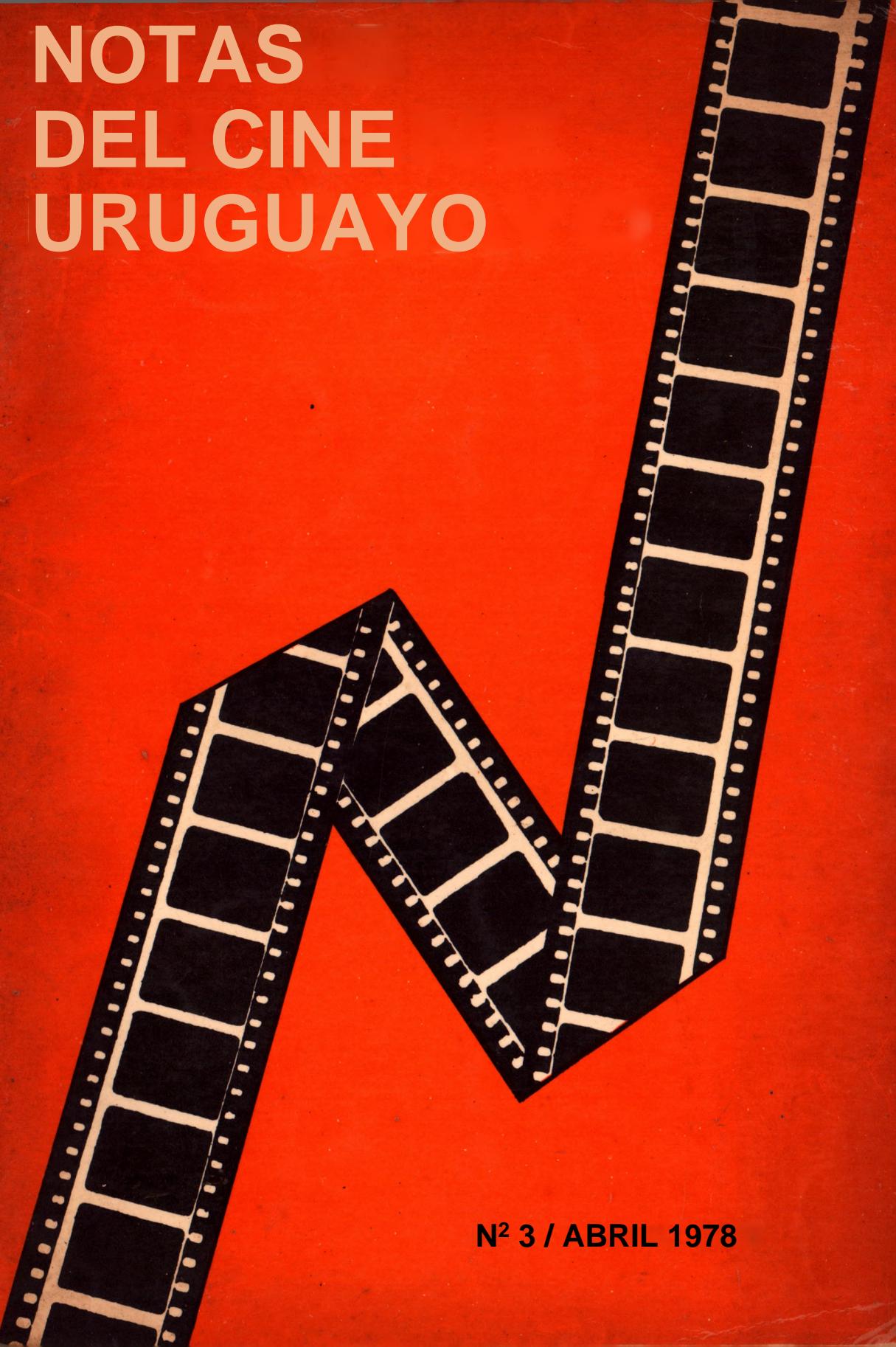
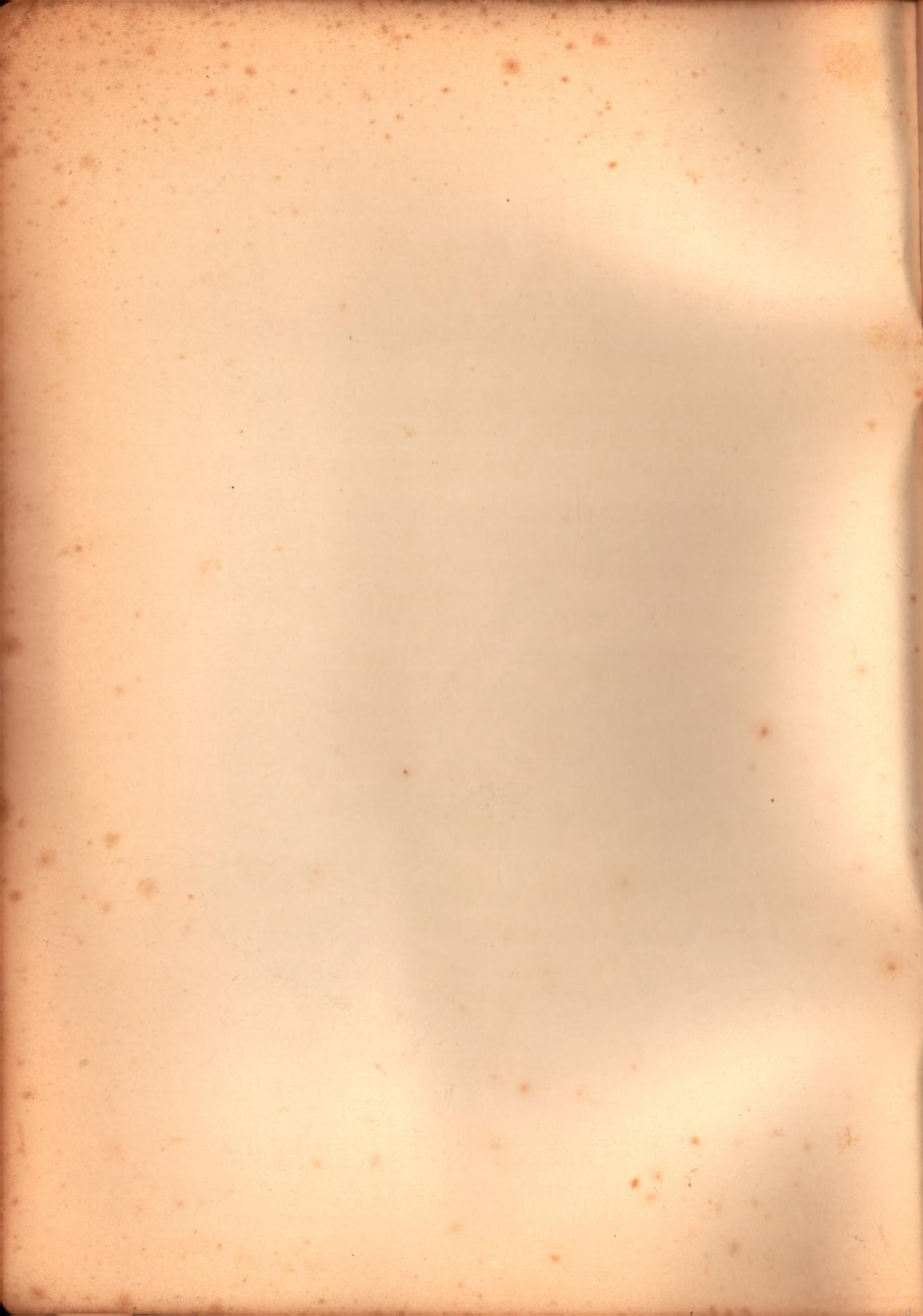


NOTAS DEL CINE URUGUAYO



Nº 3 / ABRIL 1978



NOTAS DE CINE URUGUAYO

N.º 3 ABRIL 1978



'UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA

DIRECCION GENERAL DE EXTENSION UNIVERSITARIA

Departamento de Medios Técnicos de Comunicación

YAYA
OYAUSUAU

BYAT JIRGA GUN

**DEPARTAMENTO
DE MEDIOS TECNICOS DE COMUNICACION**

Director
Sr. ADOLFO FABREGAT

Jefe del Servicio de Comunicaciones
Sr. WALTHER ACOSTA FERRARI

Jefe del Servicio de Fotocinematografía
Sr. H. MARIO RAIMONDO SOUTO

Encargado de Administración
Sr. JUAN E. DOMINGUEZ ARECO

Técnicos,
Sr. CARLOS B. LUZARDO
Sr. EDUARDO LARRAÑAGA
Sr. MIGUEL A. SOBA
Sr. HENRY MULLINS

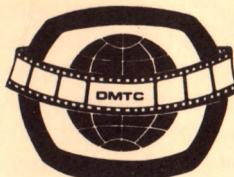
Encargada de Biblioteca y Filmoteca
Sra. MARIA DORA ZUFIRIA MINTEGUI

Ayudante de Servicios Generales
Sra. ELIDA JAUREGUI DE SARTI

«

INDICE

Editorial	1
Actividades del DMTC	2
Noticias de Cine Uruguayo	5
Pasado y Presente del Cine Patrocinado.....	8
Quées Inforfilm	12
NuestroCineVistoporQuienloHace	18
La Ultima Palabra en Cámaras Profesionales.....	20
Novedades de la Industria.....	22
Revista de Libros.....	24
Summary.....	27



NOTAS DEL CINE URUGUAYO es un boletín especializado, editado periódicamente por el Departamento de Asuntos Técnicos de Comunicación, dependencia de la Dirección General de Extensión Universitaria. El material de esta publicación puede ser libremente reproducido, salvo aquellos artículos o ilustraciones que específicamente mencionan su procedencia o copyright. Los trabajos firmados representan sólo la opinión del autor y no la del Departamento. La correspondencia debe ser dirigida al Departamento de Medios Técnicos de Comunicación, Servicio de Fotocinemategría, Casilla de Correo N.º 1191, Montevideo.

THE
GURU

BY JAMES

EDITORIAL

La cinematografía de un país con casi tres millones de habitantes y no más de 200 salas cinematográficas, lógicamente sólo puede aspirar, al menos en su etapa de desarrollo, a la producción de filmes de cortometraje. Hasta ahora, el reducido número de cineastas uruguayos ha dependido en su actividad profesional, de las oportunidades que le ofrece el cine publicitario, el cual, pese a sus limitaciones, permitió la posibilidad de obtener una continuidad en la práctica de este oficio. Pero nuestra sociedad necesita asimismo de otros rubros del cortometraje, como ser el film informativo, educativo, científico, experimental, promocional, industrial, de dibujos animados, etc. Si bien en alguna forma, en estos últimos tiempos, están surgiendo las oportunidades para realizar este tipo de obras en el campo privado o gubernamental, entendemos que es necesario continuar la prédica para fomentar al máximo todas las variantes de este género.

Por eso, siendo uno de los propósitos fundamentales de **NOTAS DEL CINE URUGUAYO** propiciar el desarrollo de nuestra cinematografía en este aspecto, el presente número ha sido dedicado, en parte, a este tema, con artículos que enténdemos serán de interés tanto para los realizadores como para los patrocinadores de este tipo de filmes.

En la sección Revista de Libros hemos incluido también el comentario de aquellas obras que pueden aportar al lector una mayor intimación con aspectos de producción, realización, distribución y temas afines al cortometraje.

Complementando como siempre la faceta formativa, se incluye asimismo información sobre las actividades del Departamento, las novedades de nuestro cine, conjuntamente con artículos técnicos, para que **NOTAS DEL CINE URUGUAYO** cumpla con los cometidos que motivaron su aparición.

*

Prof. Alfonso Llambias de Azevedo

Director General

de Extensión Universitaria

ACTIVIDADES DEL DMTC

Cursos Universitarios sobre Cine, Audiovisuales y Televisión

Desde hace unos meses, la Universidad de la República, en sus planes para desarrollar carreras de corta duración, ha contratado a técnicos extranjeros, los cuales, dentro del marco del convenio con el Banco Internacional de Desarrollo, se encuentran preparando la viabilidad de cursos sobre diversas disciplinas. Uno de estos cursos cubrirá el campo de los medios modernos de comunicación como el cine, los audiovisuales y la televisión, ya que se ha comprobado las necesidades que tendrá en breve plazo la propia Universidad y el país, en contar con material humano debidamente preparado en este campo.

