

EL PRODUCTOR Y LA PRODUCCIÓN EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA



Javier Marzal Felici
y Francisco Javier Gómez Tarín (eds.)

El productor creativo: ¿tautología o excepción?

ALEJANDRO PARDO
Universidad de Navarra

LOS HÉROES OLVIDADOS

La figura del productor de cine siempre ha ejercido en mí una poderosa atracción. Quizá se deba al placer de acercarse a lo desconocido o quizá a un curioso deseo de hacer justicia a una profesión de gran relevancia, que por avatares del destino ha permanecido a menudo en el olvido. Lo cierto es que siempre ha existido un desconocimiento más o menos generalizado sobre este oficio, tal y como afirmaba en una ocasión Richard D. Zanuck, uno de los productores americanos más emblemáticos, responsable de éxitos como *El golpe* (*The Sting*, 1973), *Tiburón* (*Jaws*, 1975), *Paseando a Miss Daisy* (*Driving Miss Daisy*, 1989) o *Camino a la perdición* (*Road to Perdition*, 2002), e hijo del legendario Darryl F. Zanuck (Seger & Whetmore, 1994: 51):

Fuera de Hollywood y Nueva York, la gente no tiene realmente una idea clara de lo que un productor es o de lo que hace. Resulta hasta cierto punto trágico que una función tan importante como ésta no presente una imagen más definida. Mucha gente piensa que un productor es la persona que pone el dinero, lo cual es falso. ¡Si eres listo, nunca arriesgarás tu propio dinero!

Quizá ello explique por qué no abundan quienes quieran dedicarse a la producción de películas. Escribirlas y dirigir las siempre ha resultado más atractivo para las jóve-

nes promesas que se adentran en el mundo de la ficción audiovisual. Y, sin embargo, pocos directores o guionistas hubieran logrado inscribir sus nombres en la historia del cine sin la ayuda de esos profesionales que trabajan entre bastidores, casi siempre de modo anónimo para el gran público. Por eso algunos autores como David Thomson no han dudado en afirmar con cierta rotundidad (Thomson, 1982: 35):

La historia de la producción tiene más derecho a ser considerada el impulso principal del cine americano que las carreras de todos sus directores [...]. Es lamentable que la teoría y la práctica de la producción hayan sido tan voluntariamente rechazadas en los estudios sobre el cine americano. Al concentrarse en los directores, se han inflado sus reputaciones en la mayoría de los casos y se ha disminuido las de otras carreras artísticas que merecerían su propia academia [...]. Se han publicado libros sobre directores poco importantes, y todavía los grandes productores permanecen ignorados.

En efecto, en la historiografía del cine, los productores son los «grandes olvidados» (Pardo, 2002: 230); o más bien los «héroes no loados» (*unsung heroes*) como señala Steven Priggé en su libro de entrevistas a celebridades de la producción (Priggé, 2004: 1). En este sentido considero una gran iniciativa la organización de este congreso centrado en la figura del productor.

En alguna medida, esta especie de ostracismo histórico puede deberse a la propia dificultad para determinar en qué consiste el oficio de producir películas. Lo señalaba hace ya varias décadas otro autor norteamericano (Taylor, 1967: 2):

El único hombre que parece no tener nada que hacer [en el rodaje] sino responder a las preguntas ahora y después, mirando aprehensivamente su reloj es el productor [...]. Parece el único no combatiente en el set.

Y es que la producción cinematográfica requiere, como bien sabemos, una gran variedad de saberes teórico-prácticos. El mismo término *productor* ha llegado a convertirse en un vocablo ambiguo y polisémico, capaz de englobar distintas especialidades. Así lo ha puesto de manifiesto Bruce Houghton (Houghton, 1991: VII):

Sé que he abierto una lata de gusanos al emplear el término *productor*, porque las industrias del entretenimiento –tanto las cadenas televisivas como los estudios– han usado esta palabra con una prodigalidad tan imprecisa, que ha perdido su capacidad de identificación.

Desde los mismos orígenes de la industria cinematográfica, el trabajo del productor ha abarcado tanto competencias financieras y administrativas como creativas, sin existir –por su propia naturaleza– un obligado predominio en uno u otro sentido. Sólo la evolución de la industria del cine, así como las aptitudes personales de quienes han desempeñado este oficio, han inclinado la balanza en favor de un saber-hacer más

bien técnico o, por el contrario, de la capacidad creativa, siendo este último el caso menos frecuente.

Durante las últimas décadas, tanto en Estados Unidos como en Europa, ha resurgido con singular fuerza la figura del productor creativo, heredero del modo de entender la producción durante el sistema de estudios de Hollywood. Algunos autores defienden su carácter excepcional, como si se tratara de una *rara avis*; otros, en cambio, opinan que producción y creatividad siempre han sido términos sinónimos.

Surge así el tema central sobre el que pretendo reflexionar aquí: ¿Hasta qué punto puede hablarse de creatividad en la producción de películas y de qué modo se ejerce? ¿Tiene sentido hablar de productores creativos? ¿Estamos en ese caso ante un término redundante o ante una excepción? ¿Puede llegar a considerarse al productor también como autor del filme, al menos en algunos casos? A largo de las páginas que siguen intentaré responder a estas cuestiones. Varias de las ideas en las que baso mi exposición se encuentran recogidas en un artículo que publiqué hace algunos años (Pardo, 2000: 227-249). El paso del tiempo me ha permitido contrastarlas todavía más y enriquecerlas con nuevas reflexiones, propias y ajenas. Quiero hoy presentarlas antes en este foro tan especializado, convencido de que suscitarán un provechoso debate.

LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CREATIVIDAD DEL PRODUCTOR A TRAVÉS DE LA HISTORIA DEL CINE

Resulta interesante realizar un breve recorrido histórico para comprobar que, desde sus mismos orígenes, la producción de películas se ha entendido como una tarea ligada a la creatividad. Así lo han puesto de manifiesto no sólo historiadores y críticos, sino los mismos profesionales de la producción. Por ejemplo, hace un par de décadas, Jean Paul Firstenberg director en aquel entonces del American Film Institute, señalaba que (Firstenberg, 1987: 67) «la gente que realmente fundó el negocio [del cine] fueron productores, y todos ellos eran muy creativos». En efecto, si algo tuvieron en común hombres como Charles Pathé, Léon Gaumont u Ole Olsen en Europa y Carl Laemmle, Jesse L. Lasky, Samuel Goldwyn, Adolph Zukor, Louis B. Mayer o los hermanos Warner en Estados Unidos fue un carácter emprendedor y visionario.

Poco después, instaurado el sistema de estudios de Hollywood, la producción se entendió como una tarea esencialmente creativa, que incluía desde el desarrollo del guión o la selección del director y del reparto hasta la supervisión del montaje de la película. Es la época donde se jerarquiza y especializa este perfil profesional y surgen los denominados jefes de producción (*head of production*) de los estudios, como Irving G. Thalberg, David O. Selznick y Darryl F. Zanuck. Estos jóvenes talentos instauraron un concepto paradigmático de productor, al que se unieron más adelante

nombres como Hunt Stromberg, Hal B. Wallis, Jerry Wald y Frank Freeman, Dore Schary, Pandro S. Berman o Walter Wanger. Ellos hicieron posible, en palabras de André Bazin (cit. en Schatz, 1988: 7), «la genialidad del sistema [de estudios]». Hablar de productor de la época dorada de Hollywood es hablar del productor creativo. Así se desprende, por ejemplo, del libro escrito por David Lewis sobre sus experiencias como productor asociado a las órdenes de varios de estos nombres emblemáticos y titulado *The Creative Producer: A Memoir of the Studio System* (Metuchen, Nueva Jersey Scarecrow Press, 1993).

