apoyo para realizar estas entrevistas. Hoy nos acompañan:

- Miguel González, Docente Técnico Investigador del Instituto de Educación Media Superior (IEMS), plantel Miravalle. Desde hace algunos años, ha trabajado con otros profesores y estudiantes del nivel medio superior para incorporar el cine a las actividades del aula, como herramienta importante de los docentes.
- Paulina Suárez ha organizado la gira de documentales de Ambulante que, por la calidad de sus materiales y exhibiciones, ha conquistado espacios y ha abierto caminos con mucho éxito. Ustedes recordarán que Alberto Cortés decía ayer que esta gira es un gran ejemplo de la calidad en las proyecciones. Así que nos parece muy importante escuchar hoy la voz de Paulina.
- Nicolás Celis, productor de la película *Roma*, de Alfonso Cuarón, que generó una serie de movimientos fuera de lo común en su lanzamiento y en la exhibición en espacios no convencionales.
- Jessica Rito, del cineclub Radio Cinema, quien estuvo ayer con nosotros en la entrevista con Carlos Narro y Salvador Camarena; ella es parte de la nueva generación de cineclubistas.

Miguel González:

Buenas tardes. Deseo precisar que los temas que abordaré son también inquietudes y cuestionamientos que han planteado mis alumnos en el aula.

Me gustaría comenzar preguntándoles cuál debería ser el papel del cine en la sociedad actual.

Paulina Suárez:

Muchísimas gracias por esta invitación, es un honor estar aquí hablando de mis temas favoritos: distribución, cine documental, exhibición independiente y formación de públicos, que son mi trabajo y también mi pasión de vida.

Ambulante, la organización para la cual trabajo, se dedica al cine documental, entonces yo voy a hablar específicamente de eso. Nosotros estamos por cumplir 15 años como organización y hemos regresado a plantearnos muchas de las preguntas más básicas.

En un principio, en Ambulante considerábamos que acceso e impacto eran lo mismo, creíamos que con generar acceso al documental estábamos generando un cambio, pero creo que esa realidad ya no es tan cierta. Lo que queremos hacer en Ambulante, durante los siguientes 15 años, es precisamente redefinir el rol del documental en la sociedad y tener una estrategia para conocer el impacto de nuestro trabajo.

Nuestro propósito es seguir generando acceso, pero sobre todo queremos tener un impacto en la formación de nuevos públicos, encontrar nuevas comunidades y vincular movimientos, grupos y comunidades, así como diversificar el documental y su incidencia.

Yo no tengo una visión única sobre lo que es el documental, mi visión es totalmente heterodoxa y eso es lo que voy a defender hoy. Estoy convencida que hay ciertos tipos de documental que, de forma muy contundente y directa, pueden hacer cambios en la realidad.

Es el caso del documental *Hasta los dientes*, de Alberto Arnaut, que Ambulante tuvo el enorme gusto de estrenar y acompañar durante 2018; formó parte de Ambulante Distribución y lo presentamos en 900 cines, tanto en la Fiesta del Cine Mexicano, como en los Centros Culturales del Circuito Educativo, y ahora está en Netflix. Este recorrido fue en verdad muy efectivo. Pero lo que resultó más efectivo, con miras a una transformación social, fue buscar a los públicos y a las comunidades que iban a co-distribuir el documental con nosotros y que podrían hacer un cambio con respecto a la realidad que aborda ese trabajo.

Hasta los Dientes es una historia que, quizá muchos ya conocen, sobre dos jóvenes, Jorge y Javier, estudiantes del Tecnológico de Monterrey, ejecutados extrajudicialmente por soldados, en 2010; ambos fueron culpados de ser sicarios, incluso les plantaron armas, siendo realmente estudiantes de excelencia en la ciudad de Monterrey.