Por estas razones, se encuentra en vías de resolución la concreción de un centro de estudios sobre estas especialidades, el cual incorporaría con el apoyo del BID, toda la infraestructura necesaria para preparar a un nivel universitario realizadores y técnicos de distintos medios de comunicación masiva como el cine, los audiovisuales y la televisión. Es este un paso importante en un aspecto hasta ahora no bien atendido en nuestro país, para desarrollar adecuadamente a través de la tecnología moderna, los mecanismos que permitan una mejora en la preparación y difusión de estos vehículos vitales para el desarrollo de nuestra cultura.

Nuevos libros para la Biblioteca del DMTC

Poco a poco se siguen incorporando nuevos librostécnicos a la biblioteca del DMTC, que son el resultado de compras realizadas en plaza y en el extranjero sobre múltiples temas vinculados con la fotografía, cinematografía, sonido, audiovisuales, televisión, videograbación, etc. Ahora, como resultado de un convenio realizado por el DMTC y el Departamento de Extensión Cultural, también serán incorporados en breve, para su conservación y préstamo, diversas obras recientemente adquiridas relacionadas con el teatro, con temas como: actuación, escenografía, iluminación, arte escénico, producción, etc.

Esta centralización del material bibliográfico, intenta canalizar toda la información destinada a cubrir los requerimientos de los estudiantes de teatro, de los cineastas locales y de los futuros alumnos del programado centro de estudios de medios de comunicación masiva.



El DMTC se incorporó a Inforfilm

Luego de la tramitación correspondiente, la Universidad de la República a través del DMTC se incorporó a INFORFILM (Asociación Internacional de Distribuidores de Filmes Informativos) en carácter de miembro provisional, por decisión unánime de los miembros de esta organización.

El ingreso a esta prestigiosa Asociación permitirá a la Universidad y al país ir recibiendo numerosas películas técnicas e informativas que enriquecerán la filmoteca del Departamento y estarán disponibles para préstamo a dependencias de la Universidad, centros docentes y diverso tipo de instituciones públicas o privadas. Aceptando la invitación de Inforfilm para asistir a su Asamblea General, el Departamento ha delegado en el Sr. Mario Raimondo su representación y la realización de los contactos y negociaciones iniciales.



Catálogos de filmoteca

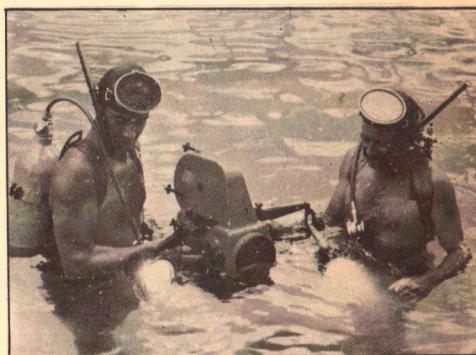
Está disponible para los usuarios de la filmoteca del DMTC el último catálogo de películas con el detalle de todos los filmes que tiene el Departamento para su préstamo. El mismo puede ser retirado personalmente o solicitado por carta.

Experiencias en cinematografía submarina

En este pasado verano, el DMTC realizó diversas experiencias de cinematografía submarina en las aguas atlánticas de Punta Ballena y Punta del Este. Allí nuestro técnico Walter Acosta, que se está especializando en esta actividad, asistido por Carlos Luzardo y con el valioso apoyo de Juan Weiss, instructor de actividades submarinas hizo diferentes pruebas con equipo de buceo y filmación submarina a fin de analizar las condiciones de estas aguas.

Las pruebas consistieron en un estudio de transparencia, coloración, y condiciones de luz a distintas profundidades.

Estas pruebas realizadas en distintos lugares de la costa, son el primer paso de una serie de estudios concebidos para aplicar en una forma más intensa la cinematografía submarina a los planes de producción del Departamento (caso del filme a ser realizado «Proteínas para el Mundo») y cubrir las necesidades de ciertas facultades, como las de Veterinaria y Humanidades.



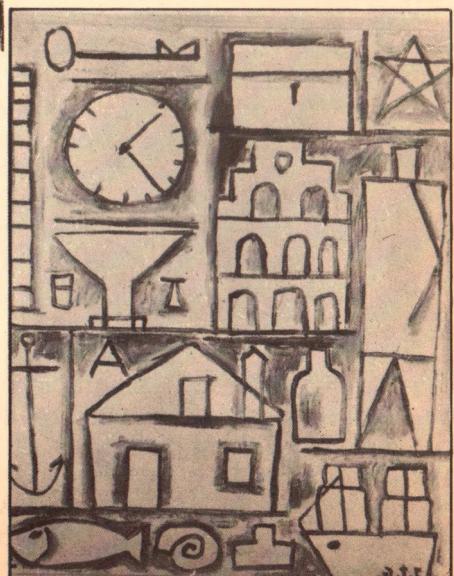
Con la cámara submarina y el equipo de iluminación, al empezar la serie de pruebas a distintas profundidades, en aguas de Punta Ballena.

OTRAS ACTIVIDADES DEL DMTC

Continuando con el plan de producción encarado el pasado año y cumpliendo con lo programado para el presente, el DMTC se encuentra abocado a completar diversas etapas en la realización de varios filmes. Es así, que luego de haberse filmado enteramente el documental «Joaquín Torres García, su vida y su obra», se trabaja actualmente en los rubros de sonorización, y procesado. La película «Cooperativa de Viviendas» realizada en 1975 ha sido reformada para ponerla al día y adecuarla a las normas y mecanismos hoy día vigentes. Para ello se han preparado nuevos diagramas explicativos y se han rodado varias tomas en el ámbito del Banco Hipotecario del Uruguay. Finalmente se hallan adelantados los trabajos de producción de la primer película del plan de 1978 «Así somos», para pronto iniciar su rodaje. A esta actividad se han complementado las diversas tareas de apoyo a la gestión de las dependencias de la Dirección General de Extensión Universitaria.



Una escena del film: «Cooperativa de Viviendas» que ilustra el proceso organizativo de este tipo de instituciones.



Los principales cuadros de Torres García están presentes en el documental del DMTC: «Joaquín Torres García, su vida y su obra».

Interesante novedad bibliográfica

En el primer número de este Boletín, comentamos el éxito mundial que tuvo el libro sobre técnica cinematográfica de Daniel Arijón, «Grammar of the Film Language», que desde hace un tiempo fue adoptado como texto básico en universidades e institutos de enseñanza del cine en todo el mundo. Ahora hemos sido informados que este libro en breve será editado en japonés por la editorial Kinokuniya de Tokio, al ser seleccionado como el más adecuado para cubrir los cursos de cinematografía de las universidades de ese lejano país. Se trata de un hecho insólito en nuestro medio de que un autor uruguayo haya sido distinguido con esta particular distinción. Nuevamente felicitamos a Arijón por su aporte a la tecnología del cine.

Nuevas instalaciones de Cinemateca Uruguaya

Se encuentran próximas a su culminación las obras del «ComplejoCinemateca». Se trata de la nueva sede de esta institución cultural que comprenderá de una sala de amplia capacidad, un microcine auxiliar y distintas facilidades para alojar biblioteca, museo del cine y los ambientes que demandara' la Escuela de Cine de esta institución.

Pese a que el Jfipal ya estaba construido desde hace unos años, ya que allí funcionó un auditorio radial, los directivos de Cinemateca se preocuparon para que en esta reforma el complejo edilicio adquiriera una moderna fisonomía, acorde con las actividades de esta institución. Con esta nueva sala se logrará el lanzamiento de estrenos de la cadena de cines de arte y ensayo que esta institución ha ido creando.

Dos cortometrajes sobre el mar

Con la presencia de altas autoridades nacionales se realizó en la sala del cine Metro el pre-estreno de dos filmes documentales de unos 12 minutos de duración cada uno. El primero de los mismos ilustraba la labor que cumple el ILPE (Instituto Lobero y Pesquero del Estado), organismo gubernamental dedicado a la explotación de la riqueza itícola y la obtención y tratamiento de las pieles de lobos marinos cuya calidad es apreciada mundialmente.

La segunda película trata de la llegada al Puerto de Montevideo del nuevo super-petrolero «R.O.U. Juan Antonio Lavalleja» recientemente adquirido por la Armada a Noruega.

Ambos filmes cumplen con una finalidad didáctica, que desde hace un tiempo se han abocado la Armada y la Dirección Nacional de Relaciones Públicas. Estos dos cortometrajes causaron muy buena despliegue el equipo de realización. Los realizados por el conocido cineasta Raúl Solá y Ricardo Homero Curbelo. Ambos mancolor, procesados en Roca y Cía y



Raúl Solá filmando el cortometraje sobre la llegada a nuestro país del nuevo super-petrolero adquirido recientemente por la Armada.

impresión por la solvencia técnica que citados cortometrajes fueron guionados Raúl Solé. La fotografía es también de 3 filmes fueron rodados en 35 mm eastmancolor, procesados en Estudios Sondor.

Otro filme sobre ILPE

A cargo de la empresa Penta Producciones Cinematográficas, se realizó un nuevo filme sobre ILPE en el que se muestra diversos aspectos de las distintas tareas que desarrolla este organismo estatal cuyo fin es la explotación de la riqueza itícola de nuestro país. Este filme que dura cerca de ocho minutos fue realizado en 35 mm eastmancolor, contó con la dirección de Luis Merlo, que debutó en el ámbito profesional con este cortometraje.

La película detalla paso a paso las actividades del ILPE, pero además se pueden apreciar buenas tomas de los balnearios del Este, en donde se encuentran algunos de los terminales pesqueros más importantes del país. Con esta película ILPE continúa con su serie de filmes informativos didácticos para que del país y ademas apreciada en otros mercado exportador.



Un momento en el rodaje del filme de Luis Merlo, sobre la industrialización del pescado en las instalaciones de IL.P.E.

su labor sea conocida por la población países a fin de seguir expandiendo su

Mini-documental sobre Uruguay

Con motivo de la celebración del Congreso Anual de la Organización de la Televisión Hispano Americana en Montevideo, la Dirección Nacional de Relaciones Públicas produjo un breve film sobre Uruguay. El mismo fue realizado por la empresa Tecnocine, es de corte turístico-informativo y fue filmado en 35 mm color, con una duración de 4.1/2 minutos. De esta versión de 35 mm se realizaron reducciones a 16 mm color, las cuales fueron obsequiadas a cada uno de los congresales intervenientes en este Congreso de OTI. Este corto fue asimismo proyectado en el conocido programa de televisión hispánico 300 millones que es retransmitido por la Televisión Española a toda América.

La realización y fotografía de este cortometraje corresponden a Roberto Gardiol y el guión a Henrio Martínez. El Laboratorio Roca y Cía. tuvo a su cargo todo el procesado salvo el tiraje de las reducciones que se realizó en Brasil.



Una escena del documental sobre Uruguay realizado por Tecnocine para el Congreso de OTI.

Nueva sede de Cine Club del Uruguay

Después de un período de dificultades, ocasionadas por la expropiación sufrida en su vieja sede de Rincón 567, Cine Club del Uruguay ha vuelto a instalarse con sede propia, ahora en Charrúa 1810, casi Gaboto, a 3 cuadras de 18 de Julio. Allí se está trabajando en la puesta en orden de los materiales dispersos en un par de mudanzas previas, reubicando la biblioteca, la fototeca, el archivo de críticas, etc., mientras se prepara la inclusión de una pequeña sala de cine para 130 espectadores.

Si bien la expropiación ha motivado que Cine Club del Uruguay disminuyera el ritmo de sus actividades, las mismas se han mantenido más en lo cultural que en lo social, con exhibiciones en el Instituto Italiano de Cultura (el ya clásico Festival de audiovisuales; la Muestra de cine en Super 8); así como funciones en la Alliance Franpaise, el Cine Pocitos y la Alianza Uruguay-E.E.U.U. Se espera, que una vez haya progresado la reinstalación en Charrúa 1810 y se lleven a término gestiones para exhibiciones en otras salas, vuelva a actuar intensamente esta institución con 30 años dedicados a la cultura fílmica.

Nuevas autoridades en Cine Universitario

En el pasado mes de febrero se renovaron las autoridades de Cine Universitario del Uruguay. Esta institución de vieja trayectoria en la cultura cinematográfica de nuestro país, ha encarado con el nuevo plantel de directivos, diversos planes que tienen que ver con la exhibición en su microcine de ciclos especiales sobre directores o famosos filmes, publicaciones, conferencias así como la expansión de su biblioteca y filmoteca. Loéactuales directivos son: Daniel Arijón, Saúl Descoi'ns y H. Mario Raimondo Souto, directores ejecutivos; Esc. José A. Gasaman, tesorero; Liliana L. Arhancet, Mabel A. Barón, Dra. Ruth Dubini, Eduardo Espina, Leonel Palmas, y Dra. Juana M. Toscanini, vocales.