Entre el elenco de productores mencionados destacan con especial relieve Irving G. Thalberg y David O. Selznick, paradigmas del productor clásico de Hollywood. Ambos tenían una profunda conciencia del carácter creativo de su profesión. Thalberg, por ejemplo, entendió el cine desde un principio como (cit. en Thomas, 1969: 252) «un negocio creativo [...] en el sentido de que debe recaudar dinero en la taquilla; pero es un arte y en cuanto tal requiere en quienes lo cultivan demandas inexorables de expresión creativa». Selznick, por su parte (ibíd.), «como todo productor creativo, se consideraba a sí mismo un excelente juez del talento y de las posibles historias comerciales, un guionista capaz, un hábil montador, y un exigente productor ejecutivo». Para Selznick, el productor era (Selznick, 1937: 473-474) «el hombre que es durante casi todo el tiempo el responsable de la creación de películas». Esta responsabilidad incluía no sólo decisiones de índole empresarial, sino también creativa, concediendo mayor importancia a estas últimas. Es más, llegaba incluso a defender la necesidad de que el productor supiera de escritura de guiones, dirección o montaje. Así lo explicaba en una conferencia pronunciada en 1937 (ibíd.: 475):

El productor de hoy día, para poder producir debidamente, debe estar capacitado no sólo para criticar, sino también para responder los clásicos interrogantes del *qué* o *por qué*. Debe ser capaz, si fuera necesario, de sentarse y escribir la escena; y si critica al director, no debe simplemente decir «no me gusta», sino indicarle cómo lo dirigiría él mismo. Debe entrar en la sala de montaje y, si no le gusta el modo en que quedó una secuencia –lo cual sucede a menudo–, debe ser capaz de reeditarla.

Quizá esta última afirmación de Selznick pueda parecer megalómana en exceso, pero resulta sin duda ilustrativa de un modo de entender la producción.

Otro testimonio significativo proviene de Mervin LeRoy, que en su faceta de productor dio origen a títulos como *El mago de Oz* (*The Wizard of Oz*, 1939), *Los hermanos Marx en el circo* (*At the Circus*, 1939) o *El puente de Waterloo* (*Waterloo Bridge*, 1940). En 1953 publicó un libro sobre oficios del cine, que desglosaba en cuatro categorías: creativos, técnicos, gestores empresariales y obreros especializados. Curiosamente, situaba al productor entre los primeros, junto a guionistas, directores y diseñadores, y no en la parte gerencial (LeRoy, 1953: 11-12). En este mismo volumen, a

la hora de hablar de la producción, distinguía entre el «productor creativo» y el «productor-administrador» (*business administrator producer*), según estuviera implicado en la producción misma de la película o se encargara meramente de la parte financiera (ibíd.: 189). Para considerarse realmente creativo, según LeRoy, el productor debe decidir sobre los aspectos más fundamentales de la película, tales como la idea, el guión, el director y el reparto principal (ibíd.: 187-189); en otras palabras, aquellos elementos que acaban definiendo intrínsecamente el filme. Otro tanto afirmaba un productor y guionista tan prolífico como Jerry Wald en otro artículo sobre el perfil del productor publicado pocos años más tarde (Wald, 1949: 193-205).

Todavía más explícito se mostraba Hal B. Wallis, artífice de *Las aventuras de Robin Hood* (*The Adventures of Robin Hood*, 1938), *El halcón maltés* (*The Maltese Falcon*, 1941), *Murieron con las botas puestas* (*They Died with their Boots On*, 1941) o *Casa blanca* (1943), para quien los términos *productor* y *creador* resultan sinónimos (cit. en McBride, 1983: 17):

Cuando se encuentra una historia, se adquiere, se trabaja sobre ella de principio a fin, y se entrega un producto acabado tal y como había sido concebido; *entonces* puede hablarse de que se está produciendo. Un productor, para merecer ese nombre, debe ser un creador.

El colapso del sistema de estudios a partir de 1948, junto al declive que la propia industria cinematográfica experimenta frente a la televisión en la década de los cincuenta y, sobre todo, el auge de la *política de autor* que instauraba al director como principal figura de toda obra fílmica, provocarían un paulatino declive del productor hasta convertirlo en un mero financiero o gestor. La segunda mitad de los años cuarenta y el principio de los cincuenta fueron testigos de la proliferación de multitud de pequeñas compañías productoras que surgían como iniciativa de productores singulares o eran fruto del empeño colaborativo entre productores, directores y actores. De todos modos, aparte de talentos como Selznick o Samuel Goldwyn, y más adelante Sam Spiegel, Stanley Kramer o Walter Mirisch, fueron escasos los productores independientes que dejaron su impronta en las películas de la nueva era. El afianzamiento del director como principal talento creativo durante las décadas de los sesenta y setenta coincidió con la aparición de una nueva generación de realizadores americanos con un toque muy personal, tales como Arthur Penn, Sam Peckinpah, Alan Pakula, Robert Altman, Sidney Pollack, Woody Allen, Francis F. Coppola, Martin Scorsese, nombres que pronto superaron en fama y prestigio a productores coetáneos como Irwin Allen, Ray Stark, Robert Chartoff, Irwin Winkler, Robert Evans o Richard D. Zanuck y David Brown.

La situación persistió sin cambios dignos de reseñar hasta el comienzo de los ochenta, década que verá resurgir la figura del productor, convirtiéndolo de nuevo en un importante factor en el origen e inspiración de proyectos, aunque no ya de modo exclusivo. Algunos fiascos económicos como *La puerta del cielo* (*Heaven's Gate*, 1980),

que hundió a la United Artists, alertaron a los estudios acerca de los riesgos de confiar en exceso en los sueños de un autor. A partir de entonces las *majors* buscaron asegurar sus inversiones confiando en la competencia profesional de los productores. Debe señalarse no obstante cómo esta paulatina transformación fue apoyada desde algunos medios académicos y profesionales. Así, durante la década de los ochenta aparecieron varios artículos que abogaban por una reconsideración del oficio del productor¹. Entre ellos me gustaría destacar dos: «The Missing Auteur», firmado por David Thomson y publicado en *Film Comment* en 1982, y «The Producer: The Person With The Dream», escrito por Jean Paul Firstenberg y publicado en *American Film* en 1987, año en que esta institución rindió homenaje a los productores. Junto con otros expertos como Thomas Schatz, ya mencionado, ambos autores coincidían en afirmar que el oficio del productor ha sido a menudo minusvalorado por los estudiosos del cine. De igual modo se mostraban de acuerdo en establecer una relación entre la situación en la que se encontraba la industria cinematográfica norteamericana a comienzos de los años ochenta y el declive de la figura del productor, que había dejado de ser una fuente originaria de proyectos y cuyas legítimas competencias habían sido a menudo usurpadas por actores o directores. Como llega a concluir uno de ellos (Thomson, 1982: 36), «si algún factor augura la muerte del cine, es la ausencia de productores efectivos».