Este trabajo cinematográfico era de interés para las familias de Jorge y Javier, querían que la historia se viera y se conociera. También el colectivo Todos Somos Jorge y Javier, una comunidad de estudiantes que se formó en el Tecnológico de Monterrey, mostró interés en el documental, buscaban cambiar esa imagen negativa que difundieron las autoridades. Y para el Colectivo Seguridad sin Guerra, que estaba trabajando para abrogar la Ley de Seguridad Interior y para combatir la militarización en el país, el documental fue muy importante para romper el paradigma punitivo al que estamos sujetos.

Aliarnos con estas tres comunidades fue fundamental para despertar el interés de que la película se viera en distintos foros. El colectivo Todos Somos Jorge y Javier

programó funciones en los campus del Tecnológico de Monterrey del país y en las escuelas preparatorias.

Los editorialistas de la organización Seguridad sin Guerra escribieron diversas columnas al respecto. Fue indispensable trabajar con ellos como aliados y co-distribuidores. En la campaña se fijó un objetivo con las familias, con el director de la película y con el colectivo Todos Somos Jorge y Javier: buscar una disculpa pública de parte del Estado.

En ese momento, hicimos muchas funciones dirigidas a servidores públicos, principalmente al equipo de transición, de Andrés Manuel López Obrador, particularmente el de seguridad y el que ahora está en Gobernación. Fue importante mostrarles el documental en un contexto en el que pudieran empaparse realmente de esta historia inspiradora, así como tener contacto directo con los papás de Jorge y Javier, en particular con Rosy, la mamá de Jorge, que fue muy activa y es una gran oradora. De verdad, era muy inspiradora y eso contribuyó a impulsar un cambio para obtener la disculpa pública.

Esto detonó que la gente quisiera ver el documental y se generó esperanza, surgió en verdad un movimiento que para nosotros fue un cambio de paradigma en la distribución. Y también generó un cambio a nivel social.

Nicolás Celis:

Buenas tardes. Considero que el cine es una gran herramienta de cambio, transformación y sanación; es una manera de dialogar con el público, de verse reflejado como sociedad y como persona.

Claro que hay distintos géneros y maneras de dedicarse al cine. Yo he escogido trabajar en películas que conecten con el espectador, películas en las que el público experimente una transformación. Digamos que la forma en que yo me he involucrado ha sido una responsabilidad social propia, con un discurso específico y con temas que considero de interés para la sociedad.

Como productor, me he dado cuenta de que el cine es una herramienta muy poderosa que puede impactar en el público. Es el caso, por ejemplo, del documental *Tempestad*, que estuvo en Ambulante y logró un cambio importante no sólo en la vida de los personajes, sino también en los logros de la directora, Tatiana Huezo, que fue la primera mujer en ganar un Ariel en la categoría de Mejor Dirección, y fue la primera vez que un documental estuvo nominado a Mejor Película.

Hasta la fecha, se sigue buscando justicia para los personajes, más allá de que la película estuvo en cines comerciales y tuvo presencia en el circuito de festivales y fue nominada en los premios Goya y Emmy.

Es una película que conecta con su público. Nunca pensamos que llegaríamos a competir contra *Coco* o alguna de esas películas con producciones muy grandes. En lo personal, me interesa hacer un tipo de cine que pueda transformar, como *Tempestad* y *El lugar más pequeño*, de Tatiana Huezo, o *Pájaros de Verano*, de Ciro Guerra y Cristina Gallego.

El cine es una herramienta muy poderosa y me interesa trabajar en estos temas y no en aquellos que fomentan el narcotráfico en un país que está hundido por la

violencia, ¿para qué hacerlo aspiracional?, ¿por qué hacer que los jóvenes crean que vale la pena una vida corta pero intensa?

Ahora bien, *Roma*, de Alfonso Cuarón, ha sido parte de grandes cambios en la sociedad mexicana, la discusión que se ha dado sobre el clasismo, la discriminación y la situación de las empleadas del hogar ha influido en el cambio de leyes. El cambio no se debe a la película, pero se aprovechó la oportunidad para poner el tema en la mesa de discusión, con un foco y una atención muy grande.