PASADO Y PRESENTE DEL CINE PATROCINADO

por H. Mario Raimondo Souto

El cine patrocinado es uno de los pilares básicos en que se apoyan a nivel mundial las empresas especializadas en la producción de cortometrajes. En este artículo se traza un panorama sobre los antecedentes del patrocinio en el género documental y las perspectivas que hoy día ofrecen este tipo de filmes.

Dentro de los múltiples campos en los cuales se ha desarrollado el cine de cortometraje, existe un rubro que ha tenido una notable evolución en las últimas décadas y pese a ello no ha sido debidamente evaluado en la industria. Se trata del cine patrocinado. Se define así a todas aquellas obras filmicas originadas por el gobierno, la industria, organizaciones cívicas, religiosas, culturales o de carácter internacional cuya misión es informar, educar, documentar, promocionar, influyendo en lamente de las audiencias para lograr un determinado tipo de conducta.

Un ilustre antecedente

La historia del cine patrocinado es tan vieja como la historia del cine documental, pues ya desde los albores de éste género que aportó tantos clásicos al Séptimo Arte, surgen los antecedentes del patrocinio. Echemos un rápido vistazo al pasado para apreciar como fué financiada la primer película documental que marcó un jalón en la historia del cine.

En 1920, un explorador de 36 años, especializado en mineralogía y cineasta por afición, tuvo un providencial encuentro en un cocktail party realizado en la ciudad de Nueva York, que cambió su futuro y definió su vocación. Este mineralólogo había filmado en el último de sus viajes por el norte de Canadá, en las heladas tierras de Baffin y las Islas Belcher, los atractivos de un paisaje inusual y las extrañas gentes que allí vivían. Pero un accidente ocurrido durante la compaginación del filme, derivó en el incendio y pérdida total de los negativos de dicha obra. De todo el esfuerzo realizado durante tantos meses en esas desoladas

regiones, sólo quedó un copión (imposible de duplicar en ese entonces) que servía únicamente para mostrarlo a unos pocos interesados. No encontró interés en los productores de Hollywood, no disponía de recursos para volver a efectuar el viaje por su cuenta y tenía plena fe en las posibilidades del tema.

En esa reunión, el joven mineralólogo, que se llamaba Robert J. Flaherty, encontró la atención del capitán Thierry Mallette Revillón Frères, la conocida empresa peletera, quien cautivado por los relatos del cineasta decidió apoyarlo económicamente para que pudiese reemprender la aventura fallida. De esa forma, un comerciante totalmente ajeno a la cinematografía, pero sensible al espíritu que emanaba de un tema en alguna forme, cercano a su actividad, realizó la primera incursión en el campo del cine institucional. Y así surgió el famoso filme «NANOOK OF THE NORTH» (Nanuk, el esquimal) 1920-22, que fué un clásico del cine documental y la primera obra de

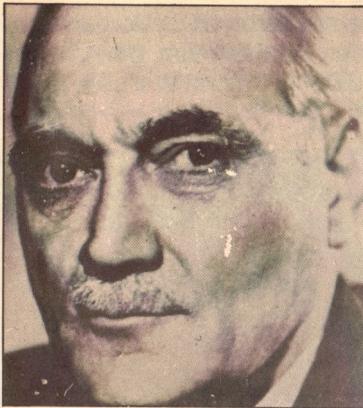


En las heladas tierras del polo norte, Flaherty filmó con una cámara Akely, la vida y costumbres de los pueblos esquimales, gracias al patrocinio brindado por la firma Revillon Frères

un realizador considerado como el padre indiscutido de este género.

El Documental inglés

Cuando se habla de cine documental, para aquellos que gustan y han visto mucho este tipo de obras, surge de inmediato el recuerdo de los grandes filmes que por muchos años mostró al mundo la escuela documental inglesa. Este grupo de producción, nacido en los años 30 fue un ejemplo de funcionalidad, sobriedad de exposición y selección de temas de alto valor informativo, humano y social. Y su infatigable impulsión, el brillante escocés John Grierson, encontró en el Estado y en la actividad privada los recursos necesarios para que



John Grierson, padre del cine documental Inglés y activo impulsor de este género en todo el mundo.

las obras por él producidas pudieran salir a luz como el mejor ejemplo de lo que debe ser el patrocinio institucional destinado a una buena causa. Por este camino Basil Wright pudo llevar a cabo su famosa SONG OF CEYLON (La Canción de Ceylan) 1934-35; financiada por la Ceylon Tea Propaganda Board; Edgard Anstey y Arthur Elton realizaron HOUSING PROBLEMS (Problemas Habitacionales) 1935, para la British Commercial Gas Association o ENOUGH TO EAT (Suficiente para Comer) 1936, que Anstey hizo para la Gas, Light & Coke Co.

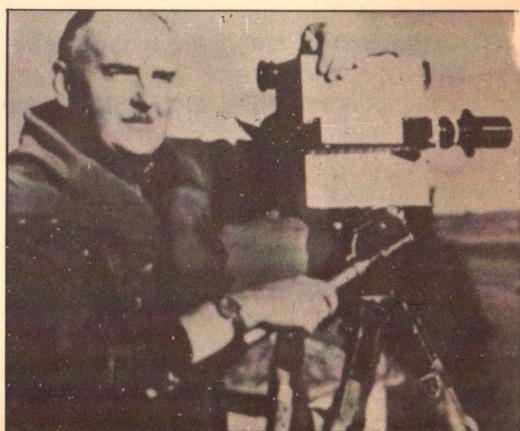
Por otro lado, cineastas independientes, fuera del regazo de Grierson, como el después célebre realizador e historiador del cine, Paul Rotha, encontraron en la indus-



Basil Wright, mano derecha de John Grierson en las unidades filmicas del E.M.B. y G.P.O.

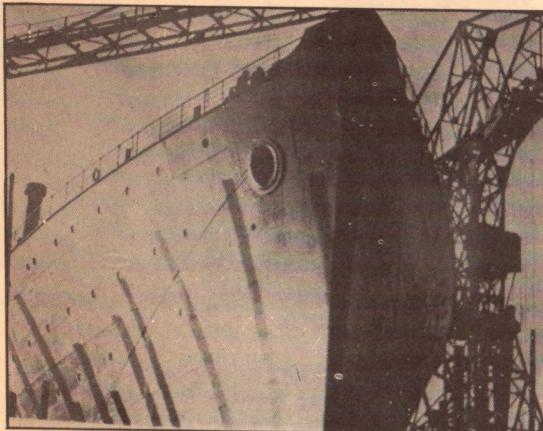
tria privada el apoyo financiero que necesitaban para tocar temas de real interés. Así surgió primero CONTACT (Contacto) 1932-33, financiada por la Imperial Airways Limited, que le permitió probar sus conceptos plásticos de encuadre y montaje, y luego desarrollar su oficio y estilo particular en obras de mayor nivel social como SHIPYARD (Astillero) 1934-35 financiada por Orient Shipping Line, y THE FACE OF BRITAIN (El rostro de Inglaterra) 1934-35 para GBI - Central Electricity Board, en donde mostraba el desarrollo de la electrificación rural.

A partir de esa década, el cine documental inglés tuvo un auge extraordinario y organizaciones estatales creadas específica-



Paul Rotha, célebre realizador de cine documental inglés y autor de importantes libros sobre este género.

mente para producir este tipo de filmes, como primero, el Empire Marketing Board Film Unit y más tarde el General Post Office FilmUnit, seguidas por el Crown Film Unit, el Colonial Film Unit y la British Transport



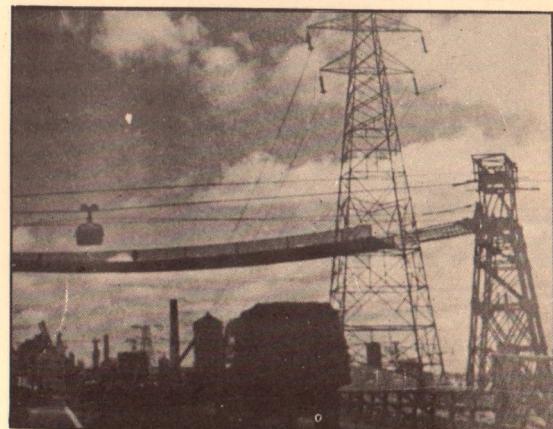
SHIPYARD (Astillero) 1934-35, película financiada por la Orient Shplpling Une y realizada por Paul Rotha.

Films, compitieron en la excelencia de sus filmes con organizaciones privadas de alto nivel como Shell Film Unit, Petroleum Film Bureau o con pequeñas empresas formadas por los propios cineastas como Realist Film Unit o Strand Films. De todos estos grupos de producción salió una pléyade de prestigiosos documentalistas como: Harry Watt, Humphrey Jennings, Alberto Cavalcanti, Stuart Legg, John Taylor, Ralph Eaton, Evelyn Spice, J. B. Holmes o Pat Jackson, quienes junto con los ya citados formaron la avanzada inglesa en este especial tipo de filmes. Y las obras de estos cineastas aún hoy día se estudian en escuelas e institutos de enseñanza de la cinematografía por la funcionabilidad social de su tema y las excelencias de su concepción.

Evolución del filme patrocinado

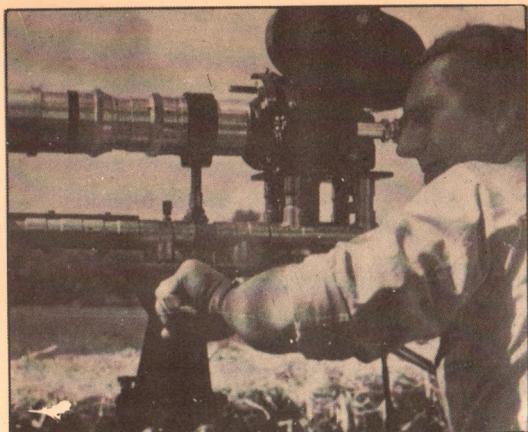
De igual forma que en Inglaterra, el concepto del patrocinio fue surgiendo asimismo en otros países, y así Joris Ivens pudo hacer algunos de sus famosos filmes en Holanda como WIJ BOUWEN (Estamos construyendo) 1929/30 para el Sindicato de Constructores Holandeses, PHILIPS - RADIO (Sinfonía Industrial) 1931 para la

Philips de Eindhoven; CREOSOOT (Creosota) 1931 para el Comité do Fabricantes de Creosta y años más tarde OIL FOR ALDAIN'S LAMP para la Shell Oil Co. En Bélgica muchas industrias así como museos, universidades o instituciones privadas o estatales encargaron numerosos cortometrajes a realizadores de prestigio como Henri Storck, Ernest Genval, Charles Dekeukeleire, Lamed de Braz y muchos otros. En mayor o en menor grado, en otras naciones europeas, décadas después, surgieron movimientos de cine documental apoyados en la financiación por parte de patrocinadores de diverso origen que permitieron a muchos realizadores noveles iniciarse y lograr prestigio en este campo. Por este camino empezaron Cari y Jorgen Roos en Dinamarca, Charles Van der Linden, Gerard J. Raucamp, Ted de Witt y los famosos Haanstra y Van der Horst en Holanda.



«THE FACE OF THE BRITAIN» otro destacado film de Paul Rotha.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el concepto de «sponsored film» tuvo una clara definición en los Estados Unidos en relación con otros géneros de cortometraje. Comovimos, fue allí donde empezó el concepto del patrocinio en el género del documental. Y fué allí también donde la obra postuma de Robert Fальherty, LOUISIANA STORY, 1949, pudo también ser hecha gracias al apoyo de una empresa privada (Standard Oil Co.). En una nación de tal magnitud industrial era inevitable que este rubro de la cinematografía tuviese un incremento considerable, como consecuencia



Hermann Van der Horst, uno de los más célebres documentalistas holandeses de post-guerra.

de una evolución en conceptos de venta, de imagen institucional y de relaciones públicas. El paulatino crecimiento de las filmotecas, la producción masiva de proyectores destinados al uso comunitario y la multiplicación incesante de empresas de todo tipo, que aparejó una intensa competencia industrial, fueron factores que aceleraron el proceso de desarrollo de este tipo de cortometraje. A lo largo de tres décadas, en este país solamente, el número de filmes patrocinados pasó de unos pocos cientos a cerca de 10.000 por año. Para 1978, de

acuerdo a las predicciones del boletín de Motion Picture Laboratories de USA, se espera en ese país un aumento de la producción del 10% sobre las cifras del año anterior. Como lo expresaba un escritor-director de cortometrajes de Nueva York; «al principio no podía comprender de donde venía tanto trabajo, pero ahora creo que, es parcialmente porque los espacios de la TV han sido todos vendidos para este año. Más y más compañías están volviendo hacia otras formas de comunicación, particularmente aquellas con nuevos productos para introducir.