Precisamente durante los años ochenta y noventa una nueva generación de «productores efectivos» vendría a renovar el panorama cinematográfico norteamericano. Entre ellos destacan nombres como George Lucas, Steven Spielberg (en su faceta de productores), Peter Guber y John Peters, Don Simpson y Jerry Bruckheimer, Arnold Kopelson, Art Linson o Joel Silver. Gracias a su talante visionario y emprendedor contribuyeron a superar la apatía en la que se hallaba sumido el negocio cinematográfico y a restaurar la confianza en este quehacer profesional. La reciente revalorización de la figura del productor no es, por tanto, un fenómeno nuevo, como confirmaba el entonces presidente de la Paramount, Frank Mancuso (cit. en Ansen y McAlevey, 1985: 85): «Asistimos al renacimiento de algo que existió hace muchos años en la industria, cuando el productor realizaba una fuerte aportación creativa y dejaba su impronta en la película.» Por su parte, el semanario *Newsweek* constataba (ibíd.: 84): «El antiguo productor creativo ha vuelto, y es un valor en alza. Este nuevo productor, que gusta de tener las manos en la masa y no se queda simplemente en firmar cheques, se modela a sí mismo al estilo de Selznick, Dore Schary, Alexander Korda y Sam Spiegel, productores que dejaron su impronta en cada película, y cuyos nombres eclipsa-

¹ Cfr., por ejemplo, Longstreet, S. (1980), «The Producer: an enigma wrapped in a riddle», *American Premiere*, julio: 22-24; Ansen, D., y McAlevey, P. (1985), «The Producer is King again», *Newsweek*, 20 mayo: 84-89; Hanson, S., y King Hanson, P. (1986), «The Coca-Cola-Kid», *Stills*, noviembre: 20-23.

ron a menudo a los directores que contrataron y despidieron». Y la revista *Stills* corroboraba (Hanson y Hanson, 1986: 21): «Los años ochenta se han convertido en la década del productor, donde emprendedores hombres de oficio [...] se han apoderado de las riendas creativas de Hollywood, sujetándolas con la energía que proporciona el éxito continuo».

Hasta aquí el repaso sucinto de la evolución del oficio del productor en el caso norteamericano. ¿Y qué ocurría mientras tanto en Europa? Al carecer de una sólida estructura industrial, la tarea de producción en el cine europeo siempre ha estado más personalizada y singularizada, es decir, se ha tratado de una industria basada más en cineastas concretos que en compañías de producción, aunque éstas evidentemente han existido (cfr. Vidal, 1994: 80-88). Tras la Segunda Guerra Mundial, como afirma Martin Dale (Dale, 1994: 9), «la reconstrucción de las industrias cinematográficas europeas estuvo liderada por el productor», de modo que en Europa «cada industria cinematográfica nacional posee su lista de “productores creativos” famosos, como Pierre Braunberger y Anatole Daumon en Francia, Alexander Korda y Otto Preminger en el Reino Unido o Cecchi Gori y Alberto Grimaldi en Italia». Sin embargo, ante la inexistencia de una infraestructura adecuada y la preeminencia del culto al *auteur*, estos grandes talentos europeos (ibíd.: 32) «fueron sustituidos por una nueva generación de productores cuyo papel principal era la captación de fondos, en lugar de aportar una intervención creativa», de modo que su función quedó reducida a servir como «mediador entre el autor y los organismos de financiación». Aunque fuera ésta la norma que ha imperado incluso en años recientes, debe reconocerse asimismo la presencia de un grupo de productores creativos que, aunque reducido, ha conseguido revitalizar las cinematografías europeas. Tal es el caso de Carlo Ponti, Dino De Laurentiis, y Franco Cristaldi en Italia; Claude Berri, Alain Poiré o Marin Karmitz en Francia; Bernd Eichinger y Dieter Geissler en Alemania; David Puttnam, Ismail Merchant y Jeremy Thomas en Inglaterra; Elías Querejeta y Andrés Vicente Gómez en España.

EL PRODUCTOR CREATIVO HOY

Como acabamos de ver, el perfil profesional del productor cinematográfico ha atravesado etapas muy diversas en su primer siglo de vida. A momentos de gran protagonismo y esplendor, han sucedido otros de ensombrecimiento y olvido. Sin embargo, desde hace un par de décadas asistimos a una revalorización de la figura del productor y, más concretamente, del *productor creativo*, tanto en Estados Unidos como en Europa.

Es significativo, por ejemplo, que Martin Dale, en su análisis de la industria cinematográfica europea reciente, dedique un capítulo a hablar del productor creativo

(Dale, 1991: 77): «el auténtico papel del productor –afirma– debería combinar un fuerte sentido financiero con la creatividad». Y otro experto en la industria europea del cine, Angus Finney (reconvertido por cierto en productor) señala (Finney, 1986: 10):

A menudo los productores cinematográficos se dividen en dos tipos de perfiles: el *productor creativo* y el *productor financiero*. Pocos son los que reúnen ambos. Teóricamente, una combinación ideal en producción es precisamente aquella en que dos productores –uno creativo y otro financiero– trabajan juntos en el desarrollo y producción de películas.

54

Paulatinamente este nuevo perfil profesional ha ido afianzándose dentro de la producción. A la existencia de productores como los mencionados más arriba se une un esfuerzo de distintos autores por acuñar y difundir la expresión *productor creativo*, aunque resulte –hasta cierto punto– tautológica, como afirma, por ejemplo, Martin Dale: (Dale, 1991: 73): «el productor puro y simple [...] es ya un “productor creativo”». De la misma opinión es el productor norteamericano Art Linson –entre cuyas películas se encuentran *Los intocables de Elliot Ness* (*The Untouchables*, 1987), *Dick Tracy* (1990) o *Heat* (1995)–, quien afirma (Linson, 1993: 10-11):

Todos nosotros queremos ser considerados productores creativos. ¿Estamos ante una contradicción terminológica? ¿Acaso Robert De Niro se refiere a sí mismo como un actor creativo? No. Todo el mundo sabe que lo es. De igual modo, si uno mira con detenimiento, se dará cuenta de que producir películas consiste en algo más que en [tener] una buena destreza como [representante] comercial.

Para otro prestigioso profesional, el productor británico David Puttnam –responsable de títulos como *Carros de fuego* (*Chariots of Fire*, 1981), *Los gritos del silencio* (*The Killing Fields*, 1984) o *La misión* (*The mission*, 1986)–, la creatividad es un rasgo inherente al oficio de productor, aunque no sea una cualidad predicable de manera generalizada (*American Film*, 1984: 17):

Muchos productores no son ni remotamente creativos. El corolario de esto es que aquellos que se consideran creativos no quieren dedicarse a la producción; quieren dirigir y escribir, porque les parece que así van a ser reconocidos como «creativos». Yo me siento orgulloso de mi trabajo, que me proporciona un nivel satisfactorio de participación creativa.

Hoy día es una realidad tan admitida que John W. Cones, en su diccionario sobre términos relativos a la producción y distribución cinematográficas, incluye el concepto *productor creativo* y lo define de la siguiente forma (Cones, 1992: 119):

Término empleado por algunos miembros de la industria para distinguir entre un productor que interviene de manera significativa en los aspectos artísticos, por oposición a un pro-

ductor ejecutivo —que puede quedarse principalmente en la responsabilidad financiera y empresarial— o, en el otro extremo, a un director de producción que tenga que ver más directamente con la logística misma de la producción.

Pese a lo que alguno podría pensar —a juzgar por los productores y películas mencionadas hasta el momento—, no se trata de un modo de entender la producción propio de quien lleva entre manos grandes proyectos cinematográficos. Myrl A. Schreibman, conocido productor experto en películas de bajo presupuesto y profesor en UCLA, comienza su manual sobre producción creativa para productores independientes con la siguiente declaración de principios (Schreibman, 2001: 1): «el productor es la fuerza creativa detrás de todo proyecto».

