



Sigue viva Frida Kahlo, ahora en la imagen cinematográfica con la gran, pero gran actuación de Ofelia Medina

INVITADA A 21 FESTIVALES INTERNACIONALES

15 millones de pesos ha recaudado *Frida*, de Leduc

■ Protagonizada por Ofelia Medina, la obra ya la han comprado varios países para su exhibición ■ "El que la ve se lleva a *Frida* adentro"

Patricia Vega ■ Más de 50 mil espectadores acudieron a ver la película *Frida, naturaleza viva*, de Paul Leduc, durante su primera semana de exhibición en cuatro cines del Distrito Federal.

Lo anterior significa un ingreso bruto de cerca de 15 millones de pesos, lo cual hace pensar en una especie de renacimiento del cine mexicano de calidad, con éxito comercial.

Pablo Barbachano, quien se ha encargado de la comercialización del filme, proporciona las cifras y argumenta: "No hay nadie más capaz de entender el cine mexicano que los propios mexicanos y cuando una película está bien hecha, como *Frida*, el público responde.

"También se ha dicho que *Frida* es una película poco comercial, fuera de los intereses de un público masivo difícil de entender. Y, ciertamente, no es una película predigerida, fácil, complaciente, pero es un filme del cual los mexicanos podemos sentirnos orgullosos, un filme que nos ha representado dignamente en el extranjero,

y aunque no se entiendan todos los detalles, el que la ve se lleva a *Frida* adentro".

Asimismo, el joven Barbachano hace notar que *Frida* ha roto un récord mundial: "Ha sido invitada a participar en 21 festivales cinematográficos internacionales, lo cual es muy importante, sobre todo si se toma en cuenta que son los comités de preselección de los propios festivales los que eligen los filmes que participarán en ellos. La película ya ha participado en 15 festivales y le falta asistir a seis todavía. Además de los ocho arieles que ganó en nuestro país, *Frida* obtuvo un premio especial del jurado en Berlín, el reconocimiento como el mejor latinoamericano en La Habana y acaba de obtener una medalla de oro en Bondy, Francia".

—Originalmente la película se iba estrenar el seis de marzo, ¿por qué se atrasó el estreno una semana?

—Fue una estrategia premeditada ante el estreno de *Rocky IV*, que sí es una película altamente comercial con la que no

queríamos competir. Así, el público tuvo oportunidad de satisfacer su curiosidad y una semana después entró *Frida*, que si bien no cuenta con el aparato publicitario que ha caracterizado a las secuelas de *Rocky*, es una película que sola se ha hecho publicidad mediante su participación en diversos festivales.

—¿Cuál es el circuito de exhibición que se ha diseñado para *Frida*?

—En la capital el cine Latino es cabeza de circuito, que por cierto es una sala que ya se había perdido para el cine mexicano. En provincia se exhibirá de una manera muy similar a la de aquí: en cines exclusivos, con características muy cercanas a las de las salas de arte, porque pensamos que ese es el público de *Frida*.

"Por lo que toca a su exhibición en el extranjero, ya la han comprado en Holanda, Cuba e Inglaterra y hemos recibido ofertas de Suecia, Alemania, Italia, Uruguay, Venezuela y Colombia. También hemos recibido ofrecimientos por parte de Estados Unidos, pero aún no hemos decidido quién nos va a representar en ese país".

Finalmente, Pablo Barbachano comenta que actualmente la exhibición del cine mexicano de calidad es bastante difícil, ya que con el sismo de septiembre se atrasaron muchos estrenos que estaban programados y se cerraron muchas salas que eran cabezas de circuito del cine nacional. "Eso —agrega— nos impidió estrenar en la fecha programada pero no nos arrepentimos, porque dado el tipo de filme, en este caso la espera ha beneficiado a *Frida*".