



**"LA MADRE DE LAS
MANIFESTACIONES
VISUALES SIGUE
SIENDO EL CINE"**

**MARCELO HARARI
PROPIETARIO DE CINEMA LA PLATA**

AMANTE DEL CINE POR HERENCIA FAMILIAR, DUEÑO JUNTO A SUS HERMANOS DE LA CADENA DE CINES COMERCIALES MÁS IMPORTANTES DE LA CIUDAD DE LA PLATA, EN CONVERSACIÓN CON LA REVISTA DE LA FACULTAD, MARCELO HARARI NOS CUENTA SU AMOR POR LA CINEMATOGRAFÍA, SUS INICIOS, LA INFLUENCIA TECNOLÓGICA Y SU RELACIÓN FAMILIAR. A LA VEZ RELATA LAS DECISIONES MÁS IMPORTANTES DE GESTIÓN DEL CONSIDERADO SÉPTIMO ARTE CON LOS PROPIOS VAIVENES ECONÓMICOS Y SOCIALES DE AYER Y HOY.

¿Qué significa para usted gestionar una cadena de cines, qué modelos de gestión implementa?

En primer término siento un gran orgullo, pero más allá de eso considero que la vocación ya la tenía desde niño. Me acuerdo cuando mi padre en el año 1965 adquiriera el cine 8 y en 1961 concurría 3 o 4 veces por semana al cine, más que ahora.

Mi papá tenía el cine 8, pero no era su actividad principal, lo había comprado con dos tíos míos y la familia Sambra, pero siempre quiso tener un cine, porque era amante de la música lírica. Era autodidacta.

En aquella época eran 5 cines (Rocha, 8, Astros, San Martín y El Mayo), se daban 2 películas por semana y después lógicamente si cumplían la famosa media, que era la cantidad de concurrencia mínima que debiera tener una película de miércoles a domingo, el lunes se decidía si continuaba o se bajaba de cartel.

Y obviamente los complejos antes eran de una sola sala, es decir que al haber 5 salas de estreno el caudal hacía que una película bajase de una sala a las 2 semanas ya que al no existir toda la cuestión visual que luego dio lugar al video hogareño y demás. Las salas de cruce como el cine Select, Master o el Cervantes captaban la atención del público que no la había visto a un precio inferior y eso generaba una categoría de cine no inferior sino diferente, con lo cual también potenciaba las películas que comenzaban en la semana uno y terminaban en la semana seis. Entonces yo concurría bastante a las salas y siempre tenía un gran vuelco a la cinematografía en todos los aspectos. Entraba a una sala y contaba los espectadores, entonces luego salía y le preguntaba al boleterero cuantos habían entrado, siempre me gustó. Cuando voy de viaje a las capitales, voy a los auditorios no sólo a ver cine, sino teatro y busco bibliografía.

¿Qué impacto tuvo la nueva generación familiar en la gestión de la empresa?

Nosotros en el año 1986 abrimos una casa de videos, había dos nada más en La Plata. El cine era inconcebible que se muera en mi pensamiento, siempre les decía eso a mis amigos, pero también agregaba que iban a permanecer las salas chicas. La industria madre, obviamente en Estados Unidos, siempre tuvo un número de espectadores importante. Las cifras eran bastante impactantes y acá lo que definía ese andarivel eran las crisis coyunturales, la inflación,

“Entraba a una sala y contaba los espectadores, luego salía y le preguntaba al boleterero cuantos habían entrado, siempre me gustó”.

los vaivenes institucionales y la no inversión. Eso provocó que el cine fuera diezmándose y también tenemos que tener en cuenta que había 2 grupos exhibidores a nivel nacional muy importantes por lo que era muy difícil tener el material simultáneo. Para nosotros, era una lucha desigual porque los distribuidores no nos daban todo el material.

En invierno mi padre creo lo que denominó las vacaciones de Disney y como había buena relación y en base a lucha, en esos 20 días de vacaciones de invierno, la cosa levantaba. También lo combinábamos con el cine italiano, ruso o checoslovaco. Por ejemplo: “Trenes rigurosamente vigilados”, “La armada Brancaleone” que también tenían una buena concurrencia de público universitario.

¿Cuáles son los pro y los contra de gestionar una empresa familiar?

Siempre fueron a favor. Nosotros somos tres hermanos donde la administración la compartimos con Fabián con una relación de excelencia. Se va decantando que cada uno tiene funciones sin asignárselas a priori. No existe el ego en nuestra familia. Como dicen los chicos: “No hay que creérsela”.

