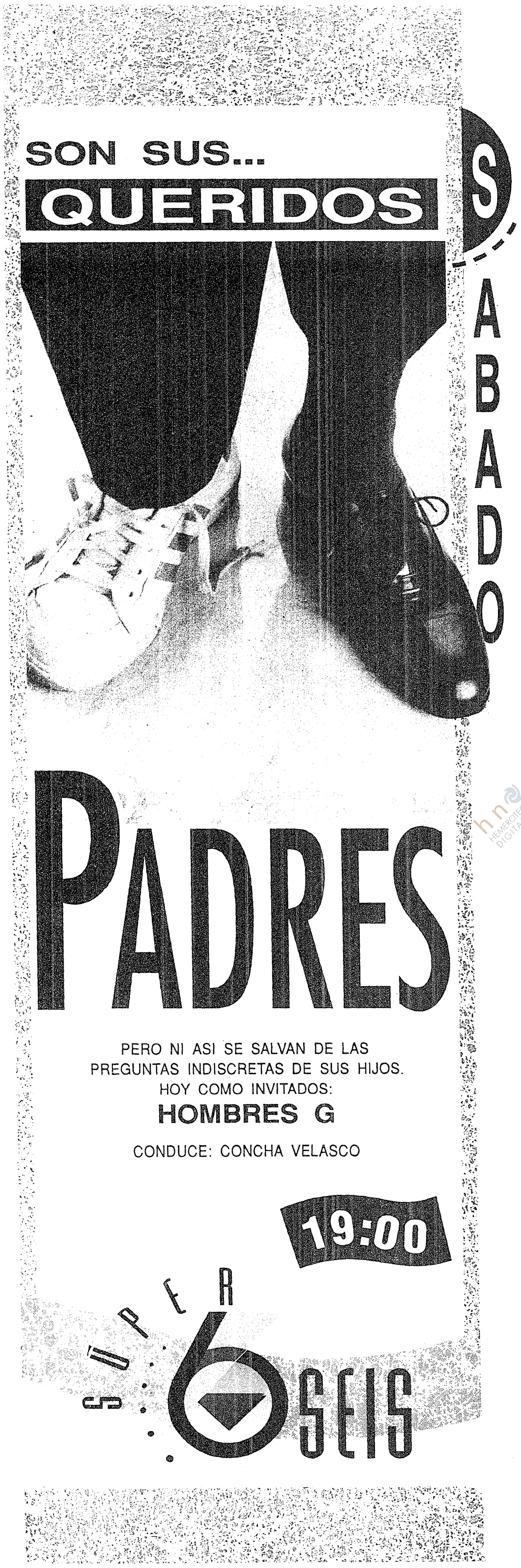

El incansable investigador de la TV sensacionalista

Por Steve Weinstein

Macabros encabezados rompen el aire como disparos de una ametralladora en la reunión diaria del personal de Industry R&D -una compañía investigadora para la TV que busca en las carreteras secundarias de los Estados Unidos, lo brutal, lo bizarro y, ocasionalmente, lo gratificante.

Un hombre que asesinó a sus padres cuando tenía 13 años mata a su esposa e hijos muchos años más tarde. Un transexual infectado con el virus HIV es acusado de intentar matar a otros con el sexo. Se niega la entrada a la universidad a un genio de nueve años. Un hombre que violó y asesinó a su hija de 12 años escapa de la cárcel. Un ex-jugador de futbol atrapa a tres bebés lanzados desde el tercer piso de un edificio en llamas. Un doctor hace una prótesis para un águila calva que perdió su pata en una red de pesca. La insignia de un policía detiene una bala que iba directamente a su corazón. Un hombre concebido en un banco de esperma va en busca de su padre biológico luego de hacer el amor sin saberlo a una mujer también concebida en el mismo banco de esperma, con un depósito del mismo donante.

Tales son los temas con que Tom Colbert, ex-investigador de noticias (para la KCBS-TV de Los Angeles) y director del departamento de noticias de "Hard Copy", construye su sueño en Hollywood. El proporciona pistas noticiosas a los programas de realidad y sensacionalistas de la TV con la esperanza de pronto agregar a su lista de clientes a los productores de películas para la TV.

Industry R&D, que Colbert inauguró en agosto, no hace nada sino "buscar las historias". Trabajando con una larga lista de "fuentes" que incluye a cientos de empleados en los departamentos de policía y bomberos, reporteros de juzgado en los periódicos, editores de noticias de la TV, agencias privadas de detectives y flotillas de video espontáneas -muchos de quienes eventualmente reciben un precio por sus pistas- Colbert y su pequeño equipo de investigadores tratarán de saltar sobre docenas de historias cada día antes de que se conviertan en encabezados.