Llegados a este punto afrontaremos la principal cuestión de debate: hasta qué punto puede hablarse de creatividad en la producción cinematográfica, así como el modo o cauces en que se ejerce.

LA CREATIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA

Los testimonios y opiniones anteriores ponen de manifiesto el consenso sobre la condición creativa de la producción cinematográfica a ambos lados del Atlántico. El cine, como arte industrializado y comercial, está sujeto a un complejo proceso de elaboración. Es tal el nivel de recursos humanos, materiales y financieros, así como de diferentes destrezas artísticas y técnicas, que toda película viene a ser el resultado de un esfuerzo creativo conjunto. Por tanto, la capacidad de dar a luz una obra audiovisual implica ejercer un cierto control no sólo sobre los aspectos estrictamente creativos, sino también sobre la propia producción. Desde esta perspectiva, resulta muy acertada la opinión de George Lucas cuando afirma (cit. en Lane, 1996: 125): «Como persona creativa, soy muy consciente de que quienes controlan los medios de producción, poseen también el control sobre la visión creativa.» Dicho en otros términos, quien asume la producción de una película posee también la llave para influir creativamente en ella.

Estas mismas ideas las comparten otros muchos autores. David Draig, por ejemplo, autor de un diccionario sobre oficios de la industria cinematográfica, explica en la voz *productor* (Draig, 1988: 81):

La contribución creativa del productor puede ser muy grande o muy pequeña. El productor que adopta una postura activa en la supervisión del *casting*, en el guión, en el diseño de la producción y en el montaje puede ejercer una considerable influencia en el estilo y el contenido de la producción ya acabada. Otros productores pueden concentrarse, en cambio, en las responsabilidades financieras y administrativas, y dejar a otros las decisiones creativas.

Es llamativa la coincidencia con que autores europeos y americanos se han referido, con unas u otras palabras, al carácter creativo del productor de cine, al que han definido como «visionario creativo», dotado de gran «temperamento artístico», «potencia creadora y fantasía»². Quizá por ello, Larry Turman, productor de *El graduado* (*The Graduate*, 1967) y director del afamado Peter Stark Program de la University of Southern California (postgrado para la formación de productores), a la hora de enumerar las cualidades de todo buen productor, comienza señalando «la creatividad de un artista» como primera de todas (cfr. Turman, 2005: 150).

E igualmente puede servir de ejemplo el siguiente comentario de alguien que se acerca a los entresijos de la producción cinematográfica desde fuera, y por lo tanto parece «libre de sospecha» a la hora de opinar sobre la creatividad del productor. Me refiero a Gabriel García Márquez, quien en su manual para guionistas escribe (García Márquez, 1995: 22-23):

Casi todos los guionistas sueñan con ser directores, y a mí me parece bien, porque todo director debería ser capaz de escribir un guión. Lo ideal sería que la versión final de un guión la escribieran juntos el director y el guionista. Y ya que estamos hablando del dúo, hablemos también del trío. Me refiero al productor. He insistido en que la Escuela [Escuela Internacional de Cine y TV San Antonio de los Baños, Cuba] trate de incluir en sus planes un curso de Producción Creativa. Suele creerse que el productor es el tipo que está ahí para evitar que el director se gaste la plata antes de tiempo. Craso error [...]. El productor debe saber que él no es simplemente un empresario, un financista [*sic*]; su trabajo requiere imaginación e iniciativa, una dosis de creatividad sin la cual la película se resiente.

En gran medida, la creatividad del productor viene a ser una exigencia de la propia profesión, ya que, como afirma David Puttnam, el productor no es sino un «ensamblador de talentos» (cit. en Pardo, 2003: 63). Es decir, trabajar con talentos creativos exige creatividad. En esta misma línea, Bruce Houghton señala (Houghton, 1991: VII): «Un buen productor, en cuanto inspirador de creativos, debe ser él mismo [...] un juez de creatividad». Y añade (ibíd.: VIII-IX):

[El productor] guía y ayuda a centenares de personas hacia un objetivo cada vez más definido según el trabajo va concretándose desde la idea [inicial] [...]. Sabe lo que la gente preparada es capaz de hacer en las áreas importantes de producción, y les exige para que den lo mejor de ellos mismos [...], asegurándose de que todo el mundo sirve al propósito común. Es una fuerza mayor en la contratación de cada artista que trabaja en la película [...]. Todo esto requiere una creatividad selectiva en el productor.

² Katz, 1979: 223; Mörtzsch, 1962: 115; Dadek, 1962: 59 (respectivamente).

Así lo subraya también Jan Kadar, cineasta checoslovaco afincado en Estados Unidos (cit. en Sherman, 1976: 17-18):

Un productor es una persona creativa. Su creatividad es tal que desarrolla y da a luz una criatura (...). No creo que el productor sea alguien que elabora el acuerdo o que aporta el dinero; esto es algo secundario. Si él realiza bien su trabajo, está siendo una persona creativa.

El productor, por tanto, vendría a ser un «demiurgo creador» —en palabras del pionero Jesse L. Lasky (cit. en Martín Proharam, 1985: 17)—, una imagen bastante elocuente que nos lleva a recordar la sinonimia existente entre las palabras *producir* y *crear* en la mayoría de las lenguas³.

En síntesis, y como he tenido ocasión de señalar en otras ocasiones, podemos afirmar que (Pardo, 2000: 240):

Existen así lo que podríamos denominar etapas o momentos creativos fundamentales de la producción cinematográfica, sobre los cuales el productor ejerce —o puede ejercer— una influencia creativa decisiva. Entre éstos destacan la búsqueda y elección de la idea original; la selección del guionista y la supervisión del guión; la decisión en favor de un director determinado; la aprobación del reparto artístico y, posteriormente, el control del montaje e incluso la promoción y venta de la obra cinematográfica.

Dos son las consecuencias inmediatas. Por un lado (ibíd.: 241),

[...] la creatividad del productor se ejerce no tanto directamente, mediante decisiones que afectan a la realización del filme —como ocurre en el caso del director—, sino más bien de modo indirecto, es decir, a través de la selección y supervisión del personal creativo que interviene en la película; y por otro, que el control global de la obra fílmica se asegura en gran medida interviniendo al comienzo y al final del proceso, durante la preproducción y la postproducción.

Sin embargo, como cabe suponer, no se trata de una condición necesariamente predicable en todos los casos, porque, según matiza Firstenberg (Firstenberg, 1987: 67), «la creatividad que un productor ejerce en un proyecto depende de hasta qué punto se

³ Así lo explica M.^a Victoria Romero en su obra *Vocabulario de cine y televisión*, al recoger el significado del vocablo *producir* en el caso de la lengua castellana (Romero, 1976): «La academia [Española de la Lengua], al señalar el uso extensivo de la voz, posibilita su empleo cinematográfico: “tr. Engendrar, procrear, criar. Dícese propiamente de las obras de la naturaleza y, por extensión, de las del entendimiento” (*Diccionario de la Real Academia Española*). Esto nos llevaría a pensar en la tarea de *producción* como algo más relacionado con la actividad intelectual de creación artística». Otro tanto podría afirmarse en el caso de la lengua inglesa, donde *to produce* se define como «To bring into existence for its raw materials or elements, or as result of a process (traer a la existencia a partir de materiales o elementos primarios, o como resultado de un proceso)», según recoge el *Oxford English Dictionary*.

involucra él mismo en cada una de estas fases [creativas]». Dicho en otras palabras, la responsabilidad creativa de productor (Pardo, 2000: 240) «deberá juzgarse según la relevancia de sus aportaciones respecto de la obra fílmica, aportaciones que se actualizan a través de las decisiones concretas que adopta en cada una de las fases de elaboración».