Y afortunadamente muchas de ellas se han volcado hacia la cinematografía».

Si bien estas favorables condiciones no se dan en todas partes del mundo, porque dependen de múltiples problemas regionales y económicos, las perspectivas que tiene el cine patrocinado son cada vez más positivas para los intereses de los propios patrocinadores, de las empresas y cineastas que realizan este tipo de filmes y también para el destinatario de este tipo de material, el cual debido a la alta competencia que está surgiendo en este campo se beneficiará al disponer gratuitamente de filmes de un mayor nivel y con un más amplio espectro de temas para elegir.



Bert Haanstra otro famoso documentalista holandés que ha realizado varias obras maestras en este género.

QUE ES INFORFILM

por H. Mario Raimondo Souto

Recientemente, nuestro Departamento se incorporó como nuevo miembro sudamericano, a la Asociación Internacional de Distribuidores de Filmes Informativos (Inforfilm). Es de sumo interés para todo cineasta, productor u originador de películas de cortometraje, conocer cómo una organización internacional permite el acceso de filmes patrocinados a las audiencias más apropiadas de todas partes del mundo. En este nota se ilustra cómo surgió esta prestigiosa asociación, quién la forma y el mecanismo de distribución que utiliza.

Desde hace muchos años, cuando se produjeron las primeras manifestaciones del cine patrocinado, uno de los problemas que encararon los productores de este tipo de obras, fué la forma cómo estas películas podían llegar al público al que estaba destinado. En el anterior artículo ya vimos cómo en Inglaterra, al surgir una importante corriente de producción de cortometrajes, El Estado y la industria privada fueron los propulsores de este género denominado entonces como documental. En esa oportunidad los centros de producción de este tipo de filmes se vieron enfrentados a las complejidades de la exhibición de estas obras en las salas comerciales, cuando el tema, por sus características, no agradaba al exhibidor. Fue entonces cuando John Grierson, una noche anunció a sus colaboradores que «existen más asientos fuera de

los cines que dentro de ellos». Se refería a las sillas, gradas y bancos de las comunas, clubes, iglesias, escuelas y cualquier otro lugardonde se reúnen los ciudadanos para actividades de interés mutuo. Y la defensa contra las trabas de una distribución comercial fue la formación de filmotecas que gratuitamente facilitaban estos filmes a su público.

La Segunda Guerra Mundial motivó un desarrollo extraordinario del formato de 16 mm en el campo de la distribución de filmes de cortometraje. Millones fueron los metros procesados para el tiraje de copias de una infinidad de películas de entrenamiento, información y propaganda bélica, que grandes países como Inglaterra y Estados Unidos produjeron en esos años cruciales. Y este formato, hasta ese entonces conocido como subestandard, mostró su valía por lo funcional y económico, para la

exhibición de filmes en circuitos no comerciales. A pocos meses de haber concluido la guerra había sólo en los Estados Unidos mas de 500 filmotecas. Dos años después la cifra ascendió a 900 y para 1951 las filmotecas solamente en ese país superaban las 2000. El género del cortometraje había encontrado pues sus propias vías para llegar su público específico.

Si bien los mecanismos de distribución para este tipo de obras se estaban estructurando debidamente en los países grandes, faltaba sin embargo una coordinación entre las filmotecas de muchas naciones, como sí existía, entre las distribuidoras del cine comercial de largometraje. Y poY eso nació Inforfilm.

Todo empezó en Bélgica, país en el cual el cine industrial tenía una vieja tradición. Allí, Sofedi, una firma especializada en la producción de cortometrajes de distinto tipo en el formato de 16 mm, se enfrentó con el problema de distribuir en el extranjero los filmes que realizaban para sus clientes. Sofedi tenía al frente a Magnel destacado realizador de post-guerra y Jan Botermans, crítico de cine, ex miembro de la Cinemateca Belga y también director de prestigio de muchos filmes industriales.

En la búsqueda de soluciones surgieron contactos iniciales con distribuidoras suizas, inglesas y holandesas. La idea se fué

definiendo y el 8 de mayo de 1961, en la ciudad de La Haya se fundó Inforfilm con los siguientes miembros:

Modern Talking Picture Service Inc, de EE UU
Schmalfilm Zentrale, de Suiza,
Sofedi-Films, de Bélgica,
Sound Services Ltd., de Gran Bretaña, y
Stichting Technisch Firm Centrum de Holanda

Hoy día Inforfilm cuenta con 24 miembros definitivos y 2 miembros provisionales que cubren cinco continentes, 28 países y una audiencia cercana a los 800 millones de personas. En 1975 las estadísticas de esta Asociación indicaban que sus miembros habían realizado ese año 4.200.000 exhibiciones a una audiencia que superaba los 210 millones de espectadores.

El mecanismo de Inforfilm básicamente es la creación de un circuito de distribución en el cual los miembros que lo componen están cuidadosamente seleccionados por su seriedad, eficiencia, penetración en sus respectivas áreas y una perfecta coordinación de tarifas y servicios. De esta forma, el patrocinador de una película específica, puede, al acceder a Inforfilm, saber con qué audiencia puede contar en determinado país, cual sería el promedio de las exhibiciones de sus títulos, en qué idiomas deberá proporcionar las copias, cómo se-





rán publicitadas sus películas en los catálogos de las distribuidoras, cuáles serán las tarifas del servicio de préstamo y en qué forma será preservado su material. El logro de un servivlo Internacional de estas características representó la concreción de un Ideal acariciado muchas veces por innumerables productores y patrocinadores de este tipo de obras, a lo largo de muchos años, y que parecía algo Imposible de llevara la realidad.

Los miembros de Inforfilm son empresas privadas especializadas en este campo, organismos estatales, y ahora como en nuestro caso, centros docentes. Todos los países tienen un solo miembro, salvo Francia que posee dos.

La mayoría de los miembros sólo actúan en el campo de la distribución cinematográfica salvo Bélgica, Brasil, España y ahora Uruguay que también producen y realizan filmes. Los clientes de Inforfilm son del más variado tipo, pero todos ellos tienen un muy alto nivel. Hay más de 30 organizaciones estatales o Internacionales en los más diversos campos, similar número de organizaciones turísticas de distintas naciones, más de 20 poderosas empresas transportadoras y decenas de firmas multinacionales del calibre de Shell, Philips, BP, Sandoz, Coca Cola, Texaco, Pirelli, Ford, DuPont, o Kodak.

Pero Inforfilm tiene asimismo una dinámica interna que es el producto del nervio de uno de sus creadores, Jan Botermans, el Secretario General, y de un selecto comité de ejecutivos. Es así, que sus miembros

anualmente se encuentran en una Asamblea General en la cual durante tres días analizan la problemática de esta actividad, buscan fórmulas para la eficiencia de sus servicios y encuentran caminos para estimular el nivel de los filmes distribuidos. Por eso Inforfilm ha participado activamente en festivales de filmes patrocinados y en otros eventos como el Festival Internacional de Películas de Turismo y Folklore o el Festival Internacional de Películas de Agricultura. A estos festivales Inforfilm participa con premios especiales o estímulos de distinto tipo.

Desde su fundación en 1961 Inforfilm no ha dejado de expandirse en todas partes del mundo y sus miembros han distribuido 45 millones de películas que fueron vistas por más de 2.5 billones de espectadores. Y esta poderosa red internacional también llegó a Sud America para canalizar todo tipo de filmes o materiales audiovisuales que, como una nueva forma de comunicación, acerca a estos pueblos información, cultura y tecnología. El primero de los miembros sudamericanos fue el cineasta Pedro P. Hatheyer, de Brasil, que integró su firma Difupao de Filmes S/C Ltda. a esta Asociación, y obtuvo en muy poco tiempo más de 60 filmes para distribuir en temas como agricultura, veterinaria, ciencia y tecnología, ecología, deportes, fotografía, artes, geología, medicina o procesos especiales. Más reciente aún es el ingreso de Argentina a través del Dr. Ing. Claudio Crusizio, de la firma Filmfor S.A. Uruguay se integra ahora como miembro provisional a esta vasta cadena difusora del más importante vehículo de comunicación del siglo veinte, para aportar su pequeña cuota parte en el desarrollo cultural y científico de los pueblos. El Departamento de Medios Técnicos de Comunicación abre entonces las puertas de su filmoteca y el mecanismo de su organización, para canalizar a los centros de enseñanza primaria, secundaria y superior, a instituciones culturales, cívicas y religiosas, al comercio y a la industria, las posibilidades infinitas que ofrece esta nueva forma de transferir información y docencia.

INFORFILM

LISTA DE MIEMBROS A DICIEMBRE 1977

General Secretariat/Secrétariat général/
General-Sekretariat:
Armand Huysmans Avenue 28, 1050 Brussels, Belgium
Tel. (02) 647 0412
General Secretary: Jan Botermans

ARGENTINA

Filmínfor S. A.
Montes Grandes 1559, (1640) Acassuso, Tel. 798 2195, 792,4527
President: Dr. Ing. Claudio Crusizio

AUSTRALIA

Training Media Services Ltd.
Philips House, 617 Elizabeth Street, Redfern, Sydney 2016
Director: Gaine Reeves

AUSTRIA

Oesterreichisches Film-Service
Schaumburgergasse 18, A-1040 Wien, Tel. (0222) 65 72 49
Managing Director: KmzIR. Dkfm. Rudolf Kammel

BELGIUM & LUXEMBURG

Sofedi-Films
Avenue Louise 485, B-1050 Brussels, Tel. (02) 649 80 15 (5 lines)
Director: O. Chrispeels, Department Manager: M. Lauwens

BRAZIL

Difusao de Filmes S/C Ltda.
Rúa Arthur Prado 145, (01322) São Paulo - SP, Tel. 285-4011
Director: Pedro P. Hatheyer

BULGARIA

Infor Film Servis Bulgaria
135, Rakovski Street, Sofia, Tel. 88.12.91
Director: Lubomir Chapkarev

CANADA

Modern Talking Picture Service, Inc.
1943 Leslie Street, Don Mills, Ontario, Tel. (416) 444.7359
General Manager: Lynn Meek

CZECHOSLOVAKIA

Infor Film Servis
Stepanska 42, 110 00 Praha 1, Tel. 24.38.70 - 24.71.09
Director: Jan Batík

DENMARK

Erhvervenes Filmcenter

Peter Ipsens Alié 20, DK-2400 Kobenhavn NV, Tel. (01) 19 11 44

Managing Director: Erik Witte

FINLAND

Bureau for Economic Information

Eteláranta 8, SF - 00130 Helsinki 13, P.O. Box 13147

Tel. (90) 174 511, Telex TPY 12-1976

Department Manager: Walle Jenytin

FRANCE

Association Céfilm

15bls, rue de Marignan, F - 75008 Paris, Tel. 225 6778 - 359 4017

Délégué général: Mlchei Dauger

and

Cedfi,

15bls, rue Raspall, F - 92300 Levallois-Perret, Tel. 739 5020 (8 Unes)

General Manager: Marle-José Vulle

GERMANY

Konferenz der Landesfilmdienste

Rhelnalle 59, D - 53 Bonn - Bad Godesberg 1, Tel. (02221) 35 50 02

Chairman: Klaus Walter Müller

GREAT BRITAIN

Guild Sound & Vision, Ltd.

Woodston House, Oundle Road, GB - Peterborough PE2 9PZ,
Tel. (0733) 63122

Sales Director - Marketing & Communications División:
Terry D. Grosset

GREECE

Educational Materials Enterprises Ltd.