En ese sentido, considero que el cine es una herramienta de transformación, es importante pensar en el espectador y preguntarnos si experimentó alguna emoción o reflexión después de ver una película, ¿cómo entró?, ¿qué cambió?, ¿qué le dejó?, ¿hubo conexión?, ¿qué sintió? No puedo concebir hacer una película donde un espectador entra a la sala de cine y sale absolutamente igual.

Jessica Rito:

Hola buenas tardes, quiero preguntar a Paulina, desde la perspectiva de *Ambulante*, como festival, y a Nicolás, como productor de películas, ¿de qué manera se enteran del impacto que generan sus proyectos en el público?, ¿consideran que el cine de perspectiva social es entretenimiento?

También quiero preguntar si *Ambulante* tiene un proyecto para apoyar a cineastas nuevos y producir documentales con perspectiva social.

Nicolás Celis:

Lo social no está peleado con el entretenimiento, depende mucho de la visión de cada artista. Quiero mencionar que cuando empecé, hace 14 años, se producían menos de 40 películas al año y ahora son al menos 190, más las series. Es enorme la cantidad de nuevas voces, de nuevos productores y sonidistas. Creo que el trabajo avanza en la dirección correcta, cada año va mejor, hay más salas alternativas, hay más salas en los cines, la gente va más al cine, las películas mexicanas van haciendo más taquilla, hay para todos los gustos. El cine mexicano sigue posicionándose en los festivales internacionales.

Por un lado, creo que el trabajo se ha visto reflejado en mejores contenidos, mejores directores y productores, diría que no está peleada esta parte social con la parte del entretenimiento. Lo importante es plantear qué tipo de cine queremos hacer como país, como sociedad; hay quienes hacen series de narcos y tienen su propia justificación, pero yo he decidido que quiero hacer algo distinto. Tenemos que hacer contenidos en español para que los niños crezcan viendo cine en su idioma. Considero que los que estamos aquí sentados tenemos una posición de poder, cada quien decide cómo usar ese poder.

Sobre el tema del impacto de los proyectos, yo hago una película pensando en lo que puede cambiar, no pienso si estará en festivales internacionales; aunque sí ha sido una coincidencia que las películas en las que estamos involucrados han ido a Venecia o a Cannes, y han ganado en la categoría de Mejor Director. Lo importante es arriesgarse, evitar los lugares comunes, hacer temas que te interese contar; estos son los factores que considero en las decisiones que tomo.

Estamos haciendo películas que no sólo son reconocidas, sino que conectan con la gente, que cambian cosas. En el caso de las comedias, hay una diferencia entre una buena comedia y hacer películas de pastelazo, estas últimas tratan al público como idiota y sólo quieren vender en televisión.

Tenemos que trabajar duro para ofrecer otro tipo de contenido, tenemos una responsabilidad, somos una comunidad muy privilegiada en un país con tantos problemas. En Ambulante hacen un gran trabajo, cada año siguen creciendo para divulgar documentales; el cine documental de hoy ha alcanzado niveles de excelencia.

En la actualidad, tenemos más directores de documental con una trayectoria muy sólida, que compiten con los directores de ficción; Ambulante ha jugado un papel importante al sembrar esa semilla realizando actividades de capacitación, abriendo espacios de exhibición y creando público ahí donde la gente no iba a ver cine documental.

Ahora Netflix empieza a comprar documentales, los suben a sus plataformas, la gente empieza a darse cuenta que hay documentales espectaculares. No es que no existieran antes, sino que no existían los espacios para verlos.

Paulina Suárez:

Quiero comentar los temas que aquí se han abordado: el del entretenimiento y el del documental como mensaje social. Coincido con Nicolás, es una discusión compleja.