CREATIVIDAD Y AUTORÍA

Hablar de creatividad en este contexto obliga a hablar de la autoría en la obra cinematográfica. Es ésta una de las cuestiones más debatidas en las últimas décadas. Afirmar la capacidad creativa del productor –y de cualquier otro talento creativo que trabaje detrás de las cámaras– implica partir de la premisa de considerar el cine como una labor creadora conjunta, frente a los postulados de la llamada *teoría o política del autor*. Quiero advertir desde el principio que no me decanto plenamente por ninguna de las dos visiones, sino más bien por una vía intermedia, como trataré de explicar a continuación. Como afirma Edwin Panofsky en su célebre artículo sobre el arte cinematográfico, publicado originalmente en 1947 (Panofsky, 1995: 143-144), «se puede decir que una película [...] llega a existir gracias a un esfuerzo conjunto en el que todas las contribuciones tienen el mismo grado de permanencia». Este modo de entender el cine como un «arte compartido» (*collaborative art*) es la visión más extendida hoy día entre los estudiosos y profesionales de la industria cinematográfica, como ponen de manifiesto entre otros Scott (1975), Chase (1975) o Seger y Whetmore (1994). Junto a ello, Panofsky añade el «carácter comercial» del arte cinematográfico (Panofski, 1995: 144), un «arte cuya intención primera no es la de satisfacer las ansias creativas de su autor, sino las exigencias de un patrón o de los compradores». En mi opinión, este matiz resulta crucial para entender –en un sentido positivo– cómo los enormes condicionantes económicos del proceso de producción afectan al desarrollo creativo y exigen, en muchos casos, el consenso de múltiples puntos de vista «autorales». Sin embargo, y en beneficio de los postulados de la teoría del autor, la consideración del cine como un arte colectivo no se opone a la defensa de una mente predominante que infunda en cada filme una visión particular o un estilo determinado. En este sentido, autoría colectiva no implica la «despersonalización» de la obra cinematográfica, como advierte George Charensol en otro conocido ensayo (cfr. Charensol, 1963: 28-38). O en palabras de Jean Mitry (Mitry, 1978: 25):

Por estar el cine industrializado, todo filme es producto de un trabajo colectivo; pero si diversos técnicos tienen que resolver problemas particulares, el conjunto es siempre planeado por uno solo, que lo orienta en la dirección que desea verle tomar. Decir que un filme es una obra colectiva, dejando entender con esto que el autor es esa misma colectividad, constituye un absurdo. Supone confundir autor y entorno.

Si en la mayoría de los casos esta función viene desempeñada por el director, en otros se aprecia una singular influencia del productor, del guionista o incluso de un actor determinado. A este respecto, Mitry apunta a la relación existente entre creatividad y personalidad como clave para entender el proceso de creación fílmica (Mitry, 1978: 32):

Cualquiera que sea la personalidad dominante (director, guionista, productor), ella será la que siempre se imponga. Esta personalidad [...] les permite acceder poco a poco a la libertad de elección, concepción y tratamiento cinematográfico. A su vez, se convierten, si son capaces, en verdaderos autores. Pero se adivina que esto es la excepción.

Por ello, aplicando este binomio de creatividad y personalidad al caso que nos ocupa, el productor francés André H. Des Fontaines escribió justo en la década en que cobró vigencia la teoría del autor que (Des Fontaines, 1963: 127) «un productor puede testimoniar su personalidad y [...], por la vinculación misma de los autores y de los realizadores, expresar su propio gusto», es decir, imprimir su sello creativo. De la misma opinión es Tim Adler, autor de un reciente libro sobre productores creativos, quien afirma (Adler, 2004: 6-7):

El cine es un medio que exige colaboración, pero el mito del director como autor continúa siendo promulgado –mayormente por los directores mismos [...]. Sin embargo, si algunos cineastas poseen claramente un estilo o fondo reconocible, entonces algunos productores pueden ser [considerados] tan autores como los directores.

Y, para ilustrar la veracidad de esta afirmación, menciona a renglón seguido los casos paradigmáticos de David Selznick, Sam Spiegel y David Puttnam. Quien conozca bien los entresijos de grandes películas como *Lo que el viento se llevó* (*Gone with the Wind*, 1939), *La ley del silencio* (*On the Waterfront*, 1954) o *Carros de fuego* (*Chariots of Fire*, 1981), deberá admitir que la responsabilidad creativa está compartida entre sus directores y sus productores.

En efecto, Selznick no sólo reescribió el guión de *Lo que el viento se llevó*, sino que se encargó de seleccionar el reparto, dio su aprobación personal a los diseños de decorados y vestuario, supervisó de cerca el rodaje, empleó hasta tres directores diferentes (George Cukor, Victor Fleming y Sam Wood) y tuvo la última palabra en el montaje y en la banda sonora. De igual modo, Sam Spiegel trabajó estrechamente con Budd Schulberg, guionista de *La ley del silencio* e introdujo cambios sustanciales en la estructura de la historia y en el tratamiento de algunos personajes. Indudablemente el mayor mérito sigue perteneciendo a Elia Kazan, pero la película hubiera sido distinta sin las aportaciones de Spiegel. Otro tanto sucedió con Puttnam y *Carros de fuego*. Fue Puttnam quien tuvo la idea, contrató a un guionista, desarrolló el guión y sólo cuando el proyecto estaba listo, buscó a alguien para dirigirla (Hugh Hudson). Curiosamente, estas tres películas obtuvieron multitud de Oscars[®], entre ellos a la Mejor Película (cfr. Vertress, 1997: 1-20; Pardo, 1999: 77-87; Fraser-Cavassoni, 2003: 157-176).

Algo similar sucedió en el caso de otras famosas películas producidas por estos cineastas, hasta el punto de dejar cada uno su impronta o sello creativo. Se trata en verdad de casos extremos, pero sirven para ilustrar cómo el productor puede acabar siendo tan responsable del resultado final como el propio director o el guionista. De ahí que algunos autores hayan utilizado el término «productor-autor» aplicados a estos y otros productores (cfr. Thomson, 1982; Petrie, 1991: 178; Adler, 2004: 7).

Sucede, sin embargo, que, en ocasiones, la cuestión sobre a quién pertenece la visión creativa dominante adquiere unos límites un tanto difusos, especialmente en el caso de aquellos directores y productores que poseen un genuino talento creativo y una marcada personalidad. Prueba de ello es la aparición de la categoría del *productor-director* (o director-productor) para definir tanto a directores (Capra, Wilder, Hitchcock o Spielberg) como a productores (Selznick, Kramer o Lucas), cuyo rasgo común se centra en su condición de autores principales de sus respectivos filmes, más allá de la tarea concreta de dirección o producción que hayan desempeñado. Es más, lo que este concepto pone de relieve, en opinión de David Thomson, no es tanto la capacidad de algunos productores para actuar como «cuasi-directores», sino el talento de algunos directores para asumir las tareas de producción y ejercer así un control total sobre la obra filmica; en este sentido, lo que este autor viene a sugerir es que la tarea de producción, cuando es realmente creativa, puede adquirir mayor relevancia incluso que la sola función de dirigir (cfr. Thomson, 1982: 36-39). Así, por ejemplo, películas como *Poltergeist* o *El secreto de la pirámide*, aunque hayan sido dirigidas por competentes hombres de oficio, son esencialmente películas de Spielberg. De igual manera, nadie piensa en *El imperio contraataca* o en *El retorno del Jedi* como películas de alguien que no sea George Lucas. Y, en menor grado, otro tanto habría que decir de David Puttnam, Jerry Bruckheimer o Dino De Laurentiis.