10, Solonos Street, Athens, P.O. Box 580, Tel. 363 3617/8/9

Sales Manager: Setls A. Heretls

ITALY

Diffusione Internazionale Film Informativi DIFI

Viale Parloli 25,1 -00197 Roma, Tel. 878.276

Dirrettore: Lulgj Morglla

JAPAN

Educational Film Exchange, Inc.
6 - 7 Ginza, 6-Chome, Chuo-ku, Tokyo, Tel. (571) 9351 - 5
President: Eiichi Kanazashi

NETHERLANDS

Technisch Film Centrum (TFC)
Arnhemsestraatweg 17, Velp near Arnhem, Tel. (085) 629188
Director: Kerst J. Blaauw

NEW ZEALAND

Training Media Services, Ltd.
351 Great South Road, Ellerslie, Auckland 5, P.O. Box 17096
Greenlaner, Tel. 591-332, 591-331
Joint Managing Directors: Ivor J. Davies & John Wren

NORWAY

Opplysningsfilm A/S
Parkveien 62 c, Oslo - 2, Tel. (02) 55 00 28
Manager: (Mrs.) Aase Eskeland

SPAIN

Teletecnicine International
Avenida José Antonio 464, Barcelona -15, Tel. 243 60 78 - 243 94 00
Director: Rafael Bailarín Sarrablo

SWEDEN

The Swedish Council for Personnel Administration
Sturegatan 58, S -114 36 Stockholm - 5, Tel. (08) 14.14.00
Managing Director Film Department: Sven Hallonstén

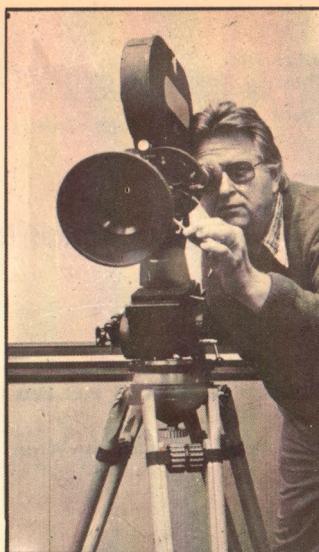
SWITZERLAND

Schweizer Schul- und Volkskino / Schmalfilm Zentrale
Erlachstrasse 21, CH - 3000 Bern 9, Tel. (031) 23.08.31
Direktor: Jean-Pierre Dubied

UNITED STATES

Modern Talking Picture Service, Inc.
International Building, 45 Rockefeller Plaza, New York, N.Y. 1002C
Tel. (212) 765-3100
Vice President, General Manager & Intern. Sales Manager:
Dan Kater

NUESTRO CINE VISTO POR QUIEN LO HACE



OPINA: ROBERTO GARDIOL

Roberto Gardiol y Henrio Martínez, son los propietarios de la firma Tecnocine, empresa uruguaya muy activa en nuestro ambiente cinematográfico. Roberto Gardiol tiene una larga trayectoria como realizador de filmes de cortometraje de tipo publicitario, documental y científico. Inició su actividad cinematográfica en el ex Instituto Cinematográfico de la Universidad de la República (ICUR) donde dirigió o fotografió numerosas películas documentales. Se destacó también en el campo del cine científico con filmes como **Makiritare** (1958), **Pingüino de Barbijo** (1961) y **Termites Arboricolas Sudamericanas** (1955) que obtuvieron premios nacionales e internacionales. Luego de unos años en el campo de la prensa filmada para TV y en el cine publicitario, Gardiol y el destacado técnico Henrio Martínez, formaron la empresa que hoy entrevistamos.

Q é tipo de actividad cubre actualmente Tecnocine?

Nuestra empresa cubre tres sectores en el campo de la cinematografía: producción, procesado y arrendamiento de equipos. En el campo de la producción realizamos filmes publicitarios, documentales patrocinados, películas industriales, etc., en 35 mm, 16 mm y también en Super 8. Como laboratorio atendemos con otra firma uruguaya las necesidades de los cineastas locales para el revelado y tiraje de las películas producidas en el país. Específicamente nos especializamos en 16 mm y Super 8, blanco y negro y color. Desde hace unos años también hemos ampliado nuestros servicios incluyendo el alquiler de equipos para paliar la carencia de medios técnicos de rodaje que tenía y aún tiene nuestro ambiente cinematográfico.

En el campo de la producción cuáles son las películas recientemente realizadas?

En la parte de producción, que funciona independientemente con la de laboratorio, iniciamos nuestros trabajos, dado los contactos que teníamos, en el campo del cine publicitario; cosa que seguimos haciendo, pero últimamente nos hemos ido volcando

cada vez más hacia el cine documental que es el que tiene nuestra preferencia personal.

Hasta hace un par de años atrás el cine documental tenía muy pocas posibilidades en nuestro medio, porque el gobierno, los industriales o las instituciones que habitualmente patrocinan este tipo de obras, no conocían sus reales posibilidades. Y aunque parezca mentira, empezaron recién a captarlas cuando se difundió el audiovisual, sistema surgido mucho después que el cine y que tuvo gran desarrollo en nuestro país. El audiovisual permitió que el cortometraje tuviera mayor aceptación como forma de promoción institucional o como vehículo informativo, y eso motivó que hayamos hecho unos cuantos en estos últimos años y actualmente tengamos varios para realizar.

Concretamente, contestando a su pregunta, acabamos de terminar un documental sobre Uruguay filmado en 35 mm color destinado a congreso de la O.T.I. realizada recientemente en Montevideo y con varias decenas de copias en 16 mm distribuidas entre los participantes. Este filme será exhibido asimismo en el famoso programa 300 millones de la Televisión Española. También nuestra empresa aportó sus medios técnicos y la dirección de fotografía de un cortometraje sobre la industrialización del pescado por parte de ILPE. Actualmente estamos preparando un documental en 35 mm color, sobre aspectos folklóricos y nativistas de nuestro país.

Como laboratorio, cuales son los rubros que piensan dar preferencia?

Como ya he dicho, la especialización de nuestra empresa es la relacionada con los formatos de 16 y Super 8. En 16 revelamos en blanco y negro y copiamos. También revelamos en color por el sistema reversible, que es por las posibilidades de nuestro reducido mercado, el más adecuado para nuestra plaza. En Super 8 también procesamos color. Con este servicio complementamos las necesidades de nuestros cineastas, ya que el otro laboratorio de la competencia, está procesando muy bien el 35 mm color en cuanto a revelado y copia, e incluso grabando en forma aceptable sonido óptico. Ahora bien, hay una carencia en nuestro medio que es la posibilidad de hacer truaje. Portal motivo nuestros planes son ampliar nuestros servicios para incluir truaje en 35 mm y evitar que las productoras locales deban ir a laboratorios de Argentina o Brasil, según los casos. De esta forma, con uno u otro laboratorio, nuestros cineastas podrán cubrir dentro del país sus requerimientos de procesado.

Cual lúe el motivo que agregase el servicio de arrendamiento de equipos en Tecnocine?

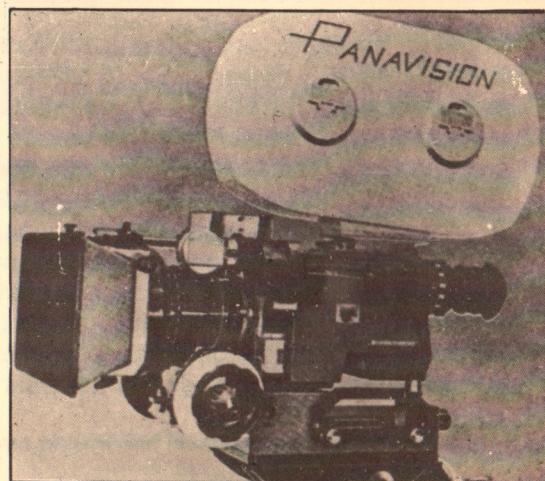
Dado la carencia de adecuados equipos de rodaje en nuestra plaza, el propio mercado nos fue llevando a intensificar las inversiones en este rubro. Hace varios años las citadas carencias obligaban al mecanismo de préstamo entre cineastas, cosa poco efectiva y práctica en el ámbito profesional. Pensamos que al disponer de un servicio de arriendo, los más adecuados implementos técnicos podían llegar a cualquier realizador y de esa forma, proteger el nivel técnico de sus filmes. Inicialmente arrendamos equipos de difícil obtención en nuestra plaza, especialmente implementos de rodaje y la respuesta ha sido tan buena, que con los años hemos ampliado la disponibilidad de distintos aparatos a fin de cubrir todos los formatos (16 mm, 35 mm y Super 8). Actualmente brindamos el arrendamiento de cámaras de 35, de 16 mm y de Super 8, una amplia gama de implementos de rodaje como filtros, fotómetros, objetivos de todo tipo, etc? equipos de iluminación, de montaje, de sonido, de proyección, y también material para la exhibición de audiovisuales. Entendemos que con este servicio cumplimos también con una necesidad vital para el desarrollo de nuestra cinematografía.

LA ULTIMA PALABRA EN CAMARAS PROFESIONALES

La principal herramienta del cineasta, la cámara, ha tenido a través de los años una evolución continua en su diseño y conceptos de construcción. En este artículo se describe las características de una cámara que se ha destacado en importantes centros de producción filmica, como lo más perfecto que la tecnología del presente ha producido.

Lo principal herramienta del cineasta ha tenido, desde el primer prototipo introducido hacia 1896 por los hermanos Lumière, una evolución paulatina en las primeras décadas y muy intensa en estas últimas. Por muchos años ciertas marcas como la Bell & Howell, Mitchell y Debrie fueron el estándar de la industria en América y en Europa. En estos últimos años, fabricantes como Arnold & Richter, lograron imponerse nivel mundial la calidad y el excelente diseño de sus productos. Pero también salieron al mercado empresas que no fabricaban sus cámaras para la venta sino para arrendarlas junto a otro tipo de servicios. Uno de ellos es la firma Panavisión Corporation de U.S.A.

La Panavisión Corp se inició fabricando objetivos anamórficos de muy alta calidad y pasó luego a producir cámaras muy completas que se alquilaban a estudios y productoras cinematográficas. De la extensa gama de equipos que actualmente esta firma ofrece a las productoras de gran solvencia, se destaca la cámara Panaflex, de 35 mm, que por sus características relevantes es, según muchos directores de fotografía, lo más perfecto que se ha hecho hasta el presente. Veamos sus características más importantes.



La Panaflex utilizada como cámara de estudio, con chasis de 300 mts. al tope.

La cámara Panaflex es un equipo de múltiple propósito, sea para la sujeción manual y apoyo sobre el hombro, sea para rodaje en exteriores o como cámara de estudio con chasis de gran capacidad y todos los refinamientos necesarios para rodar largas tomas con diálogo. El diseño de la cámara Panaflex se ha basado en un sistema de arrastre intermitente de alta fijeza de imagen, con garfios de doble diente y dos contragarfios con regulador del paso de perforación. Este sistema de



La cámara pronta para la sujeción manual.

arrastre esta contenido en la unidad motriz que por su amortiguación logra un funcionamiento totalmente silencioso al oido del micrófono (27 dB).

El sistema de visión es reflex y el ocular del visor es de tipo corto o largo y orientable, según sea la posición del operadóry el tipo de chasis empleado: Cuando la cámara se detiene, el obturador siempre queda en posición de visión. Además se puede regular este visor sea para imagen normal o anamórfica. El obturador tiene una abertura máxima de 200 grados que se puede ajustar en plena marcha.

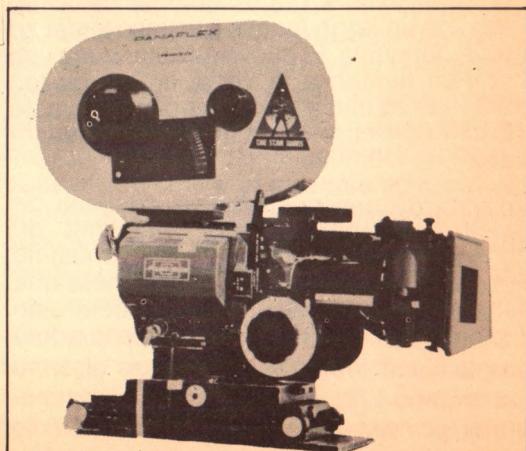
Los chasis son de muy fácil recambio, para 76 metros (configuración ligera) 120 metros y 300 metros (este último para trabajos de estudio). El motor, de tipo quartz, está incorporado a la unidad, tiene una excepcional constancia y permite obtener cadencias que se pueden regular entre 6 a 100 f.p.s.

Pero los más interesantes atractivos que esta cámara posee, son las facilidades que hacen sobresalir a este equipo sobre otros semejantes:

- I) Los contadores de imágenes y pies así como el taquímetro son de tipo digital (con cristales de tipo líquido) e imagen luminosa:

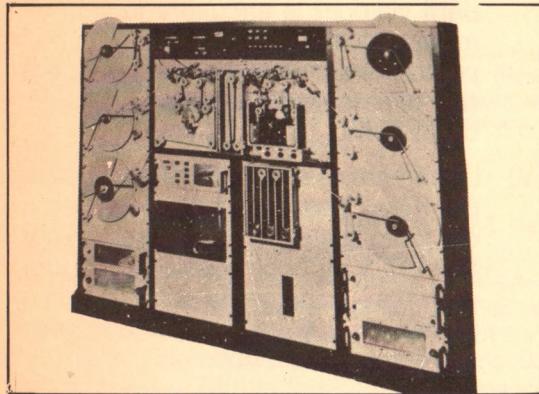
- II) Los chasis poseen su propio motor de recogida de especial diseño para evitar trastornos en la recolección del film e incluyen asimismo su propio contador de pies;
- III) El control de puesta a punto del objetivo-está incorporada a la unidad e incluso puede usarse cuando el equipo está adaptado para ser asentado en el hombro).
- IV) La visión electrónica puede fácilmente ser instalada en el ocular, sea para desplazar el equipo por medio de control remoto (caso sistema Louma); para visionar lo encuadrado si la cámara está en lo alto de una grúa o en posiciones incómodas para el operador o para realizar video-grabación de la toma.
- V) La cámara es el equipo autosilencioso de menor peso que hay en el mercado, tanto sea en su configuración portátil (12.5 kg.) como en su configuración para trabajos de estudio, con el chasis de 300 metros, parasol, visor monitor y accesorios.