Desde el punto de vista de la distribución y exhibición, una película educativa se enmarca en el espacio y el tiempo. Por ejemplo, si muestras *La Tempestad* en una escuela preparatoria, con una guía que acompaña la discusión, se vuelve entonces un documental educativo. Pero a la vez nos interesa que la gente lo vea en su tiempo libre, queremos que su tiempo de esparcimiento sea también para ver cine documental. Y claro que además el documental debe ser programado en el horario del viernes a las 8 de la noche en las salas comerciales importantes. Entonces debemos dar la pelea por los espacios de trabajo y los de esparcimiento, así como por los mejores horarios.

En Ambulante tratamos de ir a otros públicos, es el caso de la Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas, a quienes les llevamos los documentales. Se trata entonces de una experiencia de esparcimiento y de una experiencia educativa, lo importante es armar distintos contextos en los que se vean los documentales.

Y en relación al impacto del cine mexicano, es claro que éste ha tenido una gran presencia en festivales internacionales y ello nos demuestra que en nuestro país hay una comunidad vibrante, activa y vital que está haciendo películas de mucha calidad.

La marca cine mexicano es una marca ya reconocida a nivel internacional. Han sido 10 años de trabajo muy intenso en los que el documental y la ficción tienen grandes productores, editores, sonidistas, cinefotógrafos y autores. A nosotros nos interesa, y te lo juro que no es fácil lograrlo, cómo medir el impacto en públicos, es una pregunta que muchos nos estamos haciendo. Todos tenemos argumentos para decir que nuestro trabajo importa, para convencer a los que nos dan los apoyos económicos.

Debemos definir las herramientas de medición de impacto en el público, las cuales aún no están resueltas. En *Ambulante*, medimos cuánta gente entró a la sala, les preguntamos si piensan que este documental cambió su perspectiva sobre las trabajadoras del hogar; pero a veces creo que esas encuestas generan respuestas aspiracionales, no estoy del todo contenta con las herramientas de medición que tenemos.

La medición del impacto tiene que ser una conversación que integre los diversos aspectos del cine, ahí hay un campo de desarrollo muy interesante relacionado con lo académico, con la sustentabilidad de nuestros proyectos y con la reflexión sobre qué es el público.

Miguel González:

En el cineclub del IEMS proyectamos la película *Roma*, hubo chicos a los que les conmovió y otros que la consideraron difícil de digerir, aunque hablamos con ellos del género, de la clave de lectura y la importancia del tema. En las redes sociales se dio esa misma polémica, hay gente que le gustó y otra que no le gustó, y aquellos que dijeron que no les gustó recibieron comentarios como: ¡no sabes apreciar!

Quiero preguntarles si consideran que sólo es cuestión de gustos o si hace falta trabajar en la formación de públicos, a través de la apreciación cinematográfica, y qué hace *Ambulante* al respecto.

Nicolás Celis:

Cualquier película puede gustar o no gustar. Voy a hablar de mí, me rechazaron en la escuela de cine, pero he trabajado en más de 30 películas, mi única herramienta es mi sensibilidad y decir qué cosas me gustan. Hay películas que no me gustan y quizá ello se debe al estado de ánimo en el que me encontraba en ese momento o a los problemas que estaba viviendo. Yo diría que es totalmente válido que las películas no gusten a todo el mundo.

Roma es una película en blanco y negro, con diálogos en mixteco y subtítulos en español, la protagonista es indígena, los actores son desconocidos, eso independientemente de que te gustó o no, tiene un impacto que va más allá. El cine mexicano es bien recibido en el mundo porque son películas de calidad.

Yalitza Aparicio fue nombrada Embajadora de Buena Voluntad de la UNESCO. Ella fue la primera mujer mexicana indígena en posar para la revista *Vogue*; después apareció en esa revista la corredora rarámuri, María Lorena Ramírez. Son puertas que se van abriendo y eso es importante para nuestra industria. Desde la trinchera del cine vamos empujando y poco a poco llegamos a más públicos; el avance se logra con mejores películas y contenidos.