Por eso otro destacado profesional como Robert Evans –productor de *Chinatown* (1974), *Marathon Man* (1976) o *Urban Cowboy* (1980)–, reflexionando sobre la relación entre directores y productores desde la perspectiva creatividad-personalidad, señala (Evans, 1983: 15):

Una película es una forma de arte compartido. A lo largo de la historia del cine, salvo raras excepciones, las mejores obras de los directores han sido realizadas en colaboración con productores fuertes [...]. Dentro de este entramado de colaboración, que tiene que ver tanto con personalidad como con creatividad, hay que ser inquisitivo y tener una actitud desafiante. A veces esto conduce a discusiones acaloradas, pero las películas tienen una mayor probabilidad de triunfar si nacen de la convicción y de la pasión.

El equilibrio creativo cuando coinciden dos o más egos suele resultar difícil. Sin embargo, en orden a conjugar la competencia creativa del productor, por un lado, y el respeto a la necesaria autonomía del autor (director o guionista), por otro, puede resultar muy útil la distinción terminológica que Martin Dale propone (Dale, 1992: 84):

El autor del filme –el guionista y el director– permanece como la aportación creativa originaria: debe ser respetado y debe garantizarse para él la suficiente libertad. El productor, incluso cuando lleva la iniciativa en la idea, es un «mecanismo de capacitación»: un creativo, pero no el creador. Utilizando un ejemplo gráfico, el autor da luz a una criatura, mientras que el productor actúa como la comadrona: sin comadrona, la criatura y el creador están en peligro.

Se trata, por tanto, de tener clara la distinción entre los términos *creador* y *creativo*, o lo que es lo mismo, entre la facultad creadora o inventiva y la facultad creativa. La primera haría referencia al acto de engendrar la historia y los personajes (creación «de la nada»), y la segunda, a la capacidad de realizar aportaciones que mejoren más o menos sustancialmente esa creación (como una «segunda creación» a partir de un material preexistente). De este modo, el término *creador* se reserva para aquella mente que da origen a una idea, historia o película (habitualmente el guionista y el director), y el término *creativo* calificaría a aquel talento que actúa sobre esa materia prima, desarrollándola o ayudando a plasmarla en imágenes y sonidos (productor, director de fotografía, director artístico, montador, etc.).

¿PUEDE SER EL PRODUCTOR CONSIDERADO LEGALMENTE AUTOR?

Las reflexiones anteriores sobre la creatividad del productor y la autoría compartida de la obra audiovisual nos sitúan ante un nuevo debate. Sé que plantearlo equivale a adentrarse en terreno resbaladizo, pero aún así considero necesario dar este paso: ¿Sería factible considerar al productor como autor de la película desde el punto de vista legal? Se trata sin duda de una cuestión peliaguda. Para empezar, en la industria cinematográfica conviven dos sistemas legales (el anglosajón y el latino) que conciben de modo distinto los derechos de autor y la propiedad intelectual en el caso de la obra cinematográfica. Mientras que en el derecho anglosajón el productor tiene la consideración de autor de la obra audiovisual (titular del *copyright*), en el derecho latino (caso español) son considerados autores únicamente las personas físicas que contribuyen a la creación de algún elemento esencial de la película (cfr. Écija, 2000: 43-44).

La Ley de Propiedad Intelectual (LPI) española (Ley 23/2006, de 7 de julio, que modifica el texto refundido del Real Decreto 11/1996, de 12 de abril) establece en su artículo 87 que los autores de la obra audiovisual «en los términos previstos en el artículo 7» son: el director y/o realizador, los autores del argumento, guión y diálogos y los autores musicales.

Merece la pena detenerse un momento en el mencionado artículo 7. En él, la LPI define el concepto de *obra en colaboración*. Se trataría de aquella obra que sea el resul-

tado unitario de la colaboración de varios autores, en cuyo caso los derechos corresponden a todos y cada uno de ellos (cotitularidad), en la proporción que ellos mismos determinen. Además, cualquier modificación de la obra resultante requiere el consentimiento de esos coautores. Por contraste, el artículo 8 define qué se entiende por *obra colectiva*: aquella creada por la iniciativa y coordinación de una persona (física o jurídica), que funde las contribuciones de varios autores en una creación única y autónoma, sin que sea posible atribuir separadamente a cualquiera de ellos el conjunto de la obra realizada. Salvo pacto en contrario, todos los derechos de propiedad intelectual corresponden a este principal responsable.

Ante esta disyuntiva, la LPI no duda en calificar la obra audiovisual como obra en colaboración remitiendo expresamente a este artículo 7 a la hora de hablar sobre los autores. En el caso anglosajón probablemente (al menos en Estados Unidos), una película entraría más bien en la categoría de obra colectiva, a juzgar por las prerrogativas del productor. Lo interesante, no obstante, es observar cómo ambas cuestiones —el hecho de que una obra cinematográfica sea considerada el resultado de la colaboración de varios autores y que éstos sean concretados en tres— ofrecen lugar para la disensión. Así lo plantean algunos expertos legales como Écija Abogados (Écija, 2000: 44):

En principio, la Ley [de Propiedad Intelectual] limita el número de autores a tres sin tener en cuenta la participación de otras personas que, según los conceptos de autor y de obra, también merecerían tener esa consideración. Así, por ejemplo, el productor, el director de fotografía, el infografista, el decorador y el montador.

La doctrina no se muestra unánime al respecto y, mientras para algunos la Ley contiene un *numerus clausus* de autores [...], para otros no está tan clara esta afirmación y apoyan la autoría de aquellas otras personas que realicen una aportación a la obra audiovisual, en los términos definidos en la propia LPI.

Hasta tal punto la doctrina jurídica a este respecto no es unánime, que esta misma firma de abogados matiza alguna de estas afirmaciones en un texto posterior. Por ejemplo, señala que el autor de un decorado original es autor de su obra, pero no se deduce que lo sea también de la obra audiovisual (cfr. Écija, 2003: 367). Es decir, ser autor de un elemento creativo importante del filme (la dirección artística en este caso) no otorga, según la Ley, el derecho a ser reconocido también como autor de la obra resultante (la película), salvo en los casos previstos (puesta en escena, guión y música). En cualquier caso, la cuestión no está de más, a juzgar por el debate abierto hoy día sobre si los actores y los directores de fotografía pueden exigir igualmente derechos de autor.

Subyacen aquí algunos principios jurídicos que convendría revisar. Como se ve, todo gira en torno a un concepto tan maleable como «aportación» y, más en concreto, aportación original o suficiente para merecer el título de autor en una obra audiovisual (una obra en colaboración supuestamente *inter pares*, según hemos visto). Ya se

entiende que el *numerus clausus* de autores antes mencionado no se refiere a número de individuos –que pueden ser múltiples en casos de obras codirigidas o coescritas–, sino más bien al número de áreas que resultan esenciales en la creación audiovisual. Según la LPI, estas áreas creativas se limitan a la dirección o realización, el guión en todos sus elementos y las composiciones musicales. Quedan, por tanto, excluidas otras aportaciones como la interpretación (aunque existan los llamados derechos afines), la fotografía, la dirección artística o el montaje.