Si bien es muy difícil que este equipo pueda ser alguna vez utilizado en nuestra plaza por nuestros cineastas, es conveniente saber lo que la tecnología moderna ha llegado a producir en este tipo de instrumentos.

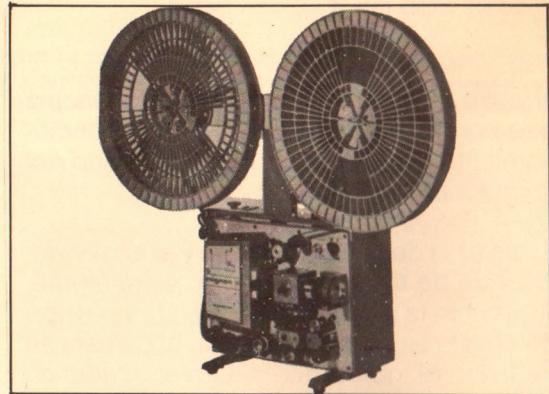


Otro detalle de la cámara Panaflex.

NOVEDADES DE LA INDUSTRIA



La nueva copiadora de panel de la firma Debric.



El nuevo proyector Mignon 35 de diseño portátil.

La vieja y prestigiosa firma francesa André Debric volvió nuevamente a incursionar con gran éxito en la tecnología del cine, luego de un largo receso que hizo temer su cierre definitivo. El nuevo aparato que puso hace un tiempo a la venta en las plazas europeas es una novedosa positivadora de 16 mm con muy interesantes características.

Se trata de una positivadora continua de panel que opera a una velocidad de 3000 m/h. Utiliza el sistema de ventanilla mojada con percloretileno, sustancia que le asegura un índice de refracción de 1.5051 a 20° de temperatura. La copiadora emplea una fuente lumínica con sistema electrónico TTL, espejos dicroicos para el filtraje por sistema aditivo, con un eficiente dispositivo para los cambios de luces. Varios laboratorios europeos han puesto la

mira en este equipo por su novedosa concepción.

De sumo interés para las instalaciones de microcine, sea para publicistas, cineastas o salones comunitarios, es el nuevo proyector portátil de 35 mm fabricado recientemente en Italia. Denominado Mignon 35, este proyector ha cubierto el vacío en este campo dada la ausencia de equipos super portátiles en este paso, que incorporan las ventajas de la tecnología moderna en cuanto a portabilidad, formato compacto, y uso de carretes en vez de pesados bombos metálicos. El Mignon 35 es fabricado en dos modelos, uno de ellos con control electrónico para telecine, por la firma Microcine de Bolonia.

Se ha desarrollado en Francia un invento de revolucionarias características para la

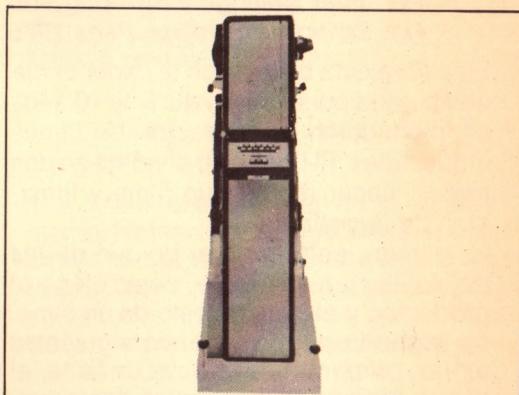
industria de la fotografía y el cine. Se trata de un equipo que permite colorear a gusto una imagen fija o cinematográfica. El equipo que todavía se encuentra en etapas de perfeccionamiento fue concebido por Jean Irissou y actualmente desarrollado por la Société Sonotop. Se trata de una truca en la cual interviene una lámpara estroboscópica, varios sistemas ópticos, un portafiltros giratorio, espejos semireflectores, una cámara que retoma la imagen transformada y un pupitre de comando con un programador. Las facilidades que este equipo ofrece para la cinematografía están por el momento centradas en el campo de los dibujos animados, de los títulos, de los efectos especiales o de las transiciones. Pero las expectativas que este aparato ofrecerá lue-

table 360 grados. Es posible incorporar asimismo una unidad de televisión para apreciar la imagen captada desde un monitor. La carga de material se efectúa en chasis de 120 metros, de tipo compacto, ubicados detrás del equipo. La cámara Moviecam-3 permite una sujeción sobre el hombro pues junto con su chasis pesa solamente 14 kilogramos.

La firma Angemeux lanzó al mercado recientemente un nuevo objetivo zoom de largo recorrido, para cámaras de Super 8 mm. Se trata del modelo 15 x 6-90 mm. Concebido con montura «C» para las cámaras Pathé Electronic, este objetivo se destaca por su gran abertura f/1.2 y compacto diseño, pese a tener un recorrido de 15 a 1.



La nueva cámara austriaca MOVIECAM-3.



Características del proyector PR 1000/16 35. -

go de su perfeccionamiento, pueden ser extraordinarios y quizás algún día viejas películas en blanco y negro puedan verse a todo color.

Neilson-Hordell Ltd. de Inglaterra, ha puesto a la venta la MOVIECAM-3, una cámara de 35 mm compacta, autosilenciosa y de múltiples refinamientos. Se trata de un equipo concebido y realizado en Austria, que se destaca por sus múltiples posibilidades para la cinematografía de largometraje o cortometraje. Posee un sistema de arrastre con garfios de 4 dientes y dos contragarfios. La velocidad de impulsión puede variarse de 3 a 140 fotogramas por segundo. También puede operar a la velocidad sincrónica de 24 o 25 imágenes por segundo. El motor está incorporado a la cámara y puede trabajar con baterías o directamente de la línea. La visión es reflex y se realiza directamente por un visor ori-

Un novedoso proyector de 16 y 35 mm ha fabricado la firma alemana Kem Electronik Mechanik de Hamburgo, ya conocida por los cineastas por sus sofisticadas mesas de montaje. Este aparato prescinde del clásico sistema de cruz de malta, garfios y obturador y utiliza el movimiento continuo gracias a un dispositivo de prisma de especial diseño, que le permite obtener gran fijeza y brillantez de imagen. El equipo es compacto y en una cara tiene el sector de 35 mm y en otra el de 16 mm. Su sistema servo de impulsión le permite entrar en sincronismo con cualquier otro equipo. El fotograma es fácilmente ajustable en ventanilla y la tensión del filme es controlada electrónicamente. Este aparato se conoce como el modelo PR 1000/16 + 35.

REVISTA DE LIBROS

Les Films au service des Entreprises



Por Jean Bélanger 107 págs. 18.
111. Ediciones Eyrolles. Paris 1975

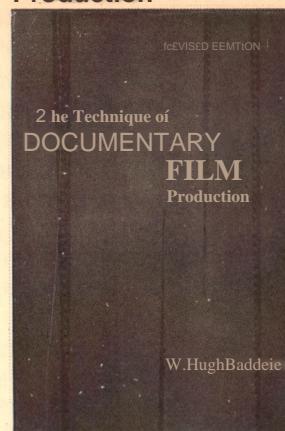
Esta obra está basada en la experiencia acumulada por el autor, durante 10 años de producción y realización de filmes industriales. El libro está dividido en dos partes: hacer realizar un filme y filmación de la película.

La primera parte trata el porqué de las películas para empresas, cómo elegir al productor, y el presupuesto de un filme. La segunda parte cubre los siguientes temas: prepararse a realizar un filme, el rodaje, la imagen electrónica, los video-registros y finalmente la explotación de este tipo de obras.

El libro evidentemente está dirigido a los empresarios que quieran informarse sobre los aspectos de producción y realización de este tipo de películas. Por este motivo el contenido es muy elemental en cada uno de los temas tratados. Y lamentablemente, asimismo, la información que debería incluir sobre la utilidad de una obra de estas características, en los aspectos de promoción institucional, venta, entrenamiento o relaciones públicas, es prácticamente nula. También es muy limitado el panorama que ofrece sobre el uso del producto. Es entonces una lástima que la experiencia francesa en este campo que auguraba el autor, no se haya volcado debidamente en una obra que por su título sí lo prometía.

HMRS

The Technique of Documentary Film Production



Por W. Hugh Baddeley, 282 págs.
97 diagramas. Focal Press 1975.

La Focal Press de Londres tiene una vieja tradición en la publicación de fotografía, cinematografía y otros medios de comunicación.

Esto ha derivado a que estos editores confiaran muchas veces la autoría de sus obras a cotizados profesionales de su ámbito. Y éste es el caso de este libro, que fué escrito por W. Hugh Baddeley, un cineasta de gran prestigio y larga trayectoria al frente de la Gateway Films, de Londres, mundialmente conocida por sus múltiples filmes educativos, documentales, o científicos.

Esa extensa experiencia de hacer docencia a través de filmes, está volcada aquí con toda la capacidad de un experto que sabe cómo ordenar un tema y exponerlo luego, paso a paso, con meridiana claridad. Pero también está presente en el libro, el dominio de su profesión de cineasta, que conoce todas las facetas de esta compleja actividad.

La obra está dividida en 14 capítulos que son: la preparación del guión; la sub-división del guión, presupuestación de un film documental; planeando un documental; la elección del equipo de cámara y el material virgen; rodando; filmando un documental en el exterior; la iluminación en exteriores; grabación de sonido; dibujos y animación; montaje; la

banda de sonido; la obtención de copias; distribución y conclusión.

El detalle con que todos estos temas están tratados, la profundidad de los conceptos que surgen en cada capítulo, el efectivo complemento de los diagramas que apoyan al texto hacen de esta obra, que ya tiene cuatro ediciones, un libro clásico utilizado en universidades e instituciones de enseñanza del cine de todo el mundo. Por eso, es un deber que el estudioso o practicante de este género cinematográfico lo tenga en su biblioteca.

HMRS

ta pues compila información muy diversa y no siempre fácil de obtener.

HMRS

The Sponsored Film



Wttl» i. KLEM

Por Walter J. Klein. 210 págs. Tablas Hasting House. Publishers. New York. 1976.

The Sponsored Film es un libro largamente esperado por industriales, empresarios, publicistas, productores, realizadores, distribuidores y todos aquellos conectados en alguna forma a este rubro de lacinematografía. Y laobra de Walter J. Klein cumple eficazmente con esa expectativa, pues su vasta experiencia en este campo, al frente de su conocida empresa de North Carolina, USA, está presente en cada una de las páginas de este libro.

The Sponsored Film tiene ocho capítulos que son: perspectivas, la industria del filme patrocinado; comprando y vendiendo filmes patrocinados; realizando filmes patrocinados; poniendo los filmes patrocinados a trabajar; administrando el negocio; llevándose bien con otros y encaminándose hacia el filme patrocinado.

En cada uno de estos capítulos Klein muestra sus vastos conocimientos sobre el tema, con un lenguaje claro, directo y de gran soltura, en donde no faltan los más variados ejemplos de casos sucedidos a él o a los colegas del vasto medio



Por Ettore Ghezzi. 279 págs. 42 III.
U. Mursia & C. Editor, Milán 1967.

Este es un libro que en forma muy detallada explica paso a paso, la manera cómo se aplica en Italia y en muchos otros países, el film de cortometraje en su amplia temática. Con una amplitud de información que indica la gran versación del autor, la obra incursiona en los distintos subsidios que se aplican en ámbitos gubernamentales o privados y así mismo muestra aspectos diversos de producción y distribución en grandes países de Europa. Es un libro que impor-

donde actúa. Por la información que brinda, por la forma como está escrito y ordenado, es un libro que recomendamos plenamente.

hMRG

Técnica del Cine Documental y Publicitario



Por H. Mario Raimondo Souto. 254 Pág. con 111 ilustraciones. 2da. Ed. Ediciones Omega, Barcelona, 1976.

Este es el segundo libro del autor de «Técnica de la Cámara Cinematográfica» y como el primero, viene a cubrir carencias informativas en aquellos temas que los profesionales y aficionados al cine utilizan con mayor frecuencia. En este caso, «Técnica del Cine Documental y Publicitario», encara dos formas cinematográficas muy importantes, que son la escuela donde han dado sus primeros pasos los notables realizadores de hoy.