Sus clientes incluyen "A Current Affair", "America's Most Wanted" y "Rescue 911", todos quienes le pagan cuotas mensuales de suscripción con la esperanza de encontrar buenas historias antes que sus competidores.

Inicialmente, Colbert tuvo la intención de funcionar como servicio de investigación para cualquier productor de programas que hubiera -una especie de Associated Press para video. Pero la competencia entre ellos es tan feroz que Colbert decidió hacer contratos exclusivos con un programa en cada género -tabloide, rescate, policía- a cambio de una más alta tasa de suscripción.

El costo base para suscribirse a su servicio es de $500 al mes, dijo Colbert. Pero si un programa desea exclusividad, debe pagar lo que habría recabado de todos sus rivales.

Jim Milio, productor y director de "Rescue 911" en la CBS, que tiene su propio equipo de investigación de 15 personas, dijo que su programa contrató a Colbert para tener acceso a una mayor variedad de historias al iniciar su cuarta temporada. Agregó que "Rescue 911", que a menudo re-crea los rescates, también busca tomas de videógrafos semiprofesionales y cree que Colbert está conectado con una buena red de estas personas.

"Y ahora que hay una enorme competencia entre estos programas de la realidad, es importante poder llegar a una historia tan rápidamente como sea posible", dijo Milio.

Colbert también trabaja con un productor de televisión alemán y con varias cadenas de televisión que capacitan a agencias de vigilancia de la ley, médicas y de prevención de incendios. Dijo que negocia con cinco compañías productoras de Hollywood para hacer películas para la TV basadas en la vida real. Espera que le paguen suficiente para cubrir sus costos y una "cuota de descubrimiento" adicional por cualquier película que sea producida.

"Los productores de películas de la semana han estado tocando a mi puerta en "Hard Copy" para preguntarme, "¿Cómo me pongo en contacto con esta gente y que más tienes adelante?" ", dijo Colbert. "Me di cuenta de que necesitaba alguien que estudiara todo esto y encontrara los dramas verdaderamente llamativos. Nosotros los recomendamos pero, lo más importante, engrasamos los ejes para los productores presentándolos a las víctimas, los testigos, los policías, y luego, una vez que han sido presentados, nos retiramos y dejamos que ellos hagan sus propias negociaciones".

Para demostrar la clase de material que podría conseguir para las compañías fílmicas, Colbert recientemente envió por fax la sinopsis de una historia que fue encontrada por un reportero de periódico en Houston. Cuatro hermanos adultos, le dijo, decidieron saber que había pasado con su madre, quien desapareció en 1968 cuando eran niños. Mediante trabajo de detective, descubrieron que su madre había sido encontrada muerta en un campo de Houston, fue identificada como Jane Doe y enterrada en una fosa común. Mayores investigaciones determinaron que fue asesinada por el padre de ellos, quien finalmente fue condenado por su crimen el mes pasado.

Junto con la historia, Colbert proveyó a las compañías números telefónicos de los principales participantes. Siguió una guerra de ofertas para los derechos. Longbow Productions, una de las compañías asesoradas por Colbert, ganó y está tratando de vender un contrato fílmico a las cadenas.

Ronnie Clemmer, socio de Longbow Productions, dijo que aunque todas las compañías productoras tienen sus propios contratos y se suscriben a cientos de revistas y periódicos, Colbert es invaluable por el territorio que cubre y el tipo de historias que encuentra y por la velocidad con que disemina su información.

"Nos dijo que pusiéramos un fax en nuestra recámara, porque aun si son las dos de la mañana, nos enviará la historia", dijo Clemmer, quien anticipa finalizar un trato con Industry R&D en un mes. "Es fantástico porque nos da una pequeña ventaja en la furiosa carrera por los derechos que a menudo ocurre en todo el país. Y provee acceso a eventos que ocurren en pueblos más pequeños o en estrechos círculos de la prensa que pueden pasarse por alto. Y debido a que tiene contactos personales con la policía y con las organizaciones de despacho y por las presentaciones que puede ofrecer, uno entra -no exactamente con invitación- como si tuviera relación con la historia, mas que ser sólo un seguidor de ambulancias que corre para converger con esta pobre gente media del país".

Aunque no puede negar que trata principalmente con la ropa sucia y las desgracias de vidas otrora privadas, Colbert niega que sea un sucio vendedor o seguidor de ambulancias. Dice que busca principalmente historias de las que la gente pueda aprender algo -historias con personajes fuertes y mensajes acerca de la justicia.