Hacer una película es casi un milagro, pero lograr que llegue a públicos amplios requiere prácticamente de dos milagros juntos. Es un hecho que a los grandes exhibidores no les interesa proyectar nuestro trabajo. No basta que sean buenas películas, ellos quieren y necesitan, para sus modelos de negocio, que sean un trancazo en la taquilla y en la dulcería, así como en la publicidad. Las películas mexicanas no tienen esas campañas publicitarias que sirven para llenar 2 mil o 3 mil salas cada semana. Mejorar esta situación implica hacer cambios en la legislación.

Ahora nos corresponde trabajar en la capacitación para producir guiones de mucha calidad, las historias son una parte importante de la producción cinematográfica. Podemos hacer lo demás como hemos funcionado hasta ahora, con los fondos y espacios disponibles. Aunque a este paso, vamos a tener más de 200 películas nuevas al año y sólo 100 lograrán estrenarse porque no hay espacios para ello.

Ambulante lleva los documentales a todo el país, y aun así no genera grandes ingresos, su objetivo es difundir más que obtener ganancias. Un plus de Ambulante es que paga una contraprestación, eso resulta casi increíble en el caso de los documentales.

Es importante que nosotros mismos asumamos la responsabilidad de producir cine con mejores contenidos y de generar espacios de exhibición. Si recibimos apoyos públicos, tenemos el compromiso de gastar bien, de hacer obras que conecten con el público mexicano; obtener ganancias y premios es un efecto de la conexión con el público. Esa es la filosofía de los fondos públicos. Finalmente, somos un gremio muy favorecido ya que podemos contar con un apoyo, se nos escucha como industria y tenemos más recursos que muchas otras industrias, entonces nos toca seguir defendiendo y cuidando esta dinámica.

Paulina Suárez:

Me parece muy interesante esta discusión, yo veo las películas que ha producido Pimienta Films y pienso que son películas para todos los tiempos. Si tienes 16 o 17 años y no conectas, te vas a conectar a los 20 o cuando tengas 40, 50, 60 o más; en ese sentido, son películas atemporales. Entonces tenemos que preservarlas y difundirlas como un bien patrimonial. Es similar a la experiencia que vivíamos de niños cuando nos llevaban a las pirámides, no sabíamos bien qué significaban, pero esas visitas iban construyendo nuestra identidad, nos hacen sentir parte de la historia de un país donde hubo civilizaciones importantes, o saberte parte de un movimiento tan importante como el muralismo en los años 20 y 30 en México.

Las marcas identitarias son fundamentales y de mucho orgullo, entonces tenemos que ver el cine como parte de ese patrimonio nacional mexicano, que necesita fondos para su creación, difusión y preservación.

Ambulante fue creciendo con su público, las personas que nos siguen son mayores de 26 años, pero todavía no conocemos ni entendemos a los más jóvenes, no sabemos dónde está su atención, y a veces nos asustan los intereses de ese grupo demográfico.

Las escuelas son un espacio de acercamiento, pero no queremos estigmatizar el documental como exclusivamente una herramienta educativa, queremos generar deseo de otro tipo, es el deseo lo que te impulsa a seguir viendo algo. Nosotros estamos experimentando ahora con Instagram. No sé si ustedes se pregunten dónde está la atención de los jóvenes de 17, 18, y 19 años.

Nicolás Celis:

La producción de contenidos audiovisuales en el mundo es brutal y va a seguir creciendo y multiplicándose a unas dimensiones épicas en los próximos años;

surgen entonces las preguntas: ¿dónde cabe todo ese contenido?, ¿cómo obtener la atención del público? y ¿cómo saber qué es lo que quiere?

La nueva generación tiene muy poca atención para ver contenidos largos, crecen con Instagram, con redes sociales, donde ven materiales de 10 segundos y le cambian. Es difícil conectar con las nuevas generaciones o los nuevos públicos. La publicidad que hay en redes sociales dura 3 segundos. Tenemos el doble objetivo de encontrar la forma de conectar con el público y de mantener contenidos de calidad.