Además el cine documental y publicitario constituyen la espina dorsal del cine moderno y de la industria cinematográfica en general, llegando mediante la utilización de las dos pantallas: la de cine y TV, a la gran masa del público. Este libro está concebido para cineastas jóvenes, publicistas y personas que se interesan por estos fenómenos culturales de gran trascendencia en la vida moderna.

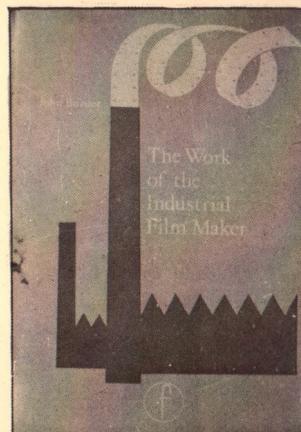
Se describen en el mismo los procesos de producción, de concepción de la idea, de lenguaje cinematográfico, de los medios técnicos, de las técnicas de

operación, de montaje y finalmente sonorización y revelado, cerrando con un apéndice sobre legislación cinematográfica.

En resumen un libro muy interesante, para todo público y un manual muy útil para los jóvenes realizadores.

W.A.F.

The Work of the Industrial Film Maker



Por John Burder. 255 págs. 64 ill. Focal Ltd. Londres 1973

Una película industrial puede vender, entrenar, convencer, explicar e instruir. Y puede ser asimismo una inversión de primera clase. Este libro nos dice cómo y por qué. John Burder nos aporta en esta obra las razones para hacer un filme industrial describiéndonos los pasos preliminares, detalles de los equipos requeridos, cómo es producido y qué sucede luego de ser terminado.

Se trata de un libro escrito por un experto en el tema, que ha trabajado largos años con la Organización Rank, haciendo precisamente este tipo de películas para las grandes empresas de la Gran Bretaña. Por eso todo aquél que quiera conocer a fondo los problemas y las soluciones que se dan a menudo en estos filmes, encontrará en este trabajo la guía que necesitaba. Como todas las obras de la Focal Press, se destaca una cuidadosa impresión, excelente fotografía, así como, glosario e índice de palabras y nombres.

HMRS

SUMMARY

Editorial

Attention is called to the short film as the type of production most suited for a small country such as Uruguay, with a population of about three million inhabitants and only 200 film theatres. That is why this issue concentrates on different aspects of the short film genre, such as the sponsored film, what is Inforfilm, opinions on different works of this type and to round the issue other themes standard in our publication.

AcfivWes of the Department of Technical Means of Communication

In this section we inform of several aspects of the courses being prepared by the University of the Republic in the fields of cinema, audiovisual and television communication techniques, being readied, by technicians specially retained for this purpose, with the support of the BID. News are also given about the books that were recently incorporated to our Technical Library. We also inform of the incorporation of our Department to the International Association of Informational Film Distributors (INFORFILM). New film catalogues are available from this Department and an account is given of the experiences carried out by our own technicians in the field of underwater cinematography, that took place in the Atlantic Ocean close to zones in Punta del Este.

Industry News

The introduction in the market of a new printer panel manufactured in France by Andre Debré is detailed; a portable 35 mm projector by the Microcine of Bolonia, Italy, is described; details are given of a revolutionary invention developed in France that allows the addition of colour to photographic and filmic images shot originally in Black and White; the characteristics of the new Moviecam-3, 35 mm film camera, are given; report on a new film lens introduced into the market Angenieux and a special 16-35 mm projector driven by prisms.

The last word on professional film cameras

In this article are described the technical characteristics of the Panaflex camera manufactured by Panavision, with a detail of their technological possibilities and advances.

PAST AND PRESENT OF THE SPONSORED FILM

The sponsored cinema is one of the basic pillars of the specialized firms that produce short films. In this article we described the past history of the sponsored System in the documentary film genre and the perspectives that these types of films offer today.

Within the multiple fields in which the short film has blossomed, exists a specialization that has experienced a remarkable evolution in the last decades and in spite of its achievements has not been duly evaluated by the film industry itself. We refer to the sponsored film. Are those defined as those filmic works originated by the government, the industry, civic, religious, cultural or international organizations whose task is to inform, educate, document, promote or influence the minds of specific audiences to obtain a certain type of behavior or response.

An illustrious predecesor

The history of the sponsored film is as old as the history of documentary film itself, because in the dawn of this genre, that gave so many classics to the Seventh Art, rose the precedents of sponsorship. Let us cast a quick glance to the past to appreciate how the first documentary film to make a mark in film history was sponsored.

In 1920, a young explorer of 36 years old, specialized in mineralogy and an amateur film maker, had a providential encounter at a cocktail party in New York City, that changed his future and his vocation. This mineralogist had shot some film in his last trip through the north of Canada, through the barren and frozen lands of Baffin and the Belcher Islands, registering the attractions of the unusual and strange people that lived there. But an accident that took place during the editing of the film, developed into a ferocious fire and the complete loss of the negatives of the film. As a result of all the effort made during those months in those desolate regions, remained only a workprint (then impossible to duplicate) that served only to be shown to a few interested people. That workprint met with no interest from Hollywood producers, and the young man had no financial means of his own to return and shoot the film again, although he had a great confidence in the possibilities of the theme.

In that chance meeting, the young mineralogist, whose name was Robert J. Flaherty, received the attention of Captain Thierry Mallet from Revillón Frères, a well known pelts dealer, who enthralled by the tales of the film maker decided to help him financially so that the young man could once more make his thwarted film. In that way, a merchant with no connection whatsoever to the filmic industry, but with a sensitive spirit to the theme that was close to his own activities, made the first foray into the field of the institutional film. And that was how the famous film *NANOOK OF THE NORTH*, made in 1920-22, became a film classic and the first work of a film maker later hailed as the undisputed father of this filmic genre.

The English Documentary

When people speak of the documentary cinema, those that love and remember this type of films, soon bring forward the memory of those great films that for many years were produced by what was called the school of British documentary cinema. These groups of productions, born in the thirties, were an example of superior craftsmanship due to their precision of intent, soberness of exposition and the selection of highly informative themes with human and social imprints. And its tireless mentor was the brilliant Scotsman John Grierson, who found in the State and in the private activity the needed funds to make the films he produced the best example of what a sponsored film that champions a good cause should be. It was through his efforts that Basil Wright could make his famous *SONG OF CEYLON*, 1934-35, financed by the Ceylon Tea Propaganda Board; Edgard Anstey and Arthur Elton made *HOUSING PROBLEMS* in 1935, for the British Commercial Gas Association or *ENOUGH TO EAT*, 1936, that Anstey made for the Gas, Light & Coke Co.

On the other hand, independent film makers, outside the sphere of influence of Grierson, such as the now famous film maker and film historian, Paul Rotha, found in the private industry the financial help that they needed to touch themes of real interest. That is how surged the film *CONTACT*, 1932-33, financed by the Imperial Airways Limited, that allowed Rotha to try his concepts of plastic framing and film editing, and then developed his craft and very particular style in works of higher social level, such as *SHIPYARD*, 1934-35 financed by the Orient Shipping Line, and *THE FACE OF BRITAIN*, 1934-35 for GBI - CENTRAL ELECTRICITY BOARD, where he showed the development of rural electrification in that country.

Beginning in that decade, the English documentary cinema had an extraordinary rise that saw the creation of State organizations specifically for the production of this type of films, such as first, the Empire Marketing Board Film Unit and later the General Post Office Film Unit, followed by the Crown Film Unit, the Colonial Films Unit and the British Transport Films, which competed in the excellency of their productions with private organizations of such high level as the Shell Film Unit, Petroleum Film Bureau or with little firms spawned by the film makers themselves, such as Realist Film Unit or Strand Films. From all these groups of production came a bevy of distinguished documentary film makers such as Harry Watt, Humphrey Jennings, Alberto Cavalcanti, Stuart Legg, John Taylor, Ralph Eaton, Evelyn Spice, J.B. Holmes or Pat Jackson, who together with those named before, formed the British avant garde in this special type of films. And the works of these film makers are still seen today and studied in film schools and other institutes where film is appreciated, due to the finesse of their conception and social functionality of their themes.

Evolution of the sponsored film.

In a similar way as it happened in England, the concept of sponsorship also surged in other countries, and thus Joris Ivens could make some of his famous films in Holland such as *WIJ BOUWEN* (We are Building) 1929-30 for the Syndicate of Dutch Builders, *PHILIPS-RADIO* (Industrial Symphony) 1931 for the Philips Company of Eindhoven, *CRESOOT* (Creosote) 1931 for the Creosote Manufacturers' Committee, and years later *OIL FOR ALADIN'S LAMP* for the Shell Oil Co. In Belgium many industries as well as museums, universities or private enterprises as well as State offices, entrusted a large amount of short films to such prestigious film

makers as Henri Storck, Ernest Genval, Charles Dekeukeleire, Lambert de Brazand many others. In a larger or lesser grade, decades later, documentary groups gained prominence in other European countries supported by funds provided by different sponsors of diverse origin that allowed many newcomer film makers to initiate their careers and obtain prestige in this field. That was what happened to Cari and Jorgen Roos in Denmark, Charles Van der Linden, Gerard J. Raucamp, Ted de Witt and the famous Bert Haanstra and Hermán Van der Horst in Holland.

After the Second World War, the concept of sponsored film had a clear definition in the United States in relation to other genres of short films. As we have already seen, it was there where the concept of sponsorship for films began, specially for documentary films. And it was also there that the last work of Robert Flaherty, LOUISIANA STORY, 1949, was made thanks to the help of a private enterprise (Standard Oil Co.J. In such a large country it was unavoidable that this type of films would have such a tremendous increase, as a consequence of the evolution of the concepts of sales, institutional image and public relations. The continuous increase of the film archives, the massive production of film projectors destined to the communarian use of film and the constant multiplication of firms of all kinds, that brought stiff industrial competition, were factors that hastened the development of this type of short film. In the span of three decades, in the United States alone, the number of sponsored films rose from a few hundred to close to ten thousand a year. For 1978, according to the Bulletin of the Motion Picture Laboratories of U.S.A, a production increase in the order of 10 percent is expected over the figures of the previous year. As a New York writer-director of short films expressed it "At first I could not understand where all this work came from, but now I believe that it is due partially to the fact that nearly all TV slots have been sold for this year. More and more companies are turning to other types of communication, particularly those with new products to sell. And fortunately many of them have turned to film as their medium. Although these favourable conditions are not similar all over the world, because they depend of multiple regional and economical problems, the future of the sponsored film is each day more positive for the interests of the sponsors themselves, for the firms and film makers that make this type of films and also for the ultimate destinatary of all this material, who due to the high competition that is invading this field, will be the direct beneficiary of it all, because he will have at his disposal free of charge a larger number of films of a very high level and with a larger range of themes from which to select at will.

WHAT IS INFORFILM?

by H. Mario Raimondo Souto

Recently, our Department was incorporated as a new South American member of the International Association of Informational Film Distributora (INFORFILM). It is to the advantage of every film maker, producer or originator of short films, to know how an organization of international status channels the access of sponsored films to the most appropriate audiences in all corners of the world. In this article we will tell how this prestigious association was born, who form it and the distribution work that it performs.

Almost from the outset, when the first sponsored films were produced many years ago, one of the main problems that had to be dealt by the producers of such films, was the way in which their works could effectively reach the audiences for which the films were originally produced. In the previous article we saw how in England, where an important short film production rose, the State and the private industry became the main propulsants of this new genre known then as documentary films. At that time those production centers had to face the complexities of exhibition within the framework of commercial theatres, when their themes, by their characteristics, aroused no interest from the exhibitors. One night, John Grierson, announced to his collaborators that «more seats exist outside the cinema houses than within them». He was referring to the chairs, seats and tiers of communal houses, clubs, churches, schools and other places where citizens gather for activities of common interest. And the defense against the blocks set by commercial distributors was the creation of film archives that sent free of charge these films to their public.

The Second World War fostered an extraordinary development of the 16mm gauge in the field of short film distribution. Millions of film feet were processed to obtain thousands of copies of training films, information and war propaganda, that large countries such as England and the United States produced during those crucial years. And that gauge, till then known as sub-standard, showed its value as an economical and efficient medium, for the exhibition of films in non-commercial circuits. Only a few months after the war ended 500 film archives existed in the United States alone. Two years later the figure rose to 900 and in the year 1951 the film archives in that country had passed the 2000 mark. The short film had found its own way of reaching its specific audience.