Puede defenderse con cierta lógica que las contribuciones del director, el guionista y el músico poseen mayor relevancia que el resto –al fin y al cabo, el director de fotografía, el director artístico y el montador trabajan para el director. Sin embargo, en la historia del cine abundan los ejemplos de películas donde el peso específico de la dirección artística resulta tan evidente –piénsese, por ejemplo, en *Metrópolis* (1927), *Alien* (1979) o *El señor de los anillos* (2001-03)–, que sus respectivos directores artísticos merecerían, en mi opinión, ser considerados coautores a todos los efectos.

Este mismo razonamiento podría aplicarse al productor creativo –y utilizo el calificativo de intento. ¿Por qué el compositor puede ser reconocido como autor de la obra audiovisual en su conjunto y el productor no? Componer la banda sonora es sin duda importante, pero en muchas películas la música no deja de ser un elemento funcional, que pasa inadvertido. En cambio, como hemos visto, algunos productores han llegado a influir tanto en el resultado final que difícilmente la película hubiera sido la misma sin esta aportación creativa. Sin duda, son casos contados y quizá alguno defienda que se tratan de una excepción. En mi opinión se han producido en número suficiente –y seguirán produciéndose– como para proponer una revisión jurídica del concepto de autor de la obra audiovisual que permita incluir a aquel productor que sea realmente creativo. No se trata de equiparar la responsabilidad «autoral» del productor a la del director o el guionista, pero sí de reconocer –al menos en algunos casos– la posibilidad de que un productor concreto, en una determinada película, sea uno de sus principales creadores, más incluso que el compositor o el director de fotografía.

Curiosamente, la LPI sólo concede ciertos derechos al productor en el caso de las «grabaciones audiovisuales» (artículos 120 y ss.), aunque viene a reconocer en el productor determinados derechos morales sobre la obra resultante (la película) propios de los autores a la hora de negociar la explotación comercial, tales como decidir si la película ha de ser divulgada y en qué forma, exigir el respeto a la integridad del filme o la posibilidad de modificar la película respetando los derechos adquiridos por terceros.

Es posible que la única solución viable sea que el productor firme también el guión o figure como codirector. De hecho, asistimos a un curioso intercambio (o acumulación más bien) de funciones: mientras que en Estados Unidos muchos talentos creativos (guionistas, directores y actores) han pasado a ser también coproductores de sus propias películas para compartir el *copyright* y ejercer mayor control y poder de decisión, parece que en Europa –reducto del cine de autor por antonomasia– los produc-

tores creativos deberían pelear por figurar formalmente como guionistas o directores. Desde luego, no abogo por eso ni creo que los productores lo deseen. Se trataría más bien de lograr que la LPI, a la hora de regular lo referente a la autoría de las obras audiovisuales, reflejara mejor la realidad del proceso de producción cinematográfica, quizá algo diferente a otras artes industriales.

¿TAUTOLOGÍA O EXCEPCIÓN?

Llega el momento de arrojar algunas conclusiones, con idea de responder al interrogante bajo el que estas páginas han sido escritas: el concepto de productor creativo ¿resulta redundante o se trata más bien de una categoría excepcional?

Tal y como hemos visto, la producción cinematográfica admite tareas creativas, y lo hace (Pardo, 2000: 247) «no como un añadido artificial o condescendiente, sino en razón de su propia índole (*producir es crear*)». Las competencias propias del oficio del productor incluyen, por tanto, no sólo organización, gestión y control financiero, sino también aspectos creativos que afectan al resultado final –como el hallazgo de una idea, el desarrollo del guión, la selección del director y el reparto, la supervisión del montaje y de la banda sonora–, aspectos sobre los cuales el productor tiene algo que decir.

Al mismo tiempo, es importante reseñar que (ibíd.) «la creatividad del productor se ejerce de manera indirecta, a través de la toma de decisiones sobre esos aspectos creativos». La responsabilidad creativa del productor dependerá por ello del alcance de sus aportaciones, pudiendo darse el caso de una película donde el productor tenga derecho a ser considerado tan autor de la obra resultante como el director o el guionista. Ahora bien, como hemos visto, esto sólo se entiende desde la consideración del cine como un trabajo creativo conjunto, un arte colaborativo en todo su sentido. Y siempre y cuando las decisiones del productor hayan repercutido notablemente en el resultado final.

Para precisar la relevancia de una u otra aportación puede resultar útil diferenciar entre el concepto de *creador* (creación «de la nada») y el de *creativo* (creación a partir de una materia preexistente). Mientras la primera categoría se aplicaría a los autores tradicionales de una película (guionista, director y compositor), la segunda correspondería a todo aquel talento que contribuye a dar a esa creación su forma definitiva. En mi opinión, (Pardo, 2000: 248) «el productor será siempre creativo y sólo en algunos casos –dependiendo de en qué medida la película responde a su visión– podrá ser considerado también *creador*» y, por tanto, autor (aunque no sea reconocido como tal legalmente). Al mismo tiempo, conviene insistir en que el hecho de que la producción incluya un ámbito creativo no significa que todo productor lo sea, al menos en el mismo grado. La creatividad presupone un talento previo que el productor debe poseer, junto a una fuerte personalidad. Todos los productores creativos han dado muestras de poseer marcadas personalidades.

En resumen (Pardo, 2000: 248), «aun a riesgo de caer en la tautología, se puede hablar de producción creativa y de productores creativos, término que debe reservarse a aquel productor que, partiendo de unos talentos propios (*personalidad*), aporta su visión creativa (*creatividad*) a la obra filmica, en consonancia con las aportaciones del resto del equipo creativo». Dicho esto, es fácil apreciar al mismo tiempo que no se trata de un tipo de productor que abunde. Más bien nos encontramos ante un raro espécimen, y no sólo por lo exigente de su perfil, sino también por la difícil aceptación que tiene entre los directores. Allí donde convergen creatividad y personalidad surge un gran ego. No es de extrañar que existan roces cuando dos egos fuertes deben tomar decisiones creativas sobre una misma cuestión. Así lo explica José G. Jacoste (Jacoste, 1996: 16-17): «El productor creativo ha sido considerado, con mayor o menor razón (...) el gran verdugo del director, merced a su capacidad de última decisión en los procesos de producción cinematográfica», aunque «cuando el director se sitúa frente a un productor creativo se dan unas condiciones de diálogo más favorables que cuando se sitúa frente a un tipo de productor cuyos móviles están absolutamente fuera de la esfera artística». De todas formas, insiste este autor, «tanto en un caso como en otro, aparecerá una fuerza que gravita sobre la labor de creación del director». Y concluye: «De ahí que la aportación creativa del productor deba llegar hasta un determinado nivel y guardar unas determinadas formas», aunque reconozca que, «en la concreta realidad, resulta muy difícil encontrar el punto justo del nivel de actuación creativa del productor, así como la forma más adecuada de ejercitarla». Aún así, no faltan ejemplos de exitosos matrimonios profesionales entre directores y productores, como sucede con el tándem James Ivory e Ismail Merchant, Krzysztof Kiesloswki y Marin Karmitz, Neil Jordan y Steve Woolley, Ron Howard y Brian Grazer o Steven Spielberg y Kathleen Kennedy. Porque, en palabras de un director-realizador americano (cit. en Schreiberman, 2001: 1): «no existe nada más satisfactorio para un director que ser capaz de colaborar con un productor creativo, y no hay mejor matrimonio [...] que un productor y director que colaboran brillantemente».