Me da curiosidad hacer algo acelerado desde el guion, con un ritmo muy dinámico y que no pierda la atención del público, pero que no se vuelva contenido basura. Yo todavía no he hecho algo así.

Por lo demás, como mexicanos, nos dio orgullo que *Roma* ganara un Óscar, es similar a lo que sentimos cuando la selección de fútbol llega al Mundial. Hoy, muchas de las buenas noticias de México llegan por el cine.

Miguel González:

Sobre la pregunta de qué les gusta a los jóvenes de 16 y 18 años, a nosotros nos ha funcionado combinar la exhibición de largometrajes y cortometrajes. Ahí están temas como la violencia, el amor, el desamor, la igualdad de género. Les encanta tomar la palabra, discutir estos temas y expresar sus inquietudes; ha sido importante darles la palabra, que ellos expresen sus inquietudes, porque muchas veces no tienen los espacios, no los tienen en casa, entonces no es lo mismo proyectar simplemente una película que hacer preguntas sobre su contenido y que los estudiantes tengan la posibilidad de hablar de sus inquietudes.

Nicolás Celis:

Yo nada más agregaría que es fundamental que los jóvenes tengan un espacio para usar su voz, que se expresen; la voz es más importante que lo técnico.

A mí me interesa hacer lo mejor donde estoy, con lo que puedo apoyo a quien tiene algo que expresar, me importa esa voz que con el tiempo va mejorando en la parte técnica. Digamos que no sirve de nada tener sólo la técnica. Hay que fomentar nuevas voces, que sean escuchadas, que cuiden esa autenticidad que los hace únicos. Considero que, como dices, el cortometraje es el trampolín para salir. A nosotros nos interesa saber qué es lo que nos conecta con los jóvenes y tengo esa curiosidad de saber cómo mantener su atención durante hora y media.

Paulina Suárez:

No estoy segura si será sostenible enfocarnos en la brevedad de los materiales, a partir de la dinámica de las redes sociales, ya que las comunidades de jóvenes y de grandes *offline* las rechazan porque se volvieron plataformas hegemónicas y comerciales.

Este tema cobra importancia ahora con la distribución de *Soles Negros*, de Julien Elie, documental de 2 horas 40 minutos, no sabemos si va a ser un hit en términos

de público, pero, como dices, ese no es el indicador de incidencia, que necesariamente importa.

En Ambulante, no vamos por la masividad, más bien apostamos a la diversidad: de género, de edades y de grupos demográficos. Eso es más importante que el número de personas o de cuerpos ocupando asientos en una sala de cine.

Jessica Rito:

¿Cómo se conectan con sus públicos? y ¿cómo buscan que esos públicos asistan a las funciones de Ambulante, a ver las películas que produce Pimienta Films, por ejemplo?

Nicolás Celis:

Hablaré de otra película que filmé en Estados Unidos y en México, con un director iraní y actores americanos, que trata de los soldados que ingresan al ejército de Estados Unidos; después de pelear y arriesgar sus vidas, a cambio de una visa, finalmente son deportados y acusados de haberse enrolado ilegalmente. Hay muchos mexicanos deportados que están varados en Tijuana y sus familias siguen en Estados Unidos.

Uno de los actores que estaba en Tijuana estudió derecho para poder defenderse, incluso llegó a la premier con uniforme de Marino, mismo que tenía prohibido usar. Afortunadamente, después de eso su caso fue muy comentado y finalmente regresó a Estados Unidos donde ya le están otorgando la ciudadanía americana.

Con el documental de Tatiana Huezo, *Tempestad*, era importante que el público se enterara de que existía esta película mexicana, y nosotros peleamos para abrir espacios, yo me senté a hablar con dueños de cadenas comerciales de cine y con los que llevan cines independientes, para pedirles que vieran y programaran la película, fue una labor de sensibilización.