"Nos divertimos y hacemos algunas historias tabloides que son más deslumbrantes que educativas. Siempre vamos a entrometernos", dijo Colbert. "Pero no hay nadie de menos de 30 años leyendo este tipo de noticias; aquí es donde obtienen su información. Y si podemos encontrar historias que exploren las motivaciones del personaje principal, entonces no es una pérdida de tiempo.

(c) 1992. Steve Weinstein. Distributed by the Los Angeles Times Syndicate. Traducción de Sergio E. Avilés.

Lorena Herrera muestra sus cualidades histriónicas

MEXICO, D.F., (SUN).– Un hecho de la vida real, llevado a la pantalla con toda su crudeza, es el que escenifica Lorena Herrera en el videohome "Cocaína, de un blanco mortal", quien demuestra con ésta que no es sólo un atractivo visual.

El director, guionista y productor, Benjamín Escamilla, presentó en un conocido hotel capitalino, su más reciente video, en el que trabajan, además de Lorena, Héctor Bonilla, Julio Augurio, Michelle Mayer, Víctor Carpinteiro, Gerardo Vigil y Martha Elena Cervantes.

El video trata el tema de los adictos a la cocaína, quienes pueden caer hasta lo más bajo por la necesidad de consumirla.

Susana Prado (Lorena), egresada de la carrera de comunicación, conoce accidentalmente a un empresario radiofónico (Bonilla) que le da su primera oportunidad de trabajar, inciándola también en el consumo de la droga.

Inicialmente, ella lo toma como un juego, pero poco a poco se va convirtiendo en adicta.

Susana echa por la borda su ascendente carrera como productora de programas radiofónicos, e incluso casi rompe la relación con su mejor amiga (Michaelle Mayer), quien le aconseja que se ponga en tratamiento para dejar la adicción.

En este video, Lorena Herrera muestra sus dotes histriónicas.

El trabajo de Bonilla, Julio Augurio y Víctor Carpinteiro es de muy buena manufactura, con el primero en el papel del iniciador descarado y que sólo busca una mujer bonita; el segundo como el amigo que trata de ayudarla, y el tercero como el insensible distribuidor que se enriquece con el daño ajeno.

Benjamín Escamilla logra en esta ocasión un sistema de filmación muy tractivo con tintes en las escenas del consumo de la droga o de la venta de cuerpos, que la hacen verdaderamente atractiva.

También musicaliza su video con una composición de "Los amantes de Lola", quienes aparecen en la cinta dandole realce.

En definitiva, "Cocaína, de un blanco mortal", es un buen videohome que retrata un hecho de la vida real que estremece e indigna.

Pilar Pellicer

MEXICO, D.F., (Excélsior).– La primera actriz Pilar Pellicer declara que para toda la gente que participa en el quehacer cinematográfico nacional, los eventos competitivos son un estímulo de superación del medio y personal. "Es excelente que el fideicomiso de estímulo al cine mexicano, en el que se integran tantas y prestigiadas instituciones oficiales y los trabajadores, haya institucionalizado este concurso anual de largometrajes".

Fue entrevistada al finalizar la fiesta de premiación del certamen del presente año y, en su opinión, fue acertada la calificación y los 6 premios, tres primeros premios para "Solo con tu pareja", de Alfonso Cuarón; "Miroslava", de Alejandro pelayo, y "La invensión de cronos", de Guillermo del Toro y "Tres segundos para Lolo", de Francisco Athie; "Mi querido Tom Mix", de Carlos García Agraz, y "La tarea prohibida" de Jaime Humberto Hermosillo.

"Yo creo que la calidad de todas estas películas es evidente, y me refiero a las 13 que participaron en el concurso, algunas las conozco y otras tuve antecedentes sólo a través de los cortos promocionales que proyectaron en este evento y que descubren su interés por temas, técnicas y actuaciones. Además hay una muy amplia gama de géneros y estilos".

Pilar Pellicer hizo una felicitación pública a los organizadores y ganadores del V Concurso de Cine y agrega que "tuvimos óperas primas, como las obras de Athie, Cuarón, Del Toro, y de realizadores de amplia trayectoria y reconocimiento, como Hermosillo, Pelayo y García Agraz.

"Es importantísimo que estos eventos que tanto estimulan a nuestro cine tengan continuidad, y como ya lo escuchamos, aquí se dio a conocer la convocatoria del VI Concurso, para 1993. Aquí nos vemos el año que entra, en la próxima premiación".

Pilar Pellicer subrayó el hecho de que hubo modificaciones a las bases de la correspondiente convocatoria, lo que permitiría que toda película mexicana, aún las que se han exhibido ya comercialmente, pueda quedar inscrita en esta competencia, como premios por 1,950 millones de pesos y que son un gran respaldo para que los productores recuperen inversiones.