BIBLIOGRAFÍA

- Adler, T. (2004), *The Producers: money, movies and who really call the shots*, Londres, Methuen.
- Agel, H., y Agel, G. (1958), *Manual de iniciación cinematográfica*, Madrid, Rialp.
- American Film* (1984), «Dialogue on film: David Puttnam», noviembre: 17.
- Ansen, D., y McAlevey, P. (1985), «The Producer is King again», *Newsweek*, 20 mayo: 84-89.
- Charenzol, G. (1963), «Cine y despersonalización», en Agel, H., y Ayfre, A., *Cine y personalidad*, Madrid, Rialp, pp. 31-37.
- Chase, D. (1975), *Filmmaking: The Collaborative Art*, Nueva York, Little Brown.
- Chion, M. (1992), *El cine y sus oficios*, Madrid, Cátedra.
- Cones, J. W. (1992), *Film Finance & Distribution. A Dictionary of Terms*, Los Ángeles, Silman-James Press.
- Dadek, W. (1962), *Economía cinematográfica*, Madrid, Rialp.
- Dale, M. (1991), *Europa, Europa: Developing the European Film Industry*, París, Académie Carat & Media Business School.
- (1994), «Esperando al ave fénix: El reto de una industria cinematográfica europea», informe *Situación 1994/3 (La industria cinematográfica)*, Bilbao, Servicio de Estudios del BBV, 7-51.
- (1997), *The Movie Game*, Londres, Cassell.
- Des Fontaines, A. H. (1963), «El productor, centro del diálogo», en Agel, H., y Ayfre, A., *Cine y personalidad*, Madrid, Rialp, 127-134.
- Draig, D. (1988), *Behind the Screen: The American Museum of the Moving Image Guide to Who does What in Motion Pictures and Television*, Nueva York, Abbeville Press.
- Écija Abogados (2003), *Derecho del entretenimiento*, Cizur Menor (Navarra, España), Thomson-Aranzadi.
- (2000), *Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual*, Madrid, Exportfilm.
- Evans, R. (1983), «The Producer», en Squire, J. (ed.), *The Movie Business Book*, Nueva York, Simon & Schuster.
- Finney, A. (1996), *Developing Films in Europe*, Londres, MBS-Routledge.
- Fraser-Cavassoni, N. (2003), *Sam Spiegel: The Bibliography of a Hollywood Legend*, Londres, Little Brown.
- Firstenberg, J. P. (1987), «The Producer: The Person With The Dream», *American Film*, marzo, 67.
- García Márquez, G. (1995), *Cómo se cuenta un cuento. Taller de Guión de Gabriel García Márquez*, Santafé de Bogotá, Editorial Voluntad.
- Hanson, S., y Hanson, P. K. (1986), «The Coca-Cola Kid», *Stills*, n.º 28, noviembre, 21.

- Houghton, B. (1991), *What a Producers Does: The Art of Moviemaking, Not the Business*, Los Ángeles, Silman-James Press.
- Jacoste, J. G. (1996), *El productor cinematográfico*, Madrid, Síntesis.
- Karmitz, M. (2003), *Profession, producteur: conversations avec Stéphane Paoli*, París, Hachette.
- Katz, E. (1979), voz «producer», *The Film Encyclopedia*, Nueva York, G. P. Putnam's Sons.
- Lane, R. (1996), «The Malician», *Forbes*, 11 marzo, 125.
- Lazarus, P. N. (2005), *Produced By... Balancing Art and Business in the Movie Industry*, Los Ángeles, Silman-James Press.
- LeRoy, M. (1953), *It Takes More Than Talent*, Nueva York, Alfred A. Knopf.
- Linson, A. (1993), *A Pound of Flesh. Producing movies in Hollywood: Perilous tales from the trenches*, Nueva York, Avon Books.
- Longstreet, S. (1980), «The Producer: an enigma wrapped in a riddle», *American Premiere*, julio, 22-24.
- Martín Proharam, M. A. (1985), *La organización de la producción en el cine y la televisión*, Madrid, Forja.
- McBride, J. (1983), *Filmmakers on Filmmaking/1: The AFI Seminars on Motion Pictures & Television*, Boston, J. P. Tarcher.
- Mitry, J. (1978), *Estética y psicología del cine, v. I: Las estructuras*, Madrid, Siglo XXI.
- Mörtzsch, F. (1964), *La industria y el cine*, Madrid, Rialp.
- Pardo, A. (1999), *David Puttnam, un productor creativo*, Madrid, Rialp.
- (2000), «La creatividad en la producción cinematográfica», *Comunicación y Sociedad*, vol. XIII, n.º 2, 227-249.
- (2002), «El productor de cine», *Nickel Odeon*, n.º 28, otoño, 224-230.
- (2003), *El oficio de producir películas: el estilo Puttnam*, Barcelona, Ariel.
- Petrie, D. J. (1991), *Creativity and Constraint in the British Film Industry*, Nueva York, St. Martin's Press.
- Prigge, S. E. (2004), *Movie moguls speak: interviews with top film producers*, Jefferson, McFarland.
- Scott, J. F. (1975), *Film: The Medium and The Maker* (Nueva York, Holt Reinhart & Winston; versión castellana: *El cine, un arte compartido*, Pamplona, EUNSA, 1979).
- Schatz, T. (1988), *The Genius of the System: Hollywood filmmaking in the studio era*, Nueva York, Henry Holt.
- Schreibman, M. A. (2001), *Creative Producing From A To Z: The indie producer's handbook*, Los Ángeles, Long Eagle.
- Seeger, L., y Whetmore, E. J. (1994), *From Script to Screen: The collaborative art of filmmaking*, Nueva York, Henry Holt.

- Selznick, D. O. (1937) «The Functions of the Producer and the Making of Feature Films», en Behlme, R., ed. (1988), *Memo from David O. Selznick*, Los Ángeles, Samuel French, 473-474. Traducido parcialmente al castellano en Romaguera, Joaquim & Homero Alsina, eds. (1989), *Textos y manifiestos del cine*, Madrid, Cátedra, pp. 310-315.
- Sherman, E. (1976), *Directing the Film: film directors on their art*, Los Ángeles, Acrobat Books.
- Taylor, T. (1967), *People Who Make the Movies*, Nueva York, Doubleday.
- Thomas, B. (1969), *Thalberg: Life and Legend*, Nueva York, Doubleday.
- Thompson, D. (1982), «The Missing Auteur», *Film Comment*, v. 18, n. 4, julio-agosto, 34-39.
- Turman, L. (2005), *So You Want to Be a Producer*, Nueva York, Three Rivers Press.
- Vertrees, A. D. (1997), *Selznick's Vision: «Gone With the Wind» and Hollywood filmmaking*, Austin, University of Texas Press.
- Vidal, M. (1994), «Dos o tres diferencias entre el cine norteamericano y el europeo», informe *Situación 1994/3 (La industria cinematográfica)*, Bilbao, Servicio de Estudios del BBV, 79-89.
- Wald, J. (1949), «The Producer» en Jones, Charles R. (ed.), *Your Career in Motion Pictures, Radio and Television*, Nueva York, Sheridan House, 191-204.