En lugares de conflicto, tal vez la gente no quiere ver películas como *Hasta los dientes* o *Tempestad*, quieren algo para relajarse el fin de semana, pero eso no significa que quieran ver contenidos “chafas”; en estas zonas más vulnerables del país pueden programarse películas de entretenimiento y de calidad, como el documental *Llévate mis amores*, que también estuvo en Ambulante. La gente salía conmovida, preguntando ¿cómo puedo hacer donativos para apoyar a Las Patronas? En este documental yo participé casi al final, apoyé para terminarlo porque valía la pena. Siento que es importante llevar ese contenido a lugares donde la gente no quiere ver películas de violencia.

Estos proyectos me animan a seguir, me encanta ser mexicano y producir contenido de calidad, trabajar mucho para que las películas lleguen a públicos diversos. Los espectadores son los que pagan, ellos eligen, pero nosotros tenemos que trabajar mucho para que la oferta sea de mejor calidad y que esté en horarios adecuados.

Paulina Suárez:

Sí, es un ecosistema muy complejo. Y dependemos de muchos factores. Para tener la gira de Ambulante, dependemos de que haya productores y productoras que

hagan buenos documentales todos los años. Trabajamos impulsándonos mutuamente.

Cada año, en Ambulante hacemos una lectura fina del material fílmico que creemos va a gustar, de los espacios de exhibición y de los horarios; el eje en el mapeo de la gira es tiempo-espacio-público. Qué película, en dónde, con quién y para quién.

Las películas de niños van a las plazas públicas, otras van a los museos. Al programar, nos hacemos muchas preguntas, por ejemplo, desde el centro de la Ciudad de México, uno se imagina que en Tijuana quieren ver películas sobre la frontera, y resulta que no, ellos viven al lado de la frontera, no necesitan que alguien más les explique qué es la frontera. Siempre estamos en un proceso de aprendizaje que nos ha llevado a construir un modelo que incluye el diálogo con las sedes, para saber qué quiere el público.

En un mismo estado, como Coahuila, el público de Torreón es muy distinto al de Saltillo, y nosotros debemos abordar ese nivel de especificidad, entender las distintas comunidades de atención, de acción, de interés. Estos son los enormes regalos que nos ha dado Ambulante, pero sí debemos trabajar en constante apertura y escucha, así como estar en la mejor disposición de crear una colaboración con los estados.

Miguel González:

Nicolás, ayer comenté con un estudiante que asistiría a esta entrevista, y me dijo que conoce tus películas, se entusiasmó y me pidió hacerte esta pregunta: ¿qué podrías recomendarle a un joven que no tiene muchos recursos para empezar a hacer cine? Le gusta mucho el cine, está en el bachillerato.

Es una pregunta importante, al menos yo no conozco un lugar o sistema que imparta educación audiovisual a los chicos ¿Qué tanto influye eso en que los públicos lleguen a apreciar cierto tipo de cine? La educación audiovisual se les puede dar desde los cimientos ¿Qué debe hacer un joven que no tiene tantos recursos y que quiere empezar a hacer cine?

Nicolás Celis:

Siento que, como todo en la vida, depende de su trabajo, de su compromiso, son cosas que no cuestan y que dependen de uno mismo. No hay una fórmula mágica. Yo tengo 32 años y llevo alrededor de 34 o 35 películas y todas han sido por trabajo; si realmente quiere probar en el cine o en el audiovisual, debe sentarse a escribir, si no sabe escribir, que se lo pida a quien sí sabe, puede grabar con el celular, que haga caso a su curiosidad, que vaya construyendo algo a largo plazo, no todo sale en el primer intento.