The mechanisms of distribution of these type of films were under development within the boundaries of large countries, but what was missing was a coordination between the film archives of many nations, as it already existed within the field of full length feature films. To cover this need Inforfilm was born.

The beginning was in Belgium, a country where the industrial film had a long tradition of quality. There, Sofedi, a firm specialized in the production of short films of different types in the 16 mm gauge, was faced with the problem of distributing abroad the films they produced for their clients. Sofedi at that time was headed by Gustave Magnel, a notorious post-war film maker and Jan Botermans, a film critic, ex member of the Belgian Cinematheque and also prestigious director of many industrial films. Seeking a way out for their problem they contacted Swiss, English and Dutch distributors. The idea took shape and on May 8th of 1961, in The Hague, INFORFILM was created with the following members:

Modern Talking Picture Services Inc, from U S A.
Schmalfilm Zentrale, from Switzerland,
Sofedi-Films, from Belgium,
Sound Services Ltd, from Great Britain, and
Stitchting Technisch Film Centrum from Holland.

Today Inforfilm has 24 definitive members and 2 provisional members that cover five continents, 23 countries and an audience close to 800 million people. In 1975 the statistics of his Association indicated that its members had exhibited during the length of that year 4.200.000 films to an audience of 210 million people.

Inforfilm is based in the creation of a distribution Circuit in which the members that form it were carefully selected for their seriousness, efficiency, penetration in their respective areas and a perfect coordination of charges and Services. In this way, the sponsor of a determined film, may, through Inforfilm, know how large an audience he will have in a chosen country, which would be the average number of exhibitions for his film, in what language should he provide his film copy, how his film will be advertised in the catalogues of the distributing firms, how much he will be charged for those Services, and how his film will be preserved. The achievement of an international Service of these characteristics was the materialization of a dream many times cherished by a large number of producers and sponsors of these films, during many long years, and that had seemed almost impossible till then.

The members of Inforfilm are private firms with an especialization in this field, State organizations, and now as in our case, teaching centres. All countries have only one member, with the exception of France, which has two. The majority of its members act only in the field of film distribution except Belgium, Brazil, Spain and now Uruguay that also produce and make films. The clients of Inforfilm are of the most varied nature, but all of them have a high level of production. There are more than 30 international or State organizations in very different fields, a similar number of touristic organizations in different countries, more than 20 powerful transport organizations and multinational firms such as Shell, Phillips, BP, Sandoz, Coca Cola, Texaco, Pirelli, Ford, Dupont, or Kodak.

But Inforfilm has also an internal dynamic that is the product of one of its creators, Jan Botermans, its General Secretary, and a select board of executives. That is why the members of the organization gather each year in a General Assembly that spans for the length of three, during which they analyze the problems of their activities, find ways of improving the efficiency of their Services or seek ways to stimulate a higher level in the films they distribute. That is why Inforfilm has participated actively in festivals of sponsored films and other events such as the International Festival of Touristic and Folkloric Films, or the International Festival of Agricultural Films. In these events Inforfilm participates with the award of special prizes or incentives of diverse type.

Since its creation in 1961 Inforfilm has never stopped its expansion in all areas of the world and its members have distributed 45 million films that were seen by more than 2.5 billion people. This powerful international web of distribution came to South America, to channel every type of films or audiovisual material, that in a new form of communication, brings to the countries of this area, information, culture and technology. The first of the South American members was the well known film maker Pedro P. Hatheyer from Brazil, who integrated his firm Difusao de Filmes S.C. Ltda. to this Association, and obtained in a short time more than 60 films to distribute in his area with themes such as agriculture, arts, geology, Science, ecology, sports, photography, veterinary and medical films.

More recent is the entrance of Argentina to the Association, made through Dr. Ing. Claudio Crusizio, of the Filmforsa. Uruguay has been accepted now as a provisional member to this vast chain, to give its best in the task of contributing to the cultural and scientific development of our people. The Department of Technical Means of Communication opens now the doors of its film archives and the mechanism of its organization, to channel to the three branches of this country's public teaching, to cultural institutions either civic or religious, to the commerce and to the industry, the vast possibilities of this new form of knowledge transference and teaching.

**DESEAMOS ESTABLECER CANJE CON TODAS LAS
PUBLICACIONES SIMILARES**

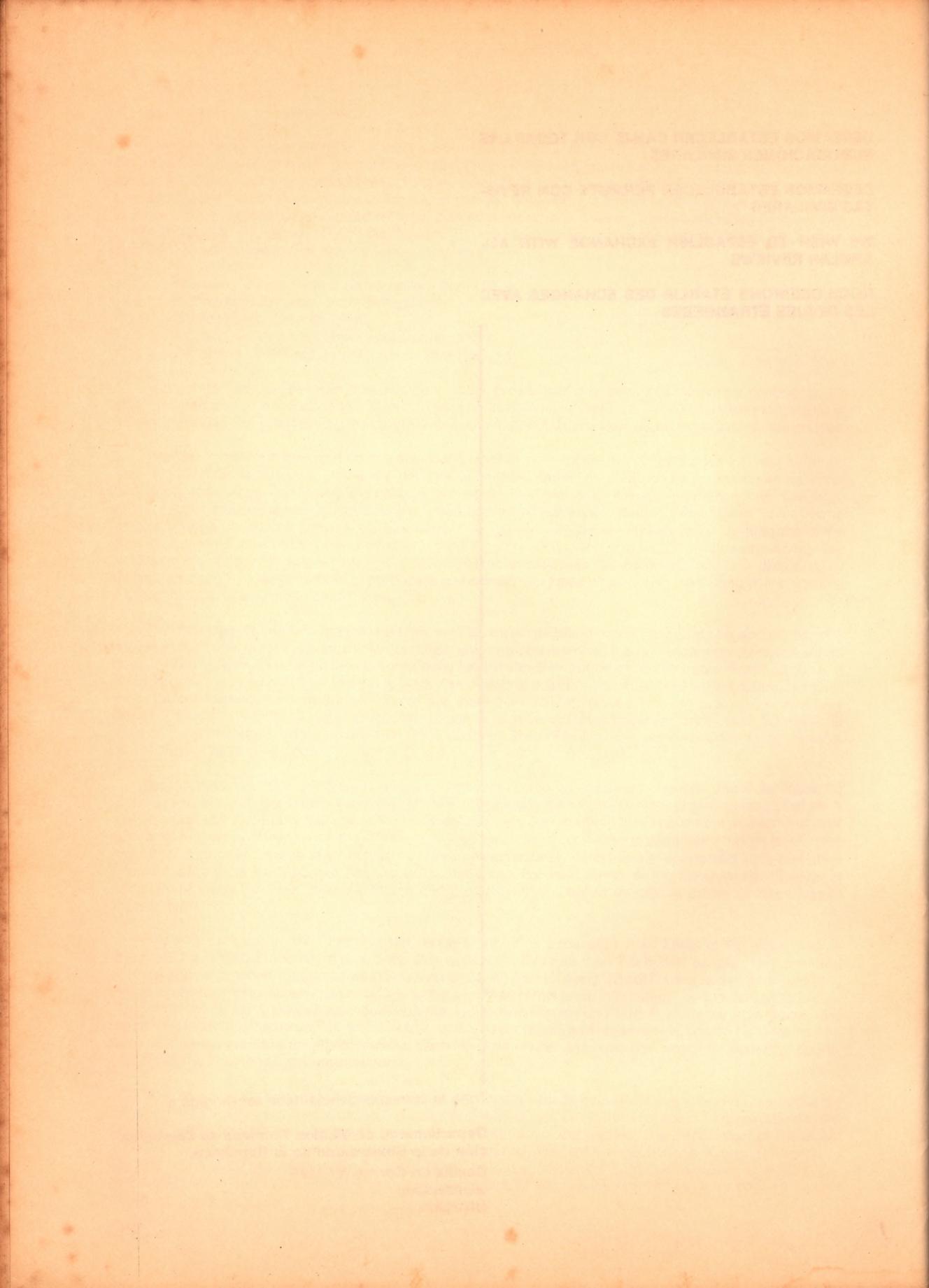
**DESEAMOS ESTABELECE PERMUTA CON REVIS-
TAS SIMILARES**

**WE WISH TO ESTABLISH EXCHANGE WITH ALL
SIMILAR REVIEWS**

**NOUS DESIRONS ÉTABLIR DES ECHANGES AVEC
LES REVUES ÉTRANGERES**

Toda la correspondencia debe ser dirigida a:

Departamento de Medios Técnicos de Comunica-
ción de la Universidad de la República.
Casilla de Correo N° 1191
Montevideo
URUGUAY

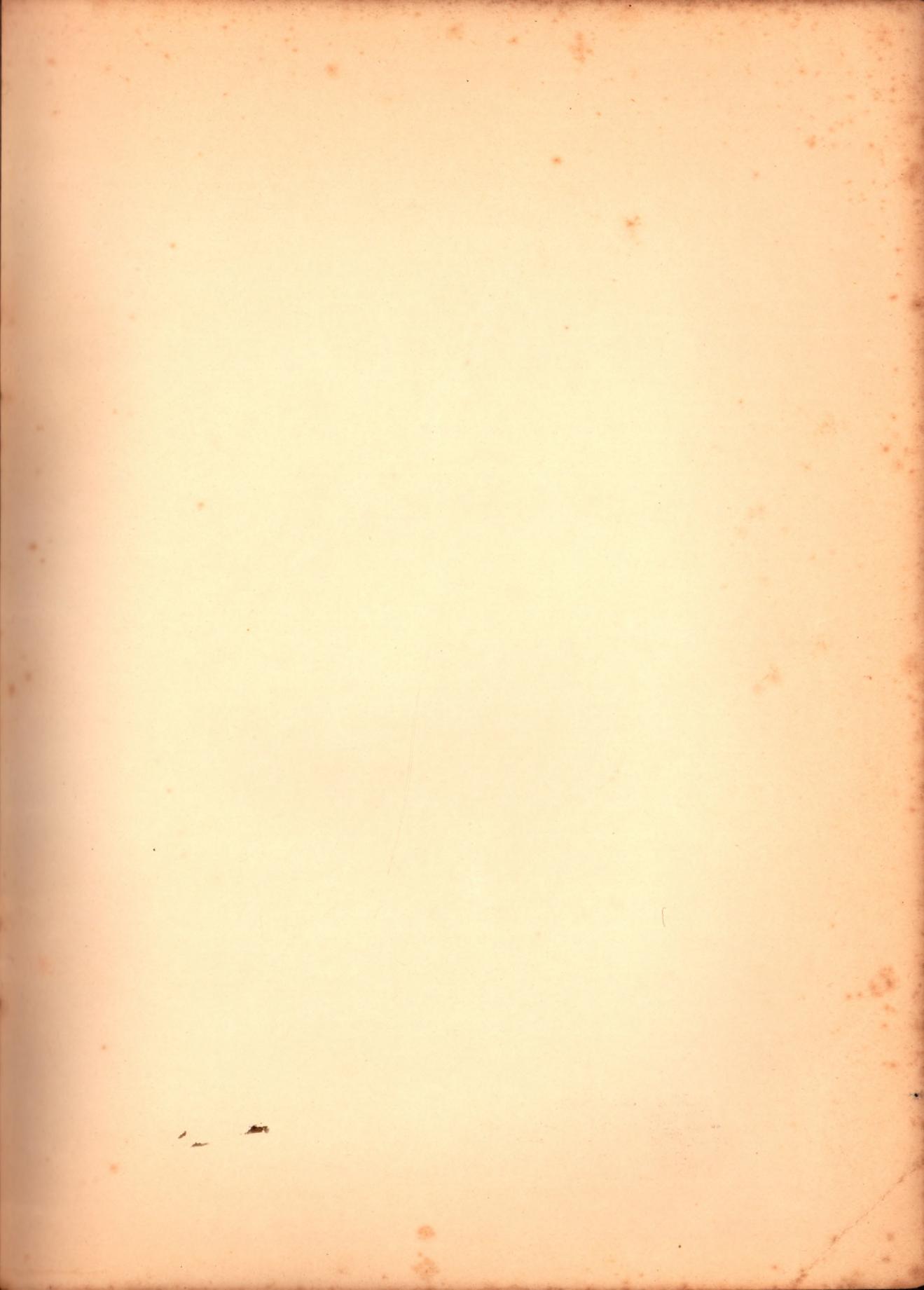


**IMPRESO POR LA DIVISION
PUBLICACIONES Y EDICIONES
UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA**

**COMISION DEL PAPEL
Esta publicación está amparada
por el Art. 79 de la Ley 13.349**

卷之三

七言律詩





Impreso en la
División Publicaciones
y Ediciones de la
Universidad de la
República.
Montevideo - Uruguay