¿Cómo han impactado los cambios tecnológicos en la manera de ver cine?

Hay una mayor diversidad y amplitud, hay menos costos. En cuanto a la digitalización nosotros hicimos una inversión de magnitud que fue a partir de 2009 con la digitalización de nuestros cines y salas. Fue en medio de la gripe A y nos fue muy bien. En el San Martín 2, recuerdo que estrenamos con Harry Potter, luego dimos paso a digitalizar las 17 salas de la ciudad. Fue tal la aparición de la digitalización y el 3D que provocó que, aún con la gripe A, se trabaje muy bien. No fue fácil ni barato. La calidad es excelente, yo vengo de los 35 milímetros y ese ruidito trae lindos recuerdos. A mi hoy en día ver 35 milímetros no me molesta, pero el público es distinto. El ojo se acostumbra y no puedes volver atrás. Ahora es todo más uniformado.

Internet es un espacio donde se comparten, distribuyen, piratean e intercambian películas, ¿cuál es su lectura al respecto como empresario?

Al principio con la piratería me volvía loco, es competencia desleal, porque lo que genera mantener cines a la calle, es muy diferente. Hay pocos cines a la calle como acá, lo que genera integración con las personas, multiplicidad de las personas para que consuman otras cosas.

Hoy notás algunas ciudades vacías y la periferia con dos o tres multinacionales y la clase media o media alta cree que está en California y se contentan y a mi no me gusta. Yo tengo un complejo de cines en Adrogué, es decir que hablo de adentro y de afuera. Creo que estas decisiones las tienen que sostener las autoridades y no dejar que desaparezcan ni los cines ni los teatros.

¿Qué cuestiones evalúan a la hora de decidir si una película es viable para ser proyectada?

Creo que hay que tener amplitud, mucho respeto por los gustos y para mí tienen que tener cabida el cine arte, el comercial, extranjero y nacional.

Es decir, cuando vos restringís algo en cultura no es positivo. Más con todas las herramientas tecnológicas que hoy existen, sería una estupidez. Lo que hay que hacer es programar con amplitud. Al tener 17 salas es más sencillo. Uno tiene en consideración la obra cinematográfica, se cimienta desde otro espíritu. Abrimos las salas a las 11 de la mañana, en Mar del Plata por ejemplo abren a las 16 horas. La obligación de uno es que los cines estén abiertos la mayor amplitud posible.

¿Qué tipo de inversiones iniciales, tiene que realizar el distribuidor para promocionar la película antes de su salida al mercado?

Antes era muy importante la gráfica, avisos en los diarios y en revistas. Ahora se ha subestimado ese tema por parte de los distribuidores. Se cree que Internet o las redes sociales es todo, pero no es así, al contrario son complementos importantes, pero la madre de las manifestaciones visuales sigue siendo el cine.

La radio y la televisión a la mañana copian al diario, es decir que las redes sociales y los comentarios de estos medios complementan. Entonces las distribuidoras tendrían que hacer más esfuerzos en diarios y las radios.

¿Cómo visualiza el porvenir de la industria?

Creo que es la industria que recibió cahetazos permanentemente. Cuando llegó la TV la gente decía “yo con esta pantallita para que voy a salir”, cuando apareció el video ni hablar, cuando estás en Internet lo mismo. Pero el cine es invaluable porque es un centro de integración. Ir al cine y sentarte a pensar sólo en la película es otra cosa. Entonces vos decís “la pucha” cuando te genera el hábito es enorme y hermoso. Hoy en día todo lo que es sistema de animación, de la confluencia de niños con grandes es muy bueno.

El cine argentino cuando es popular y parte de actores conocidos de TV se da la particularidad de que todo se masifica más. Cuando estrena Suar, Campanella, Carnevale o Szifrón es negocio para todos.

Generalmente la industria del cine mantuvo un eje que es distribuidores, exhibidores, productores y creo que siempre fue esa la cadena. El tema no es lo que nosotros podemos hacer sino el Estado y los Institutos que tiene. Ahí se debería darle más difusión y los Institutos nutrirse de esos realizadores medios. Están también los espacios INCAA o salas de arte muy importantes. Ojo no es tan fácil. ■

“El cine era inconcebible que se muera en mi pensamiento, siempre les decía eso a mis amigos, pero también agregaba que iban a permanecer las salas chicas”.