Debemos aprender a soportar el fracaso o la derrota, a todos nos ha ido mal, todos hemos tenido rechazos, hasta la fecha me siento rechazado de los fondos de apoyo; de hecho, el año pasado intenté obtener la licenciatura por experiencia en el CCC y volví a tronar. Si alguien quiere hacer algo, que se ponga a grabar, que salga con la cámara, que explore y cada vez lo va a hacer mejor. No es cuestión de recursos, lo que más importa son las historias. Y eso lo consigues mirando hacia adentro.

Un cineasta de la Ciudad de México va a mostrar autobuses o el metro, porque son los detalles que todos conocemos. En cambio, un cineasta de Chihuahua o de Chiapas puede ser poderoso porque nos hace escuchar voces que desconocemos, historias que son muy personales, vemos detalles impresionantes. Eso hará que sobresalgas.

Roma es una película que habla de una época, de un lugar muy preciso en el tiempo, de personajes muy particulares, está llena de detalles, muestra raíces profundas que conectan por debajo de la tierra. Este puede ser un buen referente para los estudiantes.

Los jóvenes pueden contar historias que no se han escuchado, que las cuenten como les dé su entender, esas historias tendrán alma y corazón. Ya después le pones más recursos. Si a Paulina le llega una película hecha con el celular en una comunidad triqui, que parte el alma, ésta puede ser la película de apertura en la gira de *Ambulante*. Es así de fácil, no importa si la hiciste con un celular, es realmente sacar tu voz y que sea auténtica. Yo recomendaría eso a las nuevas generaciones, que no se claven en el cómo, sino en el qué.

Paulina Suárez:

A través del trabajo con voluntarios y con sociedades de alumnos, en *Ambulante* he visto el poder de la organización de muchos espacios independientes de exhibición. Dijimos aquí que el cine es todo un ecosistema, requiere del trabajo colectivo, el principio de organizarse alrededor del cine es muy poderoso. Si no tienes clases de cine en tu prepa o universidad; pues organízate y exígesele a la rectoría; reúnete con el titular de la Secretaría de Cultura de tu estado para pedirle que haya un fondo especializado para el apoyo de jóvenes cineastas. Todo es cuestión de organizarse, escribir la carta y luego llamar 300 veces, o que le llegue la carta por una petición de change.org.

Miguel González:

¿Cómo se ha transformado la visión de *Ambulante* sobre el cine después de trabajar con estos públicos menos favorecidos?

Paulina Suárez:

Ahí hay muchísimas anécdotas y me encantaría que estuvieran aquí mis compañeros para contarlas. Una de las que más nos enorgullecen es quitar estigmas al documental. Proyectamos cortometrajes y largometrajes que abordan muchos temas, no sólo son sobre animales, no son aburridos. Hemos logrado que se vea al documental como algo a lo que quieres pertenecer, como algo que genera un deseo de pertenencia. Para ello, nos han apoyado algunas secciones de *Ambulante*, como *Injerto*, que aborda el documental experimental.

Ambulante es nuestra escuela de formación, y ofrece también esta mirada de diversidad en nuestro país, su paisaje, su gente, su habla, sus expresiones, su cultura oral y su comida, a través de una programación que apuesta por la diversidad en el documental. Hay documentales increíblemente divertidos, y qué decir de la sección sobre música. El documental sobre el grupo Zoé es una de las

experiencias más gratas que yo he tenido de la gira Ambulante, mostrarlo en diversas plazas públicas del país fue un acto de resistencia.

Jessica Rito:

Claro, lo importante es realizar una labor constante para aprender a leer las películas y las imágenes, reflexionar acerca de las películas, que siempre tendrán un mensaje para cada persona.

Paulina Suárez:

Coincido contigo, lo importante es trabajar para que exista el encuentro de tres aspectos: público, espacio, tiempo. La función perfecta, en el momento perfecto, el lugar perfecto, con el público que tiene que estar ahí, eso es mágico.

Gabriel Rodríguez:

Hoy se dio un momento mágico entre los participantes; les agradecemos su presencia, y gracias también por su compromiso y tenacidad para hacer posible el encuentro del cine